

46

Sorkkahoitaja Marko Vartiainen riittää töitä.

# ELÄIN

Pellervo

## Sisältö 4 • 2022

### Maatilalla

- 10 Kannattavuus määrää tahdin Aholan tilalla
- 32 Tanskalainen maajussi luottaa luomuun
- 42 Kustannukset kuriin energiaomavaraisuudella
- 52 Vain Pekkolassa lypsetään lampaita

### TEEMA: Luomutuotanto & suoramyynä

- 24 Lammasta kynttilällisillä
- 29 Erikoislihojen ketjut toimiviksi
- 30 Vierailijat paljon muutakin kuin ostavia asiakkaita

### Eläinterveys & hyvinvointi

- 16 Sian kipukasvot
- 19 Viisi vinkkiä kivuliaan sian tunnistukseen
- 46 Sorkkahoitajalle kiitosta sekä eläimiltä että ihmisiltä

### Työtä & taloutta

- 9 Ekologista eläinproteiinia tuontisoijan hinnalla
- 20 Mukavasti makuulla parsipedillä
- 38 Hyvä hygienia suojaa kryptosporidioosilta
- 41 Numeroina: Zoonoosit ihmisillä
- 50 Kuivikepaletti laajenee

### Vakiot

- 3 Pääkirjoitus: Laatutuotteet vaativat brändäämistä
- 49 Viljelijä, eläintenhoitaja, byrokratia-asiantuntija ja ehkä vielä suoramyynä
- 58 Sarjakuva Ansulin farmi



Hestbjergin luomusikatilalla Tanskassa kasvatetaan ulkoilmapossuja. Sianlihaa tuotetaan ja jalostetaan valmiiksi kuluttajatuotteiksi omilla tuotemerkeillä.

32



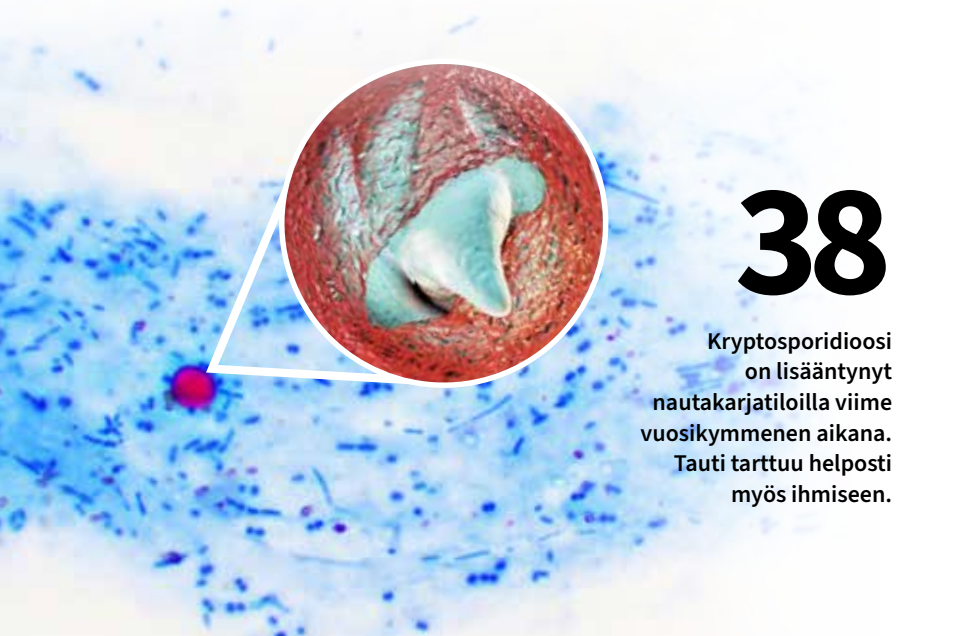
20

Hyvä makuualusta lisää lehmän hyvinvointia ja tuottavuutta. Esitellyssä kolme eri parsipetä.



30

Lehtosalon tilalla ensimmäinen tilikuitti teurastamolta oli yllätys. – Oli selvää, että eläinten myynti teurastamolle ei kannata. Lähdimme suuntaamaan suoramyyntiin, kertoo Nina Lehtosalon.



38

Kryptosporidioosi on lisääntynyt nautakarjatililla viime vuosikymmenen aikana. Tauti tarttuu helposti myös ihmiseen.

KANNEN KUVA: TOMMI MATTILA

+ TEEMA  
Luomutuotanto & suoramyynä



## Pääkirjoitus

# Laatutuotteet vaativat brändäämistä

**MITEN MAATALOUSYRITTÄJÄT** ja agrologiopis-  
kelijat ymmärtävät brändin? Miten he arvioivat  
omaa brändiosaamistaan ja miten merkittävänä  
he pitävät sitä menestymisen näkökulmasta?  
Tästä aiheesta syntyi HAMKin maaseutuelin-  
keinojen koulutuksen lukuvuoden 2021–2022  
parhaaksi lopputyöksi arvioitu Ia Adlercreutzin  
Brändiosaaminen maatilojen menestyksen var-  
mistajana -opinnäytetyö.

