

Puun käytön hyväksyttävyyden Suomessa – Kuluttajaryhmien profilointi viestintäkampanjan laadinnan tueksi

Katja Lähtinen ja Charlotta Kankaanpää



Ympäristöministeriö
Miljöministeriet
Ministry of the Environment



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA



ETELÄ-POHJANMAAN
KORKEAKOULUYHDISTYS

Alkusanat

Suomalainen metsäsektori osana globaalia toimintaympäristöä on keskeisessä roolissa pyrittäessä edistämään kestävää kehitystä, jossa luonnonvarojen käyttöön liittyvissä valinnoissa niin ekosysteemipalveluiden turvaamista koskevat ekologiset, kansalaisten hyvinvoinnin kannalta olennaiset sosiaaliset ja kulttuuriset kuin yritysten kilpailukyvyn kannalta merkitykselliset taloudellisetkin tavoitteet ovat keskenään tasapainossa. Biotalouden eteenpäinviemisen myötä metsien ja puun käyttöön kohdistuu siten yhä suurempia tarpeita, jotka osin myös keskenään ristiriitaisina asettavat kuluttajien näkökulmasta odotuksia puun käytön yhteiskunnalliselle hyväksyttävyydelle.

Metsien ja puun käytön hyväksyttävyyttä voidaan parantaa luotettavalla ja olennaisiin tietotarpeisiin vastaavalla sidosryhmäviestinnällä. Toistaiseksi metsien ja puun käyttöön liittyvä viestintä on kuitenkin ollut hyvin suurelta osin ollut jäsentymätöntä informaationjakamista, jossa kansalaisten yksilöityihin tietotarpeisiin ei ole edes pyritty vastaamaan. Viestinnän vaikuttavuutta ei ole myöskään parantanut se, että aihepiirin merkittävyyteen nähden tietoa kansalaisten metsien ja puun käyttöön liittyvistä asenteista on ollut suhteellisen vähän.

Ympäristöministeriön Puurakentamisen toimenpideohjelman rahoittaman "Puun käytön hyväksyttävyys Suomessa – Kuluttajaryhmien profilointi viestintäkampanjan tueksi" -hankkeen tavoitteena on ollut lisätä ymmärrystä siitä, millaisia metsiin ja puun käyttöön liittyviä mielikuvia ja tietotarpeita Suomessa asuvilla kuluttajilla on heidän tehdessään koteihinsa ja asuinympäristöönsä liittyviä valintoja. Lisäksi on pyritty parantamaan käsitystä erilaisten tahojen luotettavuudesta sekä vaihtoehtoisten informaatiokanavien käyttöä koskevista odotuksista puun käyttöön liittyvän tiedon lähteinä. Erityisesti raportin johtopäätöksissä on esitetty näkökulmia, joiden perusteella kuluttajia voitaisiin profiloida puun käyttöä koskevassa viestinnässä.

Tämän raportin tulokset perustuvat yksittäiseen empiiriseen tapaustutkimukseen, jonka aineisto on kerätty satunnaisotannalla poimituilta Suomessa asuneilta vastaajilta ja analysoitu kvantitatiivisin menetelmin. Aineiston kokoon liittyvien rajoitteiden takia tulokset eivät ole edustavia kuvaamaan Suomessa asuvien kuluttajien yleisiä näkemyksiä asioista, joita raportissa on esitetty. Kuten tapaustutkimukset ylipäätään, tulosten avulla voidaan kuitenkin muodostaa kokonaiskuva erityisesti puun käyttöön liittyvistä asenteista ja tarpeista asumisessa, joita harkituin oletuksin voidaan yleisempänä ilmiönä olettaa esiintyvän myös laajemmin yhteiskunnassa.

Kiitämme lämpimästi Ympäristöministeriötä hankerahoituksesta, joka on mahdollistanut tämän työn toteutuksen.

Katja Lähtinen (Prof., MMT) ja Charlotta Kankaanpää (Tohtorikoulutettava, KTM)

Vaasan yliopisto/Seinäjoen yliopistokeskus,

Kauppatieteellinen tiedekunta, Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö

Sisällysluettelo

| | |
|---|----|
| 1. Johdanto | 1 |
| 2. Aineisto ja tulosten analyysi..... | 2 |
| 3. Tuloksia asumisesta | 4 |
| 3.1 Mielenpitoita asumisesta ja puurakentamisesta | 4 |
| 3.2 Asumista ja puurakentamista koskevat mielipide-erot vastaajaryhmien välillä..... | 5 |
| 4. Tuloksia puutuotteisiin liittyvistä mielikuvista..... | 9 |
| 4.1 Puutuotteiden tunnistaminen | 9 |
| 4.2 Puun käytön hyödyt..... | 10 |
| 4.3 Puunkäytön hyötyihin liittyvät näkemyserot vastaajaryhmien välillä | 11 |
| 4.4 Puutuotteiden valintaan vaikuttavat tekijät..... | 13 |
| 4.5 Erot vastaajaryhmien välillä puutuotteiden valintapäätöksissä | 15 |
| 5. Tuloksia metsien ja puun käytön viestinnän tietotarpeista..... | 21 |
| 5.1 Metsien ja puun käytön eri muodot..... | 21 |
| 5.2 Viestinnän tietotarve-erot vastaajaryhmien välillä | 21 |
| 6. Tuloksia eri tahojen uskottavuudesta puun käyttöä koskevassa viestinnässä..... | 23 |
| 6.1 Tiedontuottajien ja -välittäjien luotettavuus..... | 23 |
| 6.2 Tietolähteiden uskottavuuteen liittyvät näkemyserot vastaajaryhmien välillä..... | 23 |
| 7. Tuloksia eri mediakanavien käytön toiveista puun käytön ja puurakentamisen viestinnässä..... | 27 |
| 7.1 Toiveet eri mediakanavien käytöstä lisätiedon saamisessa | 27 |
| 7.2 Ero mediakanavien käyttöä koskevissa toiveissa eri vastaajaryhmien välillä | 27 |
| 8. Johtopäätökset..... | 30 |
| Kirjallisuutta..... | 32 |

1. Johdanto

Viestinnässä informaation vastaanottajien asenteet vaikuttavat siihen, kuinka tiedon sisältämiä faktoja omaksutaan (Bohner ja Dickel, 2010). Yhtäältä, jos vastaanottajat kokevat saamansa tiedon kiinnostavaksi ja tärkeäksi, vaikuttaa ensisijaisesti viestinnän informaation sisältö myös heidän tulevien asenteidensa muodostumiseen. Toisaalta, jos vastaanottajat eivät ole erityisen kiinnostuneita saamastaan informaatiosta, korostuvat heidän asenteidensa muodostuksessa muut kuin varsinaiseen informaation sisältöön liittyvät tekijät – esimerkiksi tilanne, jossa tieto saadaan tai tapa, jolla tieto välitetään (Stiff, 1986). Puun käyttöä koskevassa viestinnässä tämä voi tarkoittaa käytännössä sitä, että niiltä osin kuin joillain kuluttajaryhmillä ei ehkä ole erityisiä mielipiteitä metsien ja puun käyttöön liittyvistä asioista, korostuu viestijätahojen ja viestintäkanavien rooli mielipiteiden ja asenteiden muodostuksessa. Vastaavasti, tärkeinä tai mielenkiintoisina pidettyjen seikkojen osalta lisätiedon sisältö korostuu informaatiokanavan valintaa enemmän näkemysten vahvistamisessa tai niiden muuttamisessa.

Metsäsektorin markkinoiden toiminnan näkökulmasta kestävän kehityksen tavoitteiden toteutuminen on yhtäältä seurausta tuote-palvelukonseptien tarjonnan vastuullisuudesta, toisaalta lopputuotteita sekä palveluita ostavien kuluttajien ja muiden asiakkaiden kysynnän vastuullisuudesta sekä näihin vaikuttavien yhteiskunnallisten ohjauskeinojen vaikuttavuudesta (Dauvergne ja Lister, 2010; Toppinen ym., 2016). Kyetäkseen tunnistamaan vastuullisen liiketoiminnan aikaansaamia markkinamahdollisuuksia ja hallitakseen kysyntään liittyviä riskejä, tarvitsevat metsäalan toimijat tietoa siitä, kuinka kuluttajien elämäntapoihin liittyvät asenteet heijastuvat esimerkiksi puumateriaalin käyttöön liittyviin näkemyksiin sekä yritysten tuote-palvelukonseptien hyväksyttävyyteen markkinoilla (Heinonen & Strandvik 2017). Biotalouskehittämiseen metsäsektorilla on merkittäviä positiivisia vaikutuksia, minkä takia tieteellisiin näkökulmiin perustuvan kuluttajainformaation välittäminen esimerkiksi metsäteollisuustuotteiden ominaisuuksista ja kestävän elämäntavan merkityksestä on yhteiskunnallisesti tärkeää (Ollikainen, 2014). Elämäntavat eivät ole kuluttajille sisäsyntyisiä, vaan niiden muodostumiseen vaikuttavat arvot ja kokemukset, joita saadaan esimerkiksi työ-, perhe- ja ystävyys-suhteiden muodostamista sosiaalisista verkostoista sekä erilaisten julkisen ja yksityisen sektorin samoin kuin kansalaisjärjestöjen kautta (Haenfler ym., 2012).

Kuluttajien päätökset ovat biotalouden kehittämisen keskiössä, koska kotitalouksien kulutus (asuminen, liikkuminen, ruoka, tuotteet ja palvelut) muodostavat suurimman osan maailman kasvihuonekaasupäästöistä (esim. Jensen, 2007; Mont ym., 2014; Salo ym., 2016). Suomessa kotitalouksien kulutus aiheuttaa 70 % kotimaisesta hiilijalanjäljestä ja kulutustapojen muuttamista pidetään merkittävänä tekijänä päästöjen pienentämisessä. Vuoden 2013 Eurobarometri-mielipidekyselyn mukaan suomalaiset ovat huolissaan ympäristöasioista ja ovat jossain määrin myös valmiita muuttamaan kulutustottumuksiaan ja elämäntapojaan (Salo ym., 2016). Kuluttajien yksilöllisten valintojen tueksi tarvitaan kuitenkin tuotteita, palveluita, kestävien valintojen tekemiseen kannustavaa päätöksentekoympäristöä sekä poliittisia ohjauskeinoja, joilla edistetään kestävien tuote-palvelukokonaisuuksien tarjontaa ja kysyntää (Bonini ja Oppenheim, 2008; Salo ym., 2016). Luotettavan tiedon jakaminen on tässä prosessissa merkittävässä roolissa.

2. Aineisto ja tulosten analyysi

Hankkeen pääasiallisena tiedonkeruumenetelmänä käytettiin strukturoitua kyselylomaketta, joka lähetettiin tuhannelle Suomessa asuvalle 18–74 -vuotiaalle henkilölle kesä–heinäkuussa 2018. Kyselyn vastaanottajatiedot poimittiin yksinkertaisella satunnaisotannalla Väestörekisterikeskuksen väestötietopalvelusta (<https://vrk.fi/etusivu>).

Lomakkeen suunnittelun taustaksi toteutettiin kirjallisuuskatsaus, jossa hyödynnettiin sekä tieteellistä että popularisoitua aihepiiriin liittyvää kirjallisuutta. Lisäksi merkittävänä osana kyselylomakkeen laadintaa haastateltiin puutuotealan sidosryhmäasiantuntijoita puurakentamisen arvoketjun eri osa-alueilta empiiristen näkökulmien vahvistamiseksi. Ensimmäinen kyselykierros toteutettiin yksinomaan postitse palautettavalla paperilomakkeella, muistutuskyselyyn oli mahdollista vastata joko paperilomakkeella tai sen kanssa sisällöllisesti identtisellä sähköisellä lomakkeella. Kahden tiedonkeruukierroksen jälkeen lomakkeen palautti täytettynä 256 henkilöä (vastausprosentti 25,6 %), mikä on samaa suuruusluokkaa kyselyihin yleisesti saatavien vastausprosenttien kanssa (esim. Kaplowitz ym., 2004).

Kysely sisälsi vastaajien metsien ja puun käyttöön sekä puutuotteisiin ja puurakentamiseen liittyviä mielipiteitä mittaavia kysymyksiä. Lisäksi kartoitettiin vastaajien metsiin ja puutuotteisiin liittyviä tietotarpeita sekä viestintään liittyviä näkemyksiä. Kysymykset oli muotoiltu Likert -asteikolla viisiportaisiksi väittämissä. Lisäksi taustamuuttujina kerättiin tietoa esimerkiksi vastaajien asumiseen liittyvistä preferensseistä. Lomakkeen lopussa oli avovastausosio, johon vastaajilla oli mahdollisuus omin sanoin kommentoida joko kyselyä tai esittää yleisemmin aihepiiriin liittyviä omia mielipiteitään.

Vastaajista noin 73 % asui kaupunkimaisissa kunnissa, noin 15 % taajaan asutuissa kunnissa ja noin 12 % maaseutumaisissa kunnissa¹. Aineiston analyyseissä vastaajat jaettiin kaupunkimaisissa kunnissa tai taajaan asutuissa kunnissa ja maaseutumaisissa kunnissa asuviin, koska teollisen puurakentamisen näkökulmasta kaupunkimaisen rakentamisen kysymykset poikkeavat erityisesti aluesuunnitteluun liittyvien ratkaisujen näkökulmista tiheästi asutuilla alueilla merkittävästi haja-asutusalueita.

Vastaajien keski-ikä oli noin 53 vuotta ja ikäluokittaisia tarkasteluja varten analyyseissa heidät luokiteltiin alle 60 vuotiaisiin (58 % vastanneista) sekä 60-vuotiaisiin tai vanhempiin (42 % vastanneista). Naisia vastanneista oli noin 48 % ja miehiä noin 52 %. Kaksi vastanneista ei kertonut sukupuoltaan. Koulutuksensa kertoneista vastaajista kolmasosa (34 %) oli suorittanut ammatillisen tutkinnon, noin puolet joko akateemisen tutkinnon (24 %) tai ammattikorkeakoulututkinnon (23 %), hieman yli 10 % oli suorittanut joko lukion, peruskoulun tai sitä vastaavan koulutusasteen sekä hieman alle 10 % jonkin muun tutkinnon (esim. entinen opistotason koulutus).

Aineiston analyysit perustuvat eri kysymyksiin saatujen vastausten prosenttiosuuksien ja eri vastaajaryhmien välisten erojen tarkasteluihin. Taustamuuttujien osalta tässä raportissa on analysoitu vastaajaryhmien välisiä eroja erityyppisissä kunnissa asuvien ja eri ikäisten vastaajien sekä naisten ja miesten välillä. Koska valtaosa vastaajista asui joko kaupunkimaisissa tai taajaan asutuissa kunnissa, analysoitiin kuntaluokittaisten tilastollisesti merkitsevien erojen tarkasteluissa myös mahdolliset kaupungeissa ja taajaan asutuissa kunnissa asuvien vastaajien välisiä eroja. Vastaajaryhmien välisten erojen osalta on esitetty ne tulokset, jotka mielipideasteikolla mitattujen muuttujien tilastollisiin tarkasteluihin soveltuvan Mann-Whitney U-testin tulosten perusteella ovat olleet tilastollisesti erittäin merkitseviä (99,9 % luottamustaso), merkitseviä (99 % luottamustaso) tai melkein merkitseviä (95 % luottamustaso).

¹Tilastokeskuksen (2015) mukaan 1) Kaupunkimaisissa kunnissa väestöstä vähintään 90 % asuu taajamissa tai suurimman taajaman väkiluku on vähintään 15 000. 2) Taajaan asutuissa kunnissa väestöstä vähintään 60 %, mutta alle 90 % asuu taajamissa ja suurimman taajaman väkiluku on vähintään 4 000, mutta alle 15 000. 3) Maaseutumaisissa kunnissa väestöstä alle 60 % asuu taajamissa ja suurimman taajaman väkiluku on alle 15 000, sekä kunnat, joiden väestöstä vähintään 60 %, mutta alle 90 % asuu taajamissa ja suurimman taajaman väkiluku on alle 4 000.

Koska tulokset perustuvat pieneen näytteeseen Suomessa asuvien henkilöiden mielipiteistä, eivät tulokset ole edustavia kuvaamaan kaikkien suomalaisten näkemyksiä niistä asioista, joita raportissa on esitetty. Kuten tapaustutkimukset ylipäättään, voivat tulokset auttaa muodostamaan käsityksiä tutkimuskohteena olevaan ilmiöön vaikuttavista tekijöistä, joita harkituin oletuksin voidaan olettaa esiintyvän myös laajemmin yhteiskunnassa. Tämän raportin osalta se käytännössä tarkoittaa esimerkiksi uutta ymmärrystä puuhun sekä laajemmin metsiin liittyvien tarpeiden ja mielikuvien roolista kuluttajien koteihin liittyvissä valinnoissa kuin myös niihin liittyvistä tietotarpeista.

Aineiston rakenteen osalta vastaajat edustivat laajasti eri-ikäisiä henkilöitä samoin kuin miehiä ja naisia. Asuinkuntien osalta vastaajia oli maaseutua enemmän kaupunkimaisista ja taajaan asutuista kunnista, mihin suurelta osin ovat vaikuttaneet esimerkiksi kuntaliitokset, joiden seurauksena monet maaseutumaiset ja kaupungit tai taajaan asutut kunnat ovat yhdistyneet. Asuinpaikkaa koskeviin tuloksiin tämä on saattanut aiheuttaa tulkinnanvaraisuuksia esim. sen takia, että vastaajan kotikunta saatettu luokitella kaupungiksi, vaikka todellisuudessa asuinpaikka on kaupungin maaseutumaisessa miljöössä. Lisäksi on muistettava, että toisin kuin ikäluokittaisissa ja eri sukupuolia koskevissa tuloksissa, ovat kuntaluokittaisissa tuloksissa vastaajien määrä kaupungeissa ja taajamamaisissa kunnissa asuvien vastaajien ryhmässä huomattavasti maaseutumaisissa kunnissa asuvien vastaajien määrää suurempi.

3. Tuloksia asumisesta

3.1 Mielipiteitä asumisesta ja puurakentamisesta

Vastaajien asumistoiveita kysyttiin lomakkeessa seitsemän erilaisen asumisympäristöihin, asuntojen suunnitteluun ja puurakentamiseen liittyvän väittämän avulla. Taulukossa 1 on kuvattu väittämiin eri tavoin suhtautuneiden vastaajien suhteelliset osuudet koko aineistossa.

Asuinympäristön osalta valtaosa vastaajista (yli 90 %) oli samaa mieltä tai täysin samaa mieltä väittämästä, joka liittyi kodin sijaintiin lähellä luonnonympäristöjä. Neutraaleja (ei samaa eikä eri mieltä) asian suhteen oli hyvin vähän, ainoastaan noin 5 % vastanneista. Kaupunkimaiseen ja maaseutumaiseen asumiseen liittyvän väittämän osalta vastaukset jakautuivat selkeämmin kahteen ryhmään: lähes 45 % kyselyyn vastanneista oli samaa mieltä tai täysin samaa mieltä halustaan asua kaupungissa tai taajama-alueella, kun taas lähes 45 % oli täysin eri mieltä tai eri mieltä halustaan kaupungissa tai taajama-alueella. Vastanneista lähes 90 % luokitui asuinkuntansa ja Tilastokeskuksen luokituksen perusteella kaupunki- tai taajama-asujiksi. Mikäli vastaajien asuinmiljööt olisivat olleet kuntaluokittelujen kanssa täysin yhdenmukaisia, olisi tämä tarkoittanut sitä, että valtaosa kaupunkimaisissa tai taajamamaisissa miljöissä asuvista ei olisi ollut tyytyväisiä asuinympäristöihinsä. Todennäköistä kuitenkin on, että ainakaan kaikilta osin vastaajien luokittuminen kaupunki- tai taajama-asujiin ei ole vastannut todellisuutta suuriin kaupunkeihin kuuluvien maaseutumaisten asuinalueiden takia.

