

# Evira

# Silakan käyttö

Taloustutkimus Oy / Anne Kosonen ja Riitta Ristiluoma  
Syyskuu ja marraskuu 2013

8.1.2014

**taloustutkimus oy**

*HYVÄ TIETÄÄ.*

## Tutkimuksen kohderyhmä ja toteutus

- Kohderyhmänä olivat 15–79-vuotiaat suomalaiset kuluttajat Ahvenanmaata lukuun ottamatta, sekä heidän alle 15-vuotiaat lapsensa.
- Otos muodostettiin kiintiöpöiminnällä, jossa kiintiöinä olivat kohderyhmän valtakunnallinen ikä-, sukupuoli, lääni- ja kuntatyypijakauma.
- Tutkimus on toteutettu henkilökohtaisina haastatteluina osana valtakunnallista Omnibus-kuluttajatutkimusta.
  - Kysymykset olivat mukana kahdella Omnibus-kierroksella syyskuussa ja marraskuussa. Kysymykset esitettiin yhteensä 2042 henkilölle. Silakan syömistä kysyttiin myös talouden alle 15-vuotiaiden lasten osalta (851 lasta).
  - Omnibus –haastattelut toteutetaan pääosin vastaajien kotona kannettavilla tietokoneilla.

**20%**  
suomalaisista  
kannattaa  
Suomen

**66%**  
naisista on  
värjännyt hiuk-  
sensa viimeisen  
viiden vuoden  
aikana.

**73%**  
suomalaisista  
käyttää  
internetiä  
päivittäin tai

parhaimman  
pankin  
vaihtamista.

**38%**

**33%**  
pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta  
verkkokaupan

**17%**  
suomalaisista  
ei tiedä kuka on  
Stephen Elop.

**21%**

**48%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-

**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain  
hankkia

kotitalouksista  
ostaa  
säännöllisesti  
luomupossua.

## Tutkimuksen kohderyhmä ja toteutus

- Haastattelut tehtiin tutkimuksen ensimmäisessä osassa 6.9.-23.9.2013 välisenä aikana ja tutkimuksen toisessa osassa 14.11.-2.12.2013 välisenä aikana.
- Haastattelutyöhön osallistui ensimmäisessä osassa 47 Taloustutkimuksen kouluttamaa haastattelijaa ja toisessa osassa 49 haastattelijaa.
- Haastatteluja tehtiin ensimmäisessä osassa 80 paikkakunnalla (kaupunkeja 47 ja muita kuntia 33) ja toisessa osassa 97 paikkakunnalla (kaupunkeja 55 ja muita kuntia 42).

**20%**  
suomalaisista kannattaa Suomen

**66%**  
naisista on värjännyt hiuksensa viimeisen viiden vuoden aikana.

**73%**  
suomalaisista käyttää internetiä päivittäin tai

parhaimmillaan pankin vaihtamista.

**38%**

**33%**  
pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan

**17%**  
suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

**21%**

**48%**  
suomalaisista vastustaa ydin-

**04%**  
yrityksistä aikoo vuosittain hankkia

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupuossua.

## Tutkimuksen sisältö

- Tutkimuksella selvitettiin silakan käyttöä suomalaisten keskuudessa
  - Silakan ja silakkaruokien syömisuseus viimeisen 3 kuukauden aikana
  - Kuinka paljon silakkaa syödään yleensä yhdellä syöntikerralla
  - Millä tavoin viimeisen 3 kuukauden aikana syöty silakka on valmistettu
  - Mistä syödyt silakat on hankittu

Vain aikuisten osalta kysyttiin lisäksi

- Kuinka usein eri kalalajeja yleensä syödään
- Tiedetäänkö yleinen kalansyöntisuositus
- Tiedetäänkö kalan syöntisuositukseen liittyvä silakansyöntiä koskeva poikkeus

**20%**  
suomalaisista  
kannattaa  
Suomen

**66%**  
naisista on  
värjännyt hiuk-  
sensa viimeisen  
viiden vuoden  
aikana.

**73%**  
suomalaisista  
käyttää  
internetiä  
päivittäin tai

parhaimman  
pankin  
vaihtamista.

**38%**

**33%**  
pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta  
verkkokaupan

**17%**  
suomalaisista  
ei tiedä kuka on  
Stephen Elop.

**21%**

**48%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-

**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain  
hankkia

kotitalouksista  
ostaa  
säännöllisesti  
luomupuossua.

## Tutkimuksen raportointi ja laadunvarmistus

- Tutkimuksen tulokset on raportoitu lyhyenä kirjallisena yhteenvedona, graafisina kuvioina päätuloksista sekä atk-taulukoina (erillinen liite).
- Tulokset on painotettu kohderyhmää vastaavaksi. Painotetut N-luvut vastaavat Suomen 15-79 -vuotiasta väestöstä tuhansina ja lasten atk-taulukoissa alle 15-vuotiaita (SVT 31.12.2011). Otoksen painottamaton ja painotettu rakenne on selvitetty raportin atk-taulukoiden jälkeen ("Absoluuttiset luvut"). Taulukoissa painottamaton n-luku kertoo haastateltujen määrän eri taustaryhmissä ja painotettu N-luku vastaavan populaation tuhansina (.000) henkilöinä.
- Tulostuksessa on käytetty T-testiä, joka testaa kunkin taulukoidun taustamuuttujan kohdalla poikkeako tulos muista vastaajista enemmän kuin mitä satunnaisvaihtelun osuus on 95%:n luotettavuustasolla. Tähti (\*) luvun vieressä osoittaa, että ero on tilastollisesti merkitsevä.

**20%**  
suomalaisista  
kannattaa  
Suomen

**66%**  
naisista on  
värjännyt hiuk-  
sensa viimeisen  
viiden vuoden  
aikana.

**73%**  
suomalaisista  
käyttää  
internetiä  
päivittäin tai

parhaimman  
pankin  
vaihtamista.

**38%**

**33%**  
pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta  
verkkokaupan

**17%**  
suomalaisista  
ei tiedä kuka on  
Stephen Elop.

**21%**

**48%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-

**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain  
hankkia

kotitalouksista  
ostaa  
säännöllisesti  
luomupossua.

## Tutkimuksen raportointi ja laadunvarmistus

- Tutkimuksen kyselylomake ja avoimet (muu, mikä –vastaukset) löytyvät listattuina taulukkoraporteista. Tutkimusaineisto säilytetään ja on käytettävissä lisätulostuksiin kahden vuoden ajan raportointipäivästä.
- Tämän projektin laatu varmistetaan käsittelemällä kaikkia tutkimukseen liittyviä aineistoja ja syntyneitä tietoja ehdottoman luottamuksellisesti sekä noudattamalla markkinatutkimusalan ISO 20252 -standardia sekä ESOMARin ja Kansainvälisen Kauppakamarin yhdessä julkaisemia tutkimusalan perussääntöjä.
- Tutkimuksen toteutuksesta Taloustutkimuksessa vastaa Anne Kosonen p. 09-7585 1264, anne.kosonen@taloustutkimus.fi ja Riitta Ristiluoma p. 09-7585 1332, riitta.ristiluoma@taloustutkimus.fi

**20%**  
suomalaisista  
kannattaa  
Suomen

**66%**  
naisista on  
värjännyt hiuk-  
sensa viimeisen  
viiden vuoden  
aikana.

**73%**  
suomalaisista  
käyttää  
internetiä  
päivittäin tai

parhaimman  
pankin  
vaihtamista.

**38%**

**33%**  
pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta  
verkkokaupan

**17%**  
suomalaisista  
ei tiedä kuka on  
Stephen Elop.

**21%**

**48%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-

**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain  
hankkia

kotitalouksista  
ostaa  
säännöllisesti  
luomupossua.

## Raportissa käytetty maakuntien jako kahteen luokkaan

- Taulukoissa ja kuvissa maakunnat on jaettu
  - 1) Meren läheisyydessä sijaitseviin maakuntiin
  - 2) Sisämaan maakuntiin (taulukoissa nämä on nimetty "muu")
- Meren läheisyydessä sijaitseviin maakuntiin on luokiteltu seuraavat maakunnat:
  - Uusimaa, Itä-Uusimaa, Kymenlaakso, Varsinais-Suomi, Satakunta, Etelä-Pohjanmaa, Pohjanmaa, Keski-Pohjanmaa, Pohjois-Pohjanmaa ja Lappi.
- Sisämaan maakuntiin on luokiteltu seuraavat maakunnat:
  - Kanta-Häme, Pirkanmaa, Päijät-Häme, Etelä-Karjala, Etelä-Savo, Pohjois-Savo, Pohjois-Karjala, Keski-Suomi ja Kainuu.

**20%**  
suomalaisista  
kannattaa  
Suomen

**66%**  
naisista on  
värjännyt hiuk-  
sensa viimeisen  
viiden vuoden  
aikana.

**73%**  
suomalaisista  
käyttää  
internetiä  
päivittäin tai

parhaimman  
pankin  
vaihtamista.

**38%**

**33%**  
pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta  
verkkokaupan

**17%**  
suomalaisista  
ei tiedä kuka on  
Stephen Elop.

**21%**

**48%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-

**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain  
hankkia

kotitalouksista  
ostaa  
säännöllisesti  
luomupuossua.

06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

38%

suomalaisista katsoo netti-tv:tä

täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

75%

kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

28%

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämäänsä.

86%

EU-jäsenyyden puolesta.

73%

suomalaisista

047% yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

33%

viinien käyttäjistä on alle 25-vuotiaita.

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

21%

uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%



## Aineiston rakenne

33%

pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

48%

kotiruokaa.

04%

yrityksistä aikoo vuosittain

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

75%

naisista uskoo ryppyvoiteiden tehon

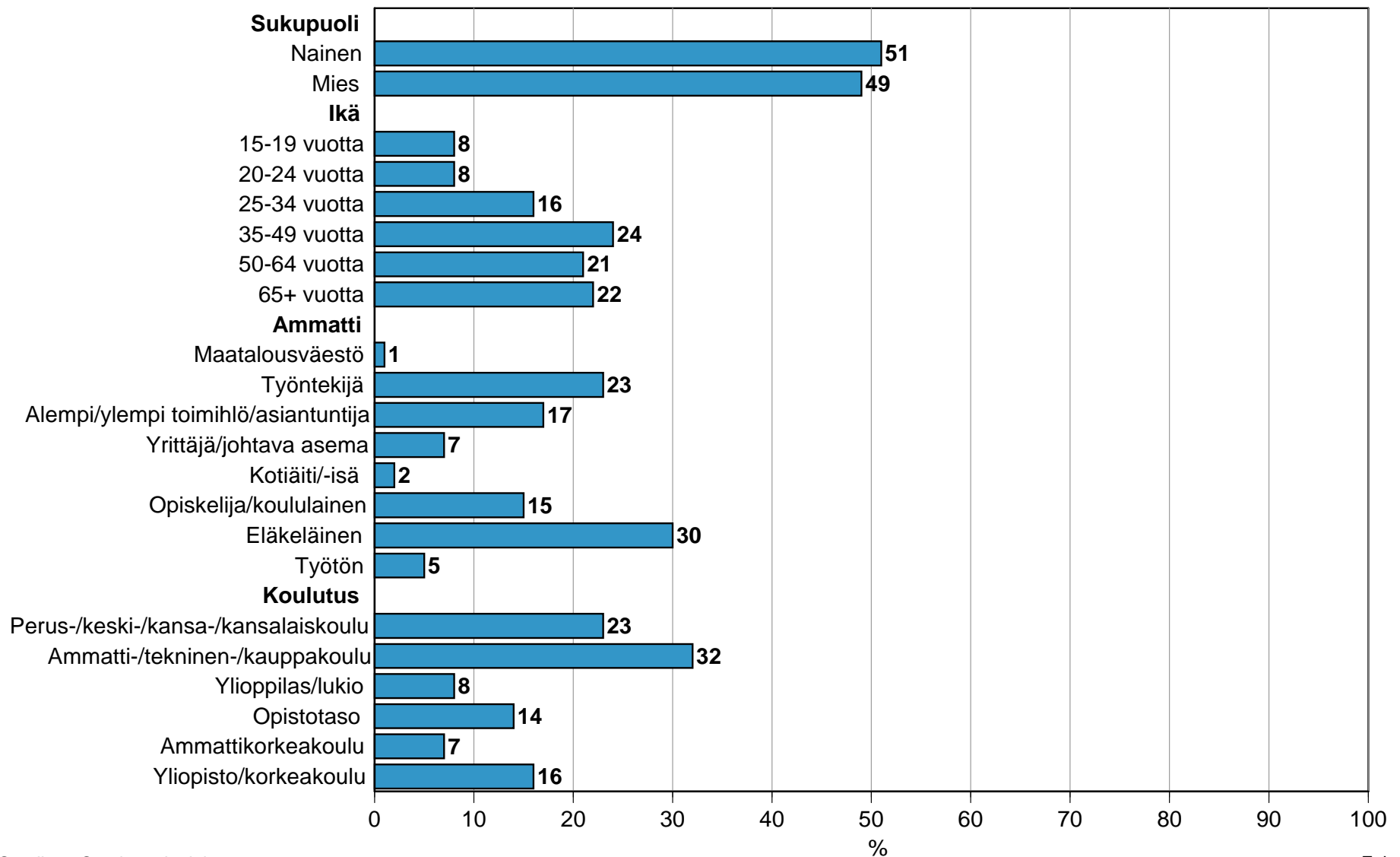
28%

suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-



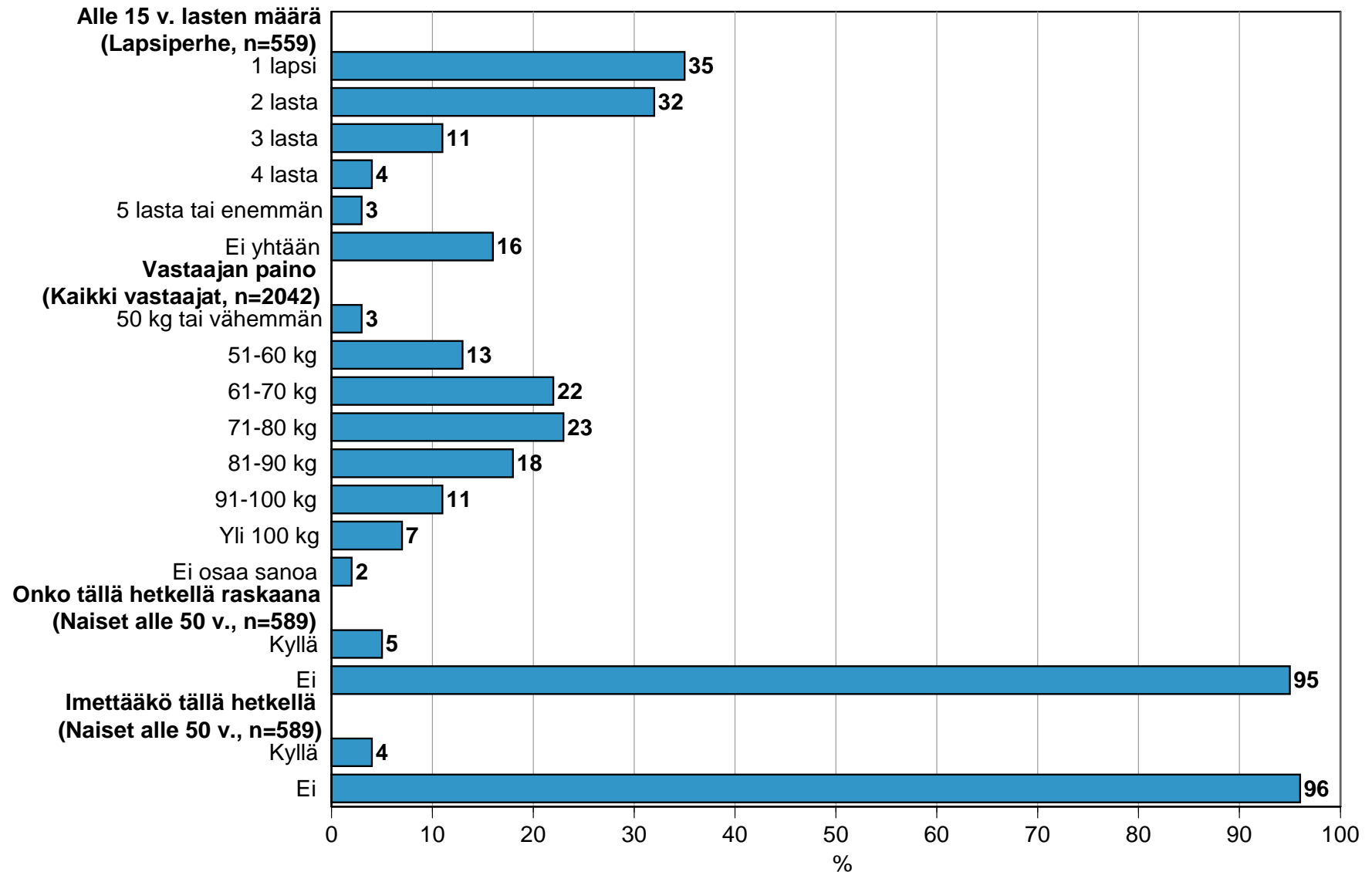
## Taustatiedot 1(2)

Kaikki vastaajat, n=2042



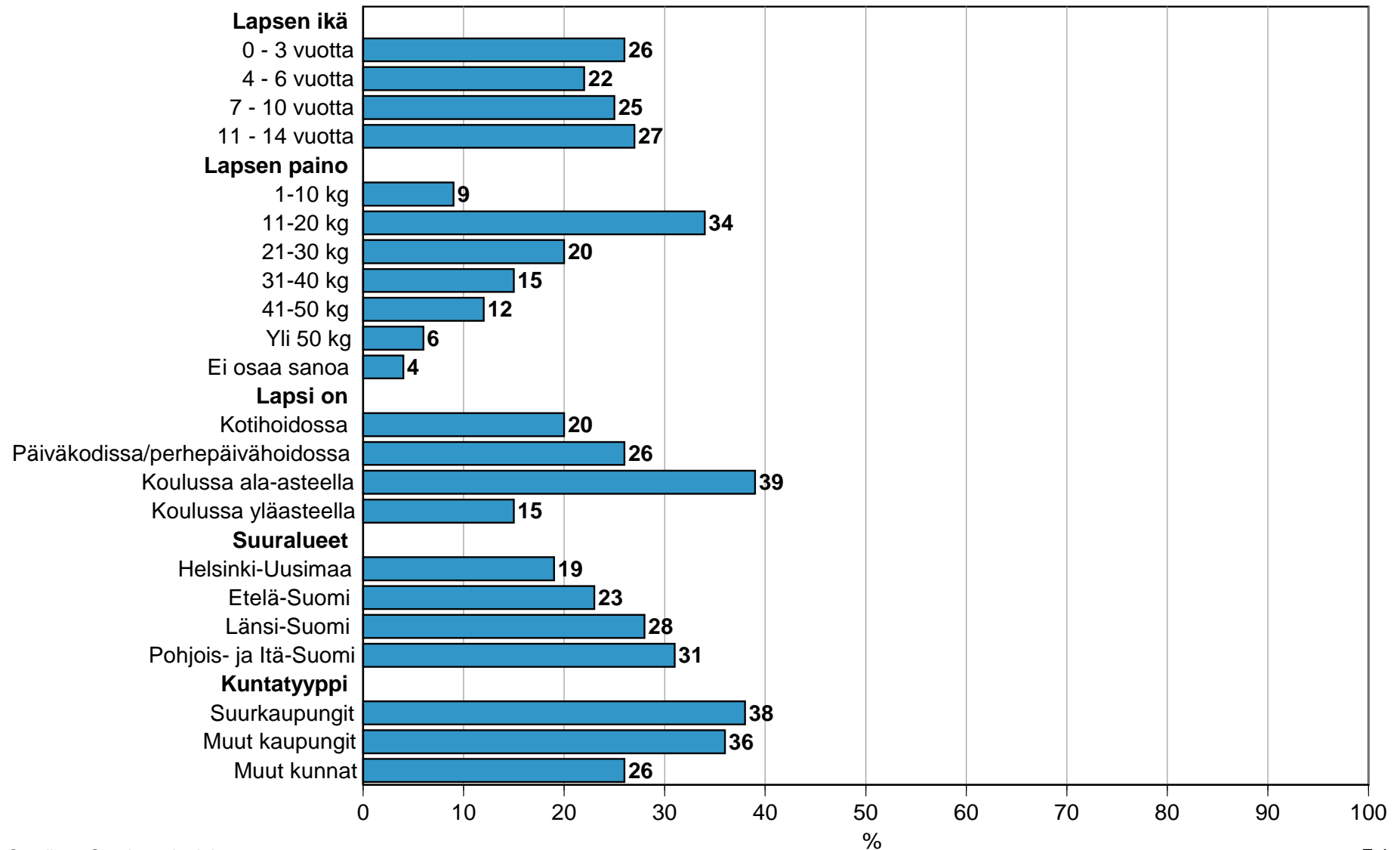
## Taustatiedot 2(2)

n=vastanneet



**Taustatiedot**

Alle 15-vuotiaat lapset, n=851



06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

38%

suomalaisista katsoo netti-tv:tä

täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

75%

kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

28%

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämäänsä.

86%

EU-jäsenyyden puolesta.

73%

suomalaisista

047%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

33%

viinien käyttäjistä on alle 25-vuotiaita.

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

21%

uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

## Yhteenveto tuloksista

33%

pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

48%

kotiruokaa.

