



ROVANIEMEN AMMATTIKORKEAKOULU  
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

---

Opinnäytetyö

## **Eurooppalaiset olutkulttuurit Rovaniemen olutkulttuurin taustalla**

Isomursu Ari  
Raasakka Teemu

2000

Vankka Merja

Hyväksytty arvosanalla \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ .2000 \_\_\_\_\_

---

|                            |   |       |      |
|----------------------------|---|-------|------|
| <b>Tekijät</b>             | Isomursu Ari  | Vuosi | 2000 |
|                            | Raasakka Teemu  |       |      |
| <b>Työn nimi</b>           | Eurooppalaiset olutkulttuurit Rovaniemen olutkulttuurin taustalla |       |      |
| <b>Sivu- ja liitemäärä</b> | 95 + 20   |       |      |

---

Opinnäytetyön tavoitteena on ollut perehtyä olutkulttuuriin, tutkia sitä ja määritellä Rovaniemellä vallitseva olutkulttuuri; sen historia, nykytila ja tulevaisuuden näkymät. Tutkimme Euroopan merkittävimpien olutkulttuurien vaikutusta Rovaniemellä vallitsevaan olutkulttuuriin sekä niiden välisiä eroja.

Tutkimus koostuu kirjallisuuden avulla olutkulttuuriin perehtymisen lisäksi kvalitatiivisesta tutkimuksesta. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa haastatelimme yhteensä kahtakymmentäkahta ravintola- ja panimoalan edustajaa sekä Suomessa että ulkomailla. Pidimme vapaamuotoisen teemahaastattelun 11:lle keskustan olutravintolan esimiehelle. Haastatelimme myös olutkirjailijoita ja -toimittajia. Lisäksi teimme havainnointia yhdessätoista Rovaniemen ravintolassa. Vahvistimme tutkimusta asiakkaille suunnatulla kyselyllä.

Tutkimuksen tulokseksi nousi Rovaniemen olutkulttuurin historiallinen ja nykyaikainen värikkyys ja monipuolisuus. Olutkulttuuri elää kehitysvaihetta ja on kulkemassa uomiin, jotka ovat niin kansallisen perinteen säilymisen kuin yhdyntyneen Euroopankin kannalta hyviä.

**AVAINSANAT** olut, olutkulttuuri, pub, Eurooppa, Suomi, Rovaniemi

|                          |  |      |      |
|--------------------------|--|------|------|
| <b>Authors</b>           | ISOMURSU ARI                                   | Year | 2000 |
|                          | RAASAKKA TEEMU                                 |      |      |
| <b>Subject of thesis</b> | European beer cultures behind Rovaniemi's beer |      |      |
| <b>Number of pages</b>   | culture<br>95 + 20                             |      |      |

---

The purpose of this work was to examine what beer culture is and to use this knowledge to determine the beer culture of Rovaniemi; its history, present and future prospects. We examined remarkable beer cultures and countries in Europe. We studied how these cultures have influenced Rovaniemi and how the cultures differ from each other.

Our survey is composed of literature and lots of interviews with persons in the restaurant business, experts of beer and the brewing industry. We also observed the behaviour of customers in pubs and we interviewed them with question forms.

The result of this survey was that the beer culture of Rovaniemi is colourful and traditional. Future looks bright taking notice of saving the traditional beer culture of Rovaniemi and adopting new influences from Europe.

**Keywords**                      beer, beer culture, pub, Europe, Finland, Rovaniemi

# SISÄLLYS

## 1 JOHDANTO 1

## 2 OLUT, MAAILMAN YLEISIN ALKOHOLIJUOMA 4

- 2.1 OLUEN AINESOSAT 4
- 2.2 OLUEN VALMISTUS 7
- 2.3 OLUEN KÄYTTÖ 9
- 2.4 OLUT JA RUOKA 10

## 3 OLUTKULTTUURI 13

- 3.1 KULTTUURI KÄSITTEENÄ 13
- 3.2 OLUTKULTTUURIN KEHITTYMINEN 15
- 3.3 OLUTKULTTUURI KÄSITTEENÄ 19
- 3.4 PUBIKULTTUURI 22

## 4 EUROOPAN TÄRKEIMPIÄ OLUTMAITA JA OLUTKULTTUUREJA 27

- 4.1 BELGIA 27
- 4.2 IRLANTI 31
- 4.3 ISO-BRITANNIA 35
- 4.4 SAKSA 37
- 4.5 TANSKA 39
- 4.6 TSHEKKI 40
- 4.7 MUITA OLUTMAITA EUROOPASSA 43

## 5 SUOMEN OLUTKULTTUURI 45

- 5.1 TILASTOTIETOA OLUESTA 45
- 5.2 OLUTKULTTUURIN HISTORIA SUOMESSA 46
- 5.3 SAHTI – MERKITTÄVÄ OSA SUOMEN OLUTKULTTUURIA 50
- 5.4 KROUVEISTA SUOMALAISEEN PUBIIN 53
- 5.5 SUOMALAINEN TAPA NAUTTIA OLUTTA 58
- 5.6 SUOMALASIA OLUTSEUROJA JA -JÄRJESTÖJÄ 63

## 6 ROVANIEMEN OLUTKULTTUURIN HISTORIAA JA NYKYPÄIVÄÄ 65

- 6.1 AUTIN HÖYRYPANIMOSTA ROVANIEMEN PANIMO & PUBIIN 65
- 6.2 MERKITTÄVIÄ ROVANIEMELÄISIÄ PUBEJA 67
- 6.3 ROVANIEMEN OLUTSEURAT 69
- 6.4 ROVANIEMEN ANNISKELULUVAT JA OLUEN KULUTUSLUKUJA 70

## 7 ROVANIEMEN OLUTRAVINTOLAKULTTUURI 72

7.1 KVALITATIIVINEN TUTKIMUS JA AINEISTON ANALYSOINTI 72

7.2 TEEMAHAASTATELUN TULOKSET 74

7.3 HAVAINNOINNIN TUTKIMUSTULOKSET 77

7.4 ASIAKASKYSELYN TUTKIMUSTULOKSET 82

**8 TUTKIMUSTULOSTEN YHTEENVETO 84**

**9 POHDINTA 93**

**LÄHTEET 95**

**LIITTEET 101**

## 1 JOHDANTO

Suunnitellessamme opinnäytetyön aihetta lähtökohtana oli juomakulttuurit. Punnitessamme eri vaihtoehtoja havaitsimme, että Rovaniemen juomakulttuuria ei ollut aiemmin tarkasti tutkittu. Olemme olleet kiinnostuneita olutkulttuurista jo ennen opiskeluamme ravintola-alalla. Hakeutuminen ravintola-alalle johtui suurimmaksi osaksi juuri olut- ja pubikulttuurin kiehtovuudesta. Tämän vuoksi tuntui luontevalta valita aiheeksemme Rovaniemen olutkulttuuri ja mitkä erityyppiset tekijät ovat siihen vaikuttaneet.

1990-luvulla Suomessa ja Rovaniemellä olutravintolat lisäsivät suosiotaan. Mielestämme on siis aihetta tutkia, millainen Rovaniemen olutkulttuurin tila on nykyään. Lähtökohtana meillä oli se, että suomalainen olutkulttuuri on saanut voimakkaasti vaikutteita Euroopan merkittävimmistä olutkulttuureista. Tutkimme Euroopan perinteisiä olutkulttuureja ja vertasimme niitä Rovaniemellä vallitsevaan olutkulttuuriin. Esittelemme suomalaisen olutkulttuurin historiaa ja tutkimme, millainen olutkulttuuri Rovaniemellä vallitsee. Selvitimme, onko rovaniemeläisessä olutkulttuurissa eroja muun Suomen ja Euroopan vastaavaan. Tutkimme millainen tarjonta Rovaniemen olutravintoloissa on ja miten erityyppiset oluet ovat myynnillisesti jakautuneet. Hankimme mahdollisuuksien mukaan tietoa Rovaniemen olutkulttuurin historiasta.

Aihe tuntui aluksi suhteellisen vaativalta, koska kirjallista materiaalia Rovaniemen olutkulttuurista tai -historiasta ei ole juurikaan olemassa. Jotta meille muodostui selkeä kuva siitä, mitä kaikkea olutkulttuuriin kuuluu, perehdyimme aluksi perinteisiin Eurooppalaisiin olutkulttuureihin. Tätä tietoa kykenimmekin soveltamaan tehdessämme tutkimusta ja haastatteluja Rovaniemen menneistä ja nykyisistä ajoista.

Hankimme olueen ja olutkulttuuriin liittyvää kirjallisuutta (mm. Michael Jackson), jonka pohjalta laadimme yleisen katsauksen Euroopan tärkeimpiin olutkulttuureihin. Lisäksi hankimme tietoa internetistä. Rajasimme tutkimuksemme Rovaniemellä keskustan alueen olutravintoloihin ja pubeihin. Haastattelimme rovaniemeläisiä ravintoloitsijoita, panimoalan asiantuntijoita ja muuten Rovaniemellä oluen kanssa tekemisissä olleita ihmisiä. Tutustuimme paikallisiin olutjärjestöihin ja haastattelimme niiden puheenjohtajia. Lisäksi teimme käytännön havainnointia kolmessa erityyppisessä tutkimusalueen olutravintolassa. Tällä tavalla pyrimme saamaan kuvan rovaniemeläisestä oluennauttimistavasta. Valitsimme tutkimusravintolat seuraavien kriteerien perusteella: Päämyyntituotteena on olut, olutvalikoimassa on ainakin 10 erimerkkistä olutta ja mielellään ainakin yksi ulkomainen olut tai ravintola on muuten merkittävä Rovaniemen olutkulttuurille.