Asumismuodon osalta aineisto jakautui asuinympäristön tavoin kahdentyyppisiin näkemyksiin. Kun yli 40 % vastaajista oli samaa mieltä tai täysin samaa mieltä siitä, että asuisi yhtä mielellään omakoti-, rivi- kuin kerrostalossakin, jos asunto ja asuinympäristö vastaisivat arjen tarpeita ja elämänarvoja, oli väittämästä eri mieltä tai täysin eri mieltä myös yli 40 % vastaajista. Epävarmoja mielipiteestään oli vain hieman yli 10 % vastaajista, mikä osoittaa vastanneilla olleen ainakin jossain määrin selkeä näkemys toiveistaan. Arjen tarpeisiin ja arvioihin liittyi myös kysymys, jossa tarkasteltiin asunnon suunnitteluun liittyvien vaikutusmahdollisuuksien merkitystä kodinvalinnassa. Lähes 80 % vastaajista oli samaa mieltä tai täysin samaa mieltä siitä, että heille kodin valinnassa olisi tärkeää päästä vaikuttamaan asunnon suunnitteluun esimerkiksi pohjaratkaisuissa ja materiaalivalinnoissa. Vastaavasti alle 5 % ei pitänyt tärkeänä tai ollenkaan tärkeänä mahdollisuuksiaan vaikuttaa asunnon suunnitteluun. Hieman alle 20 %:lla ei ollut erityistä mielipidettä vaikutusmahdollisuuksien merkityksestä kotinsa suunnittelussa.

Teollisen puurakentamisen ja laajemmin asumiseen liittyvän puunkäytön hyväksyttävyyttä mitattiin lomakkeessa puukerrostaloasumiseen, puun palon- ja kosteudenkestävyyteen liittyviin mielikuviin sekä puunkäytön hyötyihin liittyvillä kysymyksillä. Vastaajista noin 40 % oli samaa mieltä (27 %) tai täysin samaa mieltä (14 %) siitä, että asuisi mielellään puukerrostalossa, jos omiin tarpeisiin sopivia koteja olisi niistä saatavilla. Väittämästä ei samaa eikä eri mieltä olevien osuus vastanneista oli lähes 30 %, mikä on huomattavasti suurempi kuin asuinympäristöä, asumismuotoa tai asunnon suunnittelua koskevien vastausten tuloksissa.

Kaikkiin teolliseen puurakentamisen ja puun asumiskäyttöön liittyvät vastaukset olivat asuinympäristöön, asumismuotoon tai asunnon suunnitteluun liittyviin väittämiin saatuihin vastauksiin verrattuna selkeämmin jakautuneet monenlaisiin mielipiteisiin. Erityisesti puukerrostaloasumiseen liittyvässä väittämässä ilman erityistä mielipidettä olleiden vastaajien osuus oli erittäin suuri, lähes 30 %. Syy tähän saattaa olla muun muassa yleinen puukerrostalorakentamiseen ja -asumiseen liittyvä tietovaje, mikä aiheutuu puukerrostalokoteihin liittyvien henkilökohtaisten kokemusten puutteesta. Kohteita on toistaiseksi valmistunut suhteellisen vähän erityisesti omistusasuntomarkkinoille, minkä takia kovin moni ole vielä henkilökohtaisesti päässyt tutustumaan modernilla rakennustekniikalla toteutettuun puukerrostaloon.

Taulukko 1. Vastaajien suhtautuminen asumismielityksiä koskeviin väittämiin.*

| Väittäjä | Täysin eri mieltä | Eri mieltä | Ei samaa eikä eri mieltä | Samaa mieltä | Täysin samaa mieltä |
|---|-------------------|------------|--------------------------|--------------|---------------------|
| Asuin ympäristö | | | | | |
| "Asuisin mieluummin kaupungissa tai taajama-alueella kuin maaseudulla" | 22,5 % | 22,5 % | 12,5 % | 22,3 % | 22,3 % |
| "Haluaisin kotini sijaitsevan lähellä luonnonympäristöjä esim. metsät, niityt, puistot, vesistöt, ulkoilualueet" | 0,8 % | 1,2 % | 4,7 % | 33,2 % | 60,2 % |
| Asumismuoto | | | | | |
| "Kotini valinnassa minulle olisi tärkeää päästä itse vaikuttamaan asunnon suunnitteluun esim. pohjaratkaisut ja materiaalivalinnat" | 1,6 % | 2,7 % | 16,8 % | 44,1 % | 34,8 % |
| "Asuisin yhtä mielelläni omakoti-, rivi- kuin kerrostalossakin, jos asunto ja asuin ympäristö vastaisivat arjen tarpeitani ja arvojeni esim. harrastukset, kulkuyhteydet, alueen maine" | 12,1 % | 31,3 % | 13,7 % | 21,5 % | 21,5 % |
| Puun käyttö rakentamisessa ja asumisessa | | | | | |
| "Asuisin mielelläni nykyaikaisessa puurunkoisessa kerrostalossa, jos tarpeisiini sopivia koteja olisi saatavilla puukerrostalosta" | 9,8 % | 21,6 % | 27,5 % | 27,1 % | 14,1 % |
| "Toivoisin kotini olevan muussa kuin puurunkoisessa talossa, koska puun teknisistä ominaisuuksista ei ole riittävästi tietoa esim. kosteuden- ja palonkestävyys" | 25,8 % | 39,5 % | 24,2 % | 8,6 % | 2,0 % |
| "Haluaisin suosia kodissani puun käyttöä, jos puun käytön yhteiskunnallisista ja ekologisista hyödyistä olisi enemmän tietoa" | 1,2 % | 4,3 % | 26,2 % | 48,4 % | 19,9 % |

*Taulukon vaalean harmaiksi merkityissä soluissa vähintään kolmasosa (33,3 %) ja tumman harmaiksi merkityissä soluissa vähintään puolet (50 %) vastaajista on kuulunut samaan mielipideryhmään.

3.2 Asumista ja puurakentamista koskevat mielipide-erot vastaajaryhmien välillä

Asumistoiveita koskevien tulosten jatkoanalyysissä tarkasteltiin Mann-Whitneyn U-testillä, oliko eri tyyppisissä kunnissa asuvien, eri-ikäluokkiin kuuluvien tai eri sukupuolta olevien vastaajien välillä havaittavissa tilastollisesti merkitseviä eroja heidän asumismielityksiensä suhteen (Taulukko 2). Tulosten mukaan tilastollisesti merkitseviä eroja oli asuin ympäristön osalta kaupunki-/taajama-asumisen ja maaseutumaisen asumisen suosimisen (eroja kuntaluokkien ja sukupuolien välillä), asumismuodon osalta omakoti-, rivitalo- ja kerrostaloasumiseen suosimisen (eroja kunta- ja ikäluokkien välillä) sekä puun käytön osalta puukerrostaloasumiseen ja puun kosteuden- ja palonkestävyyteen (eroja kuntaluokkien välillä) koskevien näkemysten suhteen.

Taulukko 2. Vastaajaryhmien välisten erojen tilastollisten testien (Mann-Whitneyn U-testi) tulokset asumistoiveiden suhteen. X = Ryhmien välillä eroa, - = Ryhmien välillä ei eroa.

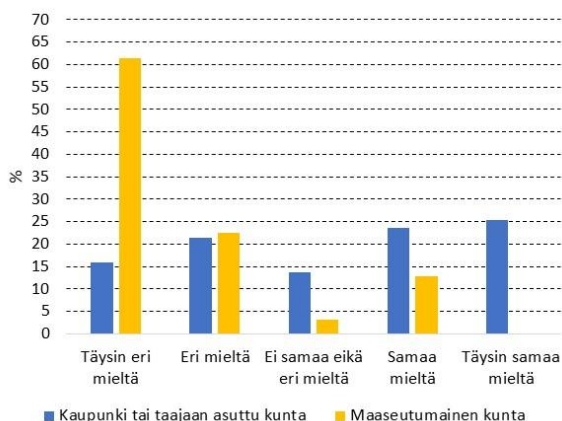
| Väittäjä | Kuntaluokka | Ikäluokka | Sukupuoli |
|---|-------------|-----------|-----------|
| Asuin ympäristö | | | |
| "Asuisin mieluummin kaupungissa tai taajama-alueella kuin maaseudulla" | X*** | - | X* |
| "Haluaisin kotini sijaitsevan lähellä luonnonympäristöjä esim. metsät, niityt, puistot, vesistöt, ulkoilualueet" | - | - | - |
| Asumismuoto | | | |
| "Kotini valinnassa minulle olisi tärkeää päästä itse vaikuttamaan asunnon suunnitteluun esim. pohjaratkaisut ja materiaalivalinnat" | - | - | - |
| "Asuisin yhtä mielelläni omakoti-, rivi- kuin kerrostalossakin, jos asunto ja asuin ympäristö vastaisivat arjen tarpeitani ja arvojeni esim. harrastukset, kulkuyhteydet, alueen maine" | X* | X** | - |
| Puun käyttö rakentamisessa ja asumisessa | | | |
| "Asuisin mielelläni nykyaikaisessa puurunkoisessa kerrostalossa, jos tarpeisiini sopivia koteja olisi saatavilla puukerrostalosta" | X** | - | - |
| "Toivoisin kotini olevan muussa kuin puurunkoisessa talossa, koska puun teknisistä ominaisuuksista ei ole riittävästi tietoa esim. kosteuden- ja palonkestävyys" | X* | - | - |
| "Haluaisin suosia kodissani puun käyttöä, jos puun käytön yhteiskunnallisista ja ekologisista hyödyistä olisi enemmän tietoa" | - | - | - |

***Tilastollinen luottamustaso erittäin merkitsevä (99,9 %); **merkitsevä (99 %); *melkein merkitsevä (95 %)

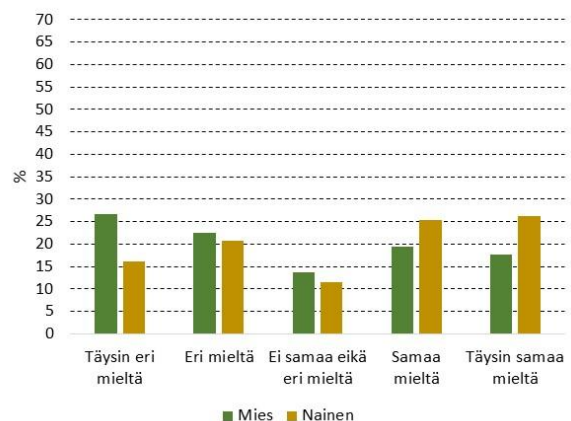
Asuinpaikkaa koskevan väittämän tulokset eroavat vastaajien välillä tilastollisesti kuntaluokittain. Kaupungeissa ja taajaan asutuissa kunnissa asuvista vastaajista hieman alle 50 % oli samaa mieltä tai täysin samaa mieltä kaupunki- tai taajama-asumisen mielekkyydestä, kun taas maaseutumaisissa kunnissa asuneista vastaajista lähes 85 % oli väittämästä joko eri mieltä tai täysin eri mieltä (Kuva 1). Tulosten tulkinnan näkökulmasta tämä tarkoittaa, että erityisesti maaseutumaisissa kunnissa asuvat olivat ovat asuinpaikkaansa tyytyväisiä. Kaupungissa ja taajaan asutuissa kunnissa asuvien osalta tulos ei ole yhtä yksiselitteinen, sillä lähes 40 % kaupungeissa tai taajamissa asuneista vastaajista oli väittämän suhteen täysin eri mieltä tai eri mieltä. Maaseutumaisissa kunnissa asuneista vastaavasti ainoastaan 13 % vastasi olevansa samaa mieltä siitä, että haluaisi asua mieluummin kaupungissa tai taajama-alueella. Täysin samaa mieltä väittämästä ei maaseutuasukunnissa ollut yksikään vastaaja.

Koska kaupunkimaisissa ja taajaan asutuissa kunnissa voi osin Tilastokeskuksen (2015) luokittelun laajuuden, osin kahden luokan yhdistämisistä aiheutuneiden syiden takia olla suuriakin eroja, tarkasteltiin vastaajien välisiä eroja myös kaupunkimaisissa kunnissa ja taajaan asutuissa kunnissa asuvien vastaajien välillä. Tulosten mukaan näidenkin vastaajaryhmien välillä oli 99 % luottamustasolla tilastollisesti merkitsevä ero: kaupunkimaisissa kunnissa asuvista noin 55 % oli samaa mieltä tai täysin samaa mieltä halustaan asua kaupungeissa, kun taas taajama-alueilla asuvilla vastaava luku oli noin 25 %. Eri mieltä tai täysin eri mieltä kaupunkiasumisen haluttavuudesta oli hieman yli 60 % taajama-alueilla asuneista vastaajista, kun vastaava luku kaupungissa asuneilla vastaajilla oli noin 35 %. Riippumatta analyyseissä käytetystä kuntaluokittelusta tulos antaa viitettä siitä, että erityisesti taajaan asutuissa kunnissa osa vastaajista on asuinpaikkaansa jossain määrin tyytymättömiä.

Asuinpaikkaa koskevan väittämän suhteen naisten ja miesten vastaukset eroavat toisistaan tilastollisesti siten, että naiset suhtautuivat kaupunki- ja taajama-asumiseen miehiä positiivisemmin (Kuva 2). Miehistä noin 25 % oli täysin eri mieltä halustaan asua kaupungeissa tai taajaan asutuissa kunnissa (naisten vastaava osuus noin 15 %), kun taas naisista noin 25 % oli täysin samaa mieltä halustaan asua kaupungeissa tai taajamissa (miesten vastaava osuus noin 15 %). Samaa mieltä väittämän suhteen oli naisista myös noin 25 % kun miesten vastaava osuus oli alle 20 %. Tuloksissa ei ollut tilastollisesti merkitseviä eroja ikäluokittain nuorempiin (18 – 59 - vuotiaat) ja vanhempiin (60-vuotiaat ja yli) ikäluokkiin kuuluvien miesten ja naisten välillä eli yleisesti ottaen kaupungeissa ja taajamissa asumisen halukkuus oli naisten keskuudessa miehiä suurempaa.



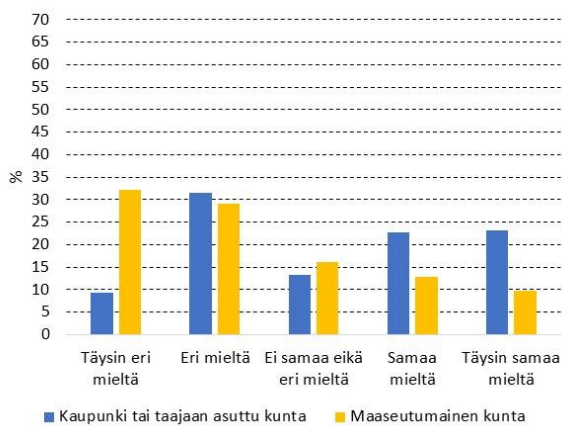
Kuva 1. Kuntaluokittain vastaukset väittämään "Asuisin mieluummin kaupungissa tai taajama-alueella kuin maaseudulla".



Kuva 2. Sukupuolittain vastaukset väittämään "Asuisin mieluummin kaupungissa tai taajama-alueella kuin maaseudulla".

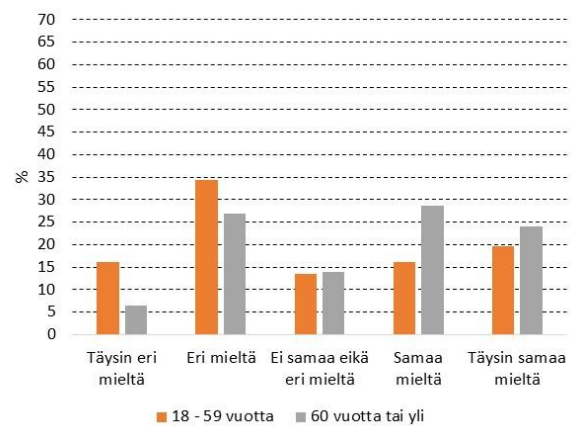
Asumismuotoon liittyvän väittämän osalta tilastollisesti merkitseviä eroja havaittiin eri kuntaluokkiin (Kuva 3) ja eri ikäluokkiin (Kuva 4) kuuluvien vastaajien välillä. Yleisesti ottaen halukkuus asua niin omakoti-, rivi- kuin kerrostalossakin oli kaupungeissa ja taajaan asutuissa kunnissa asuvien vastaajien keskuudessa suurempaa kuin maaseutumaisissa kunnissa asuvilla vastaajilla. Kuntaluokittaiset tulokset liittynevät siihen, että maaseutumaisilla alueilla asuvat lähtökohtaisesti ovat hakeutuneet miljöisiin, joissa esimerkiksi omakotitaloasuminen on kaupungeja tai taajaan asuttuja kuntia yleisempää.

Ikäluokittain tarkasteltuna vanhemmat vastaajat pitivät vähemmän tärkeänä itse asumismuotoa, kunhan koti itsessään vastaisi arjen tarpeita ja omaa arvomaailmaa: 60 vuotta täyttäneistä vastaajista yli 50 % oli samaa mieltä tai täysin samaa mieltä asumismuotoa koskevasta väittämästä, kun taas alle 60-vuotiaiden ryhmässä samaa mieltä tai täysin samaa mieltä olevien osuus oli noin 35 % kaikista vastaajista. Vastaavasti eri mieltä tai täysin eri mieltä väittämän suhteen oli 60 vuotta täyttäneistä vastanneista noin 30 %, kun taas alle 60-vuotiaiden ryhmässä eri mieltä tai täysin eri mieltä olleiden osuus oli selkeästi suurempi, noin 50 % vastanneista.



Kuvat 3. Kuntaluokittaiset vastaukset väittämään

”Asuisin yhtä mielelläni omakoti-, rivi- kuin kerrostalossakin, jos asunto ja asuinympäristö vastaisivat arjen tarpeitani...”



Kuvat 4. Ikäluokittaiset vastaukset väittämään

”Asuisin yhtä mielelläni omakoti-, rivi- kuin kerrostalossakin, jos asunto ja asuinympäristö vastaisivat arjen tarpeitani...”