04%

yrityksistä aikoo vuosittain

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

75%

naisista uskoo ryppyvoiteiden tehoon

28%

suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

## Yhteenveto 1/6

### *Aikuisten silakan syöntitottumukset*

- Neljä suomalaista kymmenestä on syönyt silakkaa tutkimusajankohtia edeltäneiden kolmen kuukauden aikana. Silakan syömisessä on eroja ikäryhmittäin, sukupuolittain ja alueittain tarkasteltuna.
  - Miehet suosivat silakkaa naisia useammin. Miehistä lähes puolet (44 %) on syönyt silakkaa tutkimusajankohtaa edeltäneiden kolmen kuukauden aikana, naisista 38 %.
  - Sitä suurempi osa suomalaisista on syönyt silakkaa viimeisen kolmen kuukauden aikana, mitä vanhempia ikäryhmiä tarkastellaan. Yli 50-vuotiaista lähes puolet (48 %) on syönyt silakkaa viimeisen kolmen kuukauden aikana.
  - Alueellisesti tarkasteluna silakkaa viimeisen kolmen kuukauden aikana syöneitä (syyskuuta ja joulukuuta edeltävänä aikana) on muuta Suomea enemmän pk-seudulla ja vähemmän Itä-/Pohjois-Suomessa. Meren läheisyydessä sijaitsevilla maakunnilla syödäänkin silakkaa enemmän kuin sisämaassa sijaitsevilla maakunnilla.
  - Aikuisista kolmannes ei syö silakkaa lainkaan.
  - Yli 15-vuotiaat syövät silakoita tyypillisimmin kokonaisuutena, erityisesti yli 55-vuotiaat miehet suosivat kokonaista silakkaa. Keskimääräinen annoskoko kokonaisia silakoita syödessä on aikuisten keskuudessa useimmin 3-5 silakkaa

## Yhteenveto 2/6

### *Lasten silakan syöntitottumukset*

- Alle 4-vuotiaista lapsista silakkaa on syönyt yli kymmenes ja 7-14 –vuotiaista kolmannes. Puolet tutkimukseen osallistuneista lapsista ei syö silakkaa lainkaan.
- Silakan syömisessä on selviä eroja myös sen mukaan onko lapsi kotihoidossa vai päiväkodissa tai koulussa. Kotihoidossa olevista lapsista vain hieman yli kymmenes (11 %) on syönyt viimeisen kolmen kuukauden aikana silakkaa. Päiväkodissa olevista lapsista silakkaa syöneitä on neljännes ja koululaisista kolmannes.
- Alle 15-vuotiaista koululaiset syövät erityisesti kokonaista silakkaa (noin neljännes syö). Päiväkodissa hoidossa olevat lapset syövät silakkaa yhtä paljon sekä kokonaisena (14 %) että pääruoassa raaka-aineena (16 %). Kotihoidossa olevista lapsista syö kokonaista silakkaa edes joskus noin kymmenes. Sen sijaan vain harva kotihoidossa olevista lapsista syö silakkaa pääruoassa raaka-aineena (3 %) tai muuta ruokaa, jossa silakka on vain lisukkeena (2 %).
  - On toki huomioitava, että tässä tutkimuksessa kotihoidossa olevista lapsista 60 % on alle 4 –vuotiaita. Tämän ikäisillä pienetkin ruodot kalassa voivat aiheuttaa ns. inhokkireaktion.
  - 4-6-vuotiaista 75 % on päiväkodissa/perhepäivähoidossa. Päiväkodeilla onkin suuri merkitys lasten totuttamisella silakkaan, koska nuorista naisista (15-35 –vuotiaista) peräti 51 % ei syö silakkaa ollenkaan, miehistä 41 %. Tämä enteilee myös sitä, että nuoremmat aikuiset eivät juuri laita silakasta ruokaa kotona eivätkä lapsetkaan siten totu silakkaan.

## Yhteenveto 3/6

- Alle 15 –vuotiailla keskimääräinen annoskoko kokonaisia silakoita syötäessä on useimmin 1-2 silakkaa.

### *Silakat hankitaan ruokakaupasta*

- Syödyt silakat ostetaan useimmin kaupasta. Aikuisista yli puolet (58 %) ja lapsista lähes puolet (46 %) on syönyt kaupasta ostettuja silakoita.
- Silakkaa syöneistä aikuisista yli viidennes ja lapsista yli neljännes on syönyt silakoita ruokalassa tai ravintolassa. Keskimääräistä useammin silakoita syövät ruokalassa tai ravintolassa Helsinki-Uusimaa – alueella asuvat.

### *Silakkaa syödään yleensä paistettuna*

- Yli puolet aikuisista ja lapsista on syönyt silakoita viimeisen kolmen kuukauden aikana paistettuna. Yli kymmenes aikuisista sanoo syöneensä silakkaa savustettuna tai käyttäneensä niitä raaka-aineena silakkaruoassa. Silakkaa on käytetty ruoassa raaka-aineena useimmin silakkalaatikossa.

## Yhteenveto 4/6

### *Kalalajien käyttö*

- Yli 15-vuotiaat syövät eri kalalajeista useimmin kirjolohta, jota yhdeksän kymmenestä sanoo syövänsä ainakin joskus (yli puolet useamman kerran kuukaudessa). Vähiten syödään tuoretta tonnikalaa (ei purkissa), jota ei syö lainkaan kaksi kolmasosaa yli 15-vuotiaista.
  - Vastaajat, jotka syövät silakkaa 3 kertaa kuussa tai useammin, syövät keskimääräistä useammin myös lähes kaikkia muita kysytyjä kalalajeja (esim. Itämeren lohta, ahventa, haukea, kuhaa, siikaa ja muikkuja).
  - Lapsiperheet syövät muita hieman useammin kalapuikkoja, Itämeren lohta, purkkitonnikalaa ja äyriäisiä.
  - Ikäryhmittäin tarkasteltuna yli 55-vuotiaat syövät muita ikäryhmiä useammin erityisesti ahvenia, haukia ja muikkuja. Tässä ikäryhmässä on myös eniten silakoiden heavy-usereita (ovat syöneet silakkaa 5 kertaa tai useammin tutkimusta edeltäneiden 3 kuukauden aikana). Sen sijaan kalapuikot, purkkitonnikala, Itämeren lohi ja äyriäiset maistuvat tälle ikäryhmälle muita harvemmin.



## Yhteenveto 5/6

### *Kalan yleiset syöntisuositukset tiedetään hyvin*

- Lähes yhdeksän vastaajaa kymmenestä sanoo tietävänsä että kalaa tulisi syödä kaksi kertaa viikossa vaihdellen eri kalalajeja. Parhaiten kalan yleinen syöntisuositus on yli 35-vuotiaiden naisten tiedossa, heistä keskimäärin 93 % on tietoinen suosituksista.
- Yleiset syöntisuositukset tiedettiin yhtä hyvin sekä meren läheisyydessä sijaitsevissa maakunnissa asuvien ja sisämaan maakunnissa asuvien keskuudessa.

### *Silakkaa koskeva poikkeus ei ole yhtä hyvin tiedossa*

- Virallista, silakkaa koskevaa poikkeusta ei tiedetä yhtä hyvin kuin yleisiä kalansyöntisuosituksia. Kaikista vastaajista (yli 15-vuotiaat) vajaa kolmasosa tietää silakan syöntiin liittyvän poikkeuksen olevan se että lapset, nuoret ja hedelmällisessä iässä olevat voivat syödä isoa silakkaa vain 1-2 kertaa kuukaudessa 100 gramman annoksina. Parhaiten poikkeuksesta ovat tietoisia 35-54-vuotiaat naiset, joista reilu kolmannes tietää poikkeuksesta.
- Virallinen poikkeus tiedetään paremmin meren läheisyydessä sijaitsevissa maakunnissa kuin sisämaan maakunnissa. Kolmannes meren läheisyydessä sijaitsevissa maakunnissa asuvista tiesi oikean poikkeuksen, sisämaassa asuvista vain reilu viidennes (23 %).

## Yhteenveto 6/6

- Hieman yli viidennes ei osaa sanoa mikä silakkaa koskeva poikkeus suosituksessa on. Yhtä suuri osuus (22 %) sanoo että silakan syönnistä ei ole annettu poikkeavaa suositusta ja tätä mieltä ovat useimmin juuri nuoret naiset (15-34 –vuotiaat). Heistä neljännes on tätä mieltä.
- Samoin viidennes kokee, että poikkeus kalansyöntisuosituksissa silakan osalta on se, että silakkaa voi syödä vain kerran viikossa. Tätä mieltä ovat keskimääräistä useammin yli 55 –vuotiaat, erityisesti miehet joista kolmannes on tätä mieltä.
- Alle kymmenesosa (7 %) vastaajista vastasi silakkaa koskevan poikkeuksen liittyvän siihen, että Itämeren silakkaa ei pitäisi syödä lainkaan. He myös ovat syöneet silakkaa keskimäärin muita ryhmiä vähemmän viimeisen kolmen kuukauden aikana.

## Johtopäätökset

- Kalan syöntiä koskevat yleiset suositukset ovat varsin hyvin suomalaisten tiedossa. Sen sijaan silakan syöntiä koskeva poikkeus tiedetään selvästi huonommin ja tietoisuutta tulisikin nostaa erityisesti riskiryhmissä.
- On kuitenkin merkille pantavaa, että yli puolet vastanneista vastasi että silakan syönnissä on **jokin rajoite** (57 % vastanneista).
- Hedelmällisessä iässä olevista nuorista naisista (15-34 –vuotiaat) peräti neljännes on sitä mieltä, että silakan syönnistä ei ole annettu poikkeavaa suositusta. Tiedotuksen tulisi tavoittaa luonnollisesti juuri tämä kohderyhmä lasten, nuorten ja nuorten aikuisten miesten ohella, ja mieluiten jo kouluiässä.
- Toisaalta riskiryhmään kuuluvissa (lapset, nuoret ja hedelmällisessä iässä olevat) ei todennäköisesti ole kovin paljoa niitä, jotka syövät silakkaa yli suositusten, koska esim. lapsista ja nuorista naisista puolet eivät syö silakkaa lainkaan. Niin sanottuja silakan heavy usersia löytyy todennäköisemmin yli 50-vuotiaista.

06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

38%

suomalaisista katsoo netti-tv:tä

täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

75%

kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

28%

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

17%

86%

EU-jäsenyyden puolesta.

73%

suomalaisista

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

33%

viinien käyttäjistä on alle 25-vuotiaita.

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

21%

uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%



## Silakan syönti

ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

48%

kotiruokaa.

04%

yrityksistä aikoo vuosittain

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

75%

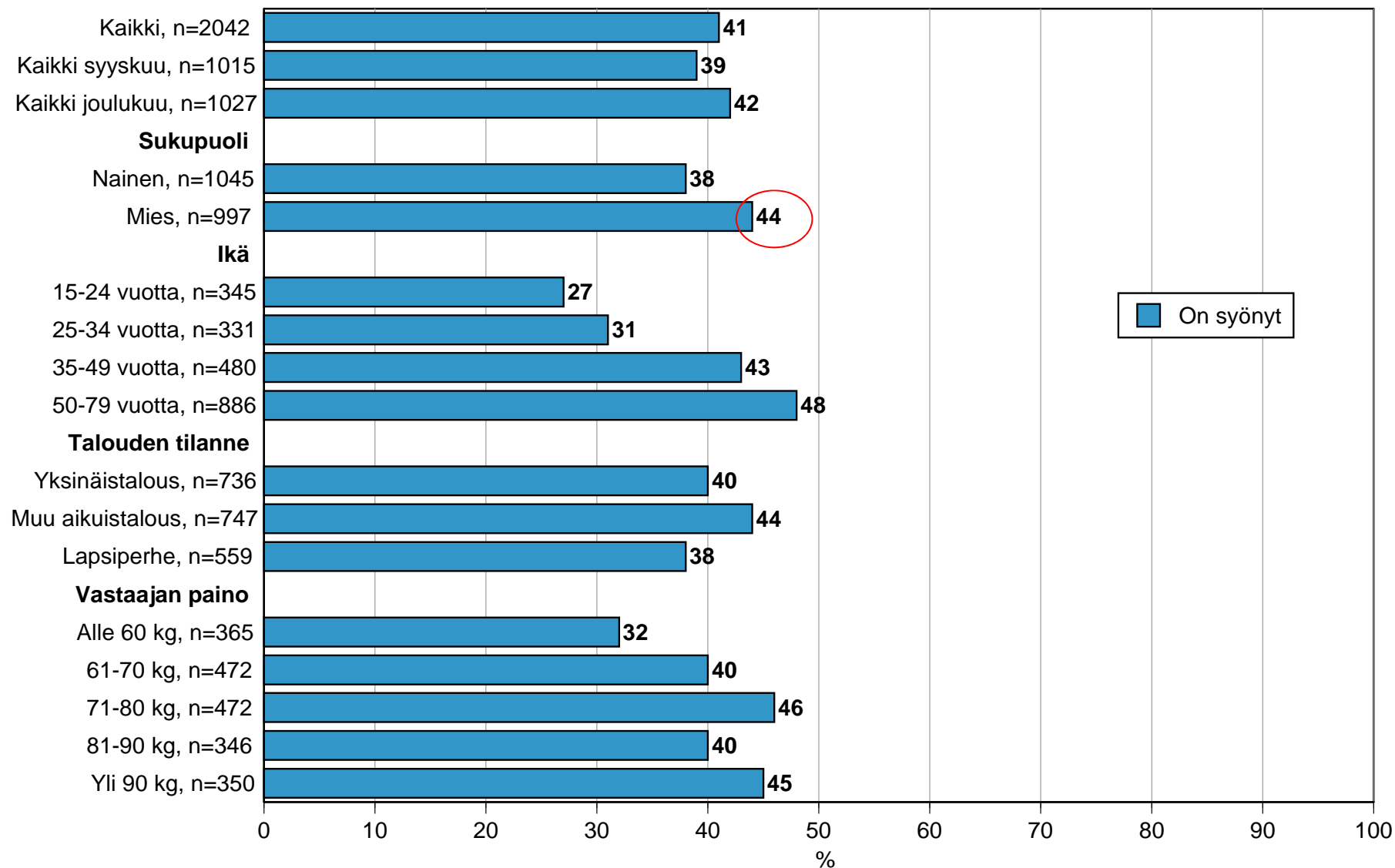
naisista uskoo ryppyvoiteiden tehon

28%

suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

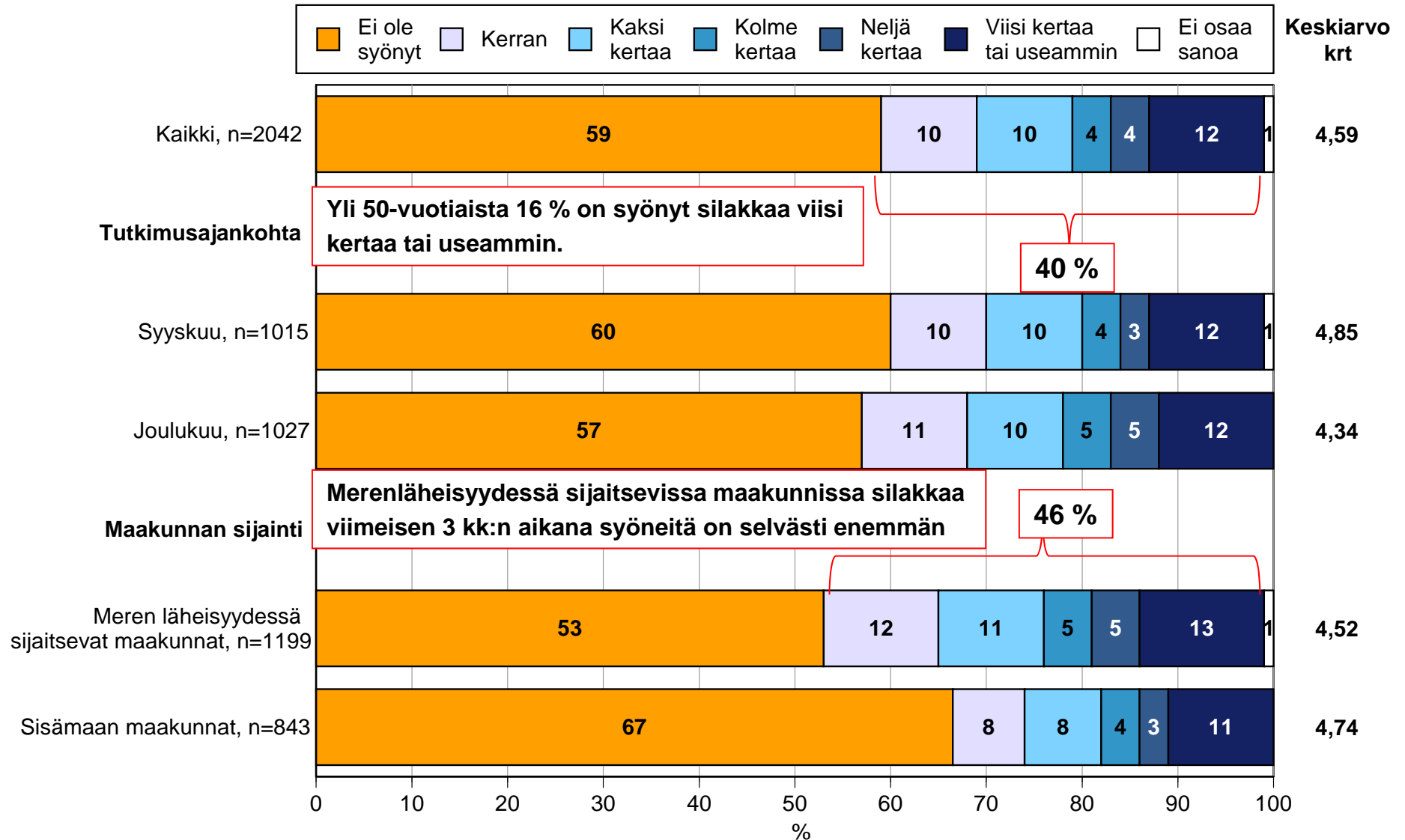
## Silakan syönti kotona tai ravintolassa viimeisen 3 kuukauden aikana

n=kaikki vastaajat



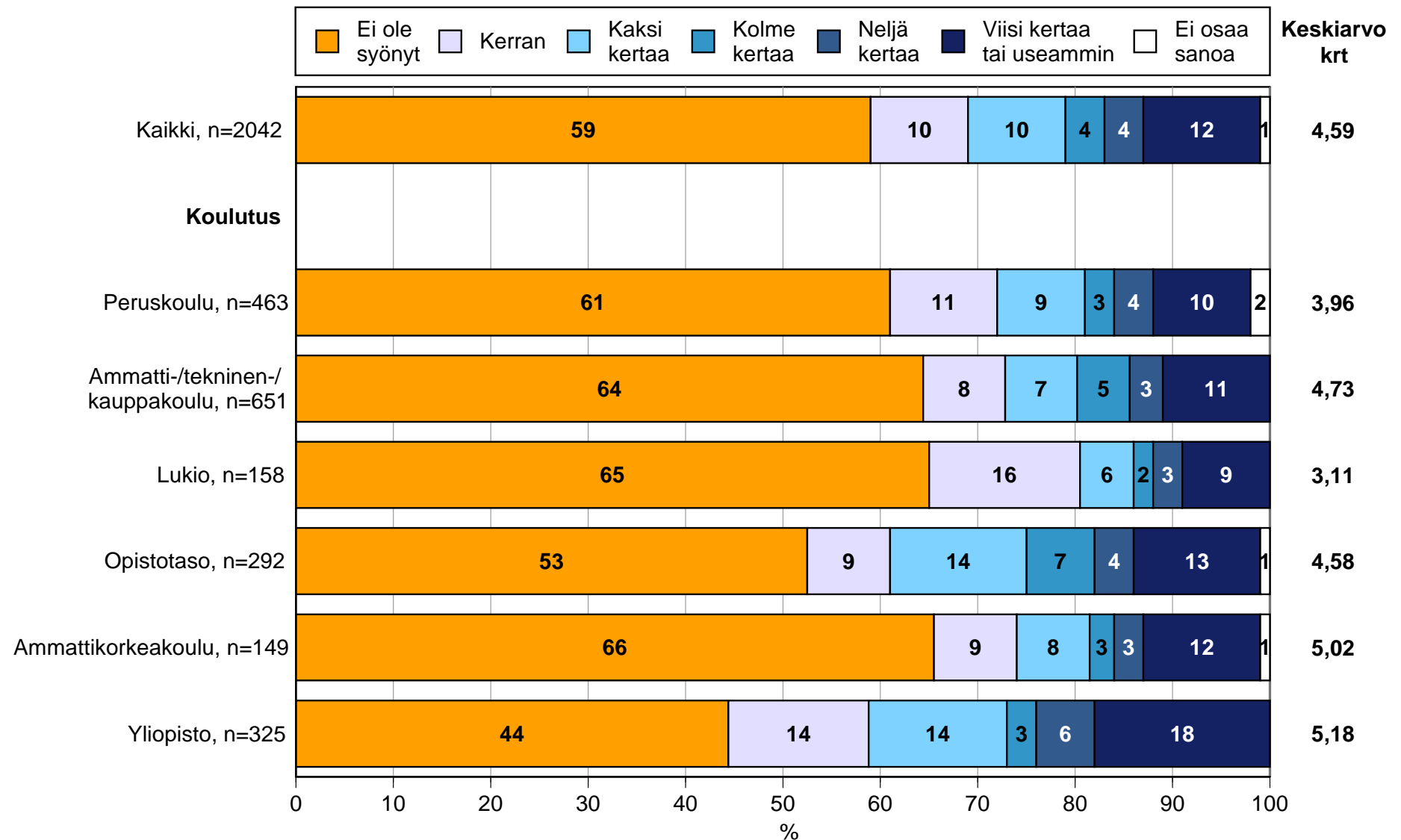
### Silakan syönti kotona tai ravintolassa viimeisen 3 kuukauden aikana

n=kaikki vastaajat



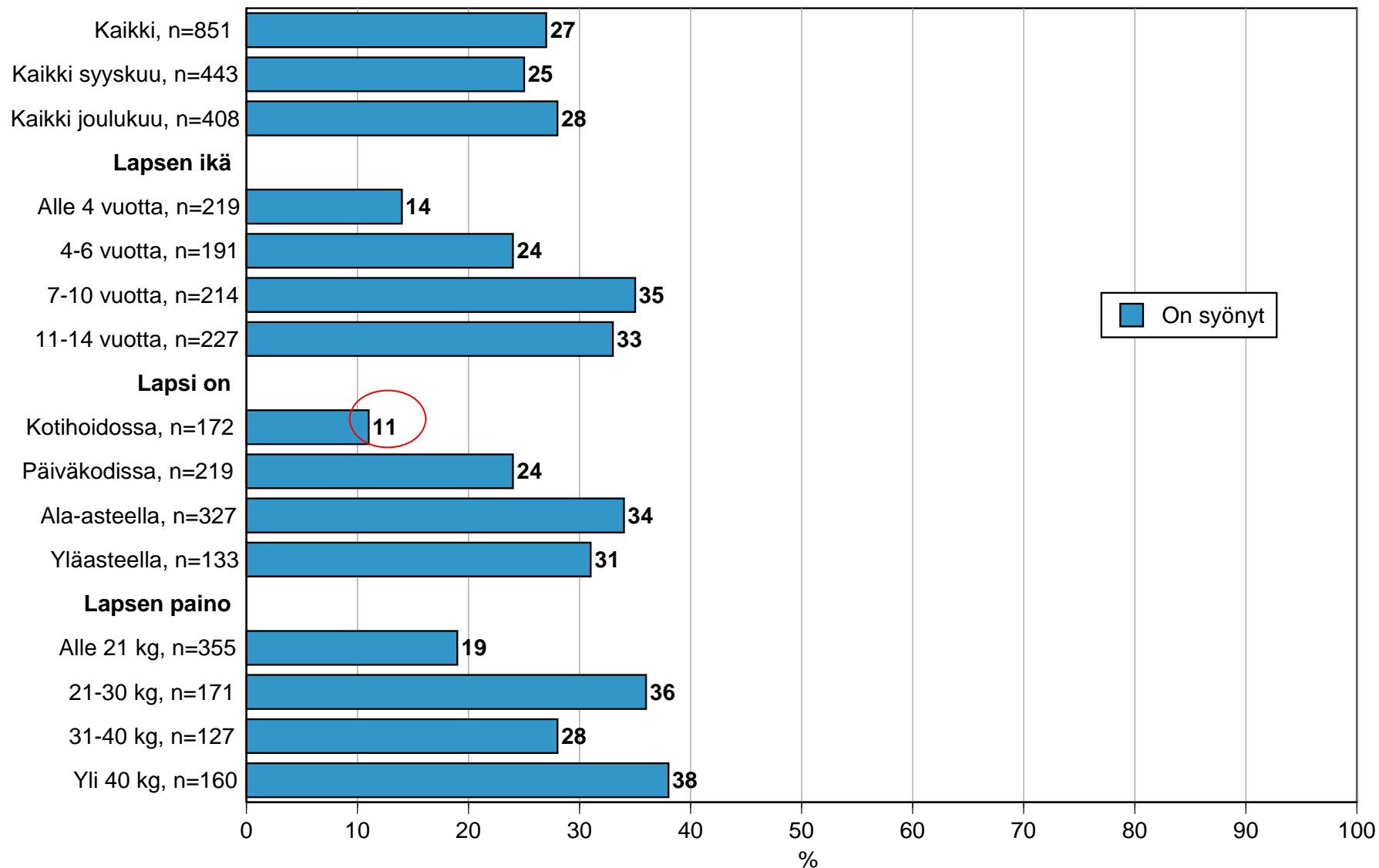
**Silakan syönti kotona tai ravintolassa viimeisen 3 kuukauden aikana koulutustaustan mukaan**