Käytimme työssämme kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tarkoituksena on vastata kysymyksiin millainen ilmiö on, miten se on kehittynyt ja millaisia ovat sen kehittymisen pääasialliset syyt. Kyetäksemme vastaamaan näihin kysymyksiin meidän oli tehtävä havaintoja ja haastatteluja sekä keskusteltava useiden alan ihmisten kanssa. Tämän materiaalin pohjalta pyrimme selvittämään Rovaniemen olutkulttuurin luonnetta. Valitsimme kvalitatiivisen tutkimuksemme muodoiksi osallistuvan havainnoinnin ja teemahaastattelun. Suoritimme myös vapaamuotoisia haastatteluja panimo- ja ravintola-alan ihmisille sekä rovaniemeläisten olutseurojen puheenjohtajille. Lisäksi teimme asiakaskyselyn kahdessa tutkimusalueen ravintolassa.

Tavoitteena työssämme meillä oli syventää käsitystämme oluesta ja siihen liittyvistä ilmiöistä sekä avartaa näkemystämme eurooppalaisesta olutkulttuurista. Tutkiessamme Rovaniemen olutkulttuuria tavoitteenamme oli oppia tuntemaan eri olutkulttuurien väliset erot. Tästä asiantuntemuksesta tulee olemaan tulevaisuudessa hyötyä toimiessamme esimerkiksi olutravintolan esimiehinä ja kehittäessämme olutravintolaa mahdollisimman monipuoliseksi, suomalaiseen kulttuuriin sopivaksi ravintolaksi.

## 2 OLUT, MAAILMAN YLEISIN ALKOHOLIJUOMA

### 2.1 Oluen ainesosat

Perinteinen olut on mallasjuoma, joka valmistetaan vedestä, ohrasta, humalasta ja hiivasta, joka aikaansaa käymisen. Vuonna 1516 Baijerissa säädettiin laki, jonka mukaan vain näitä raaka-aineita saa käyttää oluenvalmistukseen (ks. luku 3.4 Saksa). Lakia kunnioitetaan joissakin maissa edelleen. Saksasta ja Norjasta löytyy vielä panimoita, jotka vannovat lain nimeen. Jos halutaan valmistaa kevyempää olutta, sekoitetaan ohran joukkoon maissia tai riisiä. Näitä lisäaineita kutsutaan panimokielessä ”raakahedelmiksi”, vaikkei niillä ole mitään tekemistä hedelmien kanssa. Joihinkin erityisoluttyyppeihin käytetään Saksassa ja Belgiassa raaka-aineena vehnää. Perusviljaksi on vuosisatojen aikana vakiintunut ohra, mutta sen rinnalla myös vehnä, riisi ja maissi ovat tärkeitä tärkkelyslähteitä. Myös kauraa ja ruista käytetään joihinkin oluttyyppeihin. (Tikkanen 1999, 15 - 16; Laurin 1994, 129 - 130.)

Ohra on perinteinen oluen raaka-aine. Hyvä mallasohra ei saa olla liian kosteaa, kuten saattaa tapahtua ennenaikaisen sadonkorjuun seurauksena. Mallasohran tulee olla myös tuoksultaan makeaa ja homeetonta ja siinä on paljon tärkkelystä ja alhainen proteiinitaso. Oluenpanoon käytetään vain kaikkein parhainta ohraa, kun taas noin yhdeksän kymmenesosaa päätyy muuhun käyttöön. Raakahedelmien käyttö alkoi Yhdysvalloista ohran vaikean saatavuuden ja korkean hinnan vuoksi. Halpaa riisiä ja maissia oli kuitenkin saatavilla runsaasti. Monet oppivat arvostamaan raakahedelmien tuomaa miedompaa makua. (Tikkanen 1999, 15; Laurin 1994, 130; Jackson 1990, 18.)

Noin 90 prosenttia oluesta on vettä. Vesi oli aikanaan tärkeä raaka-aine panimoille, ja sillä oli merkittävä vaikutus panimoiden perustamispaikkaan. Veden karaktääri vaikuttaa oluen makuun. Veden tulee olla raikasta.



Pehmyt vesi sopii vaaleisiin (pohjahiiva-) oluisiin, kun taas kova vesi sopii hyvin tummiin (pintahiiva-) oluisiin. Tikkasen (1999) mukaan veden kovuudella tarkoitetaan veden kalsiumpitoisuutta, mitä enemmän kalsiumia, sitä ”kovempi” vesi. Perinteisesti panimoita perustettiin sopivaa vettä sisältävien lähteiden tai kaivojen lähelle. Esimerkiksi Keski-Englannin panimokeskuksessa Burton-on-Trentissä veden kalsiumpitoisuus on 37-kertainen verrattuna vaalean lagerin syntysijan, Böömin Pilsenin veteen (Tikkanen 1999, 17).

Nykyisin panimoilla on helppo vaikuttaa veden laatuun niin, että siinä on toivotut ominaisuudet. Yleensä käytetään lähdeveden sijasta vesijohtovettä. Monet panimot ovat kuitenkin ylpeitä siitä, että heidän oluensa valmistetaan omasta lähdevedestä. Monilla panimoilla on oma yksityinen vesilähteensä, tavallisimmin porakaivo. Panimo voi olla tyytyväinen, jos sillä on oma vesilähteensä, joka vielä soveltuu ihanteellisesti juuri heidän valmistamaansa oluttyyppiin. Entisaikoina helposti saatava vesi on saattanut vaikuttaa tiettyjen oluttyyppien syntyyn. Nykyisin paikkakunnan oman veden mineraalipitoisuuksia on helppo säädellä siten, että ne ovat kunkin oluttyypin valmistukseen sopivia. Vedessä esiintyvistä kivennäissuoloista oluenvalmistajan kannalta tärkeimpiä ovat kalsium, sulfaatit ja kloridit. (Jackson 1994, 19; Laurin 1994, 134.)

Muutamia erikoisuuksiakin veden hankinnan suhteen löytyy. Suomalainen Lapin Kulta lienee maailman ainoa panimo, joka turvautuu jokiveteen. Panimo saa oluen valmistukseen käyttämänsä veden suoraan vieressä virtaavasta Tornionjoesta. Belgialainen Rodenbachin panimo käyttää järveä, jonka vesi on peräisin maanalaisista lähteistä. Veden niukkuudesta johtuen maltalainen Farsons-panimo kerää sadeveden katolla sijaitseviin säiliöihin ja ainakin eräs Karibian panimoista puhdistaa käyttöönsä merivettä. (Tikkanen 1999, 17; Jackson 1994, 19; Laurin 1994, 134.)

Humala antaa olueen sen tärkeät katkerat maut. Kasvista käytetään ainoastaan käpymäiset emikukat, jotka sisältävät katkero- ja aromiaineita. Humalalla on hyviä säilöntäominaisuuksia ja se antaa olueen myös paremman vaahdon. Bitterhumala antaa oluelle omintakeisen katkeran maun. Aromihumala antaa pehmeämmän katkeruuden sekä kukkamaisen tuoksun ja maun. Mitä enemmän olueen lisätään humalaa, sitä katkerammalta olut maistuu. Humala tosiaan on katkeraa – mutta siinä on myös minttuun, korianteriin ja muihin yrtteihin vivahtavia aromeja. (Jackson 1994, 252; Laurin 1994, 130; Kaukinen 1988, 250.)

Joitakin humalalajikkeita käytetään tuoksun antajina, toisia taas kuivuuden ja katkeruuden lisääjinä. Joitakin lajikkeita voidaan käyttää kumpaankin tarkoitukseen. Humalalajikkeen kykyä vaikuttaa oluen kuivuuteen ja katkeruuteen voidaan mitata niiden sisältämien happojen avulla. Numeroarvon ja käytetyn humalamäärän perusteella panimot voivat päätellä oluensa katkeruuden ja sijoittaa sen kansainvälisesti hyväksytylle asteikolle. (Jackson 1994, 20 - 23.)

Hiiva on tärkeää oluelle. Hiiva käyttää sokereita ja hajottaa ne alkoholeiksi ja hiilidioksidiksi. Ilman hiivaa olut olisi pelkkää ohralientä. Panimomestarit pelkäävät hetkeä, jolloin heidän hiivansa ilman mitään näkyvää syytä läpikävisi mutaation tai joutuisi jonkin toisen mikro-organismien saastuttamaksi. Tällaisen katastrofin tapahtuessa muuttuu olut etikkaiseksi tai turmelee muuten sen luonteen. Jos näin tapahtuu, on koko valmistuserä tuhottava ja panimo steriloitava lattiasta kattoon. Jotkut panimomestarit säilyttävät jääkaapeissaan pienen määrän hiivaa hätätilanteiden varalta. Tämän varahiivan avulla voidaan vahingon sattuessa nopeasti viljellä uuden tuotannon käynnistykseen tarvittava määrä. (Jackson 1994, 24 - 27.)

Joissakin maissa panimot ilmoittavat oluestaan mieluummin vierteen alkuperäisen ominaispainon (kantavierreväkevyys) kuin alkoholipitoisuuden (ks. liite 1). Tämä käytäntö vakiintui, kun oluenpanijat osasivat mitata vierteen uutepitoisuuden (sokeripitoisuuden) mutta eivät tienneet, kuinka suu-

ren osan tästä hiiva kykeni muuttamaan alkoholiksi käymisen aikana. Nykyisin hiivojen luonne ja niiden kyvyt ymmärretään paremmin. Monissa maissa oluen alkoholipitoisuus merkitään etikettiin tilavuusprosentteina. Yhdysvalloissa, missä vahvuutta ei yleisesti ilmoiteta, lainsäädäntö määrää käyttämään painoprosentteja. Koska alkoholi on vettä kevyempää, luku on alhaisempi. Euroopassa ja Kanadassa 4-prosenttiseksi merkitty olut saa Yhdysvalloissa arvon 3,2, joka on siis painoprosentti. (Jackson 1994, 27.)