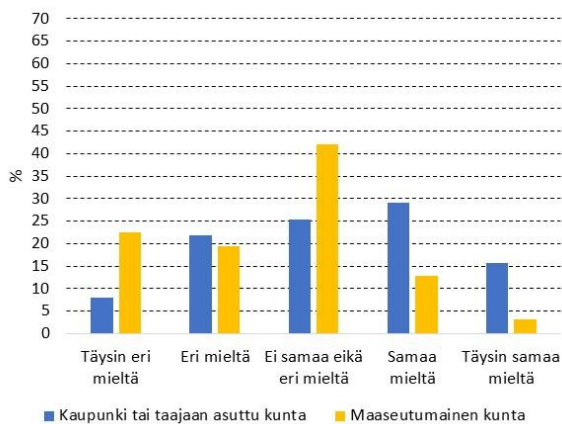
Esimerkiksi puukerrostalorakentamisen markkinamahdollisuuksien kehittymisen näkökulmasta nykyistä parempi ymmärrys varttuneempien kuluttajien arvo-odotuksista voi tarjota merkittäviä uusia avauksia. Kotitalouksissa, joissa ei asu välttämättä enää esimerkiksi alaikäisiä tai nuoria aikuisia, tarpeet ja perheen vanhempien mahdollisuudet omien henkilökohtaisten asumispreferenssien toteuttamiseen voivat olla aikaisempaa paremmat. Lisäksi erityisiä asumisen palveluita tarjoavien senioriasumismallien kehittämisessä arjen tukea kaipaavien kuluttajien tarpeiden ymmärtäminen on erityisen tärkeää.

Alle 60-vuotiaiden ryhmää koskevassa lisäanalyysissä tarkasteltiin myös mahdollisia asumismuodon hyväksyttävyyteen liittyviä eroja alle 35-vuotiaiden ja 35 vuotta täyttäneiden vastaajien välillä. Mann-Whitneyn U-testin mukaan alle 60-vuotiaiden ryhmän sisällä ei vastaajien välillä ollut tilastollisesti merkitseviä eroja eli halukkuus esimerkiksi alle 35-vuotiaiden vastaajien keskuudessa asua ”millaisessa tahansa” asumismuodossa ei ollut 35-vuotta täyttäneitä suurempaa.

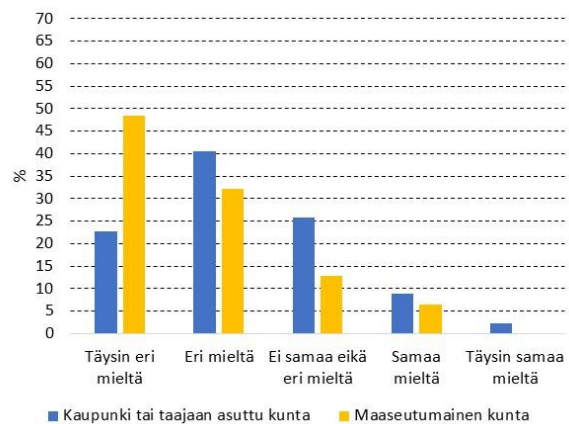
Halukkuudessa puurunkoisessa kerrostalossa asumiseen oli tilastollisesti eroja kuntaluokittain (Kuva 5) siten, että kaupungeissa ja taajaan asutuissa kunnissa asuneista vastaajista lähes 50 % oli väittämän suhteen samaa mieltä tai täysin samaa mieltä (maaseutumaisissa kunnissa vastaava luku alle 15 %). Täysin eri mieltä tai eri mieltä väittämän suhteen oli kaupungeissa ja taajamissa asuvista noin 25 % (maaseutumaisissa kunnissa vastaava luku yli 40 %). Lisäksi ei samaa eikä eri mieltä olevien osuus maaseutumaisissa kunnissa asuvilla vastaajilla (yli 40 %) oli kaupungeja tai taajaan asuttuja kuntia edustavia vastaajia huomattavasti suurempi (noin 25 %). Tulos liittyyneen asumismuotoihin siten, että jos vastaaja oli ylipäätään halukas asumaan kerrostalossa, ei

runkomateriaalia sinällään nähty ongelmaksi. Kuntaluokkia koskien tehtiin lisäanalyysi myös mahdollisista eroista kaupungeista ja taajaan asutuista kunnista olleiden vastaajien välillä. Tilastollisesti merkitseviä eroja puukerrostaloasumisen hyväksyttävyydestä ei heidän välillään havaittu.

Puurakentamisen teknisten ominaisuuksien (esim. kosteudenkestävyys ja paloturvallisuus) merkitystä asumisvalintoihin arvioitiin käänteisellä väittämällä, jossa vastaajia pyydettiin ottamaan kantaa siihen, toivoisivatko he kotinsa olevan tietopuutteiden takia mieluummin muussa kuin puurunkoisessa talossa. Tilastollisesti merkitseviä eroja eri vastaajaryhmien välillä havaittiin kuntaluokittain (Kuva 6) siten, että maaseutumaisissa kunnissa puurakentamisen tietopuutteista oltiin selkeästi enemmän täysin eri mieltä (lähes 50 % vastaajista) tai eri mieltä (yli 30 % vastaajista) kuin kaupungeissa tai taajaan asutuissa kunnissa, joissa vastaavat luvut olivat 20 % (täysin eri mieltä) ja 40 %. Epävarmoiksi vastaajiksi tulkittavien, ei samaa eikä eri mieltä olevien vastaajien osuus oli kaupungeissa ja taajaan asutuissa kunnissa noin 25 %, kun maaseutumaisissa kunnissa heitä oli vajaa 15 % vastaajista. Myös väittämästä samaa mieltä tai täysin samaa mieltä olevien osuus oli maaseudulla asuvilla vastaajilla muita alhaisempi. Koska yli neljäsosa kaupunkimaisen puurakentamisen potentiaalisilla alueilla asuneista vastaajista oli ainakin jossain määrin epävarmoja puurakentamisen teknisistä kysymyksistä, on ymmärrettävä ja oikein kohdennettu kuluttajaviestintä virheellisten mielikuvien muodostumisen ennaltaehkäisemiseksi tulevaisuudessa erittäin tärkeää.



Kuva 5. Kuntaluokittaiset vastaukset väittämään "Asuisin mielelläni nykyaikaisessa puurunkoisessa kerrostalossa, jos tarpeisiini sopivia koteja olisi saatavilla puukerrostalosta".



Kuva 6. Kuntaluokittaiset vastaukset väittämään "Toivoisin kotini olevan muussa kuin puurunkoisessa talossa, koska puun teknisistä ominaisuuksista ei ole riittävästi tietoa..."

4. Tuloksia puutuotteisiin liittyvistä mielikuvista

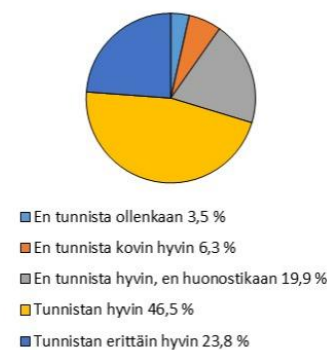
4.1 Puutuotteiden tunnistaminen

Oleellinen osa puutuotteiden ominaisuuksia ja puurakentamista koskevan viestinnän kehittämistä on käsitys siitä, kuinka hyvin kuluttajat tunnistavat erilaisia puutuotteita. Elleivät kuluttajat tunnista puutuotteita tai erota niitä kilpailevista puuta jäljittelevistä tuotteista, voivat he esimerkiksi päätyä ostotilanteissa valitsemaan puutuotteiden kaltaisia, muista materiaaleista valmistettuja hyödykkeitä aidon puumateriaalin hyötyihin perustuvien faktojen tai mielikuvien pohjalta.

Koska kyselytutkimuksessa informaation hankkiminen vastaajien todellisesta tietotasosta on erittäin vaikeaa esimerkiksi erilaisten materiaaliominaisuuksia koskien, päädyttiin kyselyssä mittaamaan vastaajien omia näkemyksiään puutuotteisiin liittyvästä tietämyksestään. Puutuotteet jaoteltiin tunnistamista koskevassa kysymyksessä yksinkertaistetusti erityisesti puutuoteteollisuuden kotien sisustuksissa käytettyjen kuluttajatuotteiden lähtökohdista massiivipuisiin tuotteisiin (esim. kokopuiset pöytäpinnat tai ovet), viilutettuihin tuotteisiin (esim. puuviilupintaiset lastulevytuotteet), maalaamalla tai melamiinilla pinnoitettuihin tuotteisiin (esim. kaapistot ja hyllyt) sekä komposiittivalmisteisiin (esim. terassilaudat ja pienesineet). Tunnistamista koskevat tulokset on esitetty kuvissa 7–10.



Kuva 7. Massiivipuutuotteiden tunnistaminen vastaaja-aineistossa.



Kuva 8. Viilutettujen tuotteiden tunnistaminen vastaaja-aineistossa.



Kuva 9. Pinnoitettujen (esim. melamiini) tuotteiden tunnistaminen vastaaja-aineistossa.



Kuva 10. Komposiittituotteiden tunnistaminen vastaaja-aineistossa.

Kuten yllä esitetyistä kuvista voidaan havaita, tunnistivat vastaajat parhaiten massiivipuutuotteita. Lisäksi massiivipuutuotteiden kohdalla epävarmojen tai niitä huonosti tunnistavien määrä oli muihin puutuotteisiin verrattuna alhaisempi, yhteensä alle 20 % vastaajista. Myös viilutettuja ja pinnoitettuja puutuotteita tunnistettiin suhteellisen hyvin, joskin lähes 20 % vastaajista oli luokiteltavissa epävarmoiksi (en tunnista hyvin, en huonostikaan) ja 6–10 % sellaisiksi, jotka tunnistivat näitä tuotteita hyvin tai eivät ollenkaan.

Komposiittituotteita vastaajat tunnistivat huonoimmin; vastaajista lähes 40 % kuului joukkoon, joka ei tunnistanut hyvin tai erittäin hyvin kyseisiä tuotteita.

Mann-Whitneyn U-testin mukaan kuntaluokittain tai ikäluokittain vastaajaryhmien välillä ei ollut eroja, sen sijaan sukupuolittain vastaajaryhmien välisiä eroja havaittiin massiivi- ja viilupuisten tuotteiden osalta 99 % luottamustasolla sekä pinnoitettujen puutuotteiden ja komposiittituotteiden osalta 95 % luottamustasolla. Kuten taulukosta 3 voidaan havaita, olivat esimerkiksi miesvastaajien suhteelliset osuudet tuotteita erityisesti erittäin hyvin tunnistavien ryhmässä naisten osuuksia suuremmat. Vastaavasti naisvastaajien osuudet tuotteita ei ollenkaan tai ei kovin hyvin tunnistavien ryhmissä olivat miesvastaajien osuuksia suuremmat.

Taulukko 3. Miesten ja naisten väliset erot erilaisten puutuotteiden tunnistamisessa.

| | Massiivi-puutuotteet | | Viilutetut puutuotteet | | Pinnoitetut puutuotteet | | Komposiittituotteet | |
|------------------------------------|----------------------|--------|------------------------|--------|-------------------------|--------|---------------------|--------|
| | Mies | Nainen | Mies | Nainen | Mies | Nainen | Mies | Nainen |
| En ollenkaan | 0,0 % | 1,5 % | 3,3 % | 3,8 % | 0,8 % | 3,8 % | 1,6 % | 9,9 % |
| En tunnista kovin hyvin | 3,3 % | 7,6 % | 2,4 % | 9,9 % | 1,6 % | 11,4 % | 3,3 % | 17,6 % |
| En tunnista hyvin, en huonostikaan | 13,0 % | 12,9 % | 17,1 % | 22,1 % | 18,7 % | 20,5 % | 30,9 % | 21,4 % |
| Tunnistan hyvin | 40,7 % | 50,8 % | 46,3 % | 46,6 % | 43,1 % | 47,0 % | 39,0 % | 40,5 % |
| Tunnistan erittäin hyvin | 43,1 % | 27,3 % | 30,9 % | 17,6 % | 35,8 % | 17,4 % | 25,2 % | 10,7 % |

4.2 Puun käytön hyödyt

Puun käytön hyötyihin liittyviä näkemyksiä kysyttiin lomakkeessa 18 väittämällä. Teemat liittyivät puun ekologisuuteen, tekniseen kestävyteen, terveellisyteen ja rakentamiseen (Taulukko 4). Kaikkein yksiselitteisimmin vastaajat olivat yhtä mieltä puun uusiutuvuudesta (yli 50 % täysin samaa mieltä, lähes 40 % samaa mieltä), vaikka ylipäätään vähintään samaa mieltä olleiden osuus oli muidenkin väittämien kohdalla korkea ja täysin eri mieltä tai eri mieltä olleiden alhainen. Olennaista on kuitenkin huomata, että melko usean väittämän kohdalla ei samaa eikä eri mieltä olleiden osuus oli melko suuri: vähintään noin kolmasosa vastaajista ei ollut samaa eikä eri mieltä puun energiatehokkuudesta, ilmastonmuutoshyödyistä, paloturvallisuudesta, positiivisista fyysisistä terveysvaikutuksista, antibakteerisuudesta, sisustuskäytön mielikuvavaikutuksista tai hintakilpailukyystä.

Mielikuvavaikutukset ja hintakilpailukyky ovat osin subjektiivisesti mitattavia tai kontekstisidonnaisia, kun taas terveysvaikutuksista ei erityisesti viime vuosina virinneestä aktiivisesta kansainvälisestä tutkimustyöstä huolimatta ole vielä laaja-alaista yksiselitteistä tietoa. Tämän takia mielikuvavaikutusten, hintakilpailukyyn samoin kuin terveysvaikutusten suhteen mielipiteistään "epävarmojen" suuri osuus on loogisesti ymmärrettävissä. Sen sijaan puutuotteiden energiatehokkuudesta suhteessa muihin materiaaleihin samoin kuin teollisen puurakentamisen paloturvallisuudesta ja ilmastonmuutoshyödyistä on olemassa laajasti näyttöä. Siksi erityisesti ei samaa eikä eri mieltä olleiden suuri osuus (lähes kolmasosa vastaajista) puutuotteiden energiatehokkuuteen, paloturvallisuuteen ja ilmasto- ja terveyshyötyihin liittyvän väittämän suhteen on samanaikaisesti merkki sekä puutteista kyseisiin teemoihin liittyvässä viestinnässä että tarpeesta tuoda yhä selvemmin esiin näitä puunkäytön hyötyjä suurelle yleisölle.

Taulukko 4. Vastaajien suhtautuminen puun käytön liittyviä hyötyjä mittaaviin väittämiin.*

| Väittäjä | Täysin eri mieltä | Eri mieltä | Ei samaa eikä eri mieltä | Samaa mieltä | Täysin samaa mieltä |
|---|-------------------|------------|--------------------------|--------------|---------------------|
| Puun ympäristöhyödyt | | | | | |
| "Puu on energiatehokas vaihtoehto, esim. puutuotteiden valmistus kuluttaa vähän energiaa verrattuna muihin materiaaleihin" | - | 3,1 % | 32,7 % | 48,4 % | 15,7 % |
| "Puun käyttö rakentamisessa hillitsee ilmastonmuutosta, esim. puuta voidaan pitää hiilivarastona" | 0,4 % | 4,7 % | 32,3 % | 46,9 % | 15,7 % |
| "Puu on uusiutuva materiaali" | 0,4 % | - | 7,1 % | 39,9 % | 52,6 % |
| "Puutuotteiden valmistuksen ympäristövaikutukset ovat vähäiset esim. verrattuna muihin materiaaleihin (tiili, betoni ja teräs)" | 0,4 % | 3,9 % | 22,0 % | 48,4 % | 25,2 % |
| Puun teknisen kestävyys hyödyt | | | | | |
| "Käsiteltyä puu kestää hyvin kosteutta eikä lahoa helposti, esim. kyllästetty puu" | 0,4 % | 1,6 % | 19,3 % | 53,9 % | 24,8 % |
| "Puu on palava, mutta samalla paloturvallinen materiaali" | 0,4 % | 9,9 % | 41,5 % | 37,5 % | 10,7 % |
| "Puurakenteet ovat erittäin pitkäikäisiä oikein suunniteltuina ja toteutettuina" | - | 1,6 % | 10,2 % | 51,2 % | 37,0 % |
| Puun terveyshyödyt | | | | | |
| "Puu tukee fyysistä terveyttä" | 0,8 % | 5,1 % | 35,0 % | 40,6 % | 18,5 % |
| "Puu vaikuttaa sisäilman laatuun positiivisesti, esim. se tasaa sisäilman kosteuden vaihtelua" | - | 0,4 % | 17,9 % | 57,1 % | 24,6 % |
| "Puu on antibakteerinen materiaali, esim. se ehkäisee haitallisten mikrobin kasvua" | 0,4 % | 11,1 % | 44,7 % | 30,4 % | 13,4 % |
| "Puu vaikuttaa henkiseen terveyteen" | 1,2 % | 7,5 % | 28,1 % | 39,9 % | 23,3 % |
| "Puun käyttö sisustuksessa vaikuttaa hyvinvointiin, esim. puu vähentää stressiä ja nostaa mielialaa" | 0,8 % | 7,9 % | 25,2 % | 42,1 % | 24,0 % |
| Puun suositeltavuus rakentamisessa | | | | | |
| "Puulla on hyvät akustiset ominaisuudet, esim. puurakenteet eristävät hyvin ääntä" | - | 3,1 % | 20,9 % | 54,3 % | 21,7 % |
| "Puun käyttö sisätiloissa vaikuttaa ihmisten käyttäytymiseen, esim. puinen toimistoympäristö luo mielikuvan ammattitaitoisesta henkilöstöstä" | 4,3 % | 13,0 % | 43,7 % | 28,3 % | 10,6 % |
| "Puun käyttö sisätiloissa "miellyttää silmää," esim. erilaiset pintakäsittelyvaihtoehdot" | 0,4 % | 0,8 % | 13,4 % | 56,5 % | 28,9 % |
| "Puun käyttö sisätiloissa lisää viihtyisyyttä, esim. puun akustiset ominaisuudet" | - | 0,4 % | 17,7 % | 55,5 % | 26,4 % |
| "Puun käyttö sisätiloissa lisää elämyksellisyyttä, esim. uudenlaisten puutuotteiden käyttö" | - | 2,8 % | 24,0 % | 50,4 % | 22,8 % |
| "Puu on hinnaltaan kilpailukykyinen materiaali" | 0,4 % | 5,5 % | 35,0 % | 43,7 % | 15,4 % |

*Taulukon vaalean harmaiksi merkityissä soluissa vähintään kolmasosa (33,3 %) ja tumman harmaiksi merkityissä soluissa vähintään puolet (50 %) vastaajista on kuulunut samaan mielipideryhmään.

4.3 Puunkäytön hyötyihin liittyvät näkemyserot vastaajaryhmien välillä

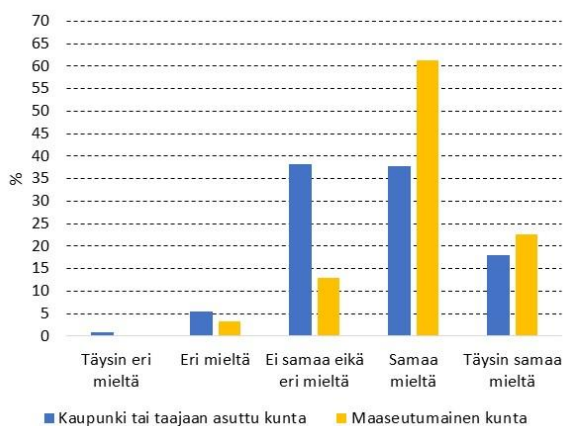
Puun käytön hyötyihin liittyvien mielipiteitä koskevien tulosten jatkoanalyseissa tarkasteltiin Mann-Whitneyn U-testin avulla, poikkesivatko eri tyyppisissä kunnissa asuvien, eri-ikäluokkiin kuuluvien tai eri sukupuolta olevien vastaajien näkemykset puun käytön hyödyistä tilastollisesti merkitsevästi toisistaan (Taulukko 5). Tulosten mukaan vastaajaryhmien välillä oli tilastollisesti merkitseviä eroja ainoastaan kahden väittämän osalta: Puun fyysisiin terveyshyötyihin uskottiin eri tavoin eri kunta- ja ikäluokissa ja puun positiivisten ilmastovaikutusten osalta eri sukupuolten väliset näkemykset erosivat toisistaan.