n=kaikki vastaajat



**Alle 15-vuotiaiden lasten silakan syönti kotona tai ravintolassa viimeisen 3 kuukauden aikana**

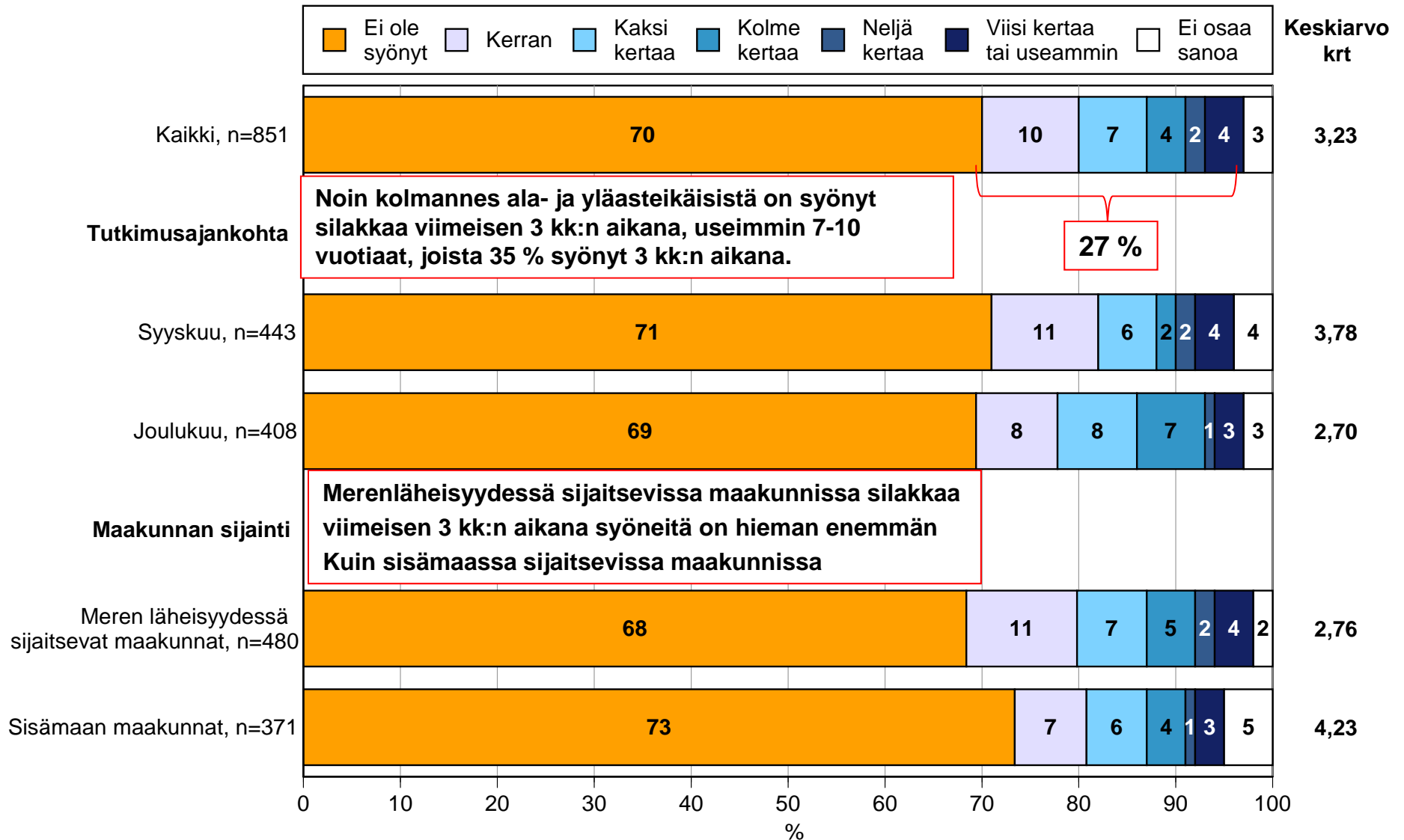
n=alle 15-vuotiaat lapset





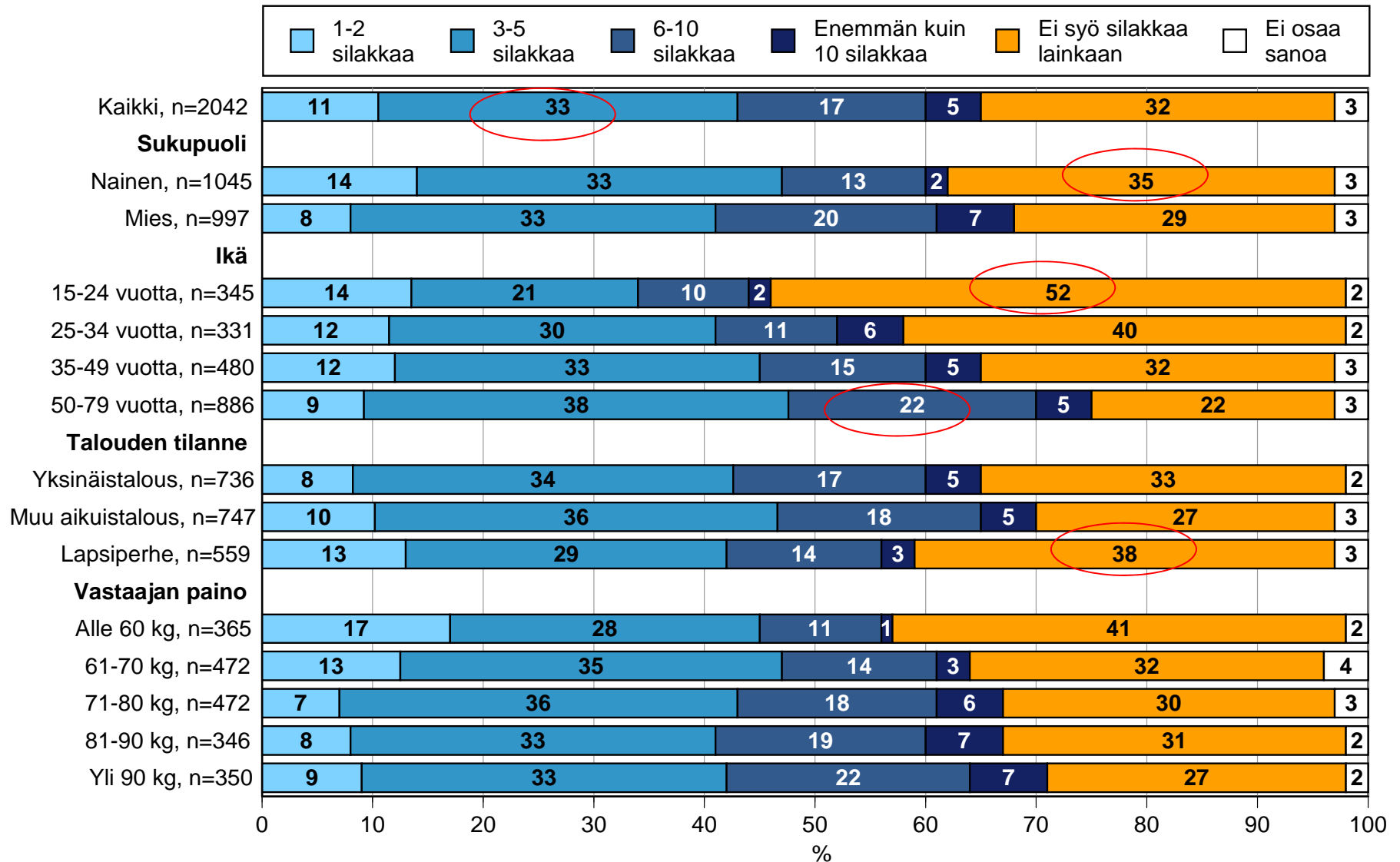
**Alle 15-vuotiaiden lasten silakan syönti kotona tai ravintolassa viimeisen 3 kuukauden aikana**

n=alle 15-vuotiaat lapset



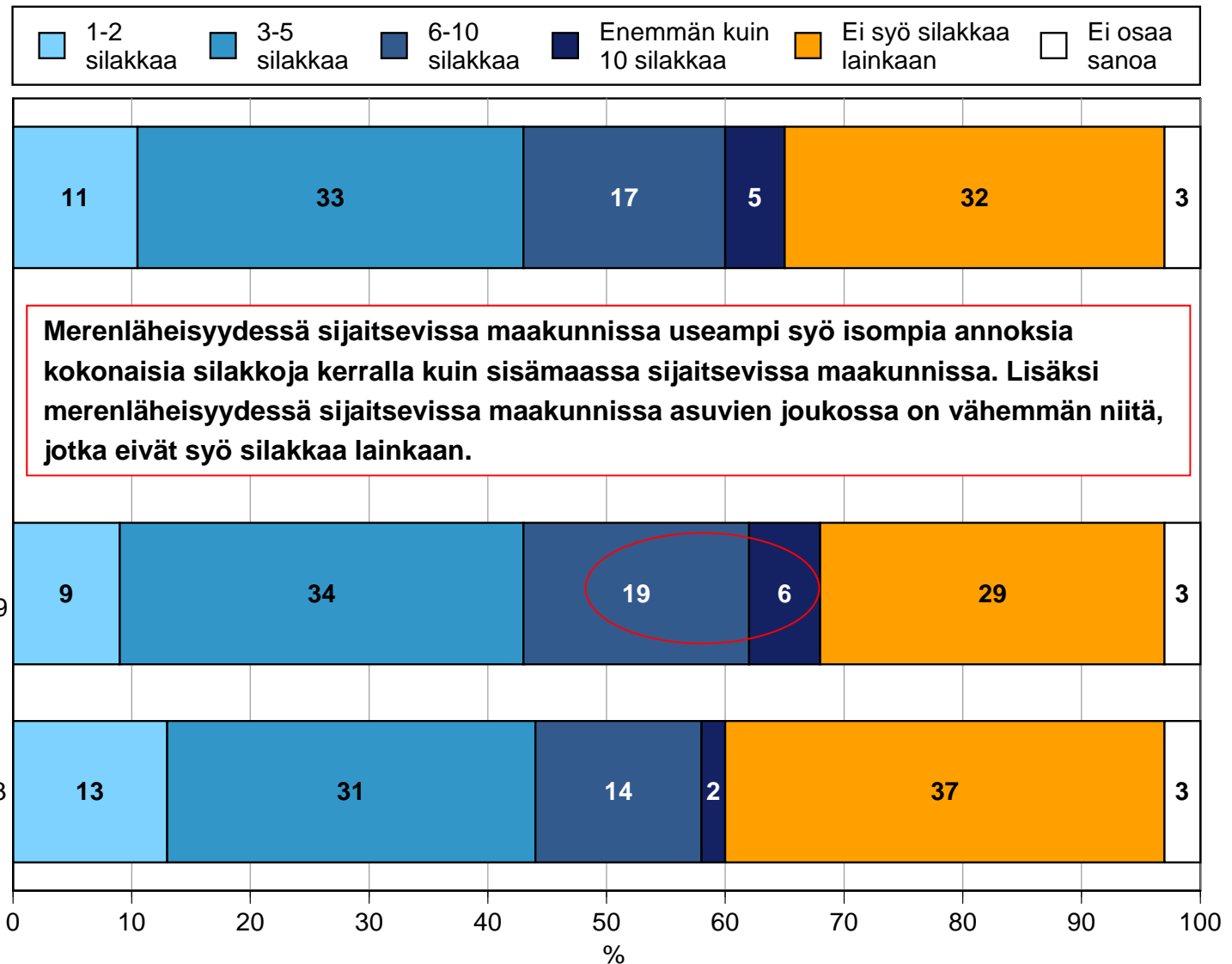
### Kuinka monta kokonaista silakkaa syödään kerralla

n=kaikki vastaajat



### Kuinka monta kokonaista silakkaa syödään kerralla

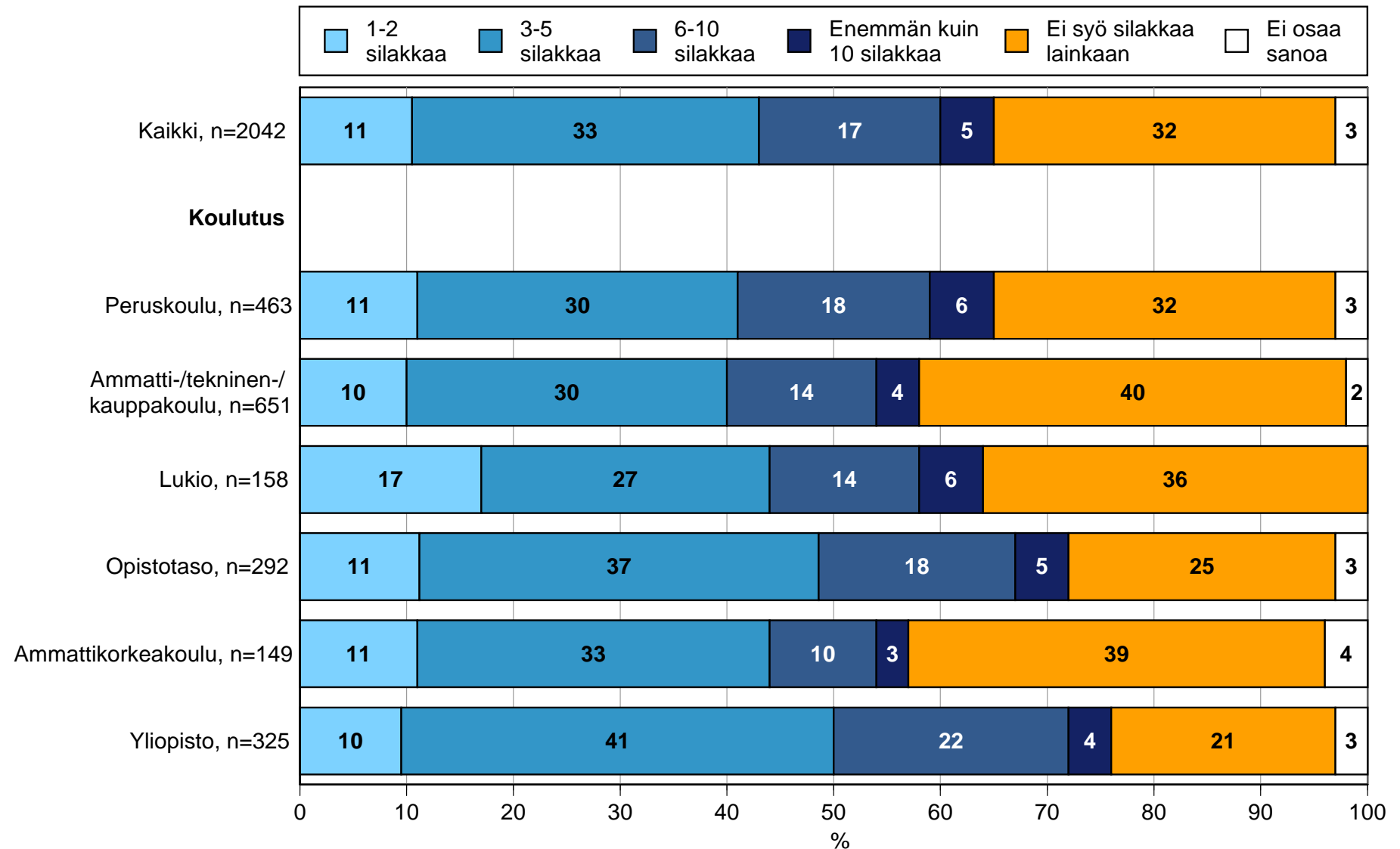
n=kaikki vastaajat



**Merenläheisyydessä sijaitsevilla maakunnilla useampi syö isompia annoksia kokonaisia silakkoja kerralla kuin sisämaassa sijaitsevilla maakunnilla. Lisäksi merenläheisyydessä sijaitsevilla maakunnilla asuvien joukossa on vähemmän niitä, jotka eivät syö silakkaa lainkaan.**

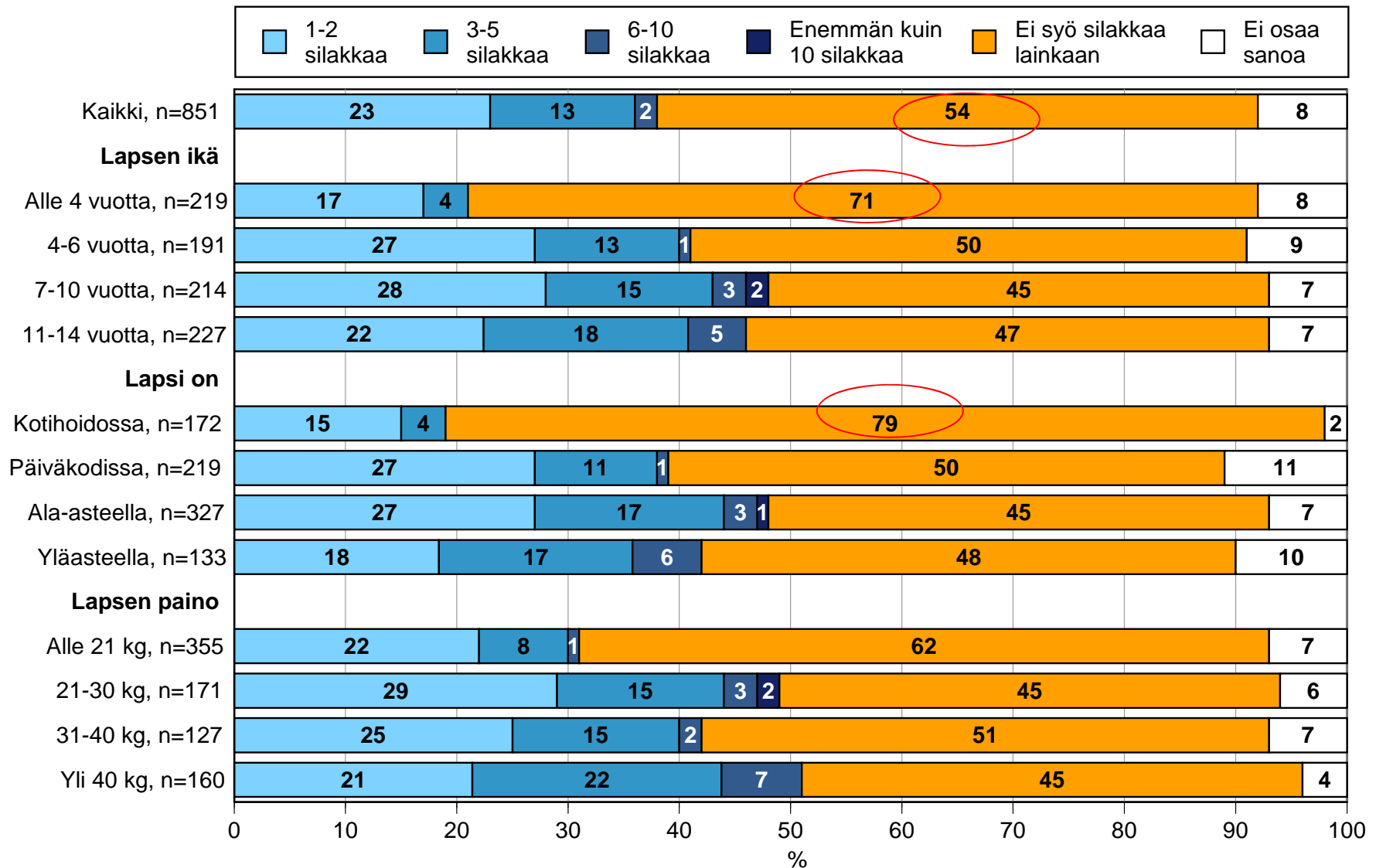
### Kuinka monta kokonaista silakkaa syödään kerralla

n=kaikki vastaajat



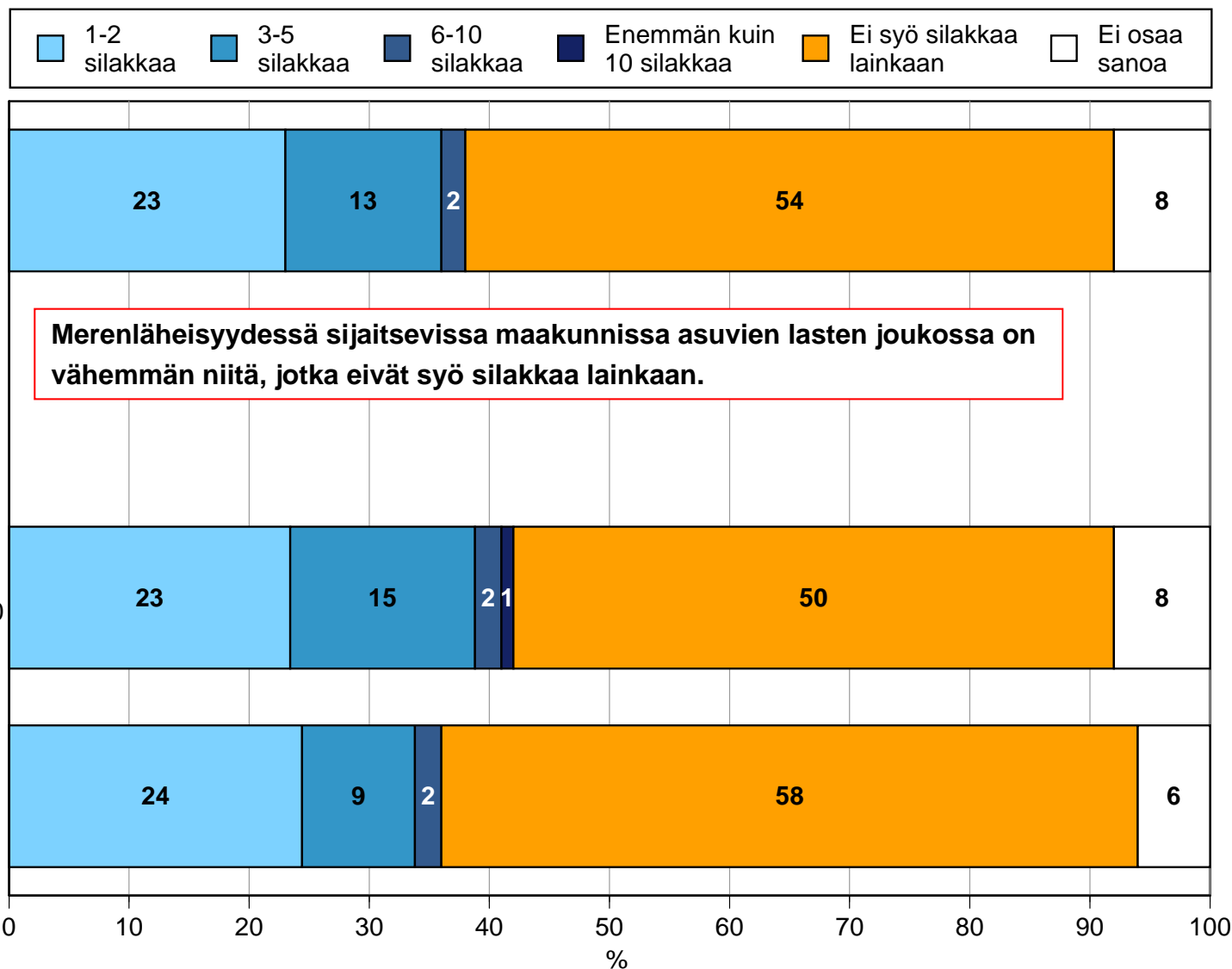
## Kuinka monta kokonaista silakkaa lapset syövät kerralla

n=alle 15-vuotiaat lapset



## Kuinka monta kokonaista silakkaa lapset syövät kerralla

n=alle 15-vuotiaat lapset



06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

38%

suomalaisista katsoo netti-työtä

täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

75%

kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

28%

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämäänsä.