Olut kävi vuosituhansien ajan spontaanikäymisellä. Vasta 1860-luvulla havaittiin hiivan tärkeä rooli oluenpanossa. Ensimmäisen puhtaasti oluenvalmistukselle tarkoitetun hiivakannan viljeli tanskalainen Emil Christian Hansen vuonna 1881. Hiivaa kutsutaan nimellä *Saccharemysis carlsbergensis* ja se on nykyaikaisten pohjahiivojen kantaisä. Hän kehitti panimo-  
hiivan puhtasviljelymenetelmän, joka on yhä käytössä. 1883 Hansen todisti, että oluen happaneminen johtui bakteerien sijasta villihiivoista. Hansen oivalsi, että olutta tulee panna vain yhdellä hiivalla ja muut hiivat ovat epätoivottuja. Suomessa on viime aikoina kehitetty Hansenin keksintöä ja Suomi onkin yksi kansainvälisen oluttutkimuksen huippumaista. Eri puolilla maailmaa hyödynnetään suomalaista biotekniikan sovellusta, jossa oluen kypsyminen perustuu oluenvalmistuksessa käytettävän panimohiivan huolelliseen hallintaan. (Tikkanen 1999, 17; Bonsdorff 1997, 13 - 14; Jackson 1994, 24 - 27; Laurin 1994, 131.)

## **2.2 Oluen valmistus**

Olut on mallasjuoma, jota voidaan valmistaa mistä tahansa tärkkelyspitoisesta kasvista. Perusviljaksi on kuitenkin vuosituhansien saatossa vakiintunut ohra, jonka lisäksi maissi, riisi ja vehnä ovat yleisimpiä tärkkelyslähteitä. Mallas on mallastettua ohraa. Mallastaminen tapahtuu, kun tavallista ohraa liotetaan ja se alkaa itää. Viikon sisällä kasvavat juurikarvat ja pieni lehtitaimi. Tällaista ohraa kutsutaan vihreäksi maltaaksi. Idätyksen jälkeen

vihreä mallas kuivatetaan kuumalla ilmalla kuivaamossa. Juurikarvat ja lehtitaimi poistetaan. Jäljelle jäävää massaa kutsutaan maltaaksi. Ohra täytyy mallastaa, jotta hiiva pystyy toimimaan. Panimot saattavat sekoittaa useita eri mallaslaatuja toivotun maun ja värin saavuttamiseksi. Vihreän maltaan kuivaus on tärkeä vaihe oluen valmistuksessa. Tällöin määräytyy oluen väri ja suurelta osin myös oluen maku. Mitä kuumempaa ilma on, sitä tummempaa oluesta tulee. (Tikkanen 1999, 15 - 20; Laurin 1994, 131 - 132.)

Seuraavaksi mallas murskataan ja sekoitetaan lämpimään veteen. Näin sekoittamalla syntyy mäski, jota kuumennetaan suuressa astiassa. Mäskiä sekoitetaan ja sitä kuumennetaan asteittain aina 76°C:een. Mäski valmistetaan, jotta tärkkelys muuttuisi käytettäväksi sokeriksi. Mäski siivilöidään ja kaadetaan suureen säiliöön. Tätä jäljelle jäänyttä kirkasta nestettä nimitetään vierteeksi. Jotta vierre katkeroituisi, sitä keitetään humalan kanssa yhdestä kahteen tuntia, jolloin humalasta vapautuu makuaineita. Keittämisen jälkeen humala siivilöidään pois ja vierre jäähdytetään. (Tikkanen 1999, 15 - 20; Laurin 1994, 131 - 132.)

Valmis vierre sisältää sokeria, vettä sekä maltaan ja humalan makua. Sokeripitoisuutta kutsutaan kantavierrevahvuudeksi. Se kertoo, kuinka monta prosenttia sokeria vierre sisältää. Mitä korkeampi kantavierrevoimakkuus on, sitä voimakkaampaa olutta siitä syntyy. Seuraavaksi vierre saa käydä, mikä tapahtuu suljetussa käymissäiliössä tai avoimessa käymisastiassa. Käyminen muuttaa sokerin alkoholi- ja hiilidioksidiksi. Käyminen jatkuu, kunnes käymiskelpoiset sokerit on syöty. Käymisen päätyttyä hiiva joko laskeutuu tankin pohjalle tai nousee oluen pinnalle. Tästä tulevat nimitykset pohja- ja pintahiivaolut. Hiiva myös rikastuttaa oluen makua. Pintahiivakäymisen lämpötila on 15 - 25°C ja käyminen tapahtuu parissa kolmessa päivässä. Pohjahiivakäymisen lämpötila on 6 - 14°C ja se kestää yleensä kymmenkunta päivää. Hiiva toimii sitä nopeammin mitä lämpimämmässä se saa tehdä tehtävänsä. (Tikkanen 1999, 25 - 27; Laurin 1994, 129 - 132; Jackson 1990, 8 - 12.)

Pääosa hiivasta poistetaan pääkäymisen jälkeen, mutta tuote on edelleen raaka, panimokielellä vihreä (Tikkanen 1999, 26). Seuraavaa vaihetta kutsutaan jälkikäymiseksi. Perinteisesti jälki- eli varastokäymisen ajaksi raaka olut viilennetään vähitellen noin nollaan asteeseen. Oluen maku saa kypsyä panimosta ja oluttyypistä riippuen muutamista päivistä muutamaan kuukausiin. Yleensä kypsymisaika on yhdestä neljään viikkoa. Ellei varastointia tai jälkikäyntiä tapahdu, olueen tulee helposti epämiellyttävän voimakas sivumaku. Kun panimomestari on todennut oluen maun hyväksi, olut suodatetaan hiivoista, sen hiilidioksiditaso säädetään ja se pullotetaan tai astioidaan. (Tikkanen 1999, 26 - 27; Jackson 1994, 24 - 27; Laurin 1994, 132; Jackson 1990, 22.)

### **2.3 Oluen käyttö**

Ihmiset, jotka juovat vain kaikkein tavanomaisimpia oluita, eivät ole oppineet ymmärtämään, että on olemassa eri oluttyyppejä eri mielialoihin, tilanteisiin ja tarkoituksiin. Oluita on sekä maultaan että alkoholipitoisuudeltaan useita eri vahvuuksia. Toiset oluet kiihottavat ruokahalua ja toiset oluet sopivat taas nautittaviksi ruokailun yhteydessä. (Jackson 1994, 7.)

Jotkut juovat olutta päihtyäkseen, vaikka se onkin varsin tehoton keino (oluesta yli 90 % on vettä). On tietysti olemassa hyvinkin vahvoja oluttyyppejä, mutta suurin osa maailman oluista sisältää alkoholia 4 - 5 tilavuusprosenttia. Näillä vahvuuksilla olut on miedoin kaikista alkoholijuomista. Jacksonin (1994, 7) mukaan useissa maissa olutta mainostetaankin kohtuuden ystävien juomana.

Vaikka yleisesti alkoholijuomia pidetään ihmisille haitallisina, on viime vuosina tehty tämän väitteen kumoavia tutkimuksia. Yleinen piirre niissä on, että kohtuullinen juominen edistää terveyttä ja pidentää ikää. Alkoholijuomien sisältämä etanoli on tutkimusten mukaan tärkeä terveyteen vaikuttava tekijä. Kohtuukäytön tulee yhdistyä monipuoliseen ravintoon ja lii-

kuntaan, jotta terveyshyödyt toteutuvat. Oluen nauttimisen seurauksena pidetään tunnetusti olutmahaa. Olut itsessään ei kuitenkaan lihota, sillä se ei sisällä rasvaa eikä sokeria. Itse asiassa olut sisältää vähemmän kaloreita kuin maito. Oluen ravintosisältö tulee ilmi liitteestä 2. (Tikkanen 1999, 41 - 44.)

Enimmäkseen olutta käytetään mukavaan seurusteluun. Seurusteluolut ei saa olla alkoholipitoisuudeltaan liian vahvaa, ja se kaipaa aavistuksen humalan aikaansaamaa raikkautta, joka panee haluamaan sitä lisää. Olut käy mainiosti myös janon sammuttamiseen. Vehnäoluet tai belgialaiset kirpeät ”punaiset” alet virkistävät parhaiten. Tavallisia lageroluita käytetään tähän tarkoitukseen useammin, mutta ne soveltuvat tehtävään huonommin, koska ne ovat liian makeita ja hiilihappoisia ja sen vuoksi turvottavia. Jokainen tietää, että raskaan työn päälle olut on oiva vahvistaja. Makeammat oluet, kuten tumma lager ja mild ale sopivat hyvin tähän tarkoitukseen. (Jackson 1994, 7.)

Oluen nautittavuuteen vaikuttaa muun muassa tarjoilulämpötila. Suomessa oluet tarjoillaan usein hieman liian kylminä. Tämä koskee erityisesti lageroluita. Liiallinen kylmyys sitoo aromit ja tekee oluesta mauttoman, hajuttoman ja heikosti vaahtoavan. Liian kylmänä tarjoiltu olut ei ole hyväksi myöskään vatsalle. (Tikkanen 1999, 35.)

## **2.4 Olut ja ruoka**

Olut ja ruoka ovat aina kulkeneet yhtä matkaa. Keskiajalla olut oli sotilaille suurin päivän energian antaja, samoin paastoaville munkeille (Jackson 1990, 129). Eri maat ja kulttuurit käyttävät olutta ruoan valmistuksessa, Suomessa kuitenkin pääosin oluen ja ruoan yhdistäminen on sitä, että olutta käytetään ruokajuomana.