Taulukko 5. Vastaajaryhmien välisten erojen tilastollisten testien (Mann-Whitneyn U-testi) tulokset puun käytön hyötyjen suhteen. X = Ryhmien välillä eroa, - = Ryhmien välillä ei eroa.

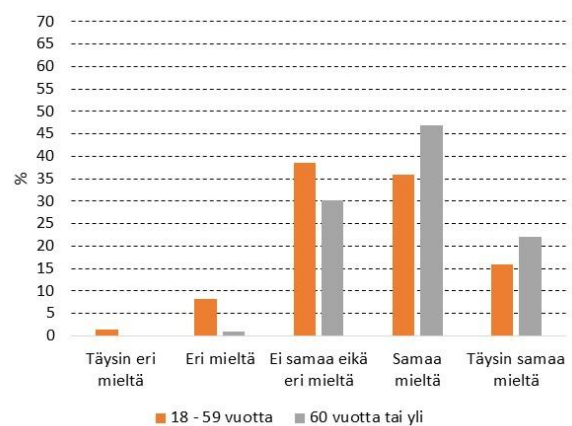
| Väittäjä | Kuntaluokka | Ikä | Sukupuoli |
|---|-------------|-----|-----------|
| Puun ympäristöhyödyt | | | |
| "Puu on energiatehokas vaihtoehto, esim. puutuotteiden valmistus kuluttaa vähän energiaa verrattuna muihin materiaaleihin" | - | - | - |
| "Puun käyttö rakentamisessa hillitsee ilmastonmuutosta, esim. puuta voidaan pitää hiilivarastona" | | | X* |
| "Puu on uusiutuva materiaali" | - | - | - |
| "Puutuotteiden valmistuksen ympäristövaikutukset ovat vähäiset esim. verrattuna muihin materiaaleihin (tiili, betoni ja teräs)" | - | - | - |
| Puun teknisen kestävyuden hyödyt | | | |
| "Käsiteltyä puu kestää hyvin kosteutta eikä lahoa helposti, esim. kyllästetty puu" | - | - | - |
| "Puu on palava, mutta samalla paloturvallinen materiaali" | - | - | - |
| "Puurakenteet ovat erittäin pitkäikäisiä oikein suunniteltuina ja toteutettuina" | - | - | - |
| Puun terveyshyödyt | | | |
| "Puu tukee fyysistä terveyttä" | X* | X** | |
| "Puu vaikuttaa sisäilman laatuun positiivisesti, esim. se tasaa sisäilman kosteuden vaihtelua" | - | - | - |
| "Puu on antibakteerinen materiaali, esim. se ehkäisee haitallisten mikrobin kasvua" | - | - | - |
| "Puu vaikuttaa henkiseen terveyteen" | - | - | - |
| "Puun käyttö sisustuksessa vaikuttaa hyvinvointiin, esim. puu vähentää stressiä ja nostaa mielialaa" | - | - | - |
| Puun suositeltavuus rakentamisessa | | | |
| "Puulla on hyvät akustiset ominaisuudet, esim. puurakenteet eristävät hyvin ääntä" | - | - | - |
| "Puun käyttö sisätiloissa vaikuttaa ihmisten käyttäytymiseen, esim. puinen toimistoympäristö luo mielikuvan ammattitaitoisesta henkilöstöstä" | - | - | - |
| "Puun käyttö sisätiloissa miellyttää silmää, esim. erilaiset pintakäsittelyvaihtoehdot" | - | - | - |
| "Puun käyttö sisätiloissa lisää viihtyisyyttä, esim. puun akustiset ominaisuudet" | - | - | - |
| "Puun käyttö sisätiloissa lisää elämyksellisyyttä, esim. uudenlaisten puutuotteiden käyttö" | - | - | - |
| "Puu on hinnaltaan kilpailukykyinen materiaali" | - | - | - |

***Tilastollinen luottamustaso erittäin merkitsevä (99,9 %); **merkitsevä (99 %); *melkein merkitsevä (95 %)

Kuntaluokittain kaupungeissa ja taajaan asutuissa kunnissa uskottiin puun fyysisiin terveyshyötyihin vähemmän kuin maaseutumaisissa kunnissa (Kuva 7). Maaseutumaisissa kunnissa yli 80 % vastaajista oli samaa mieltä tai täysin samaa mieltä väittämän suhteen, kun taas kaupunki- ja taajama-asujien keskuudessa vastaava luku oli hieman yli 50 %. Lisäksi ei samaa eikä eri mieltä olleiden osuus oli kaupungeissa ja taajaan asutuissa kunnissa huomattavasti maaseutumaisia kuntia suurempi. Ikäluokittain tarkasteltuna 60 vuotta täyttäneet uskoivat alle 60-vuotiaita enemmän puun terveyshyötyihin (Kuva 8), joskin erot ryhmien välillä olivat selkeästi kuntaluokittaisia eroja pienemmät.

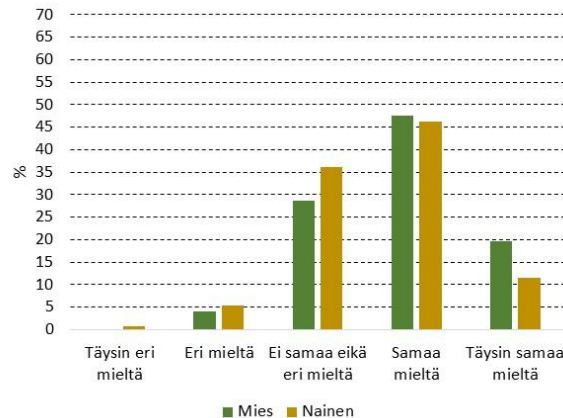


Kuva 7. Kuntaluokittaiset vastaukset väittämään "Puu tukee fyysistä terveyttä"



Kuva 8. Ikäluokittaiset vastaukset väittämään "Puu tukee fyysistä terveyttä"

Puun ilmastovaikutuksia koskevat mielipide-erot miesten ja naisten välillä eivät tilastollisesta merkitysvyydestään huolimatta olleet erityisen suuria. Kokonaisuudessaan tulokset kuitenkin osoittavat miesvastaajien olleen naisia selkeämmin samaa mieltä puun käytön ilmastomuutoksen hillintään aiheuttamista hyödyistä. Kun naisista väitteestä täysin samaa mieltä oli noin 10 % vastaajista, oli miesten vastaava osuus noin 20 %. Lisäksi ei samaa eikä eri mieltä olleiden osuus oli miehillä alle 30 %, kun naisista yli 35 %:lla ei ollut asiasta selkeää mielipidettä. Naiset olivat myös miehiä enemmän eri mieltä väitteen paikkaansa pitävyydestä.



Kuva 9. Vastaukset sukupuolittain väittämään:
"Puun käyttö rakentamisessa hillitsee ilmastonmuutosta, esim. puuta voidaan pitää hiilivarastona"

4.4 Puutuotteiden valintaan vaikuttavat tekijät

Kodin puutuotteiden valintaan liittyviä tekijöitä kysyttiin vastaajilta väittämällä, jotka liittyivät tuotteiden erilaisiin aineellisiin ja aineettomiin ominaisuuksiin sekä niitä koskeviin mielikuviin. Puutuotteet oli jaoteltu kahteen erilliseen kysymykseen, joista toinen käsitteli kodin puisia ulko- ja/tai sisä rakenteita ja toinen sisustustuotteita. Kuten molempia tuotetyyppejä koskevat tulokset osoittavat, oli suurin osa vastaajista valinnut tuotteita koskevissa vastauksissaan joko "melko tärkeää" tai "hyvin tärkeää" -vaihtoehdon.

Puurakenteiden (Taulukko 6) osalta tuotteiden pitkäikäisyys ja terveellisyys nousivat vastaajien keskuudessa kaikkein tärkeimmiksi seikoiksi: molempien kohdalla yli 50 % vastaajista piti ominaisuuksia hyvin tärkeinä ja noin 40 % melko tärkeinä. Vähemmän tärkeiden ominaisuuksien osalta vastauksista erottuvat informaatioon, tuotesertifikaatteihin, innovatiivisuuteen ja henkilökohtaiseen arvomaailmaan liittyvät tulokset, joita lähes 30 % vastaajista ei pitänyt tärkeinä, muttei merkityksettöminäkään.

Taulukko 6. Eri tekijöiden merkitys valittaessa kodin puisia ulko- ja/tai sisärakenteita.*

| | Ei ollenkaan tärkeää | Ei kovin tärkeää | Ei tärkeää, muttei merkityksetöntäkään | Melko tärkeää | Hyvin tärkeää |
|---|----------------------|------------------|--|---------------|---------------|
| Tekniset ominaisuudet, esim. lujuus, kovuus | - | 2,8 % | 9,8 % | 55,1 % | 32,3 % |
| Informaatio, esim. raaka-aineen alkuperä, tuotantoprosessit ja ympäristövaikutukset | 1,6 % | 10,2 % | 27,8 % | 42,7 % | 17,6 % |
| Tuotesertifikaatit, esim. Joutsenmerkki, PEFC, FSC | 1,6 % | 11,1 % | 28,9 % | 41,1 % | 17,4 % |
| Alkuperä, esim. puun kotimaisuus | - | 5,1 % | 14,8 % | 46,5 % | 33,6 % |
| Hinta, esim. puumateriaalin hinta vs. muut materiaalit | 0,4 % | 3,5 % | 18,0 % | 54,9 % | 23,1 % |
| Monikäyttöisyys, esim. puu soveltuu eri tarkoituksiin | - | 2,4 % | 16,3 % | 50,4 % | 31,0 % |
| Pitkäikäisyys, esim. puun kosteuden- ja lahonkestävyys | - | - | 5,9 % | 43,4 % | 50,8 % |
| Ekologisuus, esim. puun ympäristövaikutukset | 0,4 % | 5,9 % | 16,1 % | 44,3 % | 33,3 % |
| Viihtyisyys, esim. puu lisää kodikkuutta | - | 0,8 % | 7,8 % | 43,8 % | 47,7 % |
| Henkilökohtainen arvomaailma, esim. puun käyttö oman identiteetin ilmentäjänä | 3,9 % | 15,7 % | 26,4 % | 34,6 % | 19,3 % |
| Innovatiivisuus, esim. puumateriaalin uudet käyttömuodot rakentamisessa | 1,6 % | 8,3 % | 29,1 % | 44,1 % | 16,9 % |
| Rakennuttaja tai arkkitehti, esim. rakennusliikkeen myyjän tai arkkitehdin tietotaito puun rakennuskäytöstä | 0,8 % | 9,8 % | 19,1 % | 42,2 % | 28,1 % |
| Turvallisuus, esim. puun palonkestävyys | 1,2 % | 3,5 % | 14,5 % | 43,0 % | 37,9 % |
| Terveellisyys, esim. puun vaikutukset hyvinvointiin, puun antibakteerisuus ja sisäilmavaikutukset | 0,4 % | 2,0 % | 6,7 % | 36,6 % | 54,3 % |
| Akustiikka, esim. puumateriaalin äänieristävyys | 1,2 % | 4,7 % | 17,2 % | 50,0 % | 27,0 % |

*Taulukon vaalean harmaiksi merkityissä soluissa vähintään kolmasosa (33,3 %) ja tumman harmaiksi merkityissä soluissa vähintään puolet (50 %) vastaajista on kuulunut samaan mielipideryhmään.

Sisustuspuutuotteita koskevissa tuloksissa (Taulukko 7) ei yksikään ominaisuuksista ollut sellainen, jota yli 50 % vastaajista olisi pitänyt hyvin tärkeänä ja ainoastaan puun pitkäikäisyys sekä viihtyisyys olivat ominaisuuksia, joita yli kolmasosa vastaajista piti hyvin tärkeinä. Kokonaisuudessaan puun tuomaa viihtyisyyttä piti yli 90 % vastaajista melko tärkeänä tai hyvin tärkeänä ja se nousi vastauksissa ominaisuuksista merkittävimäksi puisten sisustustuotteiden valintaan vaikuttavaksi tekijäksi, joskin erot moniin muihin ominaisuuksiin olivat vain prosenttiyksiköiden luokkaa. Rakenteisiin käytettäviin puutuotteisiin verrattuna neutraalien (ei tärkeää, muttei merkityksetönkään) vastausten osuus oli sisustuspuutuotteissa selkeästi suurempi ja muun muassa jo rakennepuutuotteissa vähemmän tärkeinä pidetyt informaatio, tuotesertifikaatit, innovatiivisuus ja henkilökohtaisen arvomaailma olivat myös sisustuspuutuotteissa vähiten tärkeinä pidettyjen ominaisuuksien joukossa.

Taulukko 7. Eri tekijöiden merkitys valittaessa kodin puisia sisustustuotteita, esim. huonekalu, pienesineet.*

| | Ei ollenkaan tärkeää | Ei kovin tärkeää | Ei tärkeää, muttei merkityksetöntäkään | Melko tärkeää | Hyvin tärkeää |
|---|----------------------|------------------|--|---------------|---------------|
| Tekniset ominaisuudet esim. lujuus, kovuus | - | 2,7 % | 13,7 % | 58,8 % | 24,7 % |
| Informaatio esim. tieto tuotteen alkuperästä, tuotantoprosessista ja ympäristövaikutuksista | 0,8 % | 11,4 % | 29,5 % | 41,3 % | 16,9 % |
| Tuotesertifikaatit esim. Joutsenmerkki, PEFC, FSC | 1,6 % | 12,9 % | 30,9 % | 41,4 % | 13,3 % |
| Alkuperä esim. puun kotimaisuus | 0,4 % | 7,0 % | 19,1 % | 43,8 % | 29,7 % |
| Hinta esim. puumateriaalin hinta vs. muut materiaalit | 0,4 % | 3,5 % | 22,7 % | 53,5 % | 19,9 % |
| Monikäyttöisyys esim. puu soveltuu moniin tarkoituksiin | 0,8 % | 4,7 % | 15,0 % | 53,0 % | 26,5 % |
| Pitkäikäisyys esim. puun kosteuden- ja lahonkestävyys | 0,4 % | 2,7 % | 10,6 % | 44,7 % | 41,6 % |
| Ekologisuus esim. puun ympäristövaikutukset | 1,6 % | 5,9 % | 17,8 % | 49,4 % | 25,3 % |
| Viihtyisyys esim. puu lisää kodikkuutta | | 1,2 % | 8,6 % | 51,2 % | 39,1 % |
| Henkilökohtainen arvomaailma esim. puun käyttö oman identiteetin ilmentäjänä | 3,5 % | 15,7 % | 28,0 % | 33,5 % | 19,3 % |
| Innovatiivisuus esim. puumateriaalin uudet käyttömuodot asumisessa | 1,2 % | 10,2 % | 26,8 % | 45,7 % | 16,1 % |
| Jälleenmyyjä esim. myyjän tietämys puutuotteesta | 2,7 % | 7,8 % | 26,2 % | 37,9 % | 25,4 % |
| Tuotteessa käytetty puulaji esim. tammi, koivu | 1,6 % | 8,6 % | 27,1 % | 41,6 % | 21,2 % |
| Tuote on tehty massiivipuusta esim. kokopuiset huonekalut | 0,8 % | 7,5 % | 24,7 % | 45,9 % | 21,2 % |
| Visuaaliset ominaisuudet esim. puun pintakuviot | - | 5,5 % | 22,0 % | 50,2 % | 22,4 % |
| Käsin koskettavat ominaisuudet esim. pinta | 0,4 % | 3,6 % | 20,6 % | 54,9 % | 20,6 % |

*Taulukon vaalean harmaiksi merkityissä soluissa vähintään kolmasosa (33,3 %) ja tumman harmaiksi merkityissä soluissa vähintään puolet (50 %) vastaajista on kuulunut samaan mielipideyhmään.

4.5 Erot vastaajaryhmien välillä puutuotteiden valintapäätöksissä

Eri vastaajaryhmien välisiä eroja kodin puisten ulko- ja/tai sisä rakenteiden sekä sisustustuotteiden valinnassa tarkasteltiin edellisten analyysien tavoin Mann-Whitneyn U-testillä. Puisia rakenteita koskevissa tuloksissa (Taulukko 8) oli havaittavissa tilastollisesti merkitseviä eroja ryhmittäin ekologisuuteen (kuntaluokittain, sukupuolittain) ja turvallisuuteen (kunta- ja ikäluokittain, sukupuolittain) liittyvien näkemysten suhteen. Lisäksi ikäluokittaisia eroja oli teknisten ominaisuuksien, innovatiivisuuden, rakennuttajan tai arkkitehdin tietotaidon, terveellisuuden ja akustiikan merkitykseen liittyvissä mielipiteissä sekä sukupuolittaisia eroja hintaa ja viihtyisyyttä koskevissa tuloksissa.

Kuntaluokittain tarkasteltuna sekä puutuotteiden ekologisuutta (Kuva 10) että turvallisuutta (Kuva 11) pidettiin kaupungeissa ja taajaan asutuissa kunnissa asuneiden vastaajien keskuudessa maaseutumaisissa kunnissa asuneisiin vastaajiin verrattuna tärkeämpinä. Erot näkyivät ekologisuuden osalta erityisesti "hyvin tärkeää" valinneiden vastaajien ryhmissä, joissa kaupungeissa tai taajaan asutuissa kunnissa osuudet olivat noin 30 % (ekologisuus) ja noin 40 % (turvallisuus). Maaseutumaisissa kunnissa asuneista vastaajista noin 20 % piti ekologisuutta ja turvallisuutta hyvin tärkeänä puurakenteiden valintaan vaikuttavana tekijänä. Lisäksi

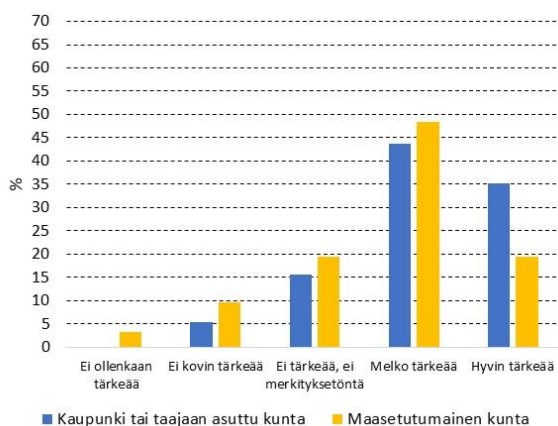
turvallisuutta ei tärkeänä, muttei merkityksettömänäkään piti maaseutumaisissa kunnissa huomattavasti suurempi osa vastanneista (noin 30 %) kuin kaupunkien ja taajamamaisten kuntien vastaajista (noin 10 %).