86%

EU-jäsenyyden puolesta.

73%

suomalaisista

047%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

33%

viinien käyttäjistä on alle 25-vuotiaita.

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

21%

uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%



## Mistä silakka hankitaan?

33%

pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

48%

kotiruokaa.

04%

yrityksistä aikoo vuosittain

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

75%

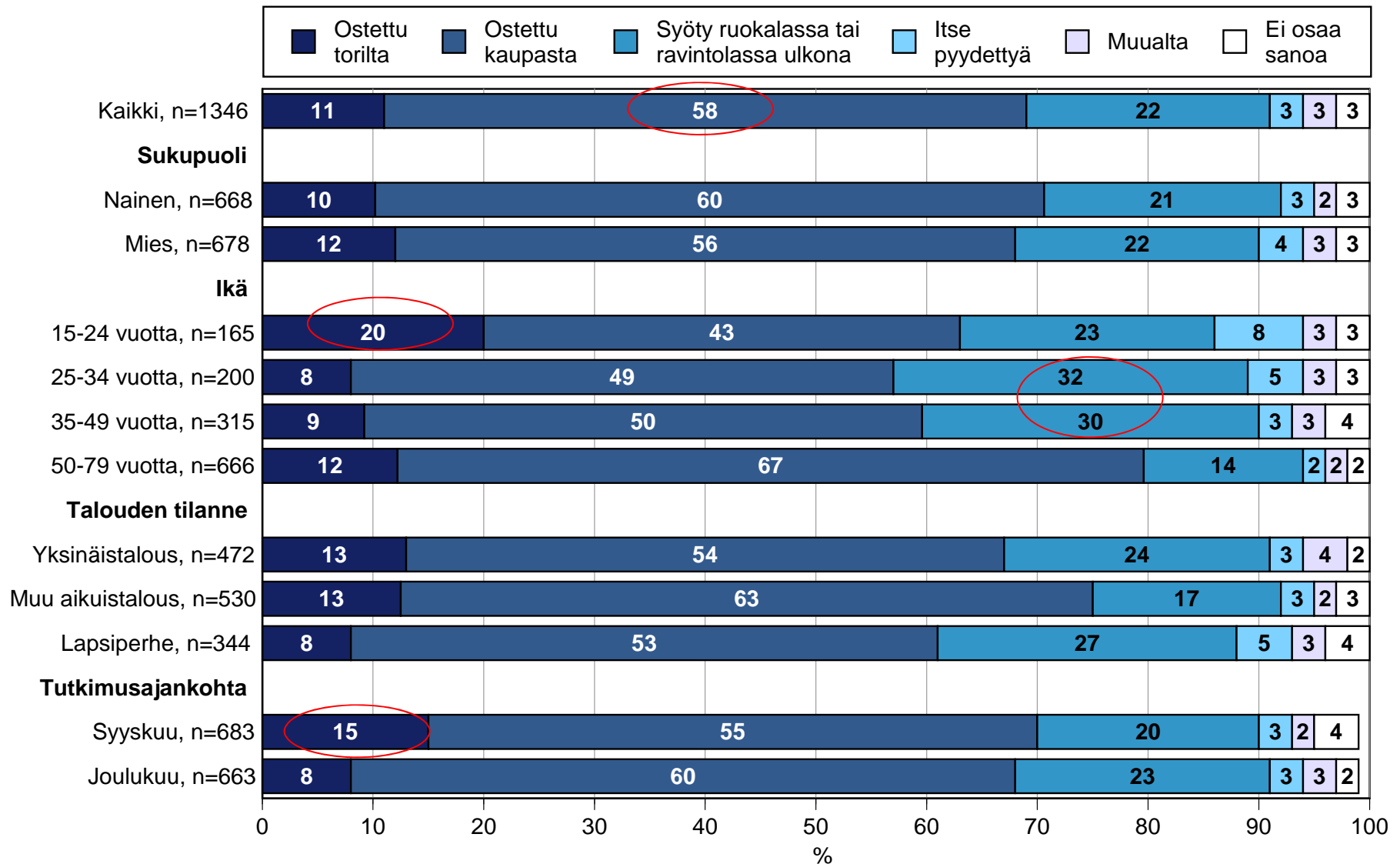
naisista uskoo ryppyvoiteiden tehoa

28%

suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

### Mistä silakka on pääasiassa hankittu

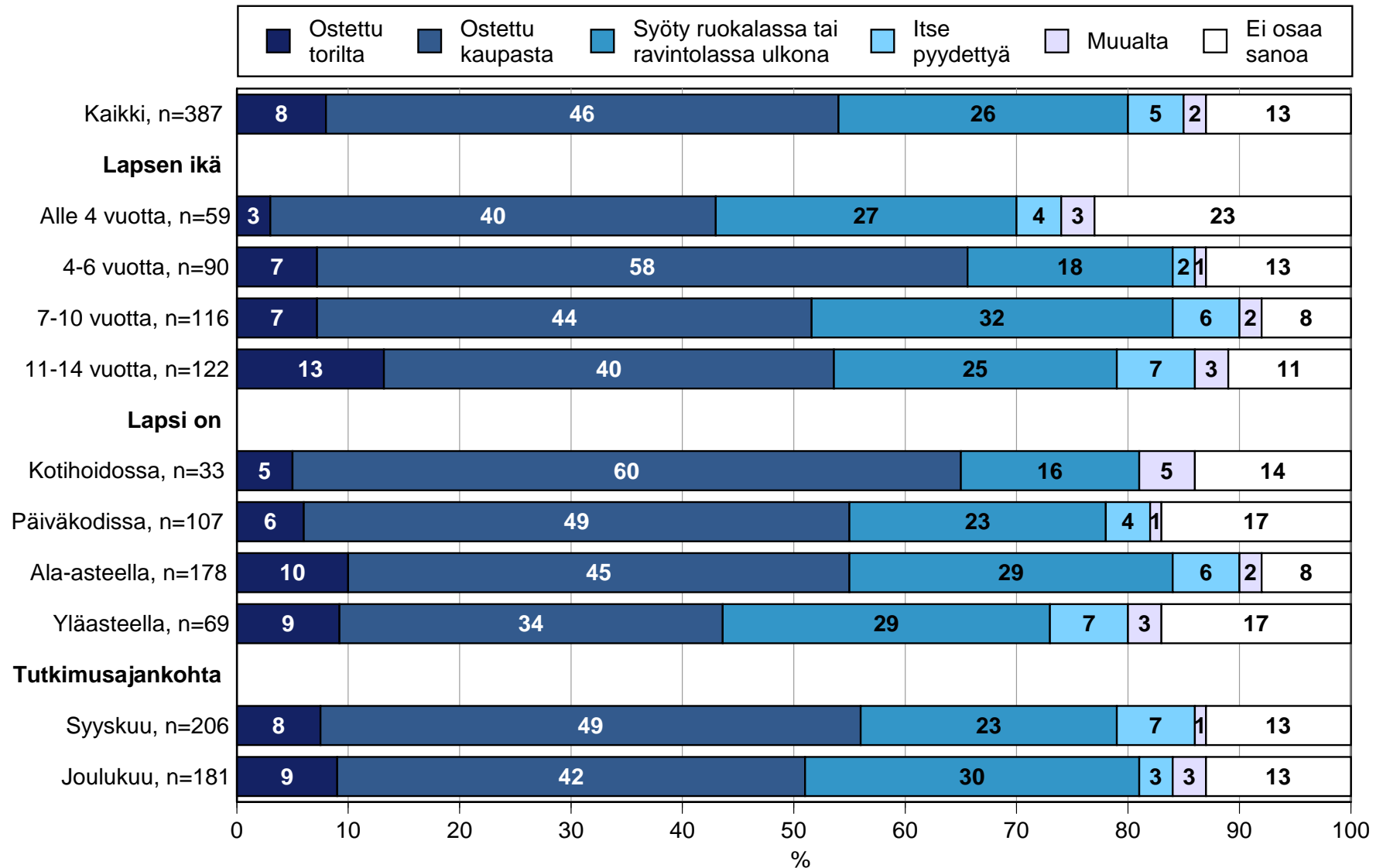
n=syö silakkaa





### Mistä lasten syövä silakka on pääasiassa hankittu

n=alle 15-vuotiaat lapset, jotka syövät silakkaa



06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

38%

suomalaisista katsoo netti-tv:tä

täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

75%

kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

28%

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämäänsä.

86%

EU-jäsenyyden puolesta.

73%

suomalaisista

047%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

33%

viinien käyttäjistä on alle 25-vuotiaita.

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

21%

uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

## Missä muodossa silakkaa syödään?

33%

pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

48%

kotiruokaa.

04%

yrityksistä aikoo vuosittain

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

75%

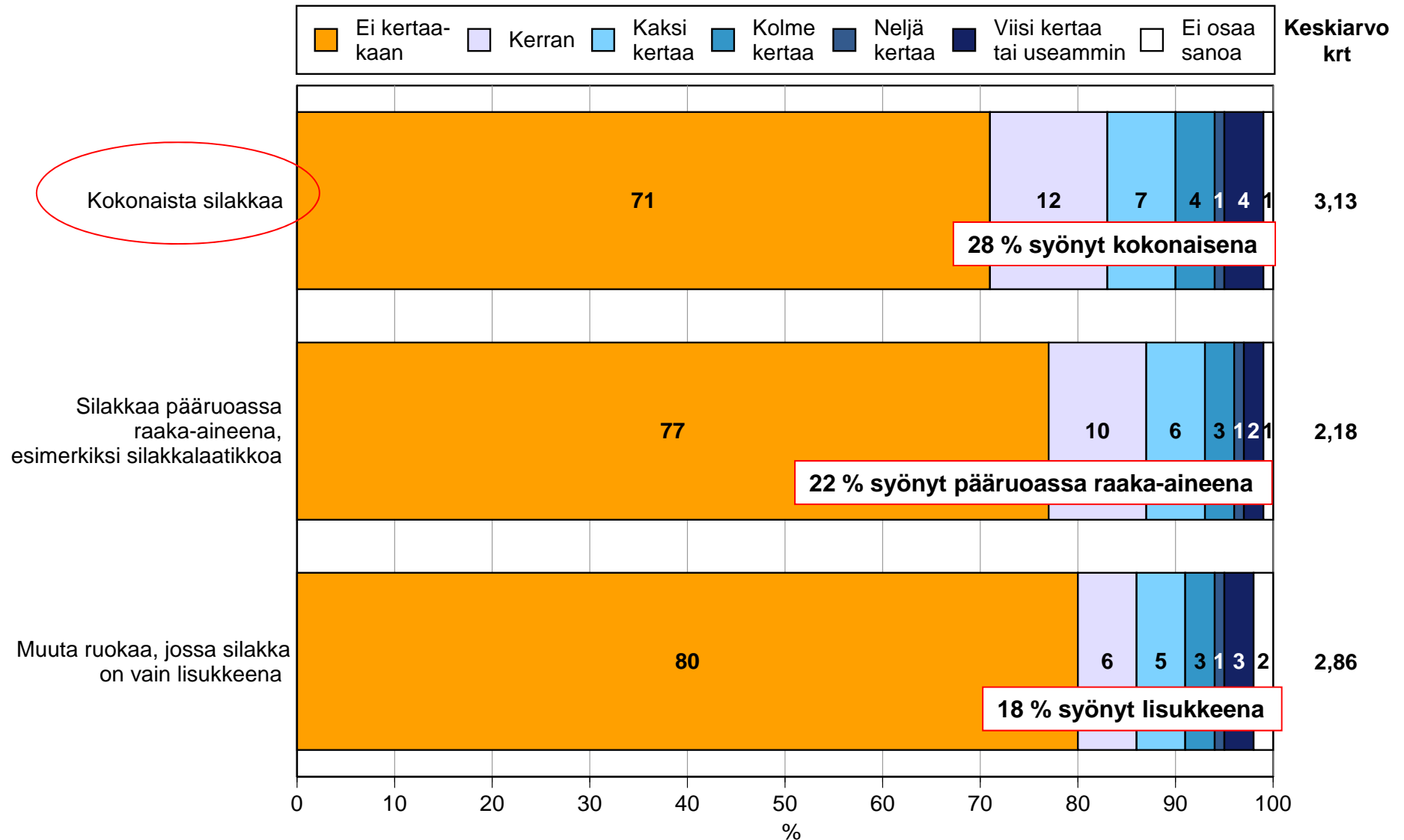
naisista uskoo ryppyvoiteiden tehoon

28%

suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

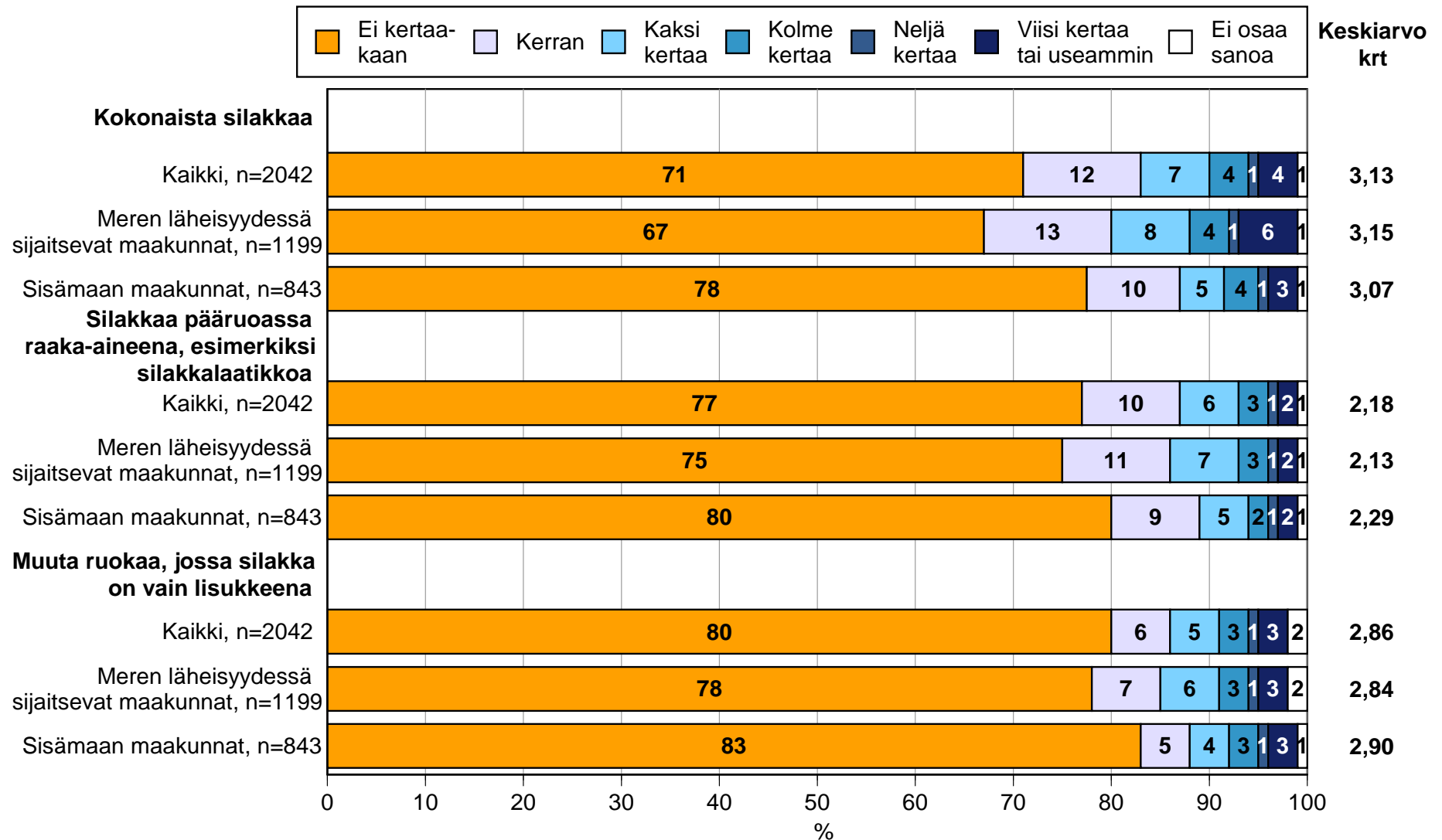
## Silakan syönti kotona tai ravintolassa viimeisen 3 kuukauden aikana

Kaikki vastaajat, n=2042



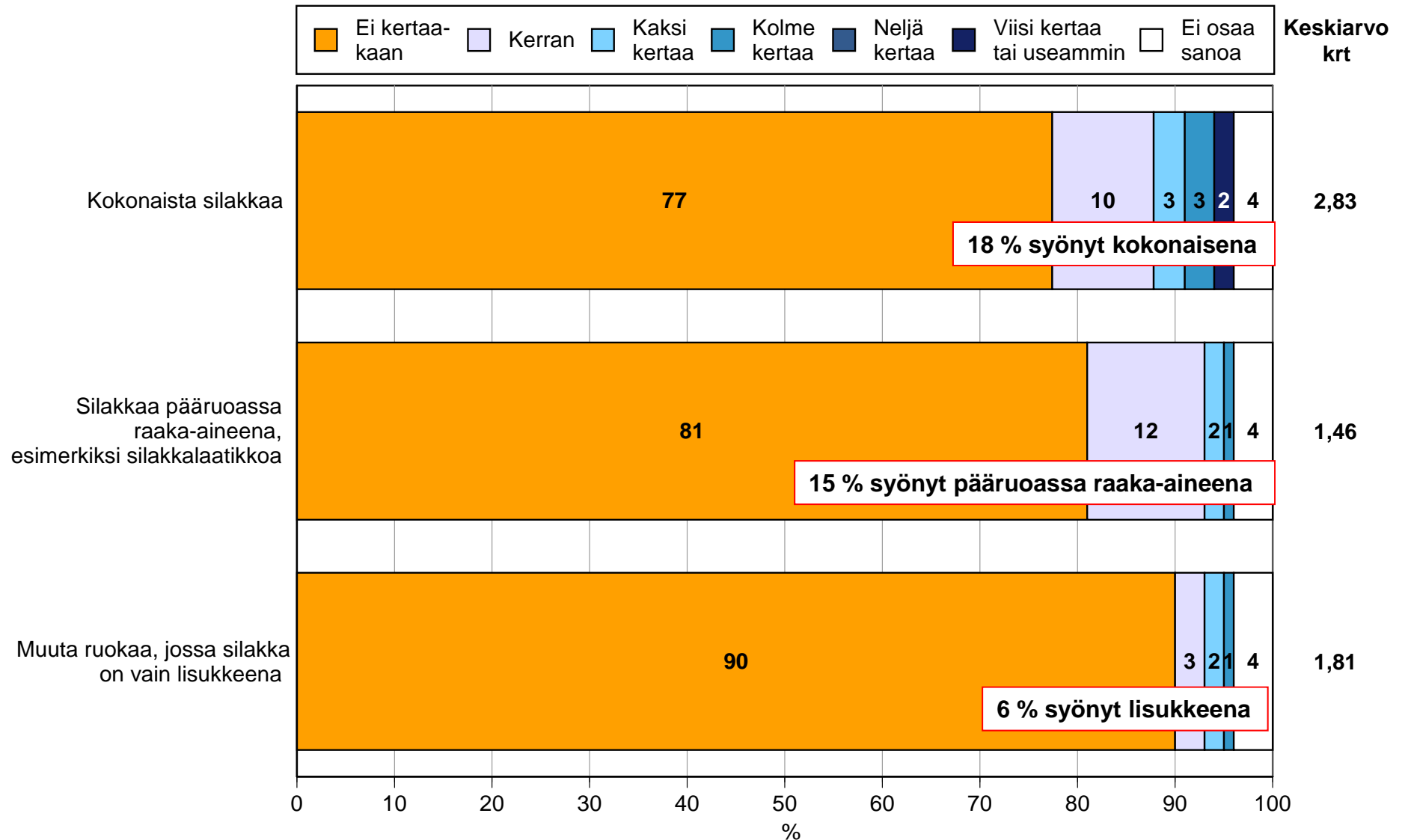
## Silakan syönti kotona tai ravintolassa - meren läheisyydessä sijaitsevat maakunnat vs. sisämaan maakunnat