Enemmistö lopputyön kyselyyn vastanneis-  
ta maatalousyrittäjistä koki brändäämistä osak-  
si omaa työtään. Brändäämistä tarpeellisuutta  
kyselyyn vastanneet perustelivat puolestaan sillä,  
että maatalousyrittäjät tyytyvät omassa toimin-  
nassaan tyyppillisesti tavarantoimittajan rooliin.

Tanskassa tavarantoimittajan roolista on  
lähdetty irtautumaan esimerkiksi Hestbjergin  
luomusikatilalla. Hestbjergin tila ja kasvava jouk-  
ko muita tanskalaisia sianlihantuottajia tuotteista-  
vat sianlihaa omalla merkkillään. Jutussa tilan yrit-  
täjät kertovat, kuinka heidän on tarkkaan pitänyt  
mieltä, millaisen tarinan he haluavat kuluttajil-  
le kertoa. – Ilman hyvää tarinaa on vaikea saada  
luomulihasta kaksi kertaa tavanomaista sikaa kor-  
keampi hinta, toteaa tilan markkinoinnista vas-  
taava Marianne Fløe Hestbjerg (s. 32).

Hestbjergin tilalla tuotannon kehittäminen ja  
tuotteistaminen ovat vaatineet isoja investoin-

teja. Tuotteiden jalostukseen, markkinoin-  
tiin, tuotekehitykseen ja brändäykseen liittyvät  
esteet johtuvatkin usein resurssien vähyydes-  
tä. Kuitenkaan aina pelkästään riittämättömät  
resurssit eivät ole syynä siihen, ettei brändäyk-  
seen panosteta. Adlercreutzin opinnäytetyös-  
sä tehdyssä kyselyssä yrittäjät itse mainitsevat  
brändäyksen esteiksi muun muassa jämähtä-  
neisyyden, henkisen laiskuuden, oman työn  
arvostuksen ja ammattitaidon aliarvioinnin.

Usein maatalousyrittäjien tarjoamat tuot-  
teet ovat hyvin laadukkaita. Laatutuotteet vaa-  
tivat brändäämistä, sillä pelkkä laatu ei myy.  
Asiakkaalle on osattava tuoda esiin tuotteen  
taustat, erityislaatu ja sen asiakkaalle tuotta-  
ma lisäarvo.

Erityisesti brändäyksestä hyötyvät suora-  
myyntiä harjoittavat tilat, sillä brändäys auttaa  
erottautumaan muista. Parhaassa tapauksessa  
brändin kehittäminen palkitaan myös tuotteen  
korkeampana hintana ja parempana menek-  
kinä. Jos maatalousyrittäjä jättää brändäyksen  
kaupan ja jalostavan teollisuuden tehtäväksi,  
ottavat ne itselleen brändityöstä saavutettavan  
lisäarvon.

**RITA LAHTI**  
TUOTTAJA

#### Vastaava päätoimittaja

Anna Malk  
040 069 9614

#### AD

Minna Aho  
040 156 9162

#### Tuottaja

Rita Lahti  
040 688 3305

**Tämän lehden kirjoittajat:** Tuomas Rytty, Tuula Kukkola-Räinä, Ann-Helena Hokkanen,  
Tuija Simpanen, Maija Kyrö, Markku Pulkkinen, Minna Nurro, Riitta Mikkonen, Susanna  
Valtonen, Eeva-Kaisa Pulkka, Miina Leppänen • **Näköislehti** pellervo-e-lehdet.fi  
• **Ilmoitusmyynti** Tanja Forsman, 040 539 3089, tanja.forsman@pellervo.fi • **Toimitus** PL 77,  
00101 Helsinki, maatilapellervo@pellervo.fi, etunimi.sukunimi@pellervo.fi • **Julkaisija**  
Pellervo-Media Oy • Aikakausmedia ry:n jäsen • Pellervo vastaa vain tilattujen kirjoitusten ja  
kuvien säilyttämisestä ja palauttamisesta • **Painopaikka** PunaMusta Oy ISSN 2242-6396 •  
Tämän lehden tilaajarekisteriä voidaan käyttää suoramarkkinointitarkoituksiin.

#### Vt. toimituspäällikkö

Anne Penttilä  
044 222 6884

#### Ulkoasu

Heli Nokkala  
040 764 5754

#### Tilaajapalvelu

020 413 2636,  
tilaukset@  
pellervo.fi