Taulukko 8. Eri tekijöiden merkitys valittaessa kodin puisia ulko- ja/tai sisärakenteita

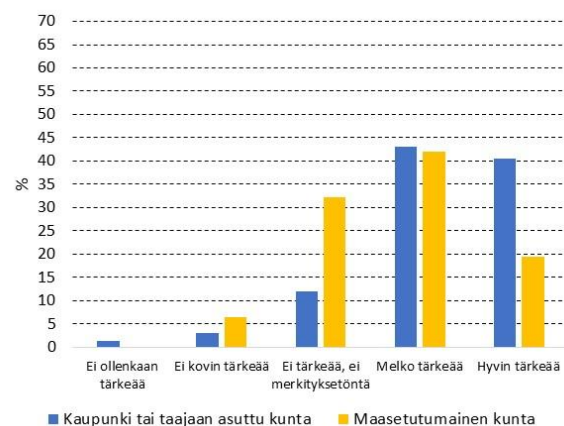
| | Kuntaluokka | Ikäluokka | Sukupuoli |
|---|-------------|-----------|-----------|
| Tekniset ominaisuudet, esim. lujuus, kovuus | - | X* | - |
| Informaatio, esim. raaka-aineen alkuperä, tuotantoprosessit ja ympäristövaikutukset | - | - | - |
| Tuotesertifikaatit, esim. Joutsenmerkki, PEFC, FSC | - | - | - |
| Alkuperä, esim. puun kotimaisuus | - | - | - |
| Hinta, esim. puumateriaalin hinta vs. muut materiaalit | - | - | X** |
| Monikäyttöisyys, esim. puu soveltuu eri tarkoituksiin | - | - | - |
| Pitkäikäisyys, esim. puun kosteuden- ja lahonkestävyys | - | - | - |
| Ekologisuus, esim. puun ympäristövaikutukset | X* | - | X** |
| Viihtyisyys, esim. puu lisää kodikkuutta | - | - | X** |
| Henkilökohtainen arvomaailma, esim. puun käyttö oman identiteetin ilmentäjänä | - | - | - |
| Innovatiivisuus, esim. puumateriaalin uudet käyttömuodot rakentamisessa | - | X** | - |
| Rakennuttaja tai arkkitehti, esim. rakennusliikkeen myyjän tai arkkitehdin tietotaito puun rakennuskäytöstä | - | X** | - |
| Turvallisuus, esim. puun palonkestävyys | X** | X* | X* |
| Terveellisyys, esim. puun vaikutukset hyvinvointiin, puun antibakteerisuus ja sisäilmavaikutukset | - | X* | X* |
| Akustiikka, esim. puumateriaalin äänieristävyys | - | X** | - |

***Tilastollinen luottamustaso erittäin merkitsevä (99,9 %); **merkitsevä (99 %); *melkein merkitsevä (95 %)

Erityisesti turvallisuuden, mutta myös ekologisuuden osalta tulokset voivat olla seurausta ryhmien erilaisten arvostusten rinnalla myös esimerkiksi siitä, että maaseutumaisissa kunnissa lähtöarvoisesti puuta saatetaan pitää kokemusperäisesti ekologisempänä ja turvallisempänä. Varsinkin talousmetsien lähellä asuvilla saattaa olla muita selkeämpi käsitys muun muassa metsänhoidon toimenpiteistä ja puuraaka-aineen alkuperästä samoin kuin puun paloturvallisuudesta erilaisissa käyttötarkoituksissa. Tällöin kyseisiä puun ominaisuuksia saatetaan pitää "itsestäänselvyyksinä", minkä takia niiden merkitystä ei myöskään erityisesti valintoja tehdessä pohdita.

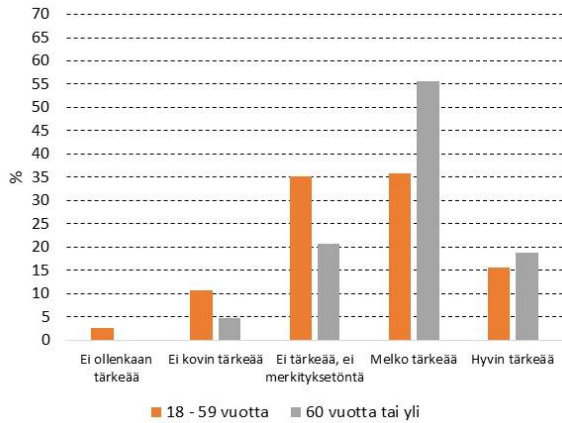


Kuva 10. Ekologisuuden merkitys puutuotteiden valinnassa kodin rakenteisiin kuntaluokittain.

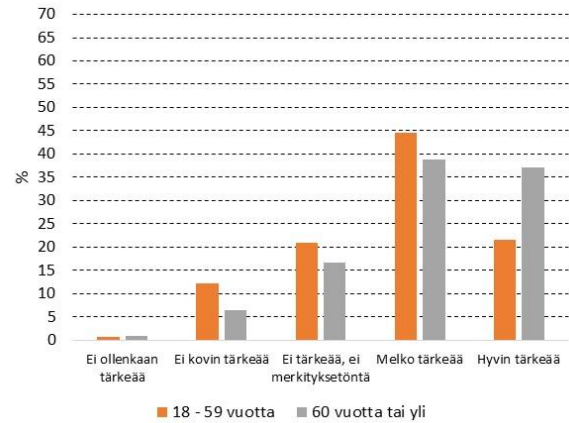


Kuva 11. Turvallisuuden merkitys puutuotteiden valinnassa kodin rakenteisiin kuntaluokittain.

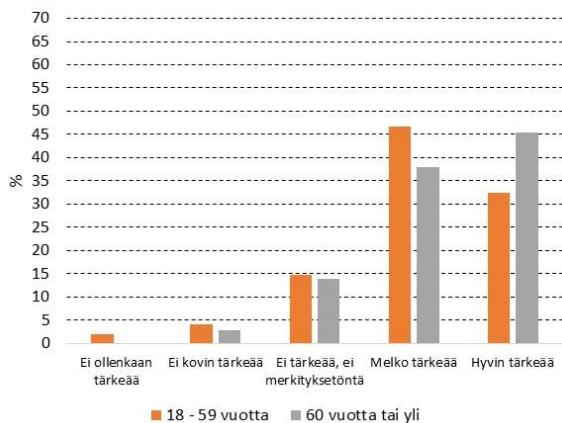
Ikäluokittaisten tulosten mukaan niin innovatiivisuutta, rakennuttajien tai arkkitehtien tietämystä, puutuotteiden turvallisuutta ja terveellisyyttä sekä akustiikkaa hyvin tärkeänä pitävien osuus oli 60 vuotta täyttäneiden vastaajien ryhmässä alle 60-vuotiaita vastaajia suurempi (Kuvat 12–16). Lisäksi teknisiä ominaisuuksia hyvin tärkeänä pitivät 60 täyttäneet vastaajat alle 60-vuotiaita enemmän.



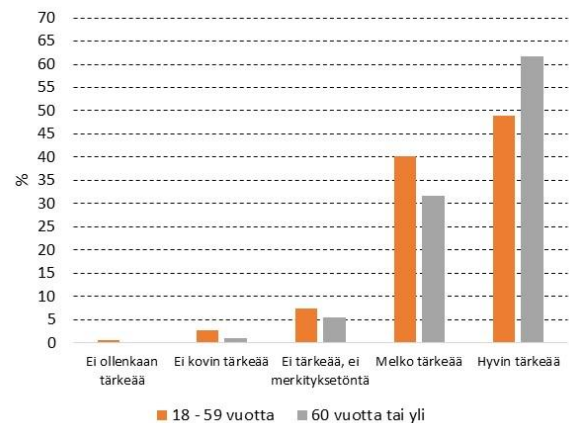
Kuva 12. Innovatiivisuuden merkitys puutuotteiden valinnassa kodin rakenteisiin ikäluokittain.



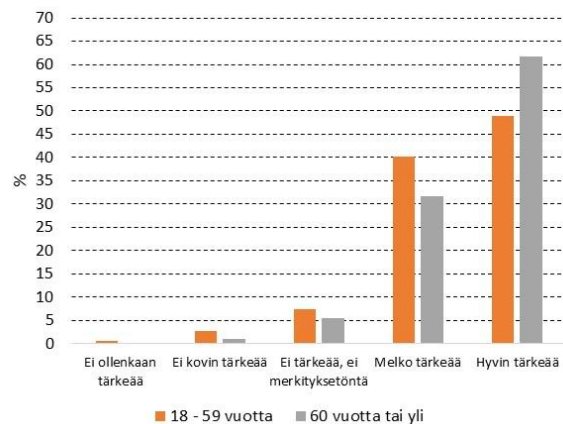
Kuva 13. Rakennuttajan tai arkkitehdin merkitys puutuotteiden valinnassa kodin rakenteisiin ikäluokittain.



Kuva 14. Turvallisuuden merkitys puutuotteiden valinnassa kodin rakenteisiin ikäluokittain.

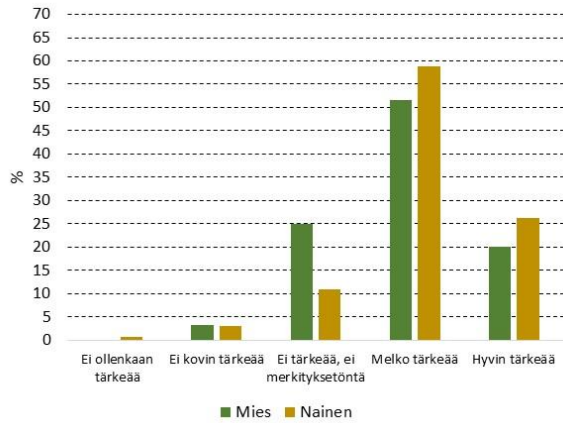


Kuva 15. Terveellisyyden merkitys puutuotteiden valinnassa kodin rakenteisiin ikäluokittain.

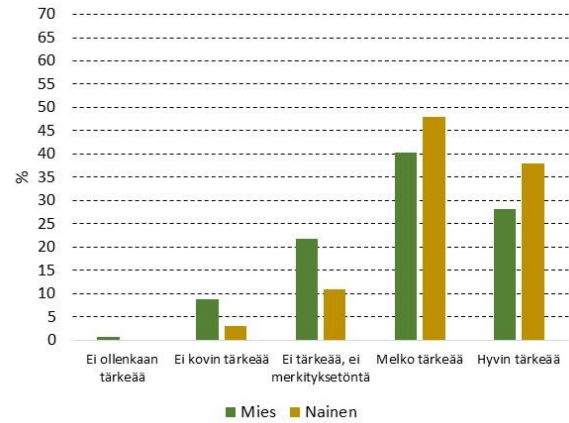


Kuva 16. Akustiikan merkitys puutuotteiden valinnassa kodin rakenteisiin ikäluokittain.

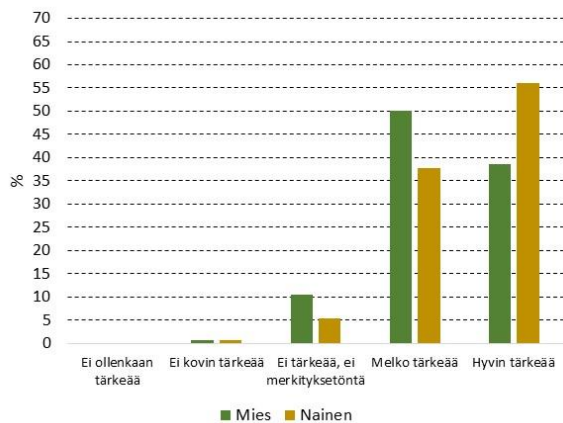
Sukupuolten välillä tilastollisesti merkitseviä eroja oli heidän suhtautumisessaan hintaan, ekologisuuteen, viihtyisyyteen, turvallisuuteen ja terveellisyyteen (Kuvat 17–21). Naisilla kaikkien osatekijöiden kohdalla ominaisuuksia hyvin tärkeinä pitävien osuus oli miehiä suurempi. Erityisesti naiset pitivät erittäin tärkeinä viihtyisyyttä (naisista yli 55 %, miehistä alle 40 %) ja turvallisuutta (naisista yli 60 %, miehistä alle 40 %).



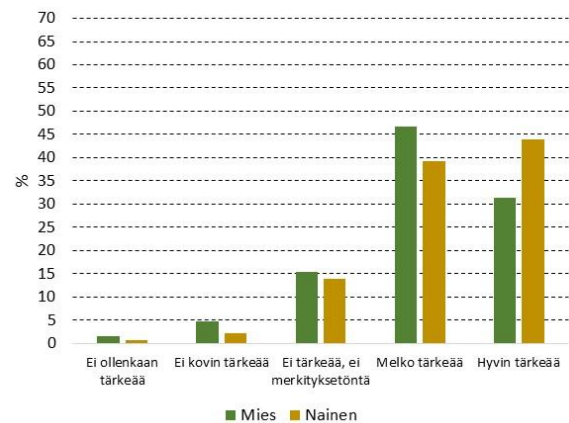
Kuva 17. Hinnan merkitys puutotteiden valinnassa kodin rakenteisiin sukupuolittain.



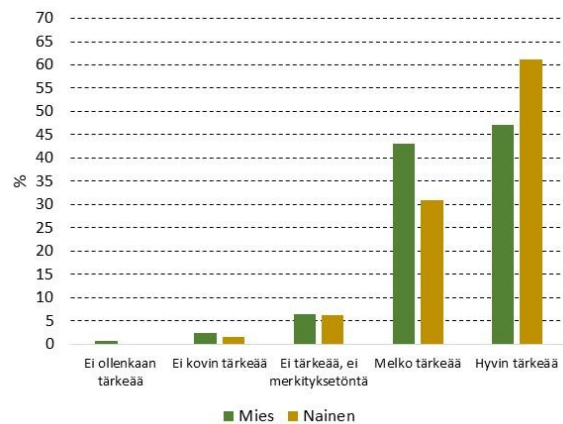
Kuva 18. Ekologisuuden merkitys puutotteiden valinnassa kodin rakenteisiin sukupuolittain.



Kuva 19. Viihtyisyyden merkitys puutotteiden valinnassa kodin rakenteisiin sukupuolittain.



Kuva 20. Turvallisuuden merkitys puutotteiden valinnassa kodin rakenteisiin sukupuolittain.



Kuva 21. Terveellisyyden merkitys puutotteiden valinnassa kodin rakenteisiin sukupuolittain.

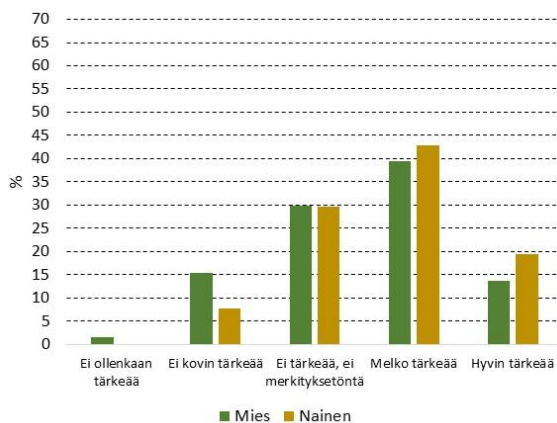
Puisten sisustustuotteiden valinnan osalta ryhmien välisiä tilastollisesti merkitseviä eroja oli ainoastaan mies- ja naisvastaajien välillä. Ryhmät poikkesivat toisistaan sen suhteen, kuinka tärkeinä he pitivät tuoteinformaatiota, hintaa, ekologisuutta, viihtyisyyttä, henkilökohtaisen arvomaailman ilmentämistä sekä puutuotteiden ”käsin kosketeltavia” ominaisuuksia (Taulukko 9).

Taulukko 9. Eri tekijöiden merkitys valittaessa kodin puisia sisustustuotteita.*

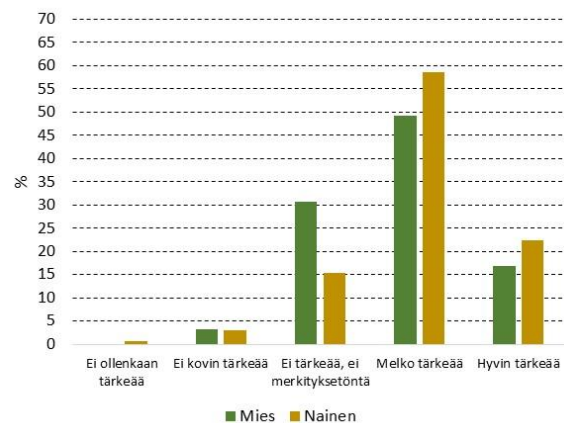
| | Kuntaluokka | Ikäluokka | Sukupuoli |
|---|-------------|-----------|-----------|
| Tekniset ominaisuudet esim. lujuus, kovuus | - | - | - |
| Informaatio esim. tieto tuotteen alkuperästä, tuotantoprosessista ja ympäristövaikutuksista | - | - | X* |
| Tuotesertifikaatit esim. Joutsenmerkki, PEFC, FSC | - | - | - |
| Alkuperä esim. puun kotimaisuus | - | - | - |
| Hinta esim. puumateriaalin hinta vs. muut materiaalit | - | - | X* |
| Monikäyttöisyys esim. puu soveltuu moniin tarkoituksiin | - | - | - |
| Pitkäikäisyys esim. puun kosteuden- ja lahonkestävyys | - | - | - |
| Ekologisuus esim. puun ympäristövaikutukset | - | - | X** |
| Viihtyisyys esim. puu lisää kodikkuutta | - | - | X*** |
| Henkilökohtainen arvomaailma esim. puun käyttö oman identiteetin ilmentäjänä | - | - | X* |
| Innovatiivisuus esim. puumateriaalin uudet käyttömuodot asumisessa | - | - | - |
| Jälleenmyyjä esim. myyjän tietämys puutuotteesta | - | - | - |
| Tuotteessa käytetty puulaji esim. tammi, koivu | - | - | - |
| Tuote on tehty massiivipuusta esim. kokopuiset huonekalut | - | - | - |
| Visuaaliset ominaisuudet esim. puun pintakuviot | - | - | - |
| Käsin kosketeltavat ominaisuudet esim. pinta | - | - | X* |

***Tilastollinen luottamustaso erittäin merkitsevä (99,9 %); **merkitsevä (99 %); *melkein merkitsevä (95 %)

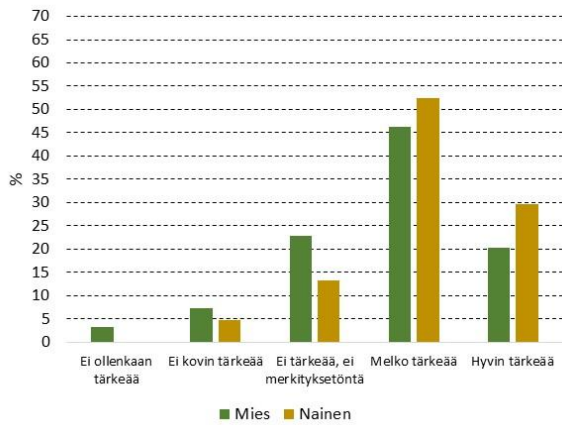
Vaikka naisten ja miesten mielipiteet eri ominaisuuksien merkitysten suhteen olivat samankaltaisia (Kuvat 22–27), piti miehiin verrattuna suurempi suhteellinen osuus naisista sekä informaatiota, hintaa, ekologisuutta, viihtyisyyttä, henkilökohtaisen arvomaailmaan vastaamista sekä puun ”käsin kosketeltavia” ominaisuuksia erittäin tärkeinä tekijöinä valittaessa kodin puisia sisustustuotteita. Lisäksi, vaikka myös miehistä huomattava osa (yli 55 %) piti erityisesti viihtyisyyttä melko tärkeänä, erottuivat nais- ja miesvastaajien mielipiteet varsinkin tämän ominaisuuden suhteen toisistaan: kun naisista lähes 50 % piti viihtyisyyttä erittäin tärkeänä, oli miesvastaajien vastaava luku alle 30 %. Lisäksi lähes kaikkia ominaisuuksia koskevissa tuloksissa ”neutraalien” miesvastaajien (ei tärkeää, ei merkityksetöntäkään) osuus oli naisia selkeästi suurempi.