n=kaikki vastaajat



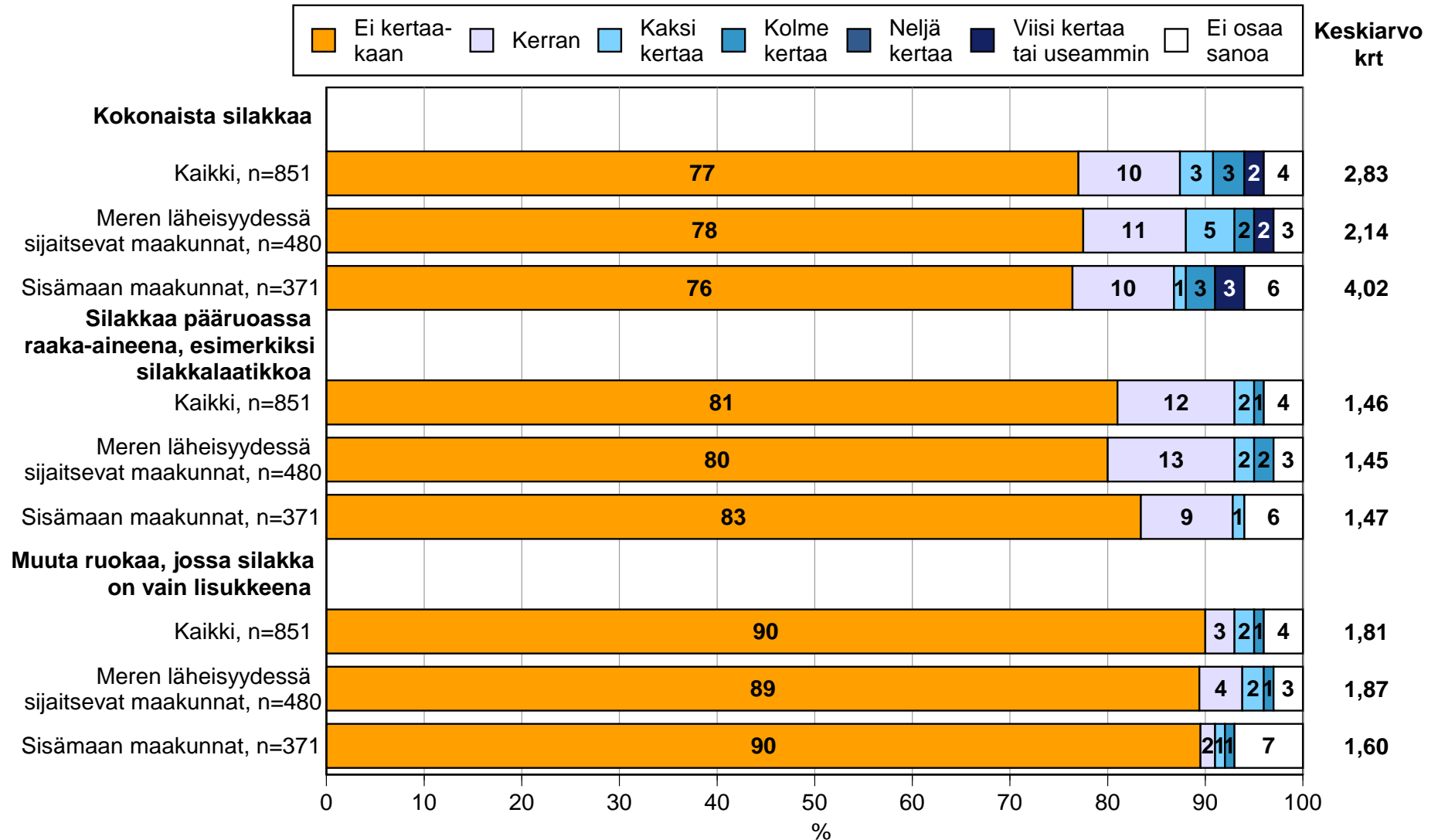
**Alle 15-vuotiaiden lasten silakan syönti kotona tai ravintolassa viimeisen 3 kuukauden aikana**

Alle 15-vuotiaat lapset, n=851



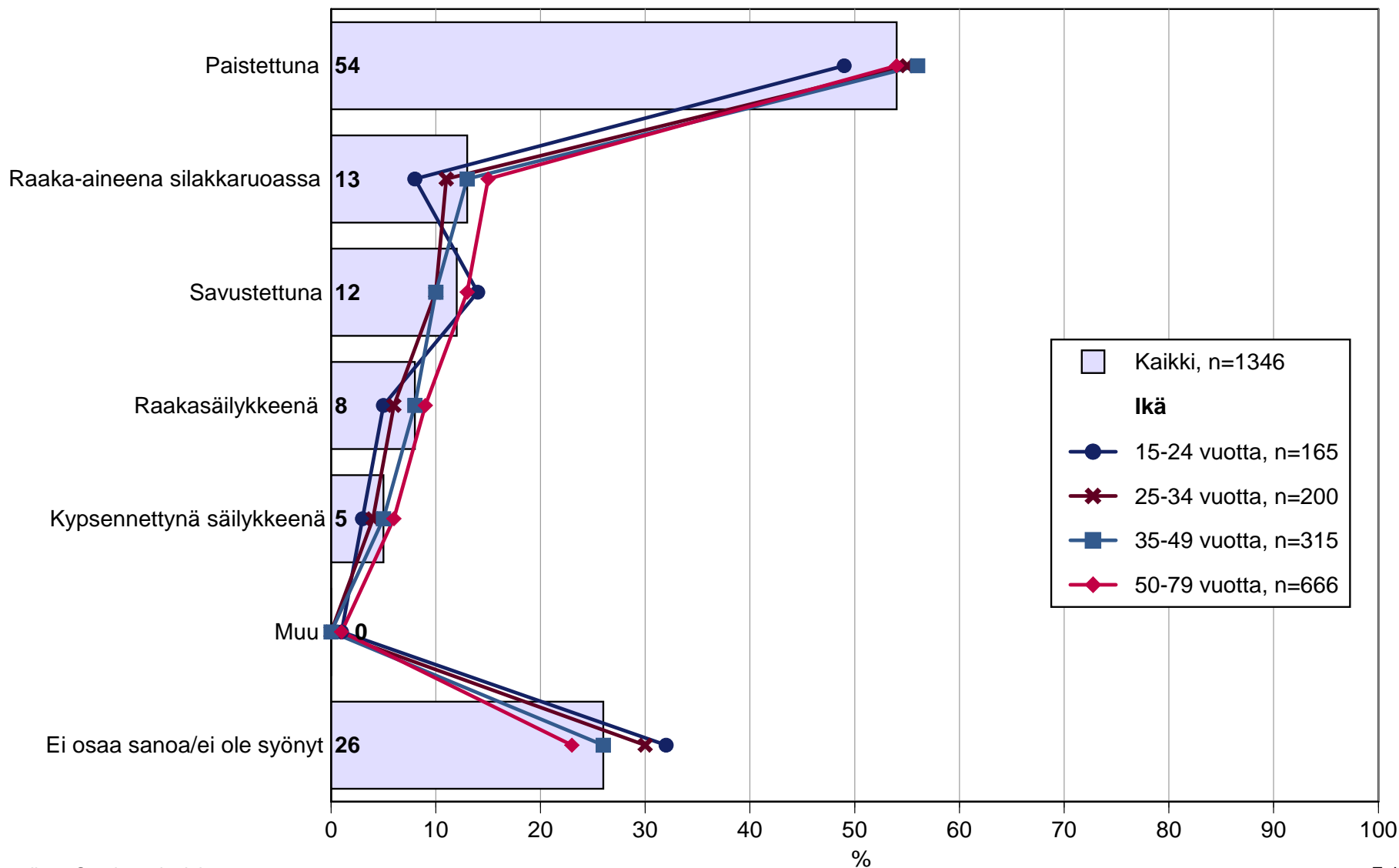
**Alle 15-vuotiaiden lasten silakan syönti kotona tai ravintolassa - meren läheisyydessä sijaitsevat maakunnat vs. sisämaan maakunnat**

n=alle 15-vuotiaat lapset



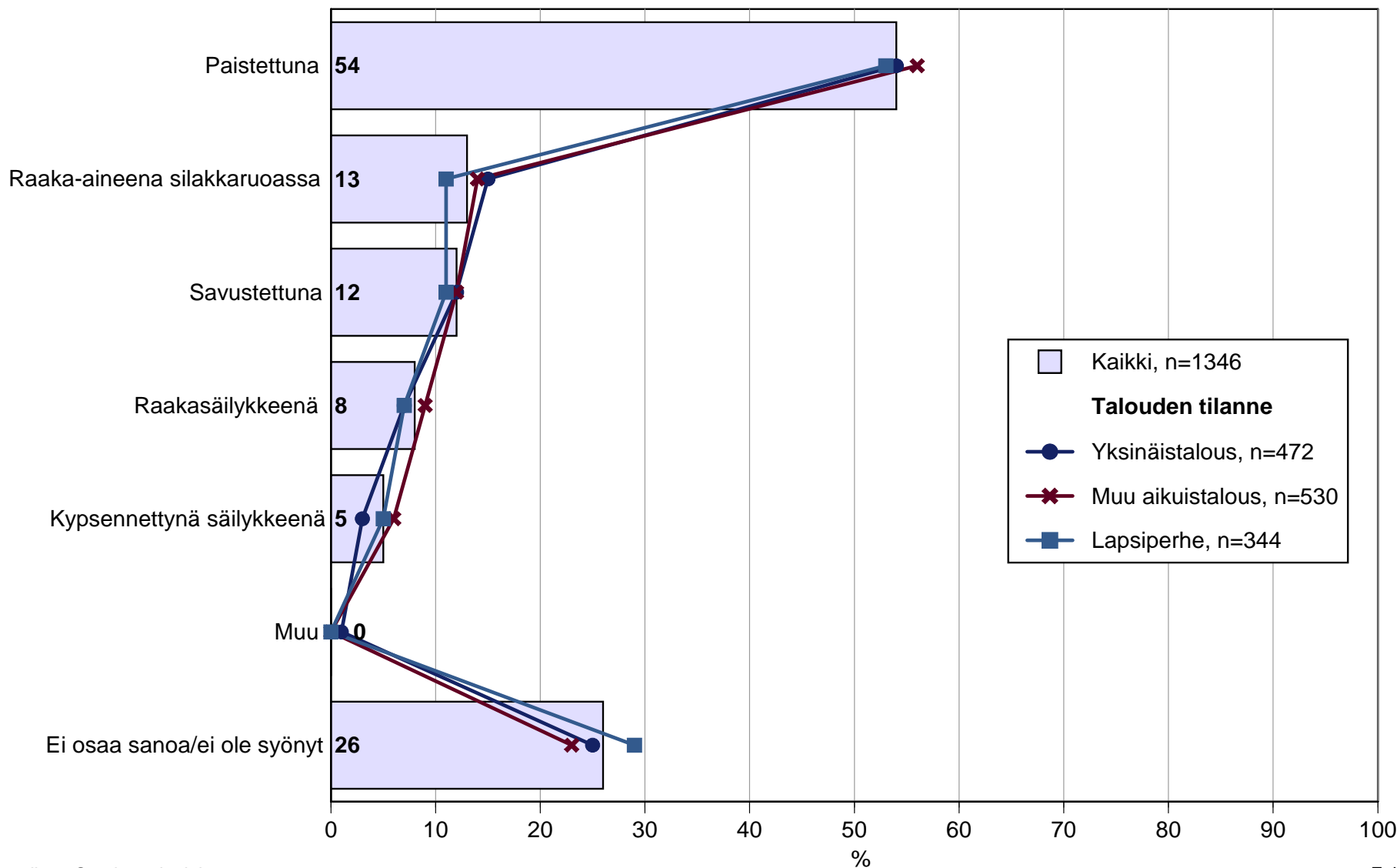
**Missä muodossa silakkaa on syöty viimeisen 3 kuukauden aikana**

n=syö silakkaa



**Missä muodossa silakkaa on syöty viimeisen 3 kuukauden aikana**

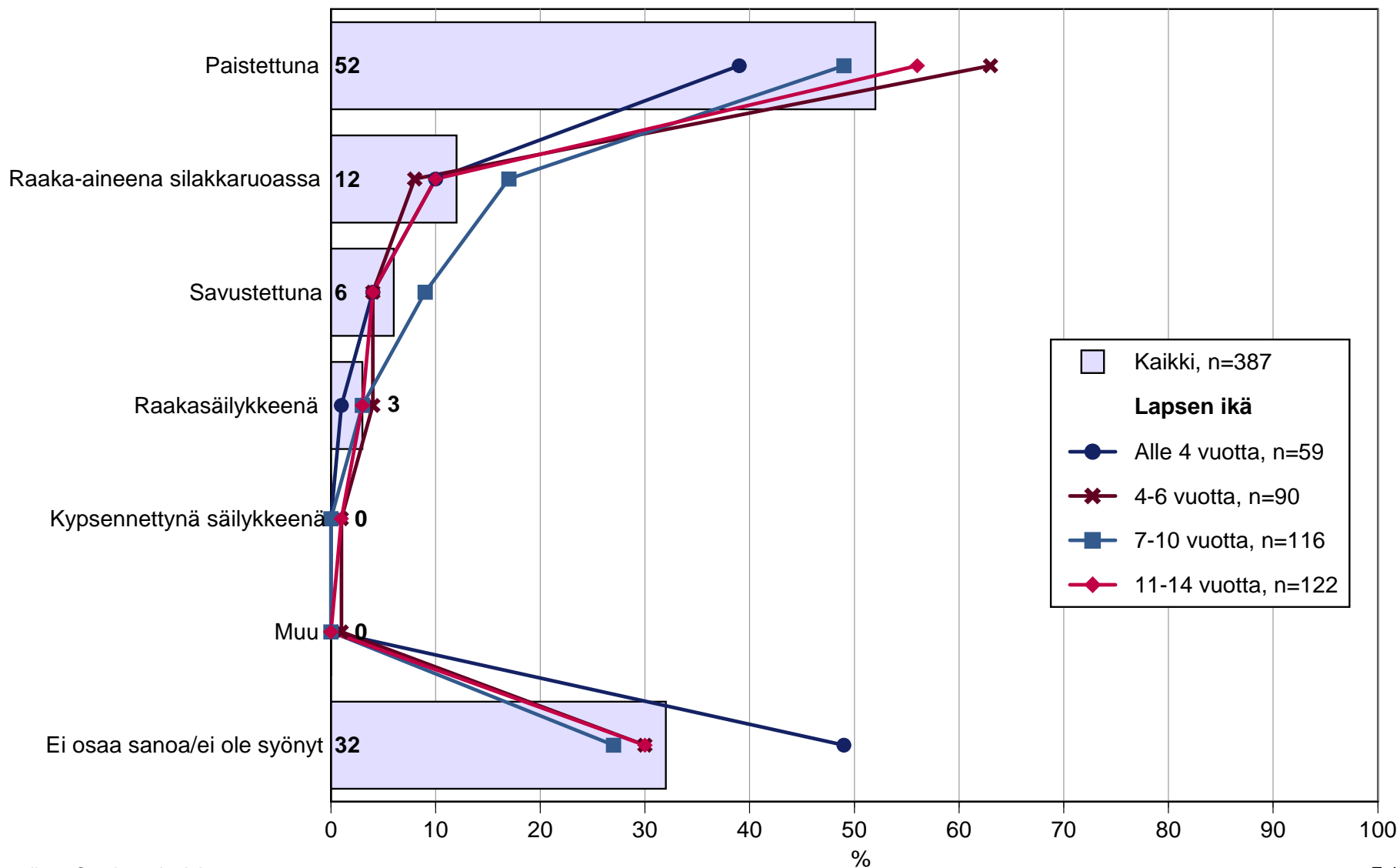
n=syö silakkaa





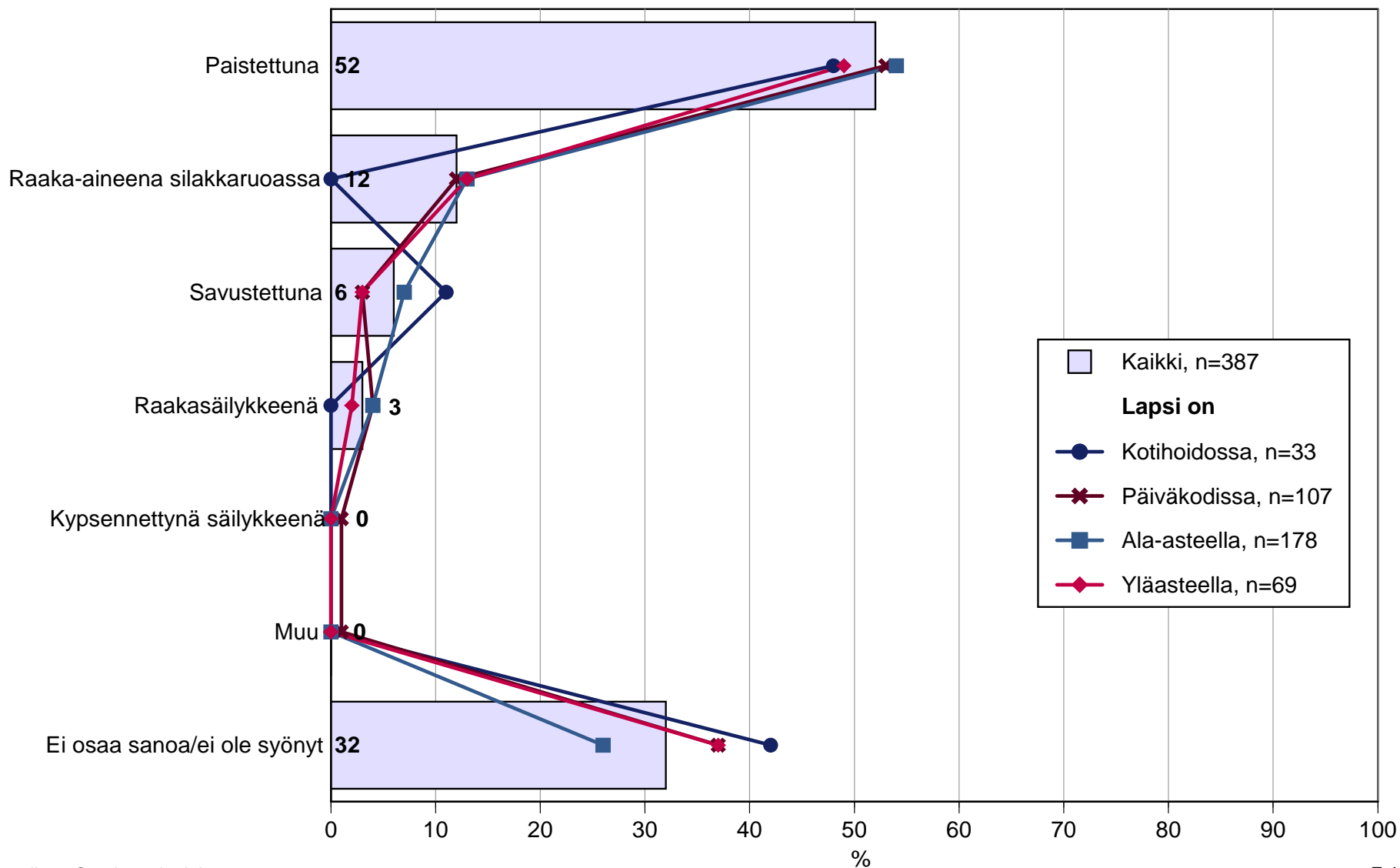
### Missä muodossa lapset ovat syöneet silakkaa viimeisen 3 kuukauden aikana

n=alle 15-vuotiaat lapset, jotka syövät silakkaa



**Missä muodossa lapset ovat syöneet silakkaa viimeisen 3 kuukauden aikana**

n=alle 15-vuotiaat lapset, jotka syövät silakkaa



06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

38%

suomalaisista katsoo netti-tv:tä

75% täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

28%

28% kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

14%

14% suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

86% suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämäänsä.

06%

EU-jäsenyyden puolesta.

73% suomalaisista

04% yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

33%

matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

19%

viinien käyttäjistä on alle 25-vuotiaita.

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

21%

uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

Jos vastasi syöneensä silakkaa raaka-aineena silakkaruoassa, kysyttiin jatkokysymys missä ruoassa

33%

pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

48% ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

04%

kotiruokaa.