Aperitiiviksi ruokahalua herättämään sopii kuivan rapea pils tai hyvin humaloitu brittityyppinen pale ale. Hyviä ruokahalun herättäjiä ovat myös kuivahko lambic (ks. 4.1 Belgia) tai lambiciin pohjaavat krieg (kirsikkaolut) ja framboise (vadelmaolut). Yleisesti voidaan sanoa, että aperitiiviksi käy hyvin jokin kuiva olut. (Jackson 1994, 252 - 253.)

Jotkin oluet siis kiihottavat ruokahalua, toiset taas sopivat erinomaisesti ruoan seuralaisiksi. Viinin happamuuden sanotaan auttavan ruoan rasituksen tasapainottamisessa. Jackson (1994, 252) toteaa kuulleensa väitteen, jonka mukaan olut soveltuu huonommin tähän tarkoitukseen – mutta toisaalta yksikään olut ei ole vailla happamuutta, ja jotkut oluet ovat jopa terävän hapokkaita. Kuuluisat keittiömestarit valittavat usein, että ruokiin lisätyn oluen humalaisuus tekee niistä helposti liian katkeria. Oluen hiivaiset ominaisuudet antavat ruoalle kirpeyttä, hedelmäisyyttä ja happamuutta, maltaisuus taas makeutta, pähkinäisyyttä ja joskus myös mausteisuutta. Olut on hyvin aromaattista, ja joskus sillä näyttäisi olevan kyky tehostaa ruoan materiaalina olevien aineiden omia aromeja. (Jackson 1994, 252.)

Lukuisista oluttyypeistä löytyy monia vaihtoehtoja eri ruokalajeille. Vaalea lager on mutkaton valinta minkä tahansa ruoan kanssa. Erityisesti kalan kanssa voi nauttia vaaleita lagereita, jotka ovat erinomaisia myös broilerin ja kanan kanssa tarjottuna. (Jackson 1994, 254.)

Makkaraa ja olutta on totuttu pitämään erottamattomana yhdistelmänä. Suomalaisenkin miehen löytää helposti lauantai-iltaisina saunan jälkeen nauttimasta makkaraa ja olutta. Vaalean lagerin sijasta kannattaa joskus kokeilla tumman maltaista lageria lihaisten makkaroiden ja vehnäolutta vaaleiden wurstien kumppanina. Savumakkaran kanssa voi kokeilla vaikkapa savuolutta. Joihinkin makkaroihin jo itsessään lisätään loraus alea. Makkaran kanssa käytettävään sinappiin voidaan myös lisätä lusikallinen humaloitua olutta. (Tikkanen 1999, 39; Jackson 1994, 255.)

Tumma lager sopii erinomaisesti voimakkaiden liharuokien yhteyteen, samoin kuin lihan marinointiin. Punaisen lihan kanssa sopii nautittavaksi täyteläinen, hedelmäinen ale. Klassinen pale ale käy tähän tarkoitukseen erinomaisesti. Voimakkaan makuisille liharuokille olutsinappi antaa sopivasti lisämakua. Savukinkun makua korostaa saksalainen savuolut. Voimakkaasti maustettu pizza kaipaa seurakseen tavallista rotevampaa lageria tai alea. Wieniläistyyppinen lager sopii erinomaisesti pizzan kanssa nautittavaksi, koska sen maltainen mausteisuus ja makeus kompensoi hyvin pizzan mausteisuutta. Stoutit ja portterit ovat klassisia ostereiden palanpainikkeita. (Tikkanen 1999, 39; Jackson 1994, 254 - 255.)

Italialaiset ja ranskalaiset nauttivat kuuluisien juustojensa kera paikallisia viinejä. Yhtä hyvin saksalaisten, belgialaisten, hollantilaisten ja brittiläisten juustojen kanssa voi nauttia paikallisia, maukkaita oluita. Belgialaiset ovat omaksuneet tämän tavan jo aikoja sitten. Michael Jackson kertoo olutkirjassaan (1994, 255 - 256), kuinka englantilainen viinikirjailija Andrew Barr löysi sattumalta 1800-luvulla tehdyn hovimestarin opaskirjan, joka suositeli viinilasien poistamista pöydästä ennen juustojen tarjoilua, koska ”jotkut juovat mieluummin olutta”. Onnistunut juuston ja oluen yhdistelmä saavutetaan silloin, kun molemmissa on hieman happoisuutta. Joihinkin englantilaisiin ja irlantilaisiin juustoihin lisätään olutta jo valmistusvaiheessa. Jälkiriukajuustojen kanssa tarjottavaksi sopivat parhaiten belgialaiset luostarioluet. (Tikkanen 1999, 39; Jackson 1994, 255 - 256.)

Aterian päätteeksi sopivat parhaiten oluet, jotka ovat vahvoja, jopa hyvin vahvoja, mutta samalla makeahkoja. Olutaterian jälkeen ainoa suositeltava väkijuoma on Jacksonin (1994, 257) mukaan viski, mieluiten skottilainen mallasviski.



### 3 OLUTKULTTUURI

#### 3.1 Kulttuuri käsitteenä

Kulttuuri, monimerkityksinen ihmistä tutkivien tieteiden käsite, jota käytetään mm. antropologian, arkeologian, kansantieteen, kansanrunoustieteen, historian, psykologian, kielitieteen, kirjallisuuden- ja taiteentutkimuksen sekä sosiologian piirissä. Kokonaisvaltaisena käsitteenä kulttuuri ei ilmaise vain jonkin tietyn inhimillisen toiminnan osa-aluetta vaan jonkin ajallisesti ja paikallisesti määräisen ryhmän elämäkokonaisuutta. Antropologiassa ja sosiologiassa kulttuuri nähdään luonteeltaan kollektiivisena, jaettuna ilmiönä, alkuperältään yksilön ulkopuolisena ilmiönä. (Suomalainen tietosanakirja 1990.)

Kulttuuri muovaa ihmisen persoonallisuutta ja näkyy sen eri tasoilla. Persoonallisuuden taustalla on kuitenkin kaikille yhteinen ihmisluonto, joka on kulttuurista riippumaton. Ihmisluontoon kuuluu tarve kuulua johonkin ryhmään ja tarve tulla hyväksytyksi. Usein kulttuuri liitetään myös kansakunnan käsitteen yhteyteen. Kansakunta on sellainen ihmisryhmä, jota yhdistää kieli, rotuominaisuudet, uskonto ja yhteisen historian tuottama yhteenkuuluvuudentunne. Korkeakulttuuri liittyy taiteisiin, kun taas kansankulttuuri eli populaarikulttuuri käsittää tavalliseen elämään liittyvän kulttuurin. Kansankulttuuri on kulttuuria, jonka ihminen on luonut ryhmän jäsenenä ja ryhmässä yleisesti vaikuttavien tekijöiden pohjalta (Salminen 1996, 8 - 11).

Kansankulttuuri voidaan Salmisen ja Poutasen mukaan (1996, 9 - 10) jakaa näkyvään ja näkymättömään osaan. Näkymätöntä osaa edustavat arvot, uskonto, historia, asumistiheys ja muut sellaiset arvot, jotka ovat ulkopuoliselle ihmiselle vaikeasti hahmotettavia seikkoja. Näkymättömän kulttuurinosan voi täysin käsittää vain alueella syntynyt ja kasvanut yksilö. Näkyvän osan symbolit ja käyttäytymismallit voi sen sijaan ulkopaikkakuntalainenkin tunnistaa.

Kognitiivisessa antropologiassa kulttuurilla tarkoitetaan tiedon ja uskomusten järjestäytynyttä muotoa, jonka avulla ihmiset järjestävät kokemuksensa ja havaintonsa ympäröivästä todellisuudestaan. Tällöin kulttuuri käsittää yhteisön jäsenten jakamien ideoiden järjestelmän käsitteineen, sääntöineen ja merkityksineen. Niiden nähdään saavan ilmaisunsa ihmisten käyttäytymisessä. Kuvatessaan kulttuuria tällä tavoin antropologit ja sosiologit keskittyvät siihen, mikä on yhteisössä yhteistä ja jaettua, sekä siihen, mikä tekee viestinnän yhteisössä ymmärrettäväksi ja mahdolliseksi. (Suomalainen tietosanakirja 1990, 471.)

Puhuttaessa työväenkulttuurista tai ei-moderneista kulttuureista tarkoitetaan yleensä ryhmän tai yhteisön elämäntapaa. Kulttuuri viittaa havaittaviin ilmiöihin, konkreettisiin tapahtumiin, toistuvaan toimintaan ja sen materiaaliin sekä sosiaalisiin edellytyksiin. Tarkastellaan, mitä ihmiset tekevät, miten he käyttäytyvät ja kuinka tämä käyttäytyminen rakentuu sosiaalisesti sekä millainen yhteisön vuorovaikutuksen tuottama merkitysten kokonaisuus näin syntyy. Tällaisena kokonaisvaltaisena käsitteenä kulttuuri ei ilmaise vain jonkin tietyn inhimillisen toiminnan osa-aluetta vaan jonkin ajallisesti ja paikallisesti määräisen ryhmän elämäkokonaisuutta. (Suomalainen tietosanakirja 1990, 471.)