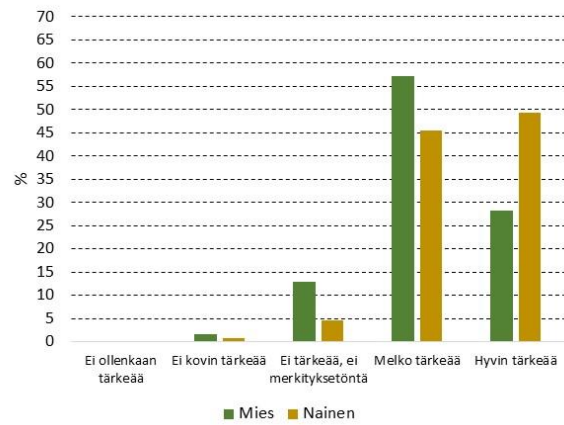
Kuva 22. Informaation merkitys kodin puisten sisustustuotteiden valinnassa sukupuolittain.



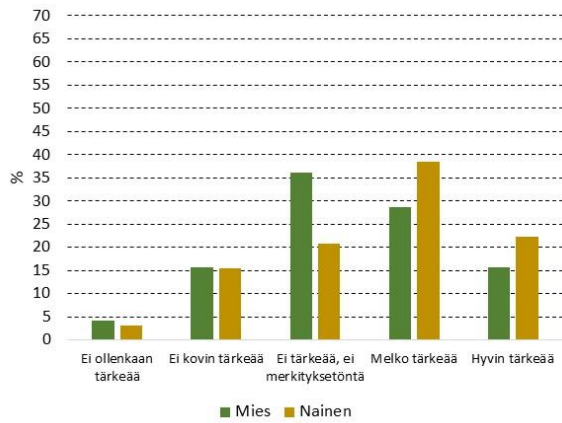
Kuva 23. Hinnan merkitys kodin puisten sisustustuotteiden valinnassa sukupuolittain.



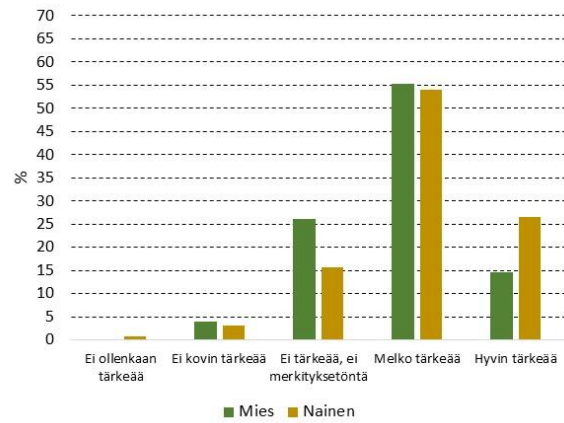
Kuva 24. Ekologisuuden merkitys kodin puisten sisustustuotteiden valinnassa sukupuolittain.



Kuva 25. Viihtyisyyden merkitys kodin puisten sisustustuotteiden valinnassa sukupuolittain.



Kuva 26. Henkilökohtaiseen arvomaailmaan vastaamisen merkitys kodin puisten sisustustuotteiden valinnassa sukupuolittain.



Kuva 27. "Käsin kosketeltavien" ominaisuuksien merkitys kodin puisten sisustustuotteiden valinnassa sukupuolittain.

5. Tuloksia metsien ja puun käytön viestinnän tietotarpeista

5.1 Metsien ja puun käytön eri muodot

Puun ja metsien käyttöön liittyvistä informaatiotarpeista kerättiin tietoa strukturoidusti neljän erilaisen metsien ekosysteemipalveluihin liittyvän teeman pohjalta. Taulukossa 10 on kuvattu strukturoidusti kysytyihin teemoihin saadut tulokset. Lisäksi vastaajat saivat vapaamuotoisessa vastausosiossa kertoa omista tietotarpeistaan, missä vastaajat nostivat esille tietotarpeet valtion roolista metsien säilyttämisessä ja suojelussa, puun käytön terveysvaikutuksista, ekologisten ja kestävien kulutusvalintojen merkityksestä yhteiskunnassa sekä erilaiset puun hyödyntämismahdollisuudet.

Kansantalouteen liittyvät informaatiotarpeet olivat vastaajien keskuudessa yleisesti ottaen vähäisimmät, tietoa ei ollenkaan tai melko vähän kaivanneiden osuus koko aineistossa oli noin 16 %, kun taas melko paljon tai hyvin paljoa tietoa aiheesta kaipasi noin 45 % vastanneista. Vastaavasti monimuotoisuudesta, metsien merkityksestä kansalaisten hyvinvoinnille ja suomalaiselle kulttuurille tietoa ei ollenkaan tai hyvin vähän vastasi haluavansa 9–13 % vastaajista, kun taas niistä melko paljon tai hyvin paljon tietoa halusi 56–58 % vastaajista.

Taulukko 10. Puun ja metsien käyttöön liittyvät tietotarpeet.*

| | En ollenkaan | Melko vähän | Jonkin verran | Melko paljon | Hyvin paljon |
|--|--------------|-------------|---------------|--------------|--------------|
| Metsien ja puun merkitys kansantaloudessa | 1,6 % | 14,8 % | 37,9 % | 30,9 % | 14,8 % |
| Metsien ja puun rooli luonnon monimuotoisuuden turvaamisessa | 1,2 % | 9,0 % | 31,6 % | 32,8 % | 25,4 % |
| Metsien vaikutukset kansalaisten hyvinvoinnille | 1,2 % | 7,8 % | 29,4 % | 38,4 % | 23,1 % |
| Metsien merkitys suomalaisessa kulttuurissa | 1,6 % | 11,0 % | 31,5 % | 32,7 % | 23,2 % |

*Taulukon vaalean harmaiksi merkityissä soluissa vähintään kolmasosa (33,3 %) vastaajista on kuulunut samaan mielipideryhmään.

Kaikista osa-alueista ”jonkin verran” tietoa halusi hyvin suuri joukko vastaajia (noin 30–40 %), minkä yksi tulkinta on se, että kaikki asiat olivat vastaajille jollain tavalla vastaajia kiinnostavia. Tuloksen voi tulkita myös siten, etteivät mitkään osa-alueista ollut suurelle joukolle vastaajia erityistä mielenkiintoa herättäviä. Puun ja metsien käyttöön liittyvän viestinnän näkökulmasta tämä voi olla sekä mahdollisuus että uhka. Koska jonkinasteista kiinnostusta aihepiiristä on valtaosalla vastaajista, on myös siihen liittyvän syvällisemmän mielenkiinnon ja edelleen tietämyksen kasvattaminen mahdollista, kunhan tietoa saadaan välitettyä vastaanottajille kiinnostavasti ja tehokkaasti.

Toisaalta, yleisesti tietosisällöstä vähemmän kiinnostuneiden keskuudessa informaatiotietosisällön rinnalla kuitenkin merkittävästi korostuvat tilanteet ja tavat, joiden kautta asioita kommunikoidaan. Tämän seurauksena saattaa olla myös olemassa uhka siitä, että ei-todenperäisillä asiasisällöillä kyetään hyvin valittujen kommunikointikanavien kautta ennemminkin muokkaamaan metsien ja puun käyttöä koskevia asenteita tehokkaasti toimivien intressitahojen tarpeita vastaaviksi kuin lisätä faktoihin perustuvien seikkojen yleistä ymmärrystä yhteiskunnassa.

5.2 Viestinnän tietotarve-erot vastaajaryhmien välillä

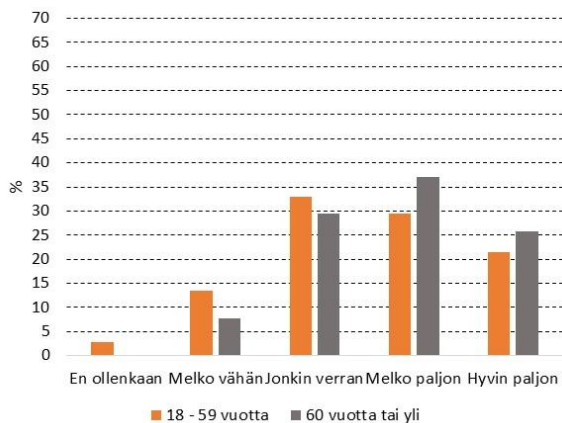
Metsien ja puun käyttöön liittyviä informaatiotarpeita koskevien tulosten jatkoanalyseissa (Mann-Whitneyn U-testi) tarkasteltiin, onko eri tyyppisissä kunnissa asuvien, eri-ikäluokkiin kuuluvien tai eri sukupuolta olevien vastaajien välillä tilastollisesti merkitseviä eroja heidän tietotarpeisiin liittyvien teemojen suhteen. Eri ryhmien välillä oli tilastollisesti merkitseviä eroja ikäluokittain ja sukupuolten välillä liittyen vastaajien tietotarpeisiin metsien merkityksestä suomalaisessa kulttuurissa sekä sukupuolittain metsien kansalaisille tuomista hyvinvointivaikutuksista (Taulukko 11).

Taulukko 11. Vastaajaryhmien välisten erojen tilastollisten testien (Mann-Whitneyn U-testi) tulokset metsien ja puun käyttöön liittyvien tietotarpeiden suhteen. X = Ryhmien välillä eroa, - = Ryhmien välillä ei eroa.

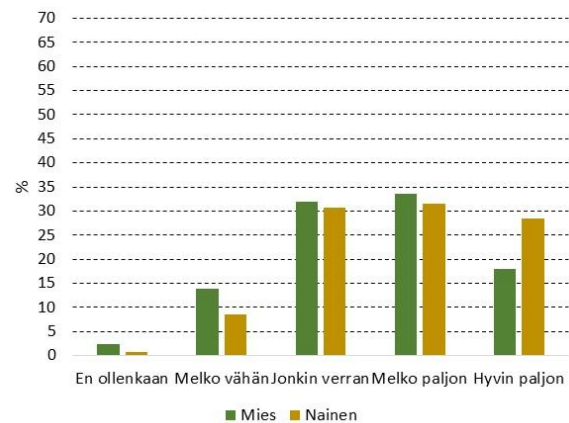
| | Kuntaluokka | Ikäluokka | Sukupuoli |
|--|-------------|-----------|-----------|
| Metsien ja puun merkitys kansantaloudessa | - | - | - |
| Metsien ja puun rooli luonnon monimuotoisuuden turvaamisessa | - | - | - |
| Metsien vaikutukset kansalaisten hyvinvoinnille | - | - | X* |
| Metsien merkitys suomalaisessa kulttuurissa | - | X* | X* |

***Tilastollinen luottamustaso erittäin merkitsevä (99,9 %); **merkitsevä (99 %); *melkein merkitsevä (95 %)

Metsien kulttuurisesta merkityksestä lisätiedon saamista pitivät tärkeimpänä ikäluokittain 60 vuotta täyttäneet ja sukupuolittain naiset (Kuvat 28–29). Erot ikäluokittain olivat kuitenkin vähäisempiä kuin erot naisten ja miesten välillä. 60 vuotta täyttäneistä noin 25 % halusi hyvin paljon lisätietoa ja alle 60-vuotiaista noin 20 %, kun taas naisista hyvin paljon lisätietoa toivovien osuus oli lähes 30 % ja miesten 20 %.

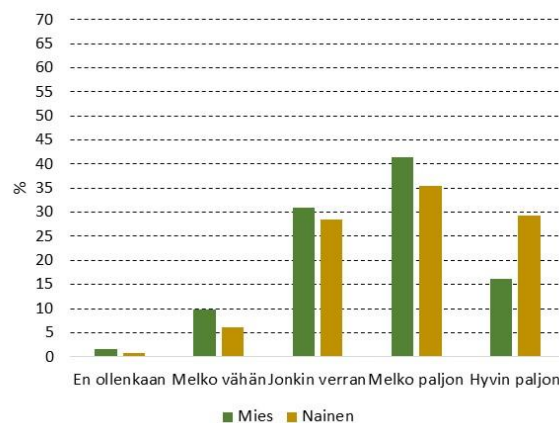


Kuva 28. Tietotarpeet metsien kulttuurisesta merkityksestä ikäluokittain.



Kuva 29. Tietotarpeet metsien kulttuurisesta merkityksestä sukupuolittain.

Lisätiedon tarpeisiin liittyvät erot naisten ja miesten välillä olivat hyvin paljon tietoa hyvinvointivaikutuksista haluavien osalta hyvin selkeät, vaikka muuten miesten ja naisten aihepiiriin liittyvät tietotarpeet olivat samansuuntaiset (Kuva 30). Kun miesvastaajista noin 15 % halusi hyvin paljon lisätietoa metsien vaikutuksista kansalaisten hyvinvoinnille, oli naisvastaajien vastaava osuus noin 30 %.



Kuva 30. Tietotarpeet metsien hyvinvointivaikutuksista sukupuolittain.

6. Tuloksia eri tahojen uskottavuudesta puun käyttöä koskevassa viestinnässä

6.1 Tiedontuottajien ja -välittäjien luotettavuus

Tuloksia julkisen sektorin, yritysten ja toimialajärjestöjen, kansalaisjärjestöjen ja henkilökohtaisten verkostojen luotettavuudesta puun käyttöön liittyvissä asioissa on esitetty taulukossa 12. Kaikkein luotettavimpina vastaajat pitivät yliopistoja ja tutkimuslaitoksia (erittäin luotettavina pitäneiden osuus yli 30 %) sekä julkisen sektorin toimijoita ja ympäristöjärjestöjä, joita molempia noin viidesosa (20 %) vastaajista piti erittäin luotettavina tietolähteinä.

Yhtäkään vaihtoehtoina annetuista tahoista vastaajat eivät suuressa määrin pitäneet "ei kovin luotettavina" tai "ei ollenkaan luotettavina", joskin yliopistoja ja tutkimuslaitoksia lukuun ottamatta kaikkien muiden tahojen kohdalla "ei luotettava, muttei epäluotettavakaan" -vaihtoehdon valinneiden suhteellinen osuus oli huomattavan suuri, vähintään viidesosa vastaajista. Kollegoiden sekä ystävien ja sukulaisten kohdalla tulos on looginen, koska heidän eri asioihin liittyvä tietämyksensä voi vaihdella. Sen sijaan julkisen sektorin toimijoiden kohdalla tulos kertoo joko jonkinasteisesta luottamuksen puutteesta tai ainoastaan informaation väistyksen jäsentymättömyydestä tai siitä, etteivät valitut viestintäkanavat ole saavuttaneet informaation vastaanottajia. Tämä edelleen on saattanut vaikuttaa vastaanottajien mahdollisuuksiin ymmärtää tietosisältöjä ja edelleen arvioida niiden luotettavuutta.

Huomionarvoista tuloksissa on myös vastaajien kohtuullisen suuri luottamus erilaisiin yritystahoihin (yksittäiset puutuoteyritykset, jälleenmyyjät, rakennuttajat ja arkkitehdit) puun käyttöön liittyvän tiedon lähteinä. Tulos saattaa viitata siihen, näiden kotimaisia tahoja pidettiin vastaajien keskuudessa vastuullisina ja rehellisinä. Toisaalta, esimerkiksi jälleenmyyjä-tasolla tämä asettaa huomattavia haasteita yksittäisten myyjien ammattitaidon varmistamiselle käytännön myyntityössä.

Taulukko 12. Luottamus eri tahoihin puun käyttöön liittyvän tiedon lähteinä.*

| | Ei ollenkaan luotettava | Ei kovin luotettava | Ei luotettava, muttei epäluotettavakaan | Melko luotettava | Erittäin luotettava |
|--|-------------------------|---------------------|---|------------------|---------------------|
| Yksittäiset puutuoteyritykset | 1,2 % | 5,1 % | 20,8 % | 59,2 % | 13,7 % |
| Jälleenmyyjät, esim. rautakaupat | 1,6 % | 8,2 % | 28,6 % | 57,6 % | 3,9 % |
| Rakennuttajat | 1,6 % | 12,5 % | 38,3 % | 44,5 % | 3,1 % |
| Arkkitehdit | 1,6 % | 9,1 % | 27,7 % | 51,8 % | 9,9 % |
| Julkisen sektorin toimijat, esim. Ympäristöministeriö | 2,4 % | 6,7 % | 25,3 % | 44,3 % | 21,3 % |
| Etujärjestöt, esim. Puutuoteteollisuus ry, Sahateollisuus ry | 1,6 % | 11,0 % | 27,2 % | 45,7 % | 14,6 % |
| Ympäristöjärjestöt, esim. WWF, Suomen luonnonsuojeluliitto | 3,5 % | 10,6 % | 26,3 % | 38,4 % | 21,2 % |
| Yliopistot ja tutkimusorganisaatiot | 0,8 % | 2,0 % | 16,1 % | 47,1 % | 34,1 % |
| Kollegat | 1,6 % | 10,6 % | 45,9 % | 35,7 % | 6,3 % |
| Ystävät ja sukulaiset | 1,6 % | 13,4 % | 49,0 % | 31,2 % | 4,7 % |

*Taulukon vaalean harmaiksi merkityissä soluissa vähintään kolmasosa (33,3 %) ja tumman harmaiksi merkityissä soluissa vähintään puolet (50 %) vastaajista on kuulunut samaan mielipideryhmään.

6.2 Tietolähteiden uskottavuuteen liittyvät näkemyserot vastaajaryhmien välillä

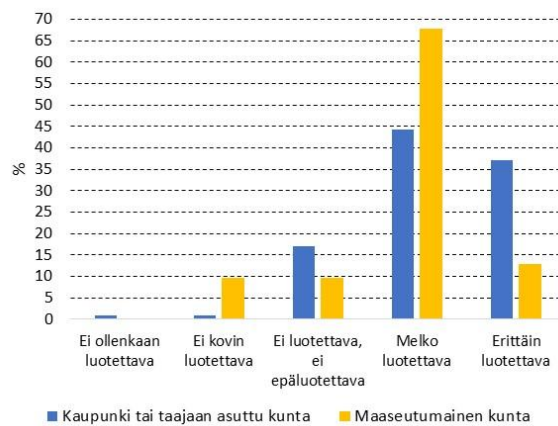
Eri vastaajaryhmien välillä oli havaittavissa tilastollisesti merkitseviä eroja (Mann-Whitney U-testi) eri tahojen luotettavuuteen suhtautumisessa useiden muuttujien kohdalla (Taulukko 13). Luottamus yliopistoihin ja tutkimusorganisaatioihin vaihteli kunta- ja ikäluokittain, luottamus yksittäisiin puutuoteyrityksiin ikäluokittain sekä luottamus ympäristöjärjestöihin, kollegoihin sekä sukulaisiin ja ystäviin sukupuolittain.