04%

yrityksistä aikoo vuosittain

12% kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

75%

75%

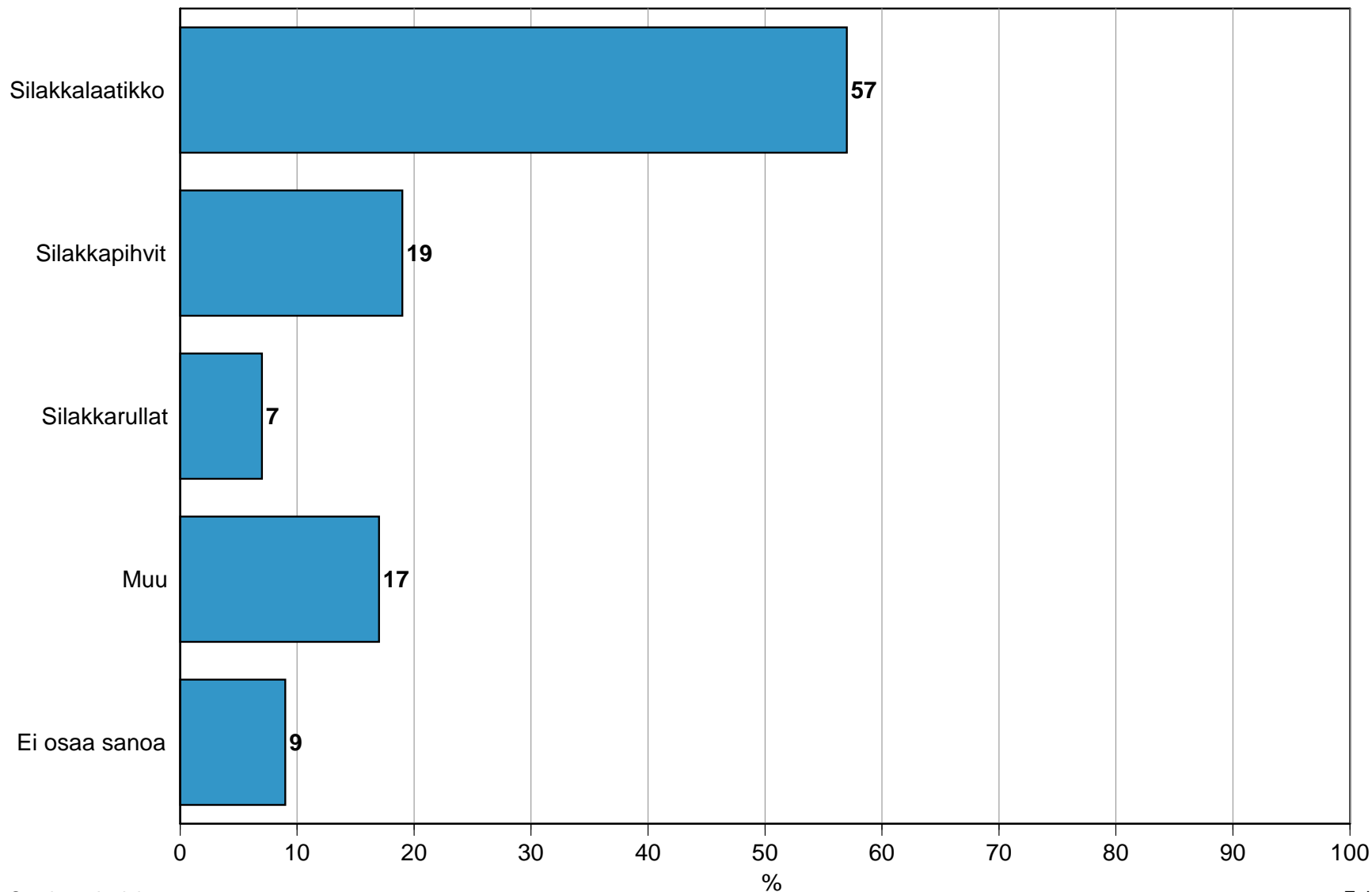
naisista uskoo ryppyvoiteiden tehoa

28%

suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

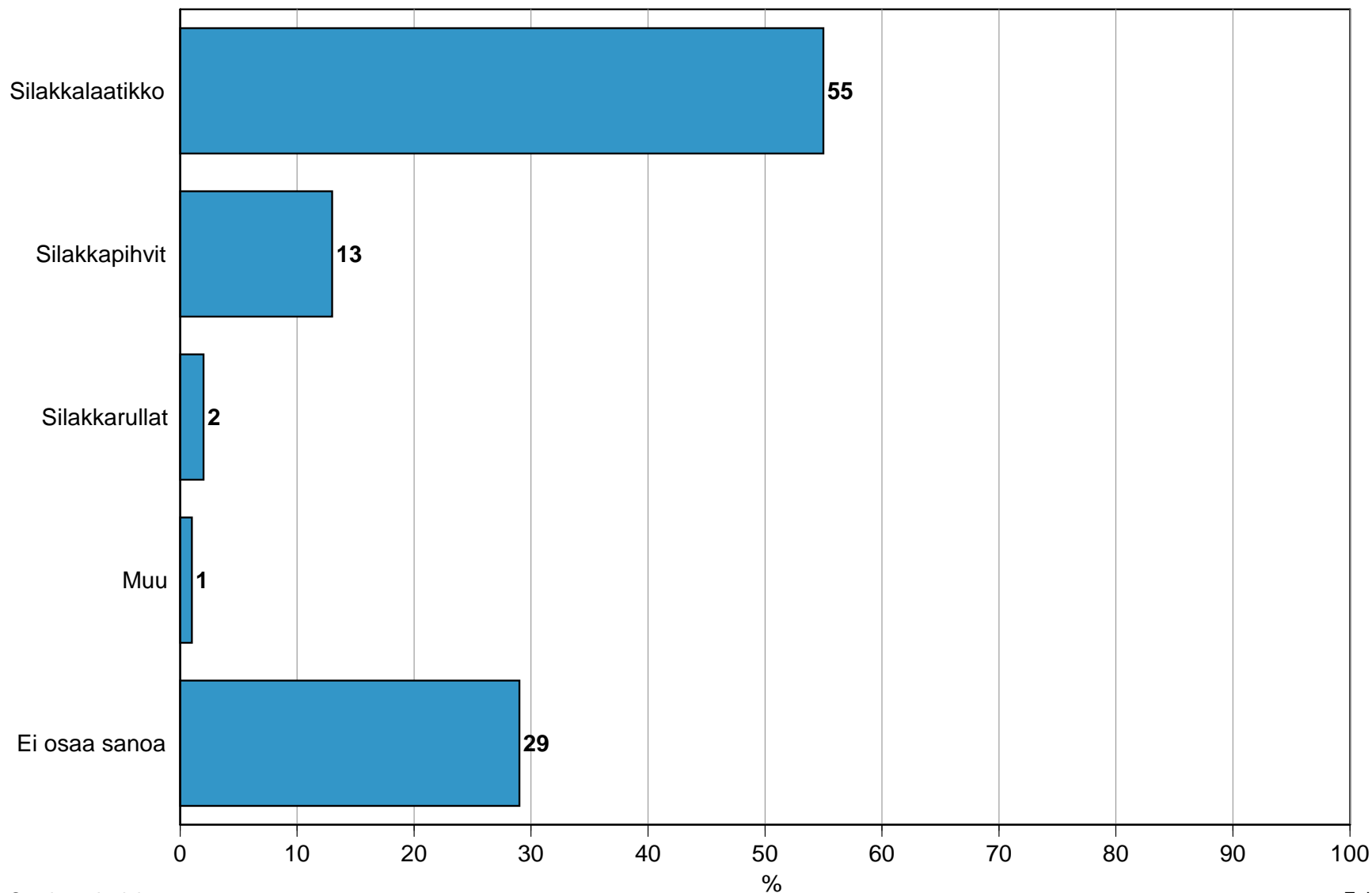
**Missä silakkaruoassa silakkaa on syöty raaka-aineena**

Syönyt silakkaa 3 kk:n aikana raaka-aineena silakkaruoassa, n=186



**Missä silakkaruoassa silakkaa on syöty raaka-aineena**

Alle 15-vuotiaat lapset ja syönyt silakkaa 3 kk:n aikana raaka-aineena silakkaruoassa, n=43



06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

38%

suomalaisista katsoo netti-tv:tä

75% täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

28%

28% kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

14%

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

86%

86%

suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämäänsä.

EU-jäsenyyden puolesta.

73%

suomalaisista

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

33% matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

33%

viinien käyttäjistä on alle 25-vuotiaita.

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

21%

uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%

06% kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

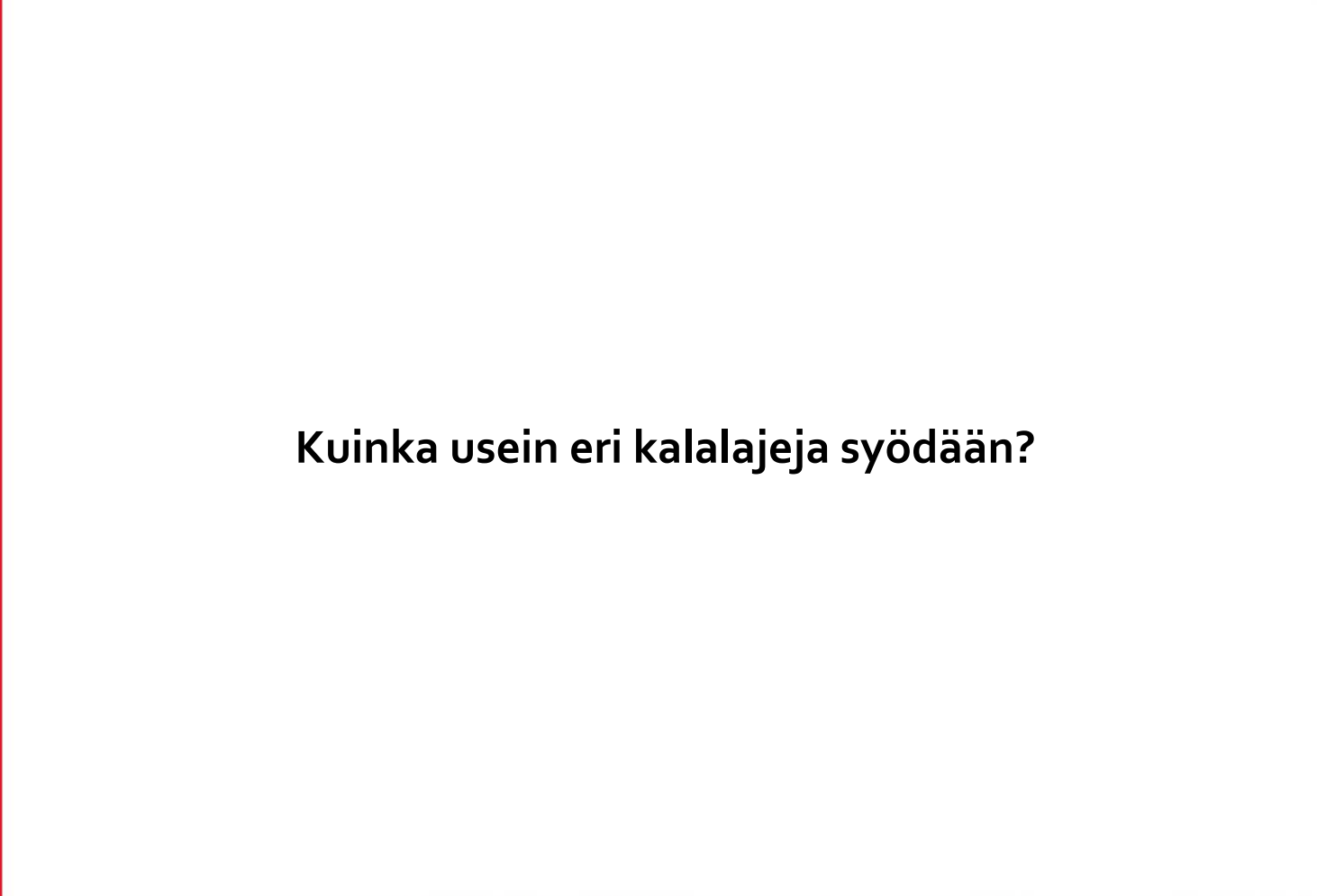
12%

12% kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

14% suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%



## Kuinka usein eri kalalajeja syödään?

33%

33% pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena

19%

19% suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

48%

48% ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

04%

04% yrityksistä aikoo vuosittain

12%

12% kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

75%

75% naisista uskoo ryppyvoiteiden tehon

28%

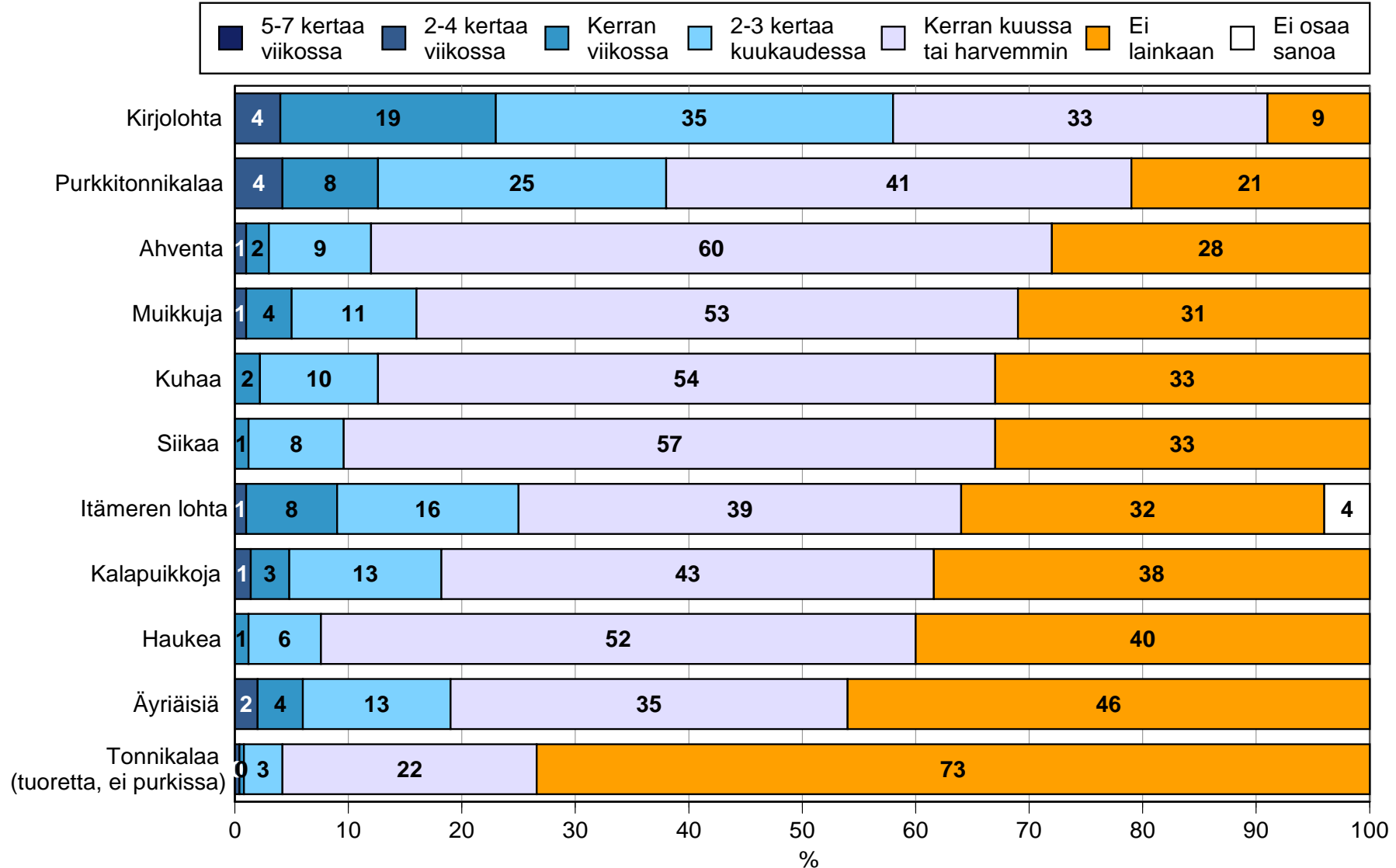
28% suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

Vastaajat, jotka syövät silakkaa 3 krt vkossa tai useammin, syövät keskimääräistä useammin myös lähes kaikkia muita kysytyjä kalalajeja.

**Kuinka usein eri kalalajeja syödään**

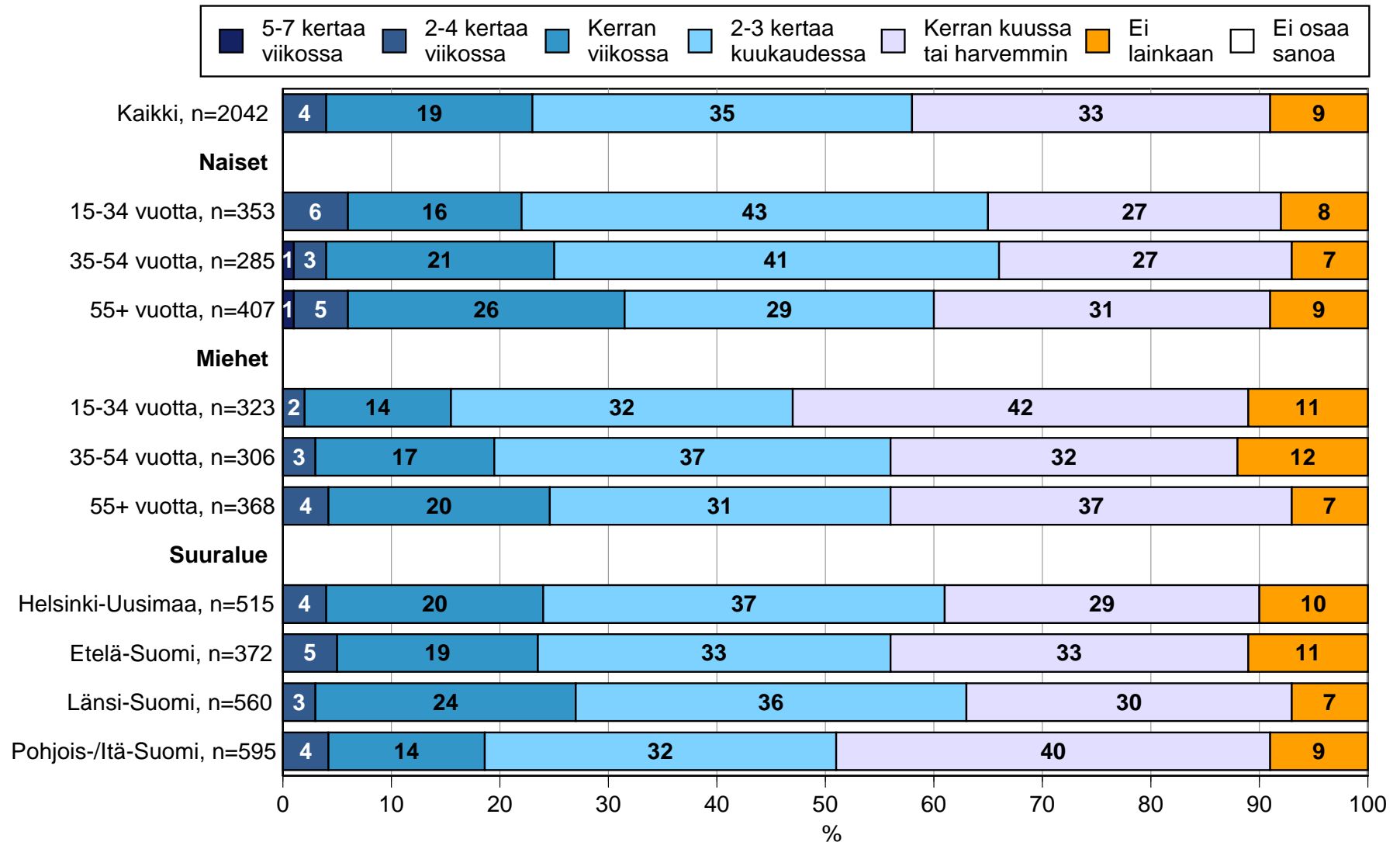
**Kaikki vastaajat, n=2042**

Yli 55 –v syövät muita useammin erityisesti haukia, ahvenia ja muikkuja. Tässä ryhmässä myös eniten silakan heavy usersia.



## Kuinka usein eri kalalajeja syödään Kirjolohi

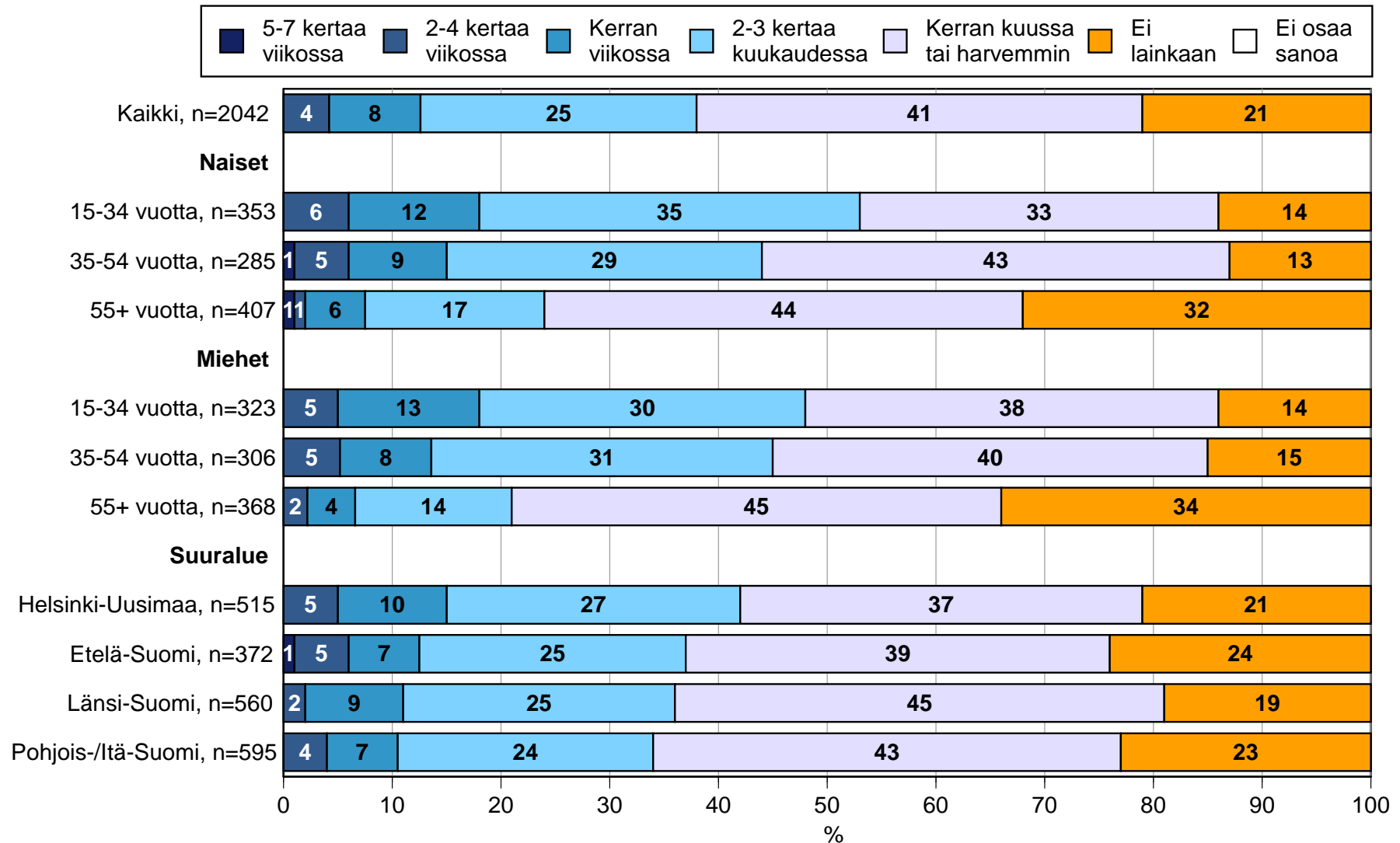
n=kaikki vastaajat





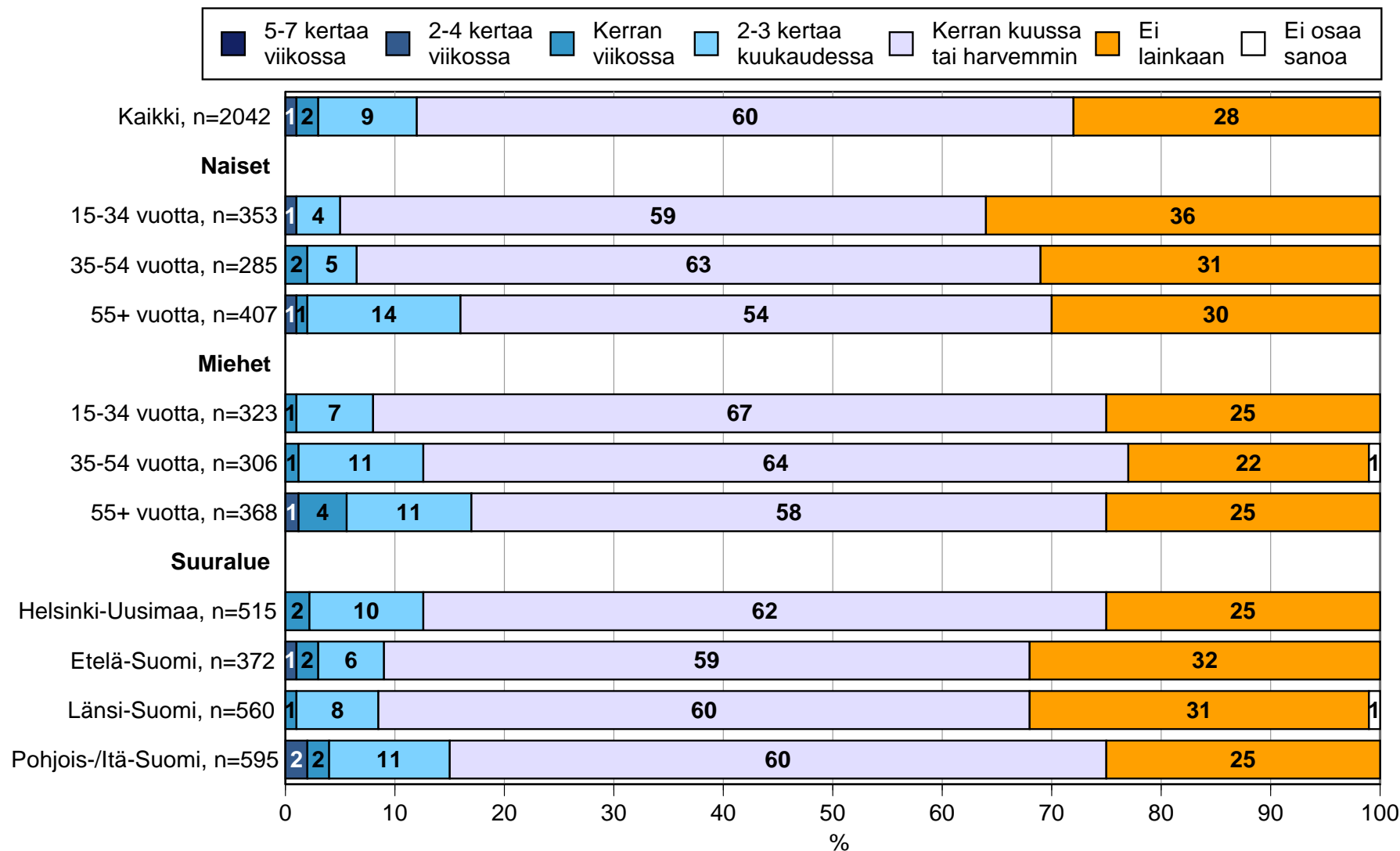
### Kuinka usein eri kalalajeja syödään Purkitonnikala