Alasuutarin (1994, 47 - 48) mukaan Birminghamin koulukunnan mielestä käsite kulttuurintutkimus tarkoittaa jotain sellaista kuin *kollektiivinen subjektiviteetti*, ts. jonkin yhteisön tai yhteiskuntaluokan piirissä omaksuttua elämäntapaa sekä maailman hahmottamisen ja mielekkääksi kokemisen tapaa. Alasuutari (1994, 48) mainitsee myös Richard Hoggartin (1958) tutkimuksesta, joka antaa ymmärtää, että vaikka perheen viikkolehdet ja levyautomaattien laulut ovatkin sosiaaliselta arvostukseltaan huonompia kuin vakava kirjallisuus, ne ovat luonteeltaan kulttuuriesineitä siinä missä Shakespearen näytelmätkin. Hoggart varovasti laajensikin kulttuurin käsitettä. Kulttuuria eivät ole vain tuotteet ja implisiittiset arvot, vaan myöskin ”laajemmin se elämä, mitä ihmiset elävät”.

### 3.2 Olutkulttuurin kehittyminen

Kulttuuriin liittyy olennaisena osana historia. Niinpä perehdymme aluksi oluen monivivahteiseen ja vaiherikkaaseen historiaan, aina faaraoiden ajasta nykypäivään saakka.

Sanan *olut* alkuperää ei ole kyetty varmasti määrittämään. Sanaa ale ovat käyttäneet ainakin viikingit, ja tätä kautta epäillään muodostuneen suomen kielen sana *olut*. Joka tapauksessa *olut* on lainasana, jolle läheistä sukua ovat eestin ölu, liettuan alus, ruotsin öl ja englannin ale. Itse sana *Bier* on syntynyt luostaritermien tapaan hyvin aikaisin, ilmeisesti jossakin frankkilaisessa luostarissa. Sana *lager* taas tulee saksan kielestä, se tarkoittaa varastokellaria. (Talvi 1989, 142; Tikkanen 1999, 143.) Johtuisiko osittain epämääräisestä alkuperästä, että *olut*-sanan taivutus suomen kielessä on eri tahoille epäselvä. Liitteestä 3 voi tarkistaa, miten sana milloinkin taipuu.

Oluen historia ulottuu kirjoitettua historiaa pidemmälle. Olutta on ollut ehkä yli 10 000 vuotta. Asiasta ei kuitenkaan ole varmaa tietoa. Oluen arvelaan olevan vanhin tunnettu alkoholijuoma. Joidenkin teorioiden mukaan keräilijäihminen osasi käyttää villiohraa oluen valmistamiseen ja tämä kiihotti häntä keksimään keinon, kuinka ohran jatkuva saanti voitaisiin turvata. Näin väitetään maanviljelyksen syntyneen. Varhaisimmat kuvaukset oluen panemisesta löytyvät yli 6000 vuotta vanhoista savitauluista, joissa annetaan yksityiskohtaisia valmistusohjeita. 3000 vuotta vanhan egyptiläisen savitaulun mukaan oluen uskottiin olevan jumalien keksintö. Muinaisessa Babyloniassa, Sumeriassa ja Mesopotamiassa jumalien arvoasteikossa korkealle sijoittuneita oluen jumalia ja jumalattaria kunnioitettiin säännöllisesti uhrein ja ylistyksin. (Nachel 1999, 272; Tikkanen 1999, 8; Young 1979, 6.)

Oluella uskottiin myös olevan parantavia vaikutuksia. Eräs sumerilainen savitaulu sisältää lääkeohjeen, joka nimenomaan mainitsee oluen osana parantumisprosessia, ja noin vuodelta 1600 eKr. olevassa lääketieteellisessä tekstissä sata 700:sta lääkeohjeesta sisälsi olutta. (Nachel 1999, 272.)

Vanha egyptiläinen papyrusruno varoittaa: ”Älä juo olutta liikaa. Kun puhut, tuleekin suusta muuta ulos, etkä tiedä kuka sen sanoi. Sinä kaadut eivätkä jäsenesi sinua tottele. Ei kukaan anna sinulle kättään. Juomatoverisi nousevat ja sanovat: Heittäkää tuo juomari ulos. Kun sinua etsitään, jotta neuvoasi kysyttäisiin, sinut löydetään maasta makaamasta. Olet kuin pieni lapsi.”(Montonen 1995, 9.)

Keskiajalla kaupankäynnin kehittyessä ja kaupunkien kasvaessa oluen panemisen merkitys kasvoi; siitä tuli talousaskareen sijasta elinkeino. Ensimmäiset panimot perustettiin Saksaan 800-luvulla. Perustettiin kunnallisia panimoita, jotka aikaa myöten johtivat panimokiltojen perustamiseen. Oluen kaupallinen paneminen huomattavasti laajemmassa mittasuhteessa alkoi Saksassa 1100-luvun vaiheilla. 1200-luvun loppuun mennessä olut oli vakiinnuttanut paikkansa myös Englannin kansallisjuomana. Oluen mausta nauttivat niin rahvas kuin aatelistokin. (Nachel 1999, 272 - 273; Jackson 1994, 8 - 12.)

Luultavasti jo 700-luvulta lähtien Keski-Euroopassa olueen on käytetty humalaa antamaan sille tärkeät katkerat maut. Voimakkaita viittauksia humalan viljelystä ei ilmene ennen kuin kahdeksannella ja yhdeksännellä vuosisadalla, jolloin puutarhat mainitaan Böömissä ja Baijerissa. Ensimmäinen varma tieto humalan käytöstä oluen valmistuksessa on peräisin benediktiininunna Hildegardilta (1098 - 1179), jonka luonnontieteellisissä kirjoituksissa mainitaan humalaa ja saarninlehtiä käytetyn oluen valmistukseen (Jackson 1994). Humalalla korvattiin kukkia, lehtiä, marjoja ja mausteita, joita aiemmin käytettiin oluen katkerointiin. Humalat kuitenkin hyväksyttiin yleisesti vasta 1500-luvulla, jolloin englantilaiset alen panijat

alkoivat käyttää humaloita oluenvalmistuksessa. Osa oluenpanijoista ei kuitenkaan hyväksynyt humalan käyttöä oluen valmistuksessa.

Jotain oluen merkityksestä tuona aikana kertoo se, että monet alen juojat vastustivat humaloiden käyttöä niin voimakkaasti, että kuninkaan oli laadittava Lontoon sheriffeille käskykirje, jossa heidät määrättiin suojelemaan "humalaoluen panijoita" väkivallalta. (Nachel, 1999, 26 - 29; Jackson 1994, 21 - 23.)

1400-luvulla saksalaiset, tarkemmin sanottuna baijerilaiset, kehittivät nykyaikaisen tavan valmistaa olutta. Taito levisi ympäri maailmaa 1800-luvulla. Ensimmäinen askel oluenpanon muuttumiseksi käsityöstä suurteollisuudeksi otettiin vuonna 1722, kun Ralph Harwood perusti Bellpanimon Lontooseen. Mainittakoon, että noihin aikoihin keksittiin myös höyrykone, joka oli omalta osaltaan edesauttamassa teollisen oluenvalmistuksen aloittamista. Teollisuuden alkuaikoina valmistettiin vain pintahiivaoluita eli portteria, stoutia ja alea. Pohjahiivakäymistä ryhdyttiin teollisesti hyödyntämään 1830-luvulla. Vuonna 1842 avattiin Pilsenin Porvari-panimo Böömissä. Pilsenin panimo kehitti vaalean lageroluen. Uusi keksintö löi itsensä läpi ja 1800-luvun loppuun mennessä lagerista tuli maailman johtava oluttyyppi. (Tikkanen 1999, 8 - 13; Krötzl 1995, 17 - 19; Laurin 1994, 129 - 130.)

Vanhin edelleen teollisesti valmistettava oluttyyppi on belgialainen lambic. Vaikka kukaan ei olekaan varma syntyhistoriasta, tämän oluttyypin nimi (esiintyy myös muodossa lambiek) voi hyvinkin olla väännös Lembeekistä, joka on yksi tätä olutta tuottavista kaupungeista. Jacksonin mukaan (1994, 36) termi lambic pitäisi rajata vain Sennelaaksoon. Lambic-oluet ovat poikkeuksellisia: eräät luonnonvaraiset mikrokasvustot ovat tervetulleita. Se on oikean lambicin määräävä luonteenpiirre: se käy luonnostaan. Teollistuneessa maailmassa luonnonvaraisen villihiivan käyttäminen oluenpanossa on säilynyt vain Belgiassa, pienellä alueella Brysselin länsipuolella. Lambic valmistetaan siten, että panimomestarit jättävät panimoidensa

ikkunat auki, niin että villihiivat pääsevät laskeutumaan jäähtyvään vierteeseen. Parhaaseen tulokseen uskotaan päästävän viileänä syysiltana. (Jackson 1994, 32 - 33; Jackson 1990, 112 - 120.)

Vaikka yleisesti ajatellaan olutkulttuurin olevan lähinnä eurooppalaisten kehittämä, on oluen valmistusta harjoitettu muuallakin. Saapuessaan Amerikkaan Kristoffer Kolumbuksen sanotaan nauttineen olutta alkuasukkaiden kanssa. Kolumbus löysikin Amerikan alkuperäisluen, joka valmistettiin maissista ja mahlasta. (Nachel 1999, 273.)