Taulukko 13. Erot luottamuksessa eri tietolähteisiin vastaajaryhmittäin (Mann-Whitney U-testi). X = Ryhmien välillä eroa, - = Ryhmien välillä ei eroa.

| | Kuntaluokka | Ikäluokka | Sukupuoli |
|--|-------------|-----------|-----------|
| Yksittäiset puutuoteyritykset | - | X* | - |
| Jälleenmyyjät, esim. rautakaupat | - | - | - |
| Rakennuttajat | - | - | - |
| Arkkitehdit | - | - | - |
| Julkisen sektorin toimijat, esim. Ympäristöministeriö | - | X* | - |
| Etujärjestöt, esim. Puutuoteteollisuus ry, Sahateollisuus ry | - | - | - |
| Ympäristöjärjestöt, esim. WWF, Suomen luonnonsuojeluliitto | - | - | X** |
| Yliopistot ja tutkimusorganisaatiot | X* | X* | - |
| Kollegat | - | - | X*** |
| Ystävät ja sukulaiset | - | - | X** |

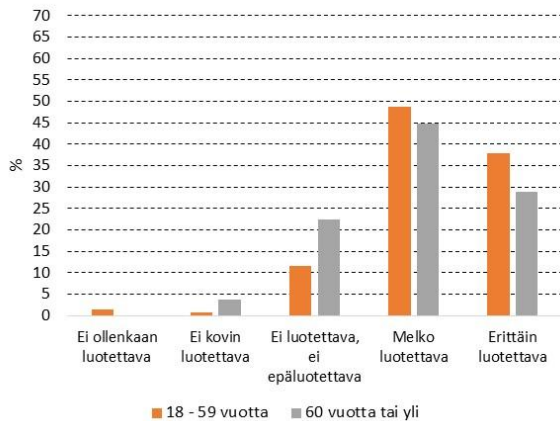
***Tilastollinen luottamustaso erittäin merkitsevä (99,9 %); **merkitsevä (99 %); *melkein merkitsevä (95 %)

Kuntaluokittain yliopistoihin ja tutkimuslaitoksiin luotettiin selkeästi kaupungeissa ja taajaan asutuissa kunnissa maaseutumaisia kuntia enemmän (Kuva 31). Kun maaseutumaisissa kunnissa yliopistoja ja tutkimuslaitoksia erittäin luotettavina tiedonlähteinä piti hieman yli 10 % vastaajista, oli vastaava luku kaupungeissa ja taajaan asutuissa kunnissa asuneilla yli 35 %. Vastaavasti yliopistoja ja tutkimuslaitoksia melko luotettavina pitävien osuus oli maaseutumaisissa kunnissa (yli 65 %) huomattavasti kaupunkeja ja taajaan asuttuja kuntia (hieman alle 45 %) suurempi.

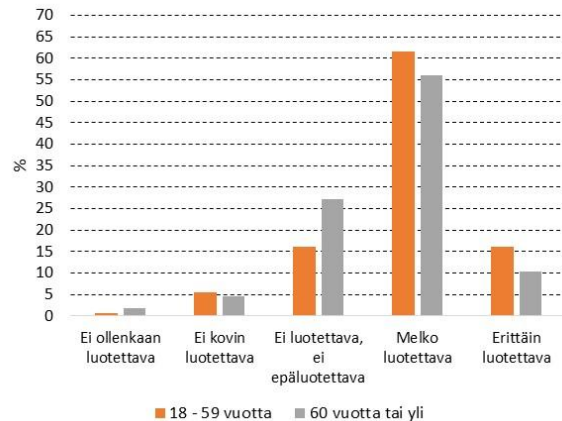


Kuva 31. Luottamus yliopistoihin ja tutkimuslaitoksiin puun käyttöön liittyvän informaation jakajina kuntaluokittain.

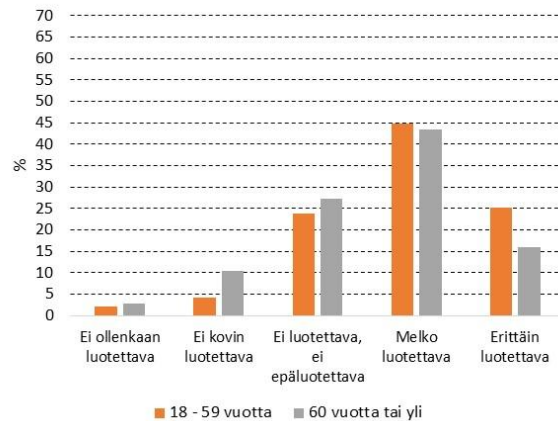
Ikäluokittain tarkasteltuna alle 60-vuotiaat luottivat yliopistoihin ja tutkimuslaitoksiin, yrityksiin sekä julkisen sektorin organisaatioihin 60 vuotta täyttäneitä enemmän (Kuvat 32–33), joskin yleisesti ottaen mielipiteet olivat keskenään samansuuntaisia. Yliopistojen ja tutkimuslaitosten sekä yritysten suhteen ikäluokat erosivat toisistaan melko selkeästi tahoja ”ei luotettavina, ei epäluotettavinakaan” pitäneiden vastaajien osalta siten, että 60 vuotta täyttäneillä ”epävarmojen” osuus oli alle 60-vuotiaita suurempi. Ikäluokat poikkesivat mielipiteissään myös suhtautumisessaan julkisen sektorin tahoihin: kun alle 60-vuotiaista 25 % piti niitä erittäin luotettavina, oli 60 vuotta täyttäneiden ryhmässä luku 15 %.



Kuva 32. Luottamus yliopistoihin ja tutkimuslaitoksiin puun käyttöön liittyvän informaation jakajina ikäluokittain.

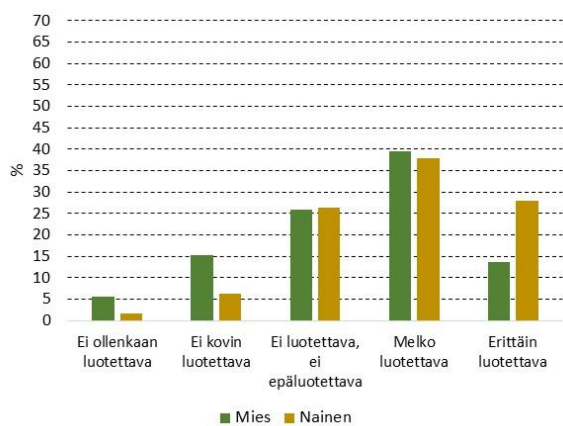


Kuva 32. Luottamus yrityksiin puun käyttöön liittyvän informaation jakajina ikäluokittain.

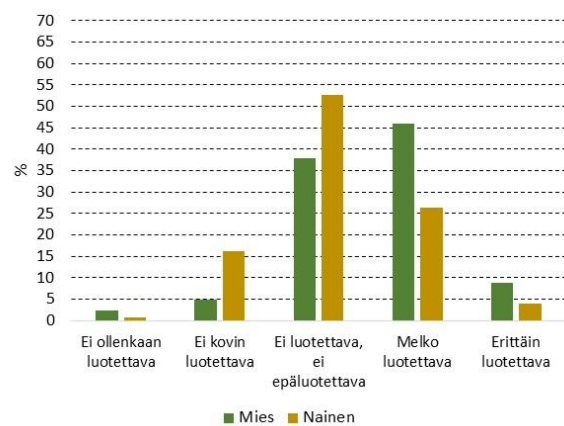


Kuva 34. Luottamus julkisen sektorin toimijoihin puun käyttöön liittyvän informaation jakajina ikäluokittain.

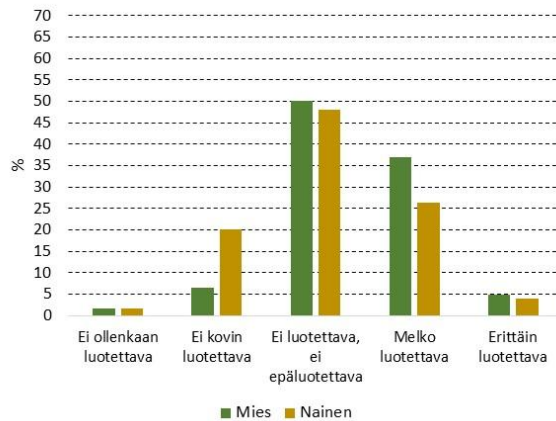
Sukupuolittain tarkasteltuna selkeimmät erot vastaajaryhmien välillä liittyivät naisten selkeästi suurempaan luottamukseen ympäristöjärjestöihin puun käyttöä koskevan tiedon jakajina (naisista yli 25 % piti erittäin luotettavina, miehistä alle 15 %) sekä naisten yleisesti ottaen suurempaan epävarmuuteen kollegoilta sekä ystävilä saatavan puun käyttöä koskevan tiedon luotettavuudesta (Kuvat 35–37). Miesvastaajien suurempi osuus työ-, ystävä- ja sukulaissuhteita melko luotettavina pitävien joukossa ja naisvastaajien suurempi osuus niitä ei luotettavina, muttei epäluotettavinakaan pitävien ryhmissä voi muun muassa liittyä toisaalta ammattiprofiileihin, toisaalta epämuodollisten sosiaalisten verkostojen rakenteisiin. Ensinnäkin, koska naisiin verrattuna suhteellisesti suurempi osuus miehistä toimii teknisillä aloilla, voi tämä ainakin osin selittää sitä, miksi miehet myös puuhun liittyvän tiedon osalta uskovat naisia enemmän kollegoihinsa tai ystäviinsä ja sukulaisiinsa. Toiseksi, on myös mahdollista, että naisten sosiaalisissa suhteissa keskustelunaiheet painottuvat esimerkiksi teknis-taloudellisten aiheiden sijaan henkilökohtaisempiin kysymyksiin, jolloin kollegat tai sukulaiset ja ystävät eivät ole tietolähteinä naisille edes relevantteja.



Kuva 35. Luottamus luontojärjestöihin puun käyttöön liittyvän informaation jakajina sukupuolittain.



Kuva 36. Luottamus kollegoihin puun käyttöön liittyvän informaation jakajina sukupuolittain.



Kuva 37. Luottamus ystäviin ja sukulaisiin puun käyttöön liittyvän informaation jakajina sukupuolittain.

7. Tuloksia eri mediakanavien käytön toiveista puun käytön ja puurakentamisen viestinnässä

7.1 Toiveet eri mediakanavien käytöstä lisätiedon saamisessa

Puun käytön ja puurakentamisen lisätiedon saamisen toiveita suhteessa erilaisin mediakanaviin kartoitettiin kysymyslomakkeessa seitsemän vaihtoehdon kautta (Taulukko 14). Lisäksi vastaajat saivat ehdottaa sellaisia kanavia, joita kysymyksessä ei ollut ehdotettu. Vastaajien omia ehdotuksia olivat esimerkiksi kirjasto, tiede- ja aikakauslehdet sekä esitteet. Yhden ehdotuksen mukaan puurakentamisesta ja puun käytöstä tulisi olla saatavilla "kootusti tutkittua tietoa yhdestä verkko-osoitteesta".

Tulosten mukaan hyvin paljon lisätietoa vastaajat eivät yleisesti ottaen halunneet lukuun ottamatta internet-sivujen kautta saatavaa lisäinformaatiota (hieman yli 20 % vastaajista). Lisäksi melko paljon tietoa vastaajat toivoivat saavansa internet-sivujen lisäksi perinteisten mediakanavien, erityisesti television ja sanomalehtien kautta. Uutiskirjeiden tai sosiaalisen median kautta lisätietoa ei halunnut ollenkaan yli kolmasosa vastaajista.

Taulukko 14. Vastaajien toiveet puun käyttöön liittyvän tiedon saamisesta eri mediakanavien kautta.*

| | En ollenkaan | Melko vähän | Jonkin verran | Melko paljon | Hyvin paljon |
|---|--------------|-------------|---------------|--------------|--------------|
| Televisio | 7,0 % | 15,2 % | 38,9 % | 29,6% | 9,3 % |
| Radio | 15,7 % | 24,3 % | 37,3 % | 18,0 % | 4,7 % |
| Sanomalehdet | 5,6 % | 10,4 % | 31,1 % | 44,6 % | 8,4 % |
| Internet-sivut esim. yritysten tai jälleenmyyjien kotisivut | 5,1 % | 11,4 % | 23,6 % | 38,6 % | 21,3 % |
| Tiedekeskukset esim. Heureka, Pilke, Haltia | 12,3 % | 24,9 % | 36,4 % | 19,0 % | 7,5 % |
| Uutiskirjeet esim. yritysten lähettämät sähköpostiviestit | 34,1 % | 35,7 % | 22,2 % | 6,7 % | 1,2 % |
| Sosiaalinen media esim. Facebook, Twitter | 36,2 % | 29,9 % | 20,1 % | 9,1 % | 4,7 % |

*Taulukon vaalean harmaiksi merkityissä soluissa vähintään kolmasosa (33,3 %) ja tumman harmaiksi merkityissä soluissa vähintään puolet (50 %) vastaajista on kuulunut samaan mielipideryhmään.

7.2 Ero mediakanavien käyttöä koskevissa toiveissa eri vastaajaryhmien välillä

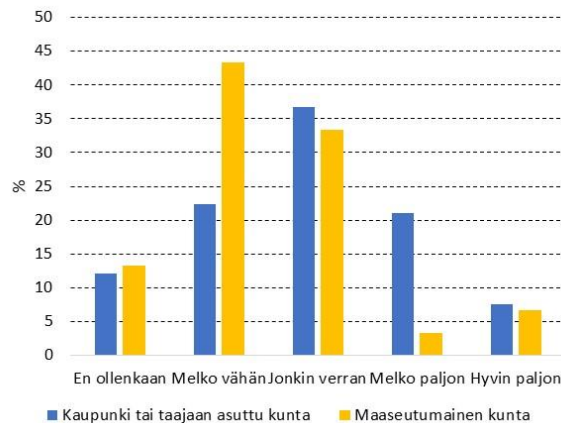
Mediakanavien käyttöä koskevat toiveet puun käytöstä ja puurakentamisesta saatavan lisätiedon lähteenä erosivat eri ryhmien välillä erityisesti ikäluokittain, mutta myös kuntaluokittain (Taulukko 15). Naisten ja miesten välillä ei tilastollisesti merkitseviä eroja ollut havaittavissa. Ikäluokittain alle 60-vuotiaat ja 60 vuotta täyttäneet erosivat toisistaan tiedekeskuksia lukuun ottamatta kaikkien muuttujien suhteen. Kuntaluokittain tiedekeskusten merkitys tiedon lähteenä oli vastaavasti ainoa muuttuja, jossa kaupungeissa ja taajaan asutuissa kunnissa asuneet vastaajat erosivat maaseutumaisissa kunnissa asuneista vastaajista.

Taulukko 15. Vastaajaryhmien välisten erojen tilastollisten testien (Mann-Whitney U-testi) tulokset toiveista eri mediakanavien käytöstä puun käyttöön liittyvän tiedon saamisessa. X = Ryhmien välillä eroa, - = Ryhmien välillä ei eroa.

| | Kuntaluokka | Ikäluokka | Sukupuoli |
|---|-------------|-----------|-----------|
| Televisio | - | X** | - |
| Radio | - | X*** | - |
| Sanomalehdet | - | X** | - |
| Internet-sivut esim. yritysten tai jälleenmyyjien kotisivut | - | X*** | - |
| Tiedekeskukset esim. Heureka, Pilke, Haltia | X* | - | - |
| Uutiskirjeet esim. yritysten lähettämät sähköpostiviestit | - | X* | - |
| Sosiaalinen media esim. Facebook, Twitter | - | X*** | - |

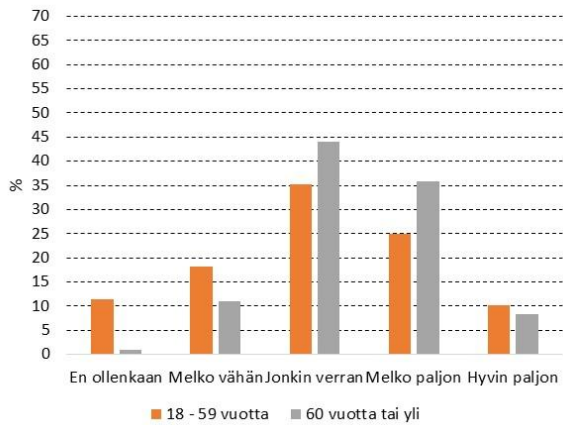
***Tilastollinen luottamustaso erittäin merkitsevä (99,9 %); **merkitsevä (99 %); *melkein merkitsevä (95 %)

Kuntaluokittaisten tulosten mukaan (Kuva 38) hyvin paljon tietoa tiedekeskuksista eivät halunneet kumpaankaan kuntaluokkaan kuuluneet vastaajat, kun taas melko paljon niistä tietoa halunneiden osuus oli kaupungeissa ja taajaan asutuissa kunnissa selkeästi (noin 20 %) maaseutumaisissa kunnissa asuneita suurempi (alle 5 %). Vastaavasti melko vähän tietoa tiedekeskuksista halusi maaseutumaisissa kunnissa lähes 45 % vastaajista vastaavan luvun ollessa kaupungeissa ja taajaan asutuissa kunnissa hieman yli 20 %. Tulos selittyy ainakin osittain sillä, että tiedekeskuksat sijaitsevat useammin taajaan asutuilla alueilla, jolloin ne myös ovat helpommin kyseisillä alueilla asuvien saavutettavissa.

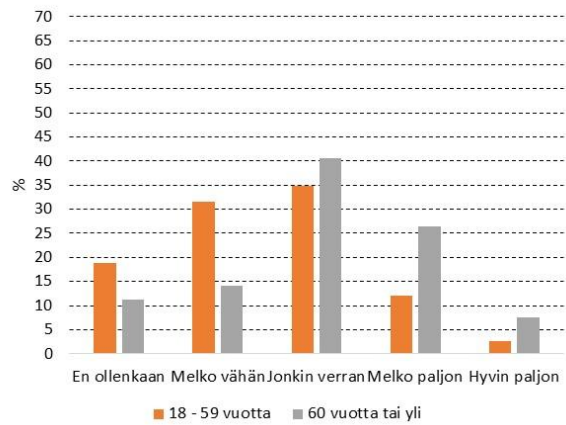


Kuva 38. Kuntaluokittaiset tulokset vastaajien halusta saada puun käyttöä koskevaa lisätietoa tiedekeskuksista.