n=kaikki vastaajat



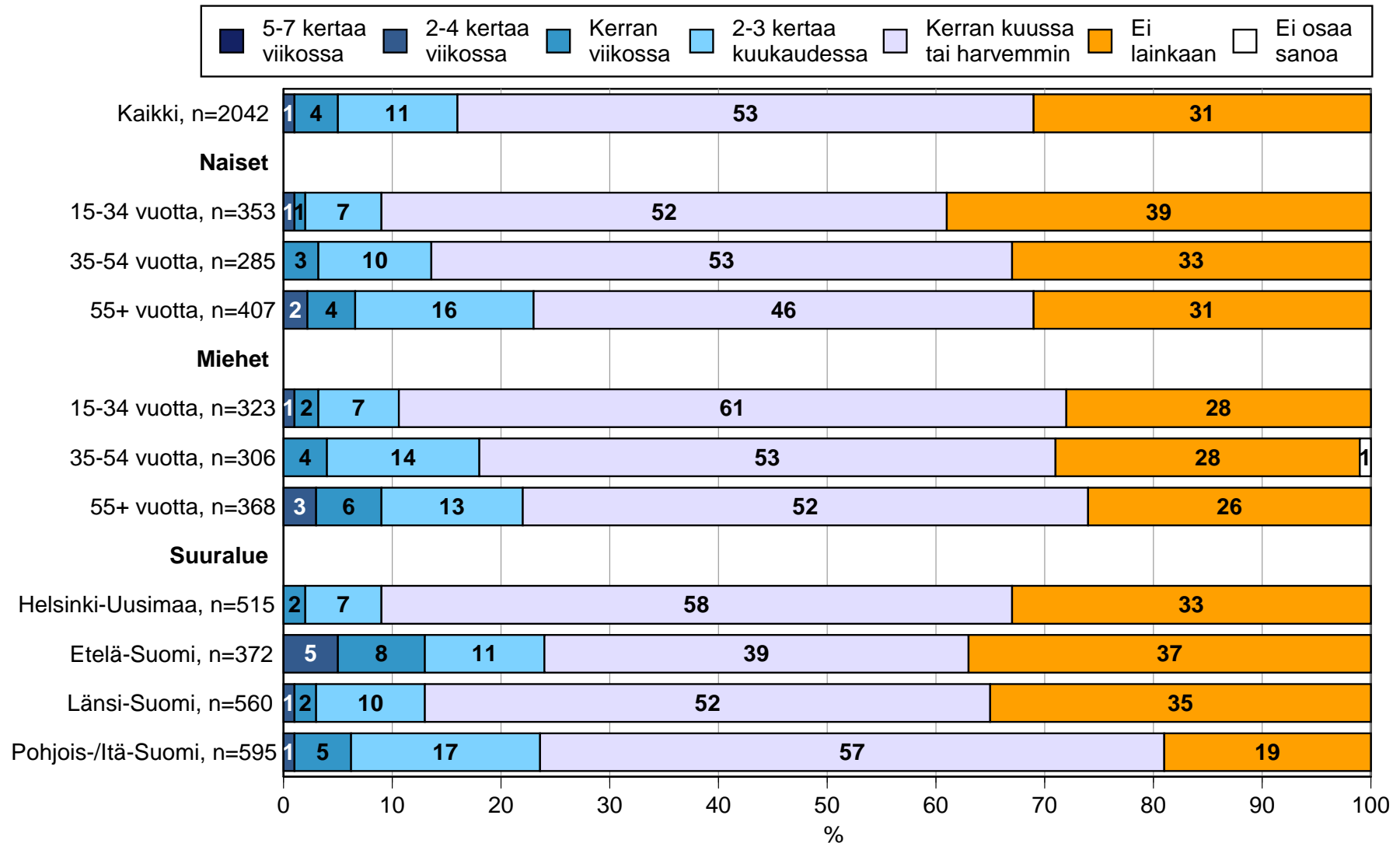
## Kuinka usein eri kalalajeja syödään Ahven

n=kaikki vastaajat



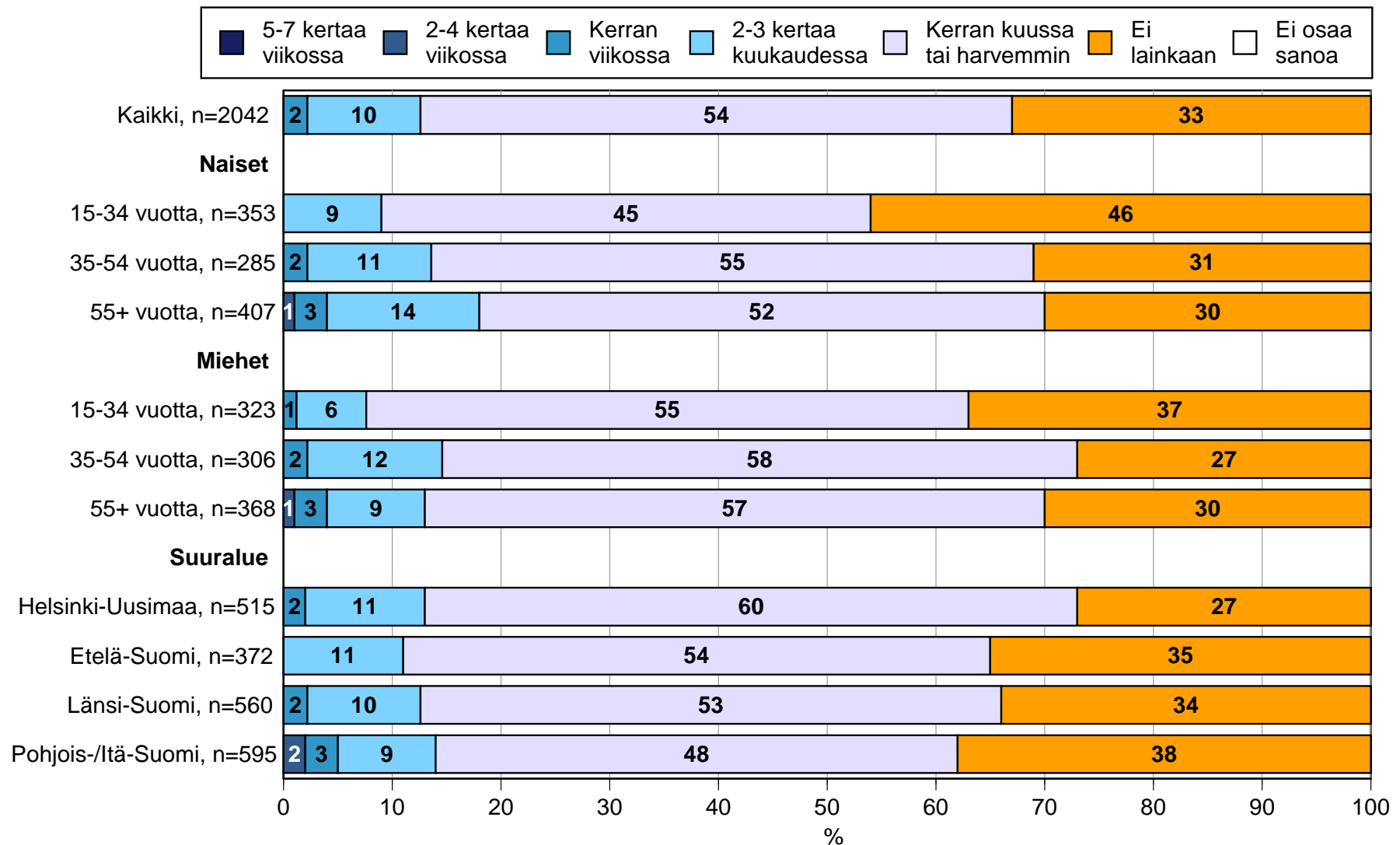
## Kuinka usein eri kalalajeja syödään Muikku

n=kaikki vastaajat



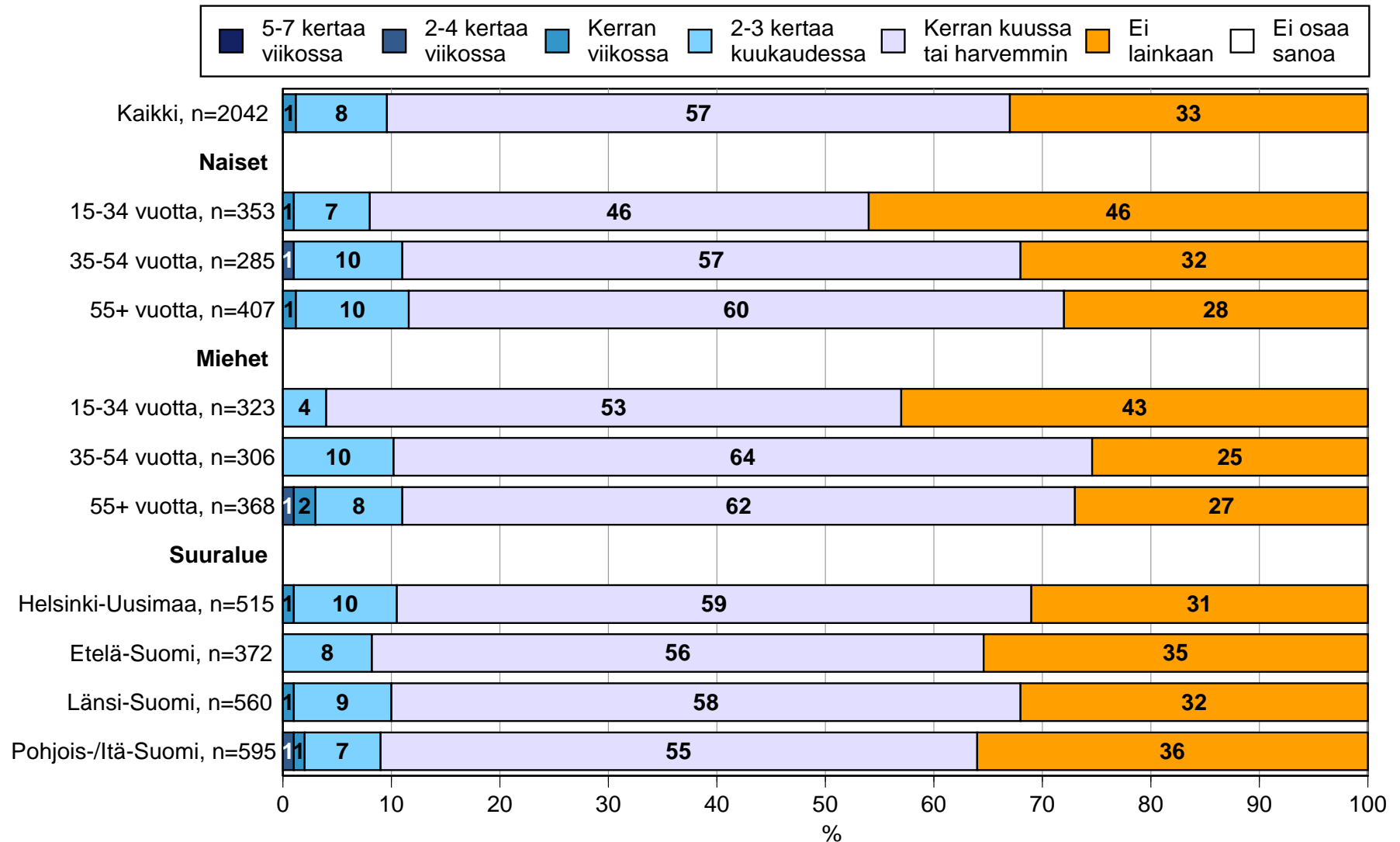
## Kuinka usein eri kalalajeja syödään Kuha

n=kaikki vastaajat

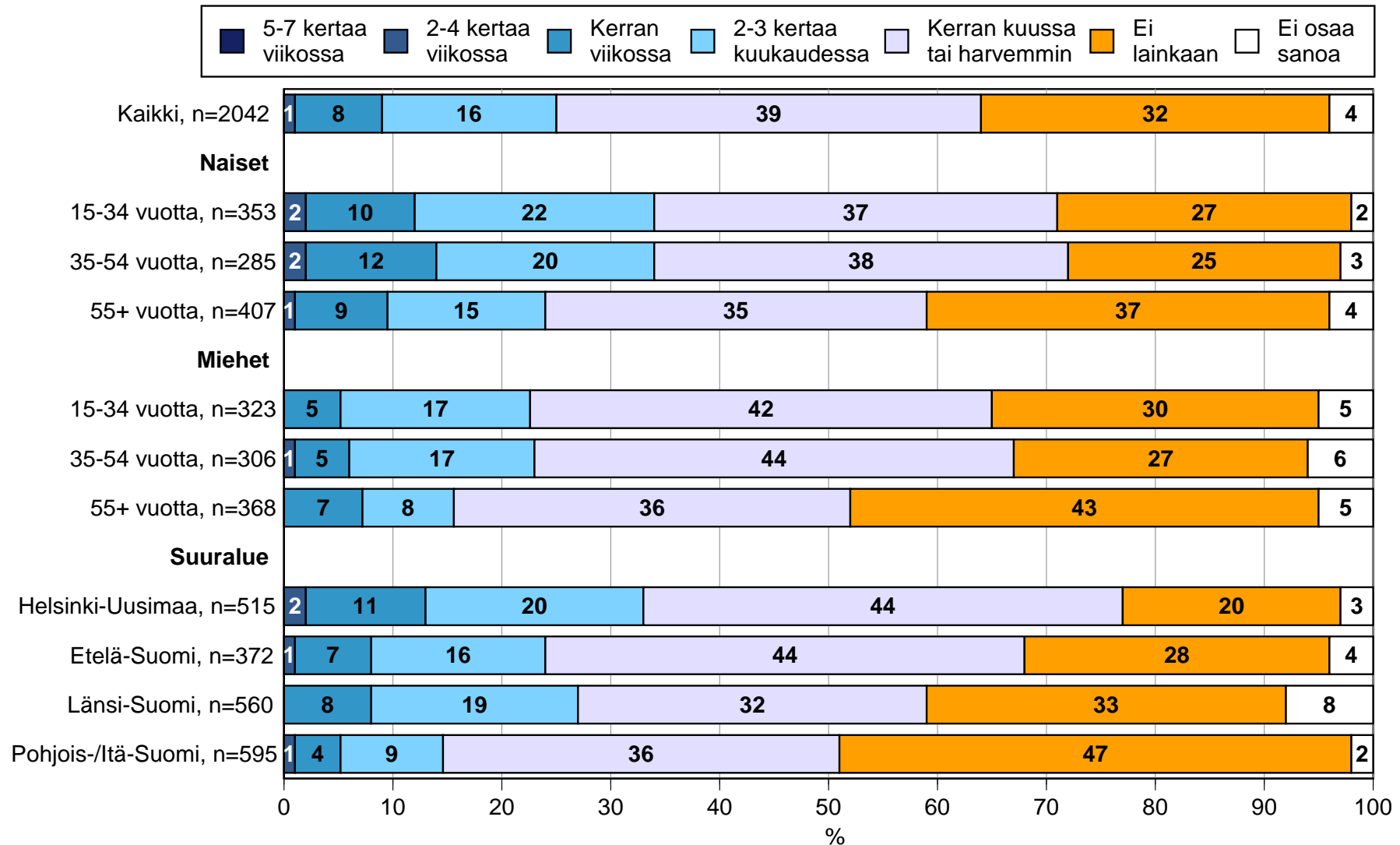


## Kuinka usein eri kalalajeja syödään Siika

n=kaikki vastaajat

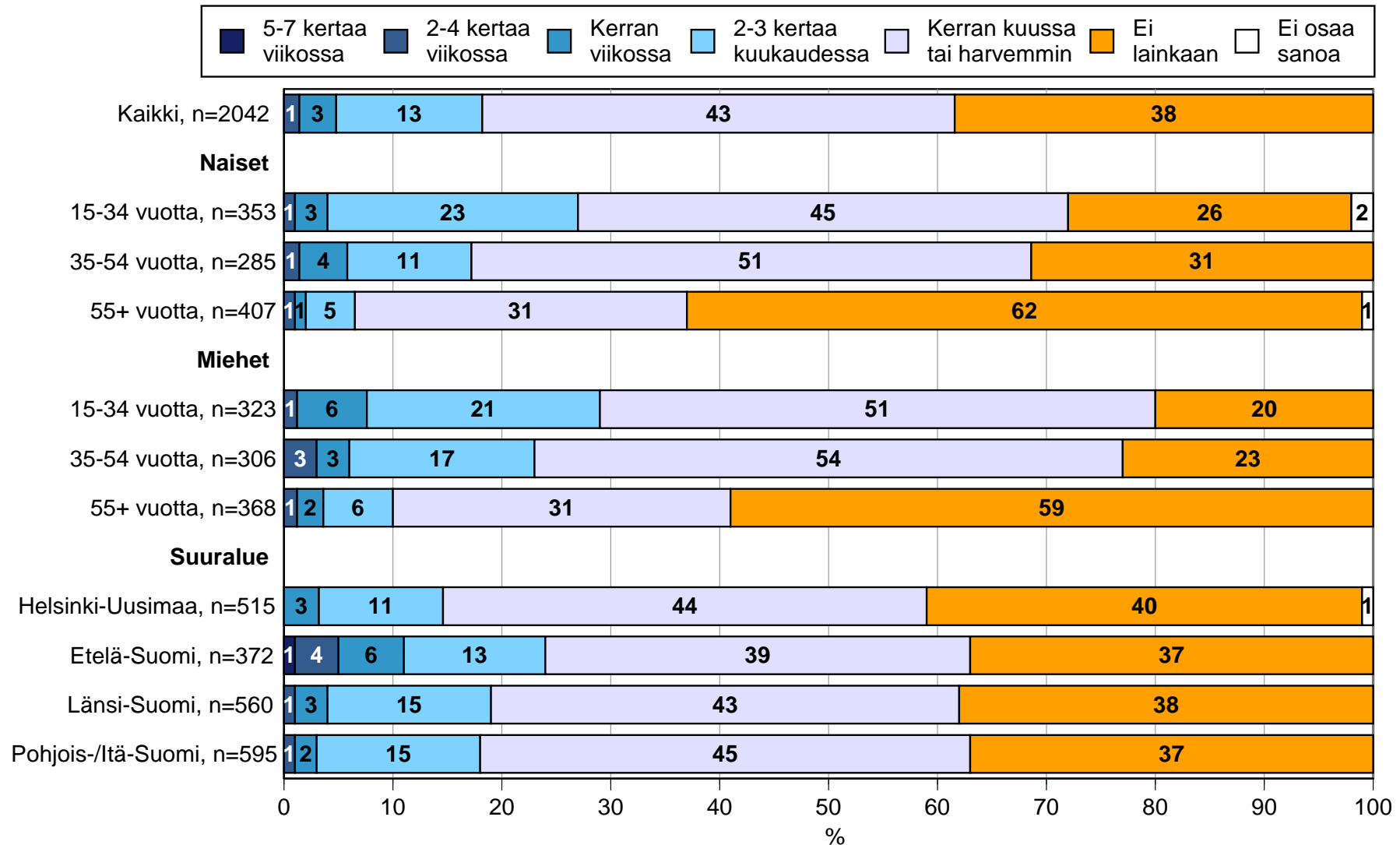


**Kuinka usein eri kalalajeja syödään  
Itämeren lohi**  
n=kaikki vastaajat



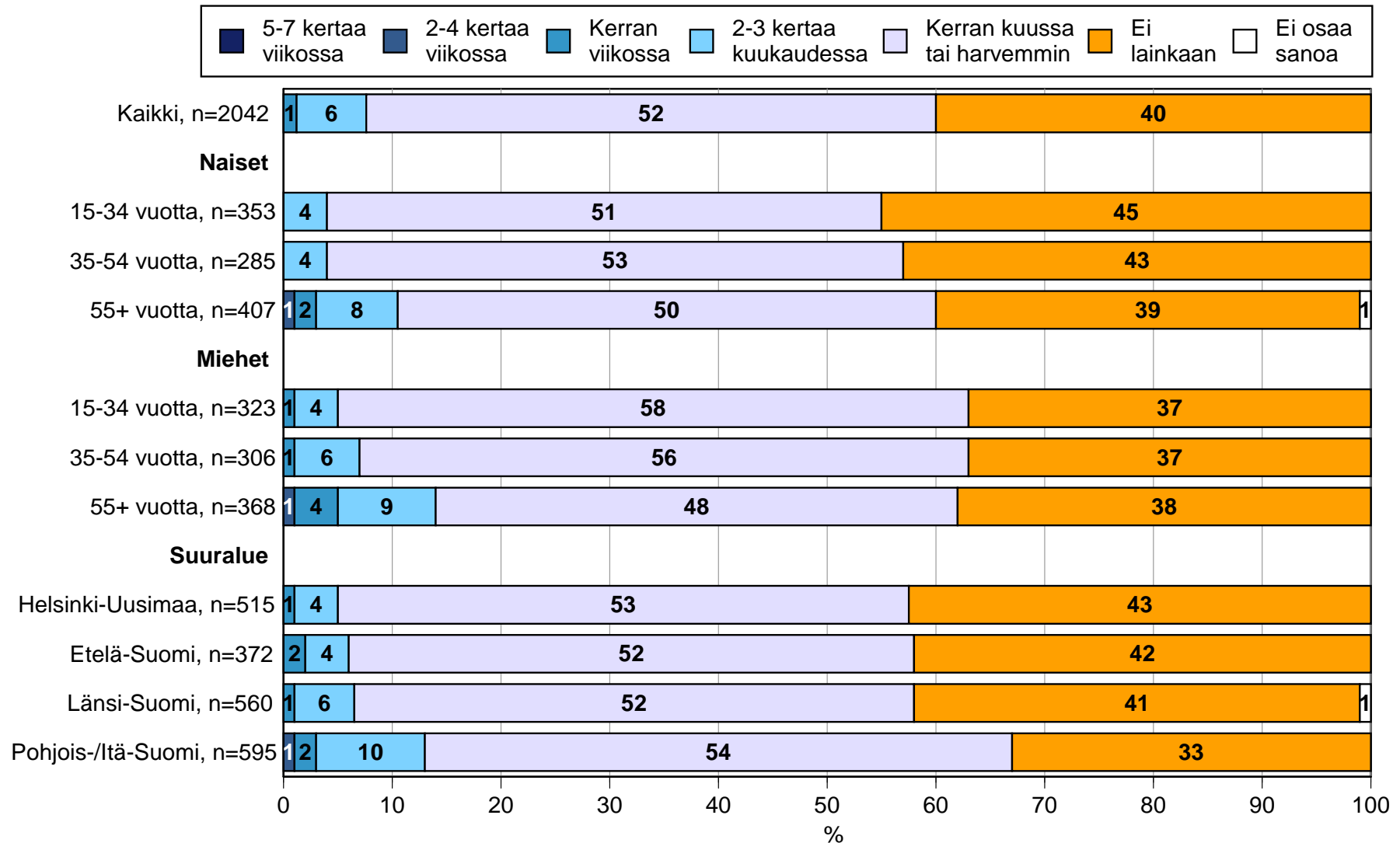
## Kuinka usein eri kalalajeja syödään Kalapuikot