### **3.3 Olutkulttuuri käsitteenä**

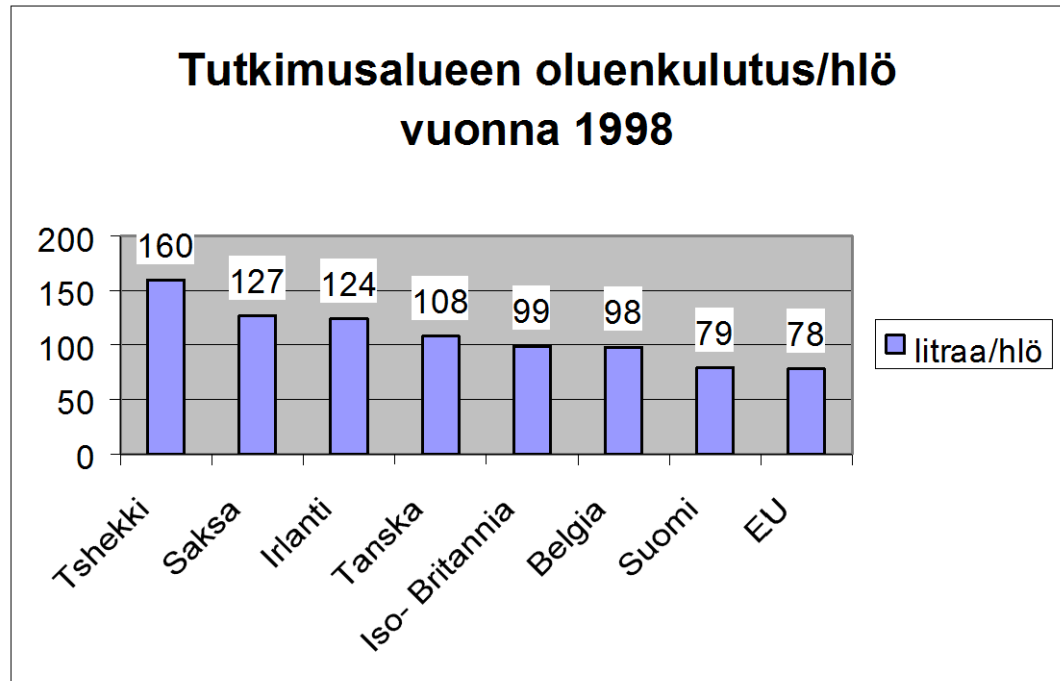
Olutkulttuuria ei ole määritelty omana kulttuurin osa-alueenaan, joten teemme sen itse. Kaikki, mitä ihminen tekee oluen kanssa kuuluu olutkulttuuriin: oluenpano ja nauttaminen, erilaiset oluttyypit ja -merkit, olutravintolat, oluen tarjoilu, olutruoat, olutseurat, panimot, olutesineiden kerääminen, olutmatkailu sekä erityisesti suomalaiseen olutkulttuuriin kuuluva sauna.

Olutkulttuuri kuuluu osana kansankulttuuriin eli populaarikulttuuriin. Jo keskiajalta lähtien olutta on nautittu niin kotona kuin krouveissa ja tavernoissakin. Keskiajalla englantilaisen perheen jäsenet, lapset mukaan lukien, nauttivat kolme litraa olutta päivässä. 1500-luvulla tuolloisessa Ruotsi-Suomessa olutta nautittiin 15 kertaa enemmän kuin nykyään ja sotilaiden päiväannokseksi määrättiin kaksi ja puoli litraa annoksen kaksinkertaistuttua pyhäpäivinä. (Montonen 1995, 9 - 10.)

Useimmissa pienissä olutmaissa olut katsotaan osaksi kansallista identiteettiä. Näissä maissa oluenpanotaito on kehittynyt jo satoja, ellei jopa tuhansia vuosia. Perinteisille olutmailla on kehittynyt erilaisia oluenpanomenetelmiä ja tätä kautta useita eri oluttyyppejä. Myös olutpubit ovat osa näiden maiden kansallisperinnettä. Oluella ja oluenpanolla on näissä maissa pitkät perinteet, joita kunnioitetaan samaan tapaan kuin meillä Suomessa

kunnioitetaan menestyneitä urheilijoita tai taiteilijoita. Olutmaiksi voidaan laskea maat, joilla on oluenpanossa pitkät perinteet tai oluen kulutus on suuri (ks. kuvio 1).

Kuvio 1. Tutkimusalueen oluenkulutus/hlö vuonna 1998 (CBMC 2000; Tik-



kanen 1999).

Olutta nautitaan ruoan kanssa, ystävien kanssa ja jopa juhla juomana. Kaikista näistä asioista on muodostunut osa jokapäiväistä elämää ja olut kuuluu jokaiseen päivään yhtä olennaisena osana kuin syöminen. Joissakin maissa on yleistä, että jopa ruokatunnilla saatetaan piipahtaa ystävien kanssa oluella. Esimerkiksi Belgiassa koulun ruokalassa voi valita ruokajuomakseen olutta (Väänänen 2000). Suomessa henkilö, joka nauttii joka päivä olutta, vaikkapa vain muutaman pullon tai tuopin, leimataan nopeasti alkoholiongelmaiseksi tai muuten ”ali-ihmiseksi”. Olutkulttuuriin kuuluu myös oluen käyttö ruoan valmistuksessa (tästä kerroimme tarkemmin otsikon *Olut ja ruoka* yhteydessä). Kaikki nämä olueen liittyvät pienet asiat ja ovat aikojen kuluessa juurtuneet kansalaisten tapoihin ja se kuuluu olennaisena osana heidän kulttuuriperinteeseensä. Näistä pienistä asioista muodostuu heidän olutkulttuurinsa.

Olutravintolat ovat tärkeitä olutkulttuuriin liittyviä makunautintojen tarjoajia ja kohtauspaiikkoja. Olutravintoloita (tavernat ja krouvit) on ollut jo vuosisatojen ajan. Alun perin tuon ajan olutravintolat syntyivät oluen ympärille ja loivat osaltaan olutkulttuuria. Nykyisin olutinnostuksen levitessä syntyy uusia olutravintoloita ympäri maailmaa.

Olutkulttuuriin kuuluvat myös olutseurat, jotka ovat syntyneet oluista kiinnostuneiden ihmisten aloitteesta. Olutseuroja on syntynyt paljon erityisesti 1990-luvulla. Parhaimmillaan toimivat olutseurat säilyttävät vanhaa ja luovat uutta olutkulttuuria. Esimerkkinä mainittakoon CAMRA (ks. 4.3 Iso-Britannia), joka edustaa esimerkillistä olutseuratoimintaa.

Olutpanimot voivat tiedottamalla lisätä ihmisten tietoa oluesta ja siihen liittyvästä kulttuurista. Useat panimot julkaisevat lehteä, jossa he kertovat omien tuotteidensa lisäksi kansainvälisistä tapahtumista ja uusista tuulista olutmaailmassa, mm. uusista olutmerkeistä. Tavallisille oluenkuluttajille merkittävimpiä kosketuksia olutkulttuuriin tarjoavat panimoiden, olutravintoloiden ja olutseurojen yhteistyössä järjestettävät tapahtumat, esimerkiksi olutfestivaalit. Tällaiset tapahtumat ovat aina olleet erittäin suosittuja. Esimerkkinä mainittakoon Oktoberfest Saksassa, joka kerää vuosittain miljoonia kävijöitä.

Nachelin (1999, 203 - 208) mukaan kaikille oluthulluille ei pelkkä oluen maistelu riitä. Jotkut ihmiset keräävät kaikkea mahdollista olueen liittyvää. Lasinaluset, avaajat, etiketit, merkit, pullot, tölkit, julisteet, hanojen kahvat, mainostikut, lasit, oluttarjottimet – kaikki käy. Fanaattisille olutesineiden kerääjille keräilyharrastus on jotain harrastuksen ja elämäntavan väliltä, ehkäpä voidaan puhua jopa pakkomielleestä. Olutesineiden keräilijät ovat yhtenäinen joukko kuten filatelistitkin. Olutesineiden kerääjillä on omia kerhoja, jotka järjestävät vaihtotapaamisia olutmaistiaisineen. Suurimmat ja aktiivisimmat järjestöt saattavat julkaista jopa omaa lehteä.



Olutmatkailu on oluen ystävälle eräs mahdollisuus laannuttaa olut(tiedon)janoa. Olutmatkailijan pyhiinvaellusmatka suuntautuu Eurooppaan. Vaikka olut ei syntynytäkään Euroopassa, se kasvoi siellä ja eurooppalaisten panijoiden ansiosta siitä tuli maailman suosituin juoma. Oluesta voi nauttia täysin siemauksin lähes kaikissa Euroopan maissa. Euroopan olutfestivaalit kuuluvat maailman parhaiden olutjuhlien joukkoon. Saksassa, Isossa-Britanniassa, Irlannissa ja Belgiassa järjestetään suuria kansanjuhlia olutteeman ympärille. Saksalaiset festivaalit ovat varmasti näistä kuuluisimpia. Saksassa on lähes joka kuukaudelle oma olutfestivaalinsa ja nämä keräävät vähimmilläänkin satoja tuhansia kävijöitä. Tikkanen (2000a) kertoo seuraavaa: ”Olutmatkailu on hyvä keino oppia uusia asioita oluesta. Oluttietoutta kasvattaa tehokkaasti myös oluen parissa työskentely, olitpa sitten töissä panimossa tai pubissa”.

### **3.4 Pubikulttuuri**

Englannin sanakirjasta löytyy käsite pub, joka on käännetty suomeksi pub, pubi, oluttupa ja kapakka (Rekiaro 1993, 1159). Voidaan sanoa, että käsite pub on varsin kansainvälinen, onhan se suomeksikin käännettynä pubi tai pub. Yleisesti ottaen puhuttaessa pubista tulee mieleen Englanti, josta sana on lähtöisin. Pub lienee lyhenne sanoista public – yleinen tai public house – yleinen talo. Tästä päästäänkin pub käsitteen ytimeen – pub on yleinen kaikille sopiva paikka, johon ovat kaikki tervetulleita yhteiskuntaluokasta ja ikäpolvesta riippumatta. Pub on koko kansan huone ja tapaa-mispaikka. (Tikkanen 1999, 143.)

Olut on ollut aina kansanjuoma ja kun päämyyntiartikkelina toimii olut, voidaan sanoa, että kyseessä on kansan ravintola, josta myös sana pub on kehittynyt. Pubia ja krouvia vanhempi ”olutkapakka” oli taverna. Tavernoiden syntymiselle on olemassa aivan oma tarinansa: Julius Caesar oli myös oluen ystävä ja hänen mielestään olut oli ”ylevä ja mahtava juoma”. Kun Caesar valloitusretkillään saavutti voittoja, kohotti hän joukoilleen

olutmaljan heidän kunniaukseen. Caesarilla oli myös tapana tarjota olutta vierailleen kultapikareista. Caesar onkin ollut eräs suurimpia ja tehokkaimpia oluen viejiä. Rooman imperiumin myötä olut tuli tunnetuksi koko Euroopassa. Niiden 350 vuoden aikana, jolloin roomalaiset miehittivät Britanniaa, valloittajat rakensivat useita teitä yhdistämään sivistyksen uloimpia linnakkeita. Näiden teiden ensimmäisiin hyviin puoliin kuuluivat tabernaet (tavernat), joissa myytiin myös olutta (Nachel 1999, 65). Pubin voidaan sanoa kehittyneen juuri tavernoista.

Hyvän pubin (olutravintolan) asiantunteva työntekijä osaa neuvoa erilaisien oluiden valinnassa asiakkaan mieltymyksistä riippuen. Pubissa on tarjolla useita eri oluita ja oluttyyppejä, sekä ulkomaalaisia että kotimaisia. Jo olutvalikoiman runsaus itsessään edistää olutkulttuuria. Ihmiset maistelevat nykyisin mielellään erityyppisiä ja erimaalaisia oluita. Oluen oikeaoppinen tarjoilu kuuluu osana olutkulttuuriin. Oikean tyyppinen lasi ja tarjoilulämpötila ovat tärkeimpiä asioita oluen tarjoilussa. Erilaisia oluennauttijoita on yhtä monta kuin on oluttyyppejäkin. Ihmiset pitävät erilaisista oluista ja nauttivat niitä enemmän tai vähemmän humalahakuisesti. Ihmisten erilaisuus rikastuttaa siis olutkulttuuriakin.

Yleisesti ottaen pubit ovat varsin pieniä ja asiakkaat koostuvat kanta-asiakkaista. Pubin päämyyntituote on olut. Suomessa on perinteisesti puhuttu oluttuvista, mikä kuvaakin hyvin pubia. Tupa on pieni tila ja vastavasti oluttupa on pieni tila, jossa tarjoillaan olutta. Pub on kansainvälinen nimi, joka on lähinnä käytössä englanninkielisissä maissa. Suomessa pub-sanana käyttö on kuitenkin perusteltua, koska suurin osa suomalaisista pubeista käyttää esikuvanaan Brittein saarten pubityyliä. Toki pub-sanana kansainvälisyys on yksi syy siihen, miksi pub-sanaa käytetään myös varsin yleisesti suomalaisissa olutravintoloissa tai oluttuvissa. Keski- ja Etelä-Euroopassa puhutaan tavernoista ja olutkahviloista. Näistä voi myös Suomessa käyttää yleisnimitystä pub, koska käsitteenä sana pub kuvaa hyvin kaikkia näitä tyyliä. ”Monet pubit ja tavernat ovat viehättäviä ja hiljaisia paikkoja, joissa voi nauttia miellyttävän drinkin paikallisten ihmis-

ten seurassa, joista suunnilleen jokainen tuntee toisensa. Päiväsaikaan asiakaskuntaan kuuluvat perinteisesti naiset ja lapset.” Toteaa Nachel (1999, 61) kirjassaan.

Puboja on pääosin kahta eri tyyliä: panimopub ja olutpub. Panimopub on pienehkö olutravintola, joka tarjoaa itse valmistamaansa olutta. Olutvalikoimaa on, mutta oma olut on paikan helmi, jota kokeilunhaluiset asiakkaat mielellään maistelevatkin. Omaa olutta kohtaan tunnetaan intohimoa ja jokaisella panimopubilla on oma panimomestarinsa, joka vaalii olutta ja kehittää siitä ainutlaatuisen makuelämyksen, jollaista ei voi kokea missään muualla (Nachel 1999, 59 - 65). Olutpubit tarjoavat useita eri oluita, jotkut jopa 600 eri merkkiä. Onneksi nämä suuren valikoiman omaavat pubit ovat vähenemään päin. Kun on liikaa merkkejä, niiden laadusta huolehtiminen saattaa kärsiä. Olutpubin tunnusmerkki on kuitenkin laaja olutvalikoima, joka sisältää useita hana- ja pullo-oluita. Hanaoluet ovat päämyyntituote ja usein olutpub onkin jonkin tietyn kotimaisen panimon sopimustalopubin edustaessa panimon tuotteita ylpeydellä ja ammattitaidolla. Pullo- ja tölkkioluilla taas paikataan sopimuspanimon puutteita oluiden kirjossa. (Nachel 1999, 61 - 65.) Lisäksi mainittakoon musiikkipubit, jotka ovat suosittuja varsinkin Dublinissa. Irlannissa juoman lisäksi pub tarjoaa elävää musiikkia useasti viikossa (Rabbitte 2000).

Pubeihin on aina liittynyt olennaisesti ajanvietto ja sitä myötä erilaiset seurapelit. Biljardi ja darts (englantilainen tikanheitto) lienevät tunnetuimmasta päästä. Lisäksi pubeista löytyy korttipakka ja yleisimmät seurapelit kuten shakki, tammi ja backgammon. Myös tietovisailupelit ja erilaiset sanaselityspelit ovat suosittuja. Pullonpyöritys lienee myös kaikille tuttu seuraleikki, joka on lähtöisin Englantilaisista pubeista. ( Nachel 1999, 182.)

”What’s your poison?” lauseen kuulee usein Englantilaisessa pubissa. Tämä ei tarkoita, että sinut halutaan myrkyttää, vaan iloinen pubin kanta-veijari haluaa tarjota sinulle kierroksen ja samalla esittää kutsun seuraansa. Round eli kierros kuuluu olennaisena osana publiin. Seurueessa istu-

vista jokainen vuorollaan tarjoaa seurueelle kierroksen. Tämä tapa on käytössä niin Irlannissa, Isossa Britanniassa kuin Keski-Euroopassakin. Kierroksesta kieltäytyminen koetaan töykeäksi, jopa loukkaavaksi teoksi. (Rabbinen 2000, Viirret 2000, Väänänen 2000, Turunen 1999, 149 - 151; Kangas 1996, 91.) Me suomalaiset lienemme vähän pihejä, koska emme tuota tapaa ole vielä omaksuneet. Tosin voimme iloksemme todeta, että tuo hauska tapa on varsin kovaa kyytiä yleistymässä myös rovaniemeläisissä pubeissa – varsinkin nuorten keskuudessa.

Pubiruoka on käsitteenä tuttu oluenystävälle. Pubiruoka on aina perinteisesti ollut erittäin ravitsevaa ja rasvaista ruokaa. Englannissa syödään erilaisia piiraita ja patoja. Makkara on aina yhdistetty olueen ja varsinkin Keski-Euroopassa on paljon erilaisia makkarauokia, joita saa nimenomaan pubeista. Ruokajuomaksi otetaan tietysti olutta. (Nachel 1999, 182.) Myös meren antimet ovat pubien ruokalistailla, erityisesti Irlannissa, jossa on jopa omaa stout-olutta ostereiden kanssa nautittavaksi (oyster stout). Suomessa pubiruokailu ei ole kovin yleistä, mutta monessa paikassa saa esimerkiksi pizzaa, joka on mausteinen ja maistuva ruoka oluen kera.

Sisustus riippuu paljolti siitä, mitä tyyliä pubi edustaa. Vihertävä ja antiikkinen sisustus kuuluu irlantilaiseen tyyliin. Viirretin (2000) mukaan brittipubissa taas löytyy aina Darts-tikkataulu ja biljardipöytä ja pubin kannattaman jalkapallojoukkueen pelipaitoja ynnä muita vastaavia ”fanituotteita”. Jokaisessa pubissa on, niin Suomessa kuin Englannissakin, kantaasiakkaiden tuomia tavaroita ja lähettämiä postikortteja esillä. Voidaankin sanoa, että kunnan pubi on asiakkaiden sisustama. Pubin miljööstä puhuttaessa baaritiski korostuu aina pubin keskuksiksi. Pubi voi olla irlantilainen, suomalainen tai saksalainen krouvi, mutta aina baaritiski on pubin sydän ja varsin massiivinen kooltaan. Pubin sisustus noudattaa yleisesti aika samantapaista kaavaa – baaritiski hallitsee ja lisäksi on erilaisia pystypöytiä, joissa voi nauttia oluen nopeasti seisaaltaan. Looshit ovat tärkeä osa pubia. Ne ovat isommalle seurueelle sopivia itsenäisiä osia, joissa voi

rauhassa pelailla vaikka seurapelejä. On myös tavallisia pöytiä ja tuoleja ja aika monessa pubissa on myös nurkkaus, jossa on sohva tai nojatuoleja, joissa voi rauhassa syventyä vaikkapa lukemaan päivän lehdet.

Monessa pubissa on myös uhkapelejä, joihin voi helposti hävitä ylimääräiset kolikkonsa. Joistakin löytyy jopa kasinopelejä, kuten Black Jack ja ruletti, tosin paljon yleisempiä ovat tavalliset kolikoilla toimivat pelit. NykYTEKNIIKAN MYÖTÄ ovat yleistyneet erilaiset pelikoneet, joiden avulla voi kulluttaa aikaansa tietokonetta tai kaveria vastaan kilpailemalla erilaisissa peleissä. Myös jukeboksi kuuluu lähes jokaisen pubin kalustoon. Jos pubin oma musiikki ei sovi tunnelmaan, voi omia suosikkejaan soittaa pientä korvausta vastaan. Perinteisen pubin kannattajat ovat kuitenkin televisiota ja muita mekaanisia laitteita vastaan, heidän mielestään pub on nimenomaan seurustelupaikka (Tikkanen 1999, 135).

## **4 EUROOPAN TÄRKEIMPIÄ OLUTMAITA JA OLUTKULTTUUREJA**

Vuonna 1998 EU-maissa olut työllisti 3,8 miljoonaa henkilöä, kun mukaan lasketaan panimoteollisuus ja yhteistyökumppanit (esimerkiksi ravintolatyöntekijät). EU-maat valmistavat maailman oluttuotannosta 25 % eli 31,5 miljardia litraa. EU-maat ovatkin suurin ja merkittävin oluentuottaja maailmassa. EU vie olutta 4 miljardia litraa vuodessa – 60 % maailman oluen viennistä. Keskimääräinen oluenkulutus EU-maissa on 77,8 litraa/henkilö vuodessa. Keskimääräinen oluen verotus oli EU-maissa 39,5 ECU:a/100 litraa. (CBMC 2000.)

Euroopassa on paljon perinteikkäitä olutkaita, näistä tärkeimpien valinta ei ole helppoa. Käytimme avuksi kirjallisuutta; Nachelin Olut for dummies (1999), Jacksonin Suuri Olutkirja (1990) ja Tikkasen Suomalaisen Olutkirja (1999). Näiden kirjojen perusteella päädyimme esittelemään ne olutmaat ja olutkulttuurit, joita pidämme nyky-Suomen ja Rovaniemen olutkulttuurille tärkeimpinä suunnanantajina.

### **4.1 Belgia**

Belgialaiset käyttivät vuonna 1998 olutta 98 litraa/henkilö. Belgiassa oli 110 panimoa, jotka tuottivat olutta 1401,5 miljoonaa litraa olutta. (CBMC 2000.) Tämä on yleismaailmallisestikin varsin suuri määrä. Panimoiden valmistuslistoilla on 50 eri oluttyyppiä ja yli 500 olutmerkkiä, erikoisolutta löytyy eniten maailmassa (Nachel 1999, 185). Belgia vei ulkomaille koko oluttuotannostaan 34,2 % vuonna 1998. Tämä on kolmanneksi eniten Euroopassa. Belgialaiset juovat oluensa pääasiassa ravintoloissa, vuonna 1998 kaikesta juodusta oluesta on nautittu ravintoloissa 61 %. Panimot työllistivät Belgiassa suoraan 6150 henkilöä ja koko panimoteollisuus työllisti noin 300 000 henkilöä. (CBMC 2000.) Belgia on varsin monelle taholle

jakautunut maa. Kielelliset erot ja täten poikkeavat kulttuurit ovat pitäneet Belgiaa hieman rikkiäisenä yhteisönä, mutta yksi asia yhdistää tätä maata – kunnioitus olueen. (Väänänen 2000; Nachel 1999, 185 - 188.) Belgiassa on hallussaan tämän vuosisadan ennätys panimoiden määrästä – vuonna 1910 oli Belgiassa 3349 olutpanimoa. Olutravintoloita maassa on noin 35 000 (Tikkanen 1999, 128).

Belgialaiset panimot ovat uskollisia perinteille ja käyttävät edelleen vuosisatoja vanhoja oluttyyppejä. Osa näistä oluista on puhtaasti belgialaisia, sellaisia, joita ei muualla maailmassa valmisteta. Monen belgialaisen panimon historia on erittäin vanha kuten heidän valmistamansa oluensakin, valitettavasti kaupallisuus on vähentänyt perinteikkäitä panimoita ja oluita. Monet panimot Belgiassa ovat kuin museoita, joissa saattaa olla käytössä vuosisatoja vanhoja esineitä ja hämähäkinseittiä katossa, kuten jo vuosisatoja sitten. Ominaista belgialaiselle perinteikkäälle oluen panemiselle on myös se, että he käyttävät luonnonvaraisia hiivoja. Näiden panimoiden katoissa on säleitä, joiden välistä maagiset mikro-organismit voivat kulkeutua olutvierteeseen, joka odottaa avoimessa jäähdytys astiassa. Belgialaiset oluentekijät käyttävät myös paljon samppanjalle ominaista tapaa kypsyttää olut loppuun pulloissa - méthode champenoise. (Nachel 1999, 185 - 188; Jackson 1990, 104 - 133.)

Tuomisen (1989, 6) mukaan alkoholijuomia käytetään Belgiassa huomattavasti enemmän kuin Suomessa, mutta alkoholin suurkuluttajia ei juuri ole. Belgialaiset osaavatkin nautiskella olutta sivistyneesti. Belgialaiseen oluennauttimistyyliin kuuluu, että jokaiselle oluelle löytyy oma lasi, joka muotoilullaan tukee oluen aromeita. Belgialainen olutkulttuuri keskittyy olutkahviloihin, joita löytyy Belgiasta yhtä paljon kuin Iso-Britanniasta pubeja. Ihmiset kokoontuvat olutkahviloihin viettämään aikaa ja nauttimaan sivistyneesti Belgian oluiden hienoa kirjoa. Itseään kunnioittava belgialainen välttää humaltumista viimeiseen asti, vaikka he juovatkin mielellään voimakkaita alkoholipitoisia oluita. Näitä voimakkaita oluita alettiin valmistaa 1919 tulleen lain myötä, joka kielsi väkevien juomien nauttimisen ravin-

toloissa. Belgialaiset nauttivat olutta siinä missä suomalaiset käyvät kahvila. Oluella saatetaan piipahtaa jopa kesken työpäivän tai opiskelujen lomassa. Opiskelijapiireissä nautitaan selvästi humalahakuisesti kuten Suomessakin, poikkeuksena kuitenkin se, että aina tarjotaan kierros koko seurueelle, vain itselleen ostaminen on töykeää. (Väänänen 2000; Nachel 1999, 185 - 188; Jackson 1990, 104 - 133; Tuominen 1988, 7 - 16; Tikkanen 1999, 128.)

Trappistioluet ovat Belgian olutkulttuurin hienoimpia oluita ja monet vertaavatkin niitä Ranskan samppanjaan. Trappistiluostareissa ovat munkit vuosisatojen ajan valmistaneet omia oluitaan, joita ei myydä eikä valmisteta missään muualla maailmassa. Luostarioluet juontavat juurensa aina 1070-luvulle, jolloin ei ollut turvallista nauttia vettä. Täten munkit alkoivat panna olutta sammuttaakseen janonsa. Käymisen myötä ja alkoholipitoisuutensa takia olut tappoi enimmät bakteerit, joten se oli turvallista juotavaa. Varsinkin paaston aikana "nestemäistä leipää" nautittiin, jotta pysyttiin voimissaan. Siihen aikaan majataloja pitivät munkit ja heidän oluensa levisi matkalaisten myötä pikkuhiljaa ympäri Eurooppaa. Belgiassa on viisi trappistiluostaria ja yksi sijaitsee Hollannissa. Tunnettuja ovat esimerkiksi Chimay ja Orvel. Monissa luostareissa valmistetaan myös juustoja. (Nachel 1999, 185 - 188; Jackson 1990, 104 - 133.)

Myös lambic-oluet kuuluvat olennaisesti belgialaiseen olutkulttuuriin. Lambicin tekee erikoiseksi se, että lambic käytetään villihiivalla. Hiivaa ei siis lisätä vierteeseen, vaan vierre jätetään avonaiseen, matalaa uima-allasta muistuttavaan kupariastiaan. Ikkunat jätetään auki ja rakennuksen katosta saattaa puuttua muutama laatta. Jäähdyessään yön aikana vierre saa villihiivat vieraikseen. Lambic-oluita on monia eri alalajeja. Tunnetuimmat ovat gueuze, kriek, ja faro. Lambic on sekoittamatonta ja hiilihapotonta tai hyvin matalahiilihapoista, hedelmäistä ja kuivahkoa olutta, joka muistuttaa kuivaa siideriä. Gueuze on kuin lambic-olutta, mutta sekoitettua useista eri lajeista. Sekoituksen yhteydessä tulee olueen luonnollista hiilihapoa. Kriek taas puolestaan on kirsikoilla maustettua lambic-olutta. Muilla he-



delmillä ja marjoilla maustettuja oluita löytyy mustaherukasta banaaniin ja ne muistuttavat paljolti viinejä. Faro on lambicia, johon on lisätty sokeria. Tunnetuimpia lambic-panimoita ovat Lindemans ja Timmermans. (Jackson 1994, 32 - 38; Jackson 1990, 104 - 133.)

Belgialainen gastronomia lienee arvostetuimpia heti Ranskan jälkeen. Eri-tyisesti olutruoat ja oluen kanssa yhteensopivat ruoat ovat Belgian erikoisuuksia *-cuisine à la bière*. ”Belgiassa käytetään olutta aivan yleisesti ruokajuomana: sitä juovat niin miehet, naiset kuin lapsetkin” Tauno A. Tuominen (1989, 10 – 11) toteaa kirjassaan. Tähän yhtyy myös Väänänen, joka huomasi oluen yleisen käytön ruokajuomana opiskellessaan Brysselissä, saihan olutta jopa koulun ruokalassa. Olutkahvilat eivät yleensä tarjoa ruokaa ja jotkut kahvilat vain varsin yksinkertaisia ruokia, kuten juustoa, makkaroita ja lämpimiä liharuokia. Jotkin ravintolat ovat taas perehtyneet olutruokiin ja heillä on *cuisine à la bière* eli olutkeittiö. Ruokalistalta näkee mitä olutta on käytetty mihinkin