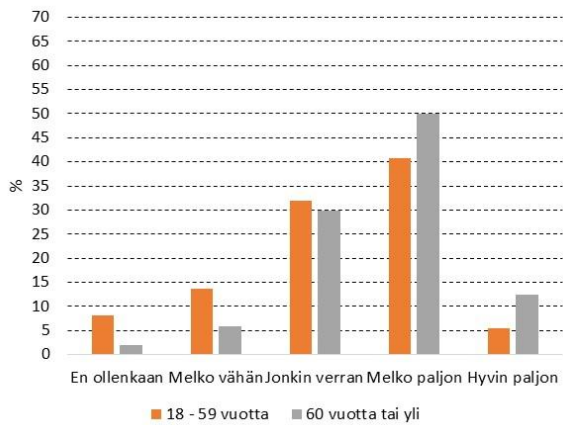
Ikäluokittaisista tuloksista (Kuvat 39–44) voidaan havaita, että hyvin paljon puun käytöstä ja puurakentamisesta lisätietoa internetin kautta haluavien osuudet erosivat toisistaan selkeästi alle 60-vuotiaiden ja 60 vuotta täyttäneiden vastaajien ryhmissä: alle 60-vuotiaista yli 25 % vastaajista halusi lisätietoa internetin kautta, kun vastaava luku 60 vuotta täyttäneillä oli noin 15 %. Ei-toivottavimpien mediakanavien suhteen ikäluokat erosivat toisistaan huomattavasti suhtautumisessaan sosiaaliseen mediaan: kun alle 60-vuotiaista hieman alle 30 % ei halunnut ollenkaan lisätietoa sosiaalisesta mediasta, oli 60 vuotta täyttäneillä vastaava luku yli 45 %. Tilastollisesti merkitsevistä eroista huolimatta eri ikäluokkien suhtautuminen eri mediakanaviin oli samankaltaista. Internet-sivuja lukuun ottamatta televisio ja sanomalehdet perinteisinä informaatiokanavina olivat molempien vastaajaryhmien keskuudessa toivotumpia lisätiedon vastaanottamisen kanavia. Perinteisten mediakanavien osalta ainoa selkeästi erottuva poikkeus oli suhtautuminen radioon, jonka kautta alle 60-vuotiaat halusivat lisätietoa selkeästi 60 vuotta täyttäneitä vähemmän.



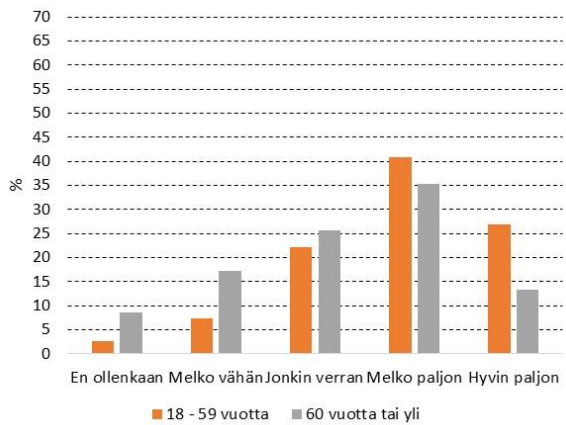
Kuva 39. Ikäluokittaiset tulokset vastaajien halusta saada puun käyttöä koskevaa lisätietoa televisiosta.



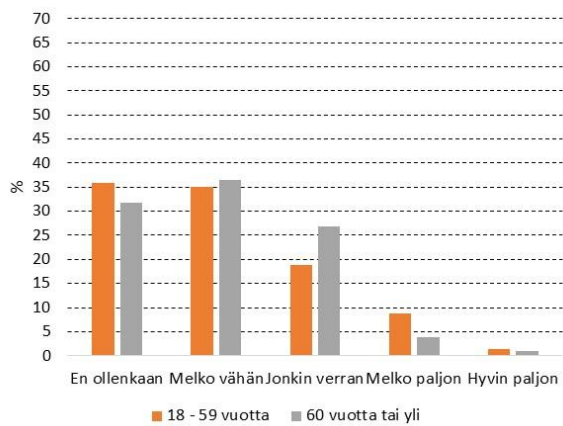
Kuva 40. Ikäluokittaiset tulokset vastaajien halusta saada puun käyttöä koskevaa lisätietoa radiosta.



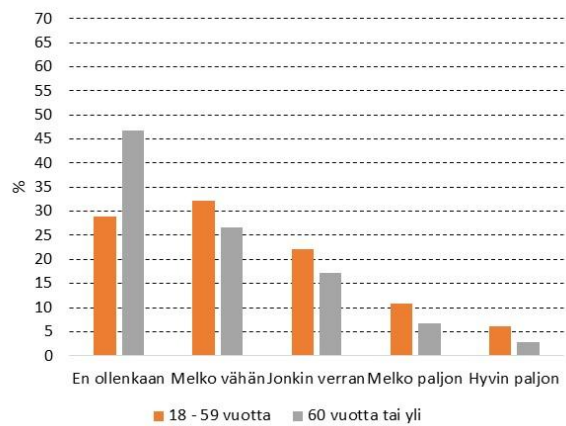
Kuva 41. Ikäluokittaiset tulokset vastaajien halusta saada puun käyttöä koskevaa lisätietoa sanomalehdistä.



Kuva 42. Ikäluokittaiset tulokset vastaajien halusta saada puun käyttöä koskevaa lisätietoa internet-sivuilta.



Kuva 43. Ikäluokittaiset tulokset vastaajien halusta saada puun käyttöä koskevaa lisätietoa sähköisin uutiskirjein.



Kuva 44. Ikäluokittaiset tulokset vastaajien halusta saada puun käyttöä koskevaa lisätietoa sosiaalisesta mediasta.

8. Johtopäätökset

Tässä raportissa on kuvattu, millaisia metsiin ja puun käyttöön liittyviä mielikuvia ja tietotarpeita Suomessa asuvilla kuluttajilla on heidän tehdessään koteihinsa ja asuinympäristöönsä liittyviä valintoja. Raportissa on myös tarkasteltu sitä, millaisia käsityksiä kuluttajilla on erilaisten tahojen luotettavuudesta puun käyttöä koskevassa viestinnässä sekä esitetty tuloksia kuluttajien erilaisten informaatiokanavien käyttöön koskevista odotuksista puun käyttöön liittyvän lisätiedon saamisessa.

Koko tapaustutkimusaineistossa oli havaittavissa seikkoja, joiden suhteen vastaajien toiveet olivat hyvin yhtenäisiä. Valtaosalle vastaajista kodin sijainti lähellä luonnonympäristöä oli tärkeä asia riippumatta siitä, sijaitsiko koti kaupungissa, taajamamaisessa kunnassa vai maaseudulla. Hyvin tärkeää suurelle osalle vastaajista oli kodin valinnassa mahdollisuus päästä vaikuttamaan asunnon suunnitteluun. Kodissaan puun käyttöä oli halukas lisäämään merkittävä osa vastaajista, mutta tietoa käytön yhteiskunnallisista ja ekologisista vaikutuksista toivottiin enemmän. Puukerrostalorakentamisen näkökulmasta olennaista on, että erityisesti 60 vuotta täyttäneiden vastaajien ryhmässä yli puolet vastaajista piti asumismuotoa tärkeämpänä sitä, että asunto ja asuinympäristö vastaavat henkilökohtaisia arjen tarpeita ja vastaajien omaa arvomaailmaa.

Puun käytön ympäristöhyötyihin liittyvien asenteiden osalta vastaajat olivat laajasti yksimielisiä puutuotteiden uusiutuvuudesta ja teknisten ominaisuuksien osalta puun pitkäikäisyydestä. Ympäristönäkökulmien ja teknisten ominaisuuksien lisäksi vastaajat näkivät yleisesti puun käytön hyödyksi sen positiiviset vaikutukset sisäilmaan, akustiikkaan ja viihtyisyyteen. Toisaalta, ympäristöhyötyihin liittyen puun ilmastonmuutoshyödyistä (esim. hiilensidonta) ja teknisiin ominaisuuksiin liittyen paloturvallisuudesta merkittävä osa vastaajista ei ollut täysin vakuuttuneita. Eri vastaajaryhmien osalta puun ilmastonmuutoshyödyt olivat myös osa-alue, joissa mies- ja naisvastaajat erosivat tilastollisesti merkitsevästi toisistaan siten, että naiset suhtautuivat ilmastonmuutoshyötyihin miehiä epäilevämmiin.

Kotien puisten rakenne- ja sisustustuotteiden valinnan kriteerit olivat vastaajien keskuudessa samankaltaisia kuin heidän käsityksensä puun käytön hyödyistä. Rakenteisiin käytettävissä puutuotteissa koko aineistossa tärkeimmiksi nousivat pitkäikäisyyteen ja terveellisyyteen liittyvät ominaisuudet, kun taas sisustuspuutuotteissa merkittävimpiä olivat pitkäikäisyys ja viihtyisyys. Niin rakenteisiin kuin sisustukseenkin käytettävien puutuotteiden kohdalla tuotteisiin liittyvä informaatio, tuotesertifikaatit, innovatiivisuus ja puutuotteiden kyky vastata henkilökohtaisiin arvo-odotuksiin olivat koko aineistoa koskevissa tuloksissa vähiten tärkeitä.

Huolimatta koko aineiston tasolla luonnonympäristöjen läheisyyden ja puutuotteiden turvallisuuden kaltaisten yhteisesti tärkeinä pidettyjen teemojen lisäksi, erityisesti ikäluokittain ja sukupuolittain vastaajat eivät olleet profiileiltaan keskenään täysin samanlaisia. Kuntaluokittain eroja oli havaittavissa, mutta asuinkunta ei määrittänyt puun käytön valintoihin liittyviä näkökulmia yhtä selkeästi kuin ikä tai sukupuoli. Sukupuolittain tarkasteltuna naisille ja ikäluokittain tarkasteltuna 60 vuotta täyttäneille vastaajille erityisesti puutuotteiden hyötyihin liittyvät odotukset olivat miehiä ja alle 60-vuotiaita vastaajia moninaisempia. Käytännössä tämä ilmeni tuloksissa siten, että niin naiset kuin 60 vuotta täyttäneetkin vastaajat korostivat samanaikaisesti hyvin tärkeinä monia ominaisuuksia, kun taas heihin verrattuna miehet ja alle 60-vuotiaat vastaajat olivat samojen ominaisuuksien suhteen ”neutraalimpia”.

Puun hyötyjä koskevan viestinnän sisällön kehittämiseen ryhmien väliset erot heidän tietotarpeissaan antavat viitettä erilaisten yleisten kuluttajaprofiilien olemassaolosta. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että puun käyttöön liittyen hyvin yleisesti merkittävänä pidettyjen, esimerkiksi pitkäikäisyyteen ja turvallisuuteen liittyvien näkökulmien rinnalla tarvitaan kommunikaatiota, jonka avulla monipuolisempaa tietoa haluavien kuluttajien – tämän tapaustutkimuksen mukaan naisten ja vanhempien ikäryhmien – puun käyttöä koskeviin odotuksiin kyetään vastaamaan. Kokonaisuudessaan puutuotteiden valintoja koskevat päätösten voidaan nähdä muotoutuvan erilaisten prioriteettien välisinä kompromisseina, jotka yksittäisellä kuluttajallakin voivat olla

keskenään joskus ristiriidassa. Puutuotteiden käyttöä koskevassa viestinnässä ideaalitalanteessa esimerkiksi ympäristöön, tekniseen kestävyyteen, terveyteen ja rakentamiseen liittyviä hyötyjä kyetään kommunikoimaan siten, että niihin liittyvät näkökulmat ovat keskenään sopusoinnussa.

Kokonaisuudessaan kuluttajille varsinaisia puun ominaisuuksia tärkeämpiä hyväksyntään vaikuttavia tekijöitä saattavat olla metsiin ja puuhun liittyvät seikat, jotka tuotteisiin liittyvien suorien ominaisuuksien sijaan parantavat sekä päätöksentekijän itsensä elämänlaatua, että hänen läheistensä hyvinvointia. Tästä viitettä antavat esimerkiksi tulokset asuinympäristön viihtyisyyden ja puutuotteiden terveellisyyden tärkeydestä suurelle osalle vastaajista puutuotteisiin suoraan liittyvien, pitkäikäisyyden kaltaisten ominaisuuksien rinnalla.

Tulosten mukaan puun käytön yleinen hyväksyttävyyden on monelta osin hyvä ja vastaajat mielsivät puulla olevan monia hyviä aineellisia (esim. pitkäikäisyys) ja aineettomia (esim. viihtyisyys) ominaisuuksia. Tästä huolimatta monien ominaisuuksien suhteen suurella osalla vastaajista ei ollut erityistä mielipidettä. Tulevaisuuden puun käytön hyväksyttävyydelle tämä on riski, jos puun ominaisuuksiin tai sen käyttöön nyt "neutraalisti" suhtautuvat ovat vasta muodostamassa omia puun käyttöön liittyviä mielipiteitään ja jos mielipiteet faktoihin perustuvien tietosisältöjen sijaan muotoutuvat esimerkiksi tiedonvälittäjätahojen kiinnostavuuden perusteella.

Tulosten mukaan mitään viestintätahoista ei pidetty vastaajien keskuudessa erityisen epäluotettavana, joskin yleisesti ottaen luotettavimpina tiedonvälittäjinä pidettiin yliopistoihin ja tutkimuslaitoksiin luotettiin kaupungeissa ja taajaan asutuissa kunnissa huomattavasti maaseutua enemmän. Toinen selkeä ero vastaajaryhmien välillä oli naisten ja miesten suhtautumisessa ympäristöjärjestöiltä puun käytöstä saatavaan tietoon, jota selkeästi suurempi suhteellinen osuus naisvastaajista piti erittäin luotettavana. Koska luontojärjestöt eivät lähtökohtaisesti yleensä ole puunkäytön asiantuntijoita, saattaa tulos olla käytännön esimerkki siitä, kuinka varsinaisen informaatioisällön rinnalla tiedonvälityksen tavat ja tilanteet ovat vastaanottajille merkityksellisiä. Kokonaisuudessaan vastaajien keskuudessa eri tahojen luotettavuudessa puun käyttöä koskevan tiedon lähteinä ei ollut keskenään suuriakaan eroja riippumatta siitä, oliko kyse esimerkiksi yrityksistä tai julkisen sektorin toimijoista.

Muiden kuin informaatioisältöihin liittyvien tekijöiden on todettu korostuvan vastaanottajien asenteiden muodostumiseen erityisesti tilanteissa, joissa tietosisältöä ei pidetä erityisen kiinnostavana. Vastaavasti, tiedonvälitystapa tai -tilanne menettää merkitystään niissä yhteyksissä, joissa informaatio itsessään koetaan mielenkiintoiseksi. Koko vastaaja-aineistossa perinteiset mediakanavat, erityisesti televisio ja sanomalehdet sekä "uudempana" kanavana internet-sivut, olivat vastaanottajien keskuudessa halutuimpia puuta koskevan lisäinformaation saamisen kanavia. Lisäksi erityisesti 60 vuotta täyttäneet suosivat alle 60-vuotiaita enemmän myös radiota lisätiedon kanavana.

Puun käyttöä koskevan viestinnän kehittäminen vaikuttaa kietoutuvan hyvin voimakkaasti kuluttajien tarpeiden sekä asumisen preferenssien kanssa sopusoinnussa olevien tietosisältöjen aikaansaamiseen ja sitä kautta aihepiiriin liittyvän kiinnostuksen herättämiseen. Tämän myötä voidaan myös puun hyväksyttävyyttä rakentamisen ja asumisen materiaalina edelleen parantaa. Tämän raportin tulosten perusteella esimerkiksi tilanteessa, jossa mikään mediakanava ei vastaajien keskuudessa ollut ylitse muiden, ei ole perusteltua olettaa aikaansaattavan joidenkin tiettyjen tiedonvälityskanavien valinnan kautta erityisiä etuja puun käytön hyväksyttävyyden kasvattamisessa yhteiskunnassa. Eri tiedonvälitystahojen profiloinnin suhteen tilanne sen sijaan saattaa olla toinen – riippumatta instituution muusta roolista yhteiskunnassa faktojen esittämisen tapoja voi olla syytä miettiä, jotta myös tiedonvastaanottamistilanteet jäisivät myös puun käyttöön liittyvästä informaation vähemmän kiinnostuneiden kuluttajien mieleen.

Kirjallisuutta

- Bohner, G. & Dickel, N. 2011. Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*, 62: 391–417.
- Bonini, S. & Oppenheim, J. 2008. Cultivating the green consumer. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4): 56–61.
- Bugge, M. M., Hansen, T. & Klitkou, A. 2016. What is the bioeconomy – A review of the literature. *Sustainability*. 8(7): 1–22.
- Dauvergne, P. & Lister, J. 2010. The prospects and limits of eco-consumerism: Shopping our way to less deforestation? *Organization & Environment*, 23(2): 132–154.
- Haenfler, R., Johnson, B. & Jones, E. 2012. Lifestyle movements: Exploring the intersection of lifestyle and social movements. *Social Movement Studies*, 11(1): 1–20.
- Heinonen, K. & Strandvik, T. 2018. Reflections on customers' primary role in markets. *European Management Journal*, 36(1): 1–11.
- Holopainen, J., Häyrynen, L. & Toppinen, A. 2014. Consumer value dimensions for sustainable wood products: Results from the Finnish retail sector. *Scandinavian Journal of Forest Research*, 29(4): 378–85.
- Jensen, M., 2007. Defining lifestyle. *Environmental Sciences* 4 (2), 63-73.
- Kaplowitz, M. D., Hadlock, T. D. & Levine, R. 2004. A comparison of web and mail survey response rates. *Public Opinion Quarterly*, 68(1): 94–101.
- Lähtinen, K., Myllyviita, T., Leskinen, P. & Pitkänen, S. 2014. A Systematic literature review on indicators to assess local sustainability of forest energy production. *Renewable & Sustainable Energy Reviews*. 40: 1202–1216.
- Lähtinen, K., Toppinen, A., Suojanen, H., Stern, T., Ranacher, L., Burnard, M. & Kitek Kuzman, M. 2017. Forest sector sustainability communication in Europe: A systematic literature review on the contents and gaps. *Current Forestry Reports*, 3(3): 173–187.
- Mont, O., Neuvonen, A. & Lähteenoja, S. 2014. Sustainable lifestyles 2050: Stakeholder visions, emerging practices and future research. *Journal of Cleaner Production*, 63: 24–32
- Ollikainen, M. 2014. Forestry in bioeconomy – smart green growth for the humankind. *Scandinavian Journal of Forest Research*, 29(4), 360–366.
- Ranacher, L., Lähtinen, K., Toppinen, A. & Järvinen, E. 2017. Perceptions of the general public on forest sector responsibility: A survey related to ecosystem services and forest sector business impacts in four European countries. *Forest Policy and Economics*, 78: 180–189.
- Salo, M., Nissinen A., Lilja R., Olkanen E., O'Neill M., Uotinen M., 2016. Tailored advice and services to enhance sustainable household consumption in Finland. *Journal of Cleaner Production*, 121 200–217.
- Stiff, J. B. 1986. Cognitive processing of persuasive message cues: A meta-analytic review of the effects of supporting information on attitudes. *Communication Monographs*, 53(1): 75–89.
- Thompson, D. W., Anderson, R. C., Hansen, E. N. & Kahle, L. R. 2010. Green segmentation and environmental certification: insights from forest products. *Business Strategy and the Environment*, 19(5): 319–334.
- Toppinen, A., Lähtinen, K. & Holopainen, J. 2016. On corporate responsibility. In Panwar, R., Kozak, R. & Hansen, E. (Eds.) *Forests, Business and Sustainability*. Earthscan. pp. 70–90.