n=kaikki vastaajat



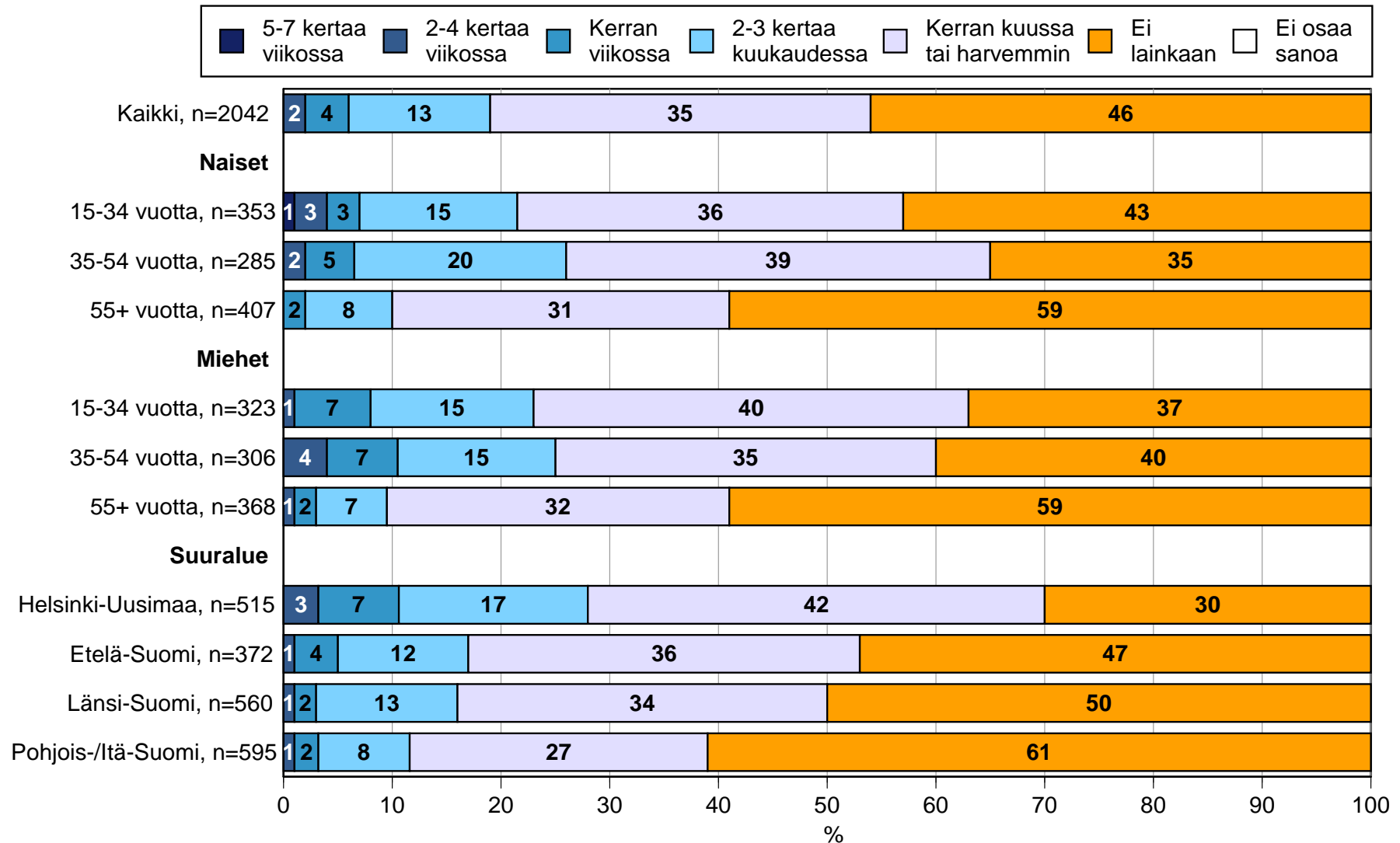
## Kuinka usein eri kalalajeja syödään Hauki

n=kaikki vastaajat



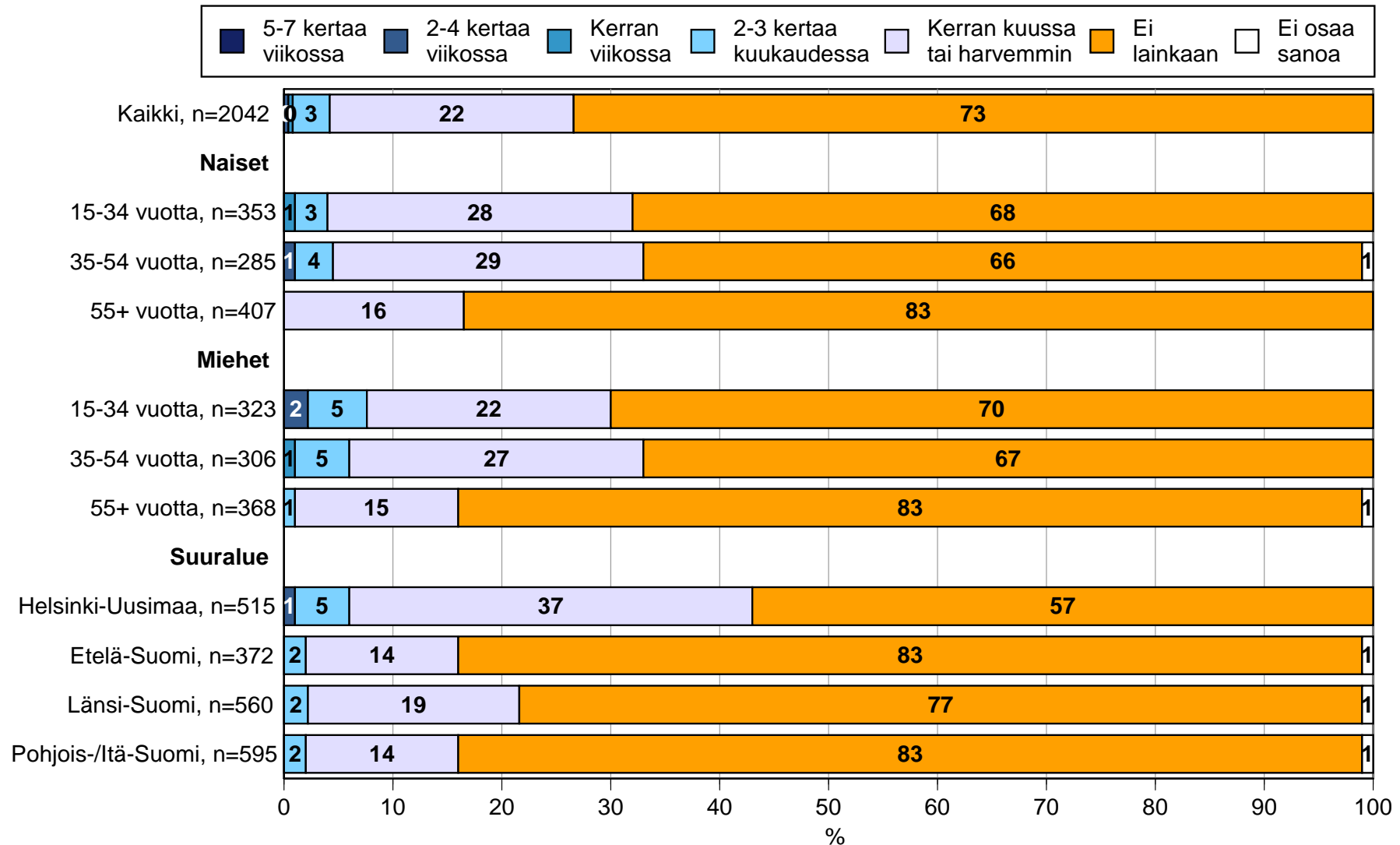


**Kuinka usein eri kalalajeja syödään**  
**Äyriäiset**  
 n=kaikki vastaajat



## Kuinka usein eri kalalajeja syödään Tonnikala (tuore, ei purkissa)

n=kaikki vastaajat



06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

38%

suomalaisista katsoo netti-tv:tä

täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

75%

28%

kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

86%

suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämäänsä.

73%

suomalaisista

EU-jäsenyyden puolesta.

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

33%

matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

viinien käyttäjistä on alle 25-vuotiaita.

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

21%

uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

## Tietoisuus kalojen syöntisuosituksesta

Kalaa tulisi syödä vaihdellen eri kalalajeja vähintään 2 kertaa viikossa. Tiesitkö, että tällainen suositus on olemassa?

33%

pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

48%

ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

04%

yrityksistä aikoo vuosittain

12%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

75%

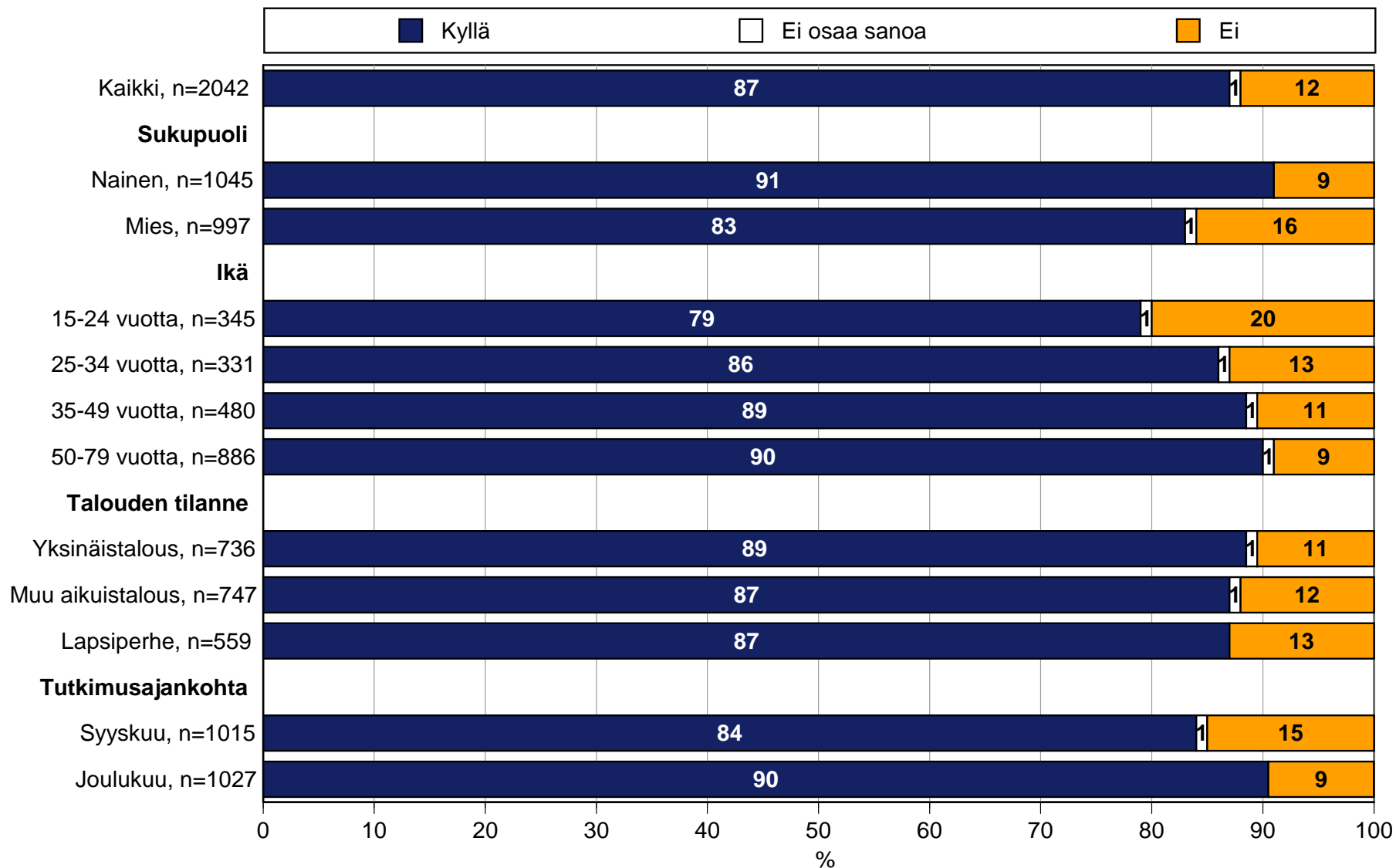
naisista uskoo ryppyvoiteiden tehon

28%

suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

## Tiedetäänkö kalan yleinen syöntisuositus

n=kaikki vastaajat



06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

38%

suomalaisista katsoo netti-tv:tä

täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

75%

kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

28%

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämäänsä.

86%

EU-jäsenyyden puolesta.

73%

suomalaisista

047%  
yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

33%

viinien käyttäjistä on alle 25-vuotiaita.

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

21%

uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

## Tietoisuus silakan syöntiä koskevasta poikkeuksesta

Mikä seuraavista on virallinen, silakkaa koskeva poikkeus?

- 1) Silakasta ei ole annettu poikkeavaa suositusta
- 2) Itämeren silakkaa ei pitäisi syödä lainkaan
- 3) Lapset, nuoret ja hedelmällisessä iässä olevat voivat syödä isoa silakkaa vain 1-2 kertaa kuukaudessa 100 g:n annoksina
- 4) Silakkaa voi syödä vain kerran viikossa

33%

pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

48%

kotiruokaa.

04%

yrityksistä aikoo vuosittain

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

75%

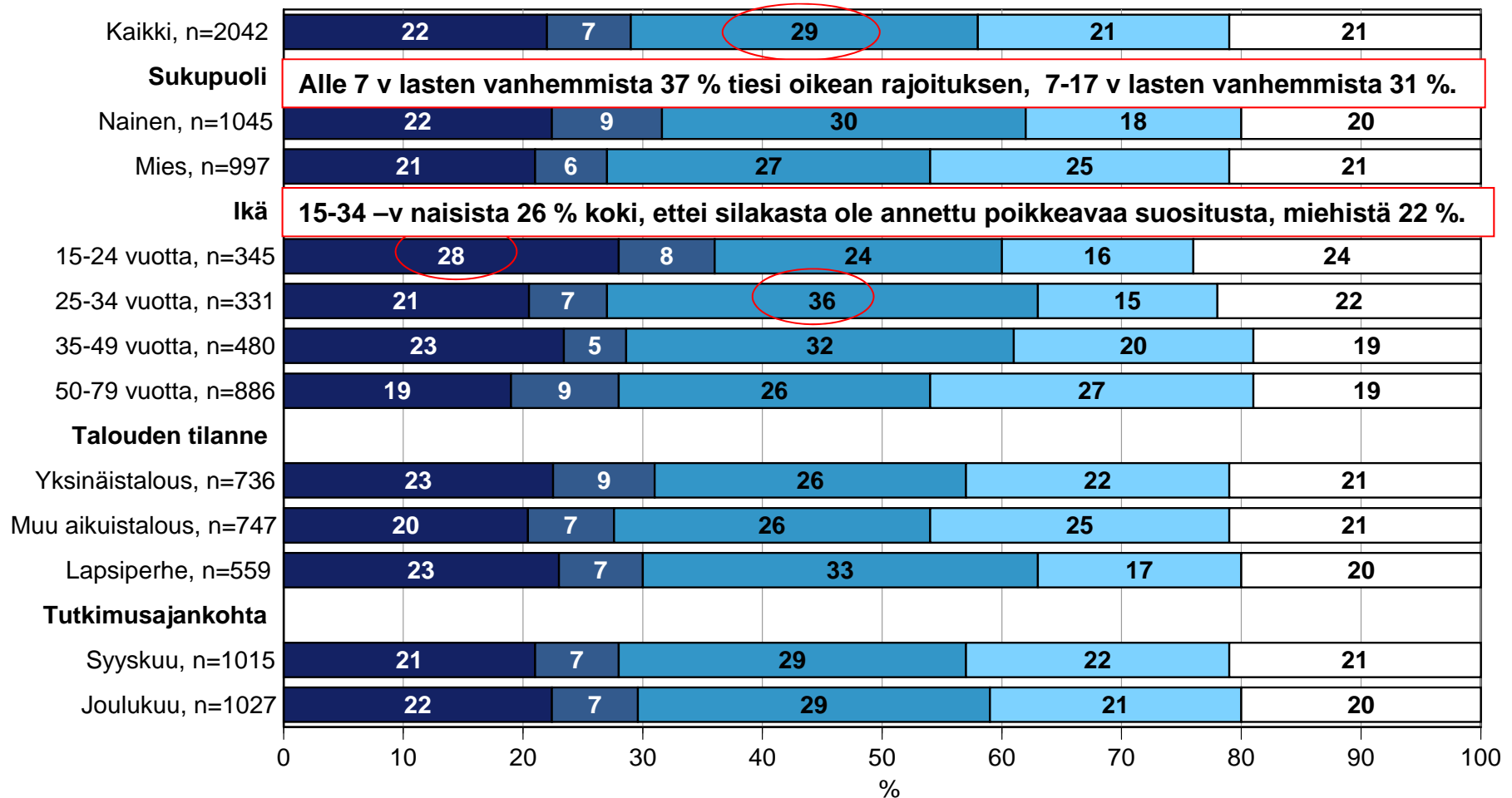
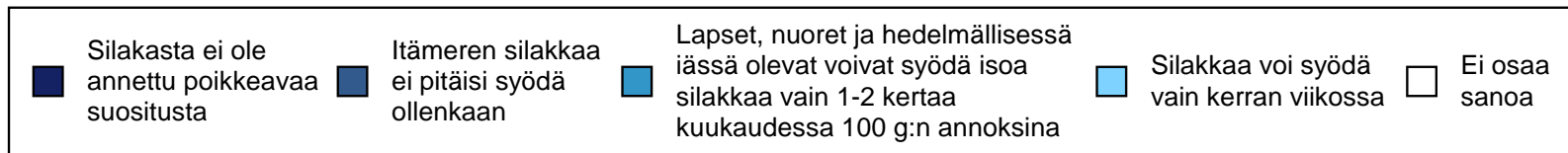
naisista uskoo ryppyvoiteiden tehon

28%

suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

## Mikä on virallinen silakan yleissuositukseen liittyvä poikkeus

n=kaikki vastaajat



## Tutkimustulosten julkistaminen (ad hoc -tutkimukset)

Tilaajan toimeksiannosta toteutettujen tutkimusten (ad hoc -tutkimukset) tuloksia julkistettaessa on huomioitava seuraavat asiat:

- Tutkimuksen tilaaja voi julkistaa tilaamansa tutkimuksen tuloksia, kunhan julkaistut tulokset eivät ole harhaanjohtavia.
- Kun tutkimustuloksia julkaistaan, tulee selvästi erottaa tulokset ja niiden tulkinta. Vastuun tutkimustulosten julkaisemisesta ja asianmukaisuudesta kantaa yleensä tekijänoikeuden haltija.
- Julkistamisen yhteydessä on aina mainittava tutkimuksen nimi, toteutusaika ja tutkimuksen tekijä, Taloustutkimus Oy.
- Taloustutkimus Oy voi julkaista tutkimustulokset esimerkiksi alan konferensseissa, jos asiasta on sovittu tutkimusprojektin toimeksiantajan kanssa.
- Toivomme, että lähetätte suunnittelemanne julkaisun (lehtiartikkeli, verkossa julkaistava tiedote tms.) Taloustutkimus Oy:hyn tarkastettavaksi ennen sen julkaisemista. Lisäksi toivomme, että toimitatte meille tiedon siitä, missä ja milloin asia julkaistaan, jotta voimme vastata meille mahdollisesti tuleviin kysymyksiin.

**20%**  
suomalaisista  
kannattaa  
Suomen

**66%**  
naisista on  
värjännyt hiuk-  
sensa viimeisen  
viiden vuoden  
aikana.

**73%**  
suomalaisista  
käyttää  
internetiä  
päivittäin tai

parhaimman  
pankin  
vaihtamista.

**38%**

**33%**  
pitää tuotteiden  
kotiin toimitusta  
verkkokaupan

**17%**  
suomalaisista  
ei tiedä kuka on  
Stephen Elop.

**21%**

**48%**  
suomalaisista  
vastustaa ydin-

**04%**  
yrityksistä  
aikoo vuosittain  
hankkia

kotitalouksista  
ostaa  
säännöllisesti  
luomupossua.

**Kiitos.  
Mitä haluaisitte tietää lisää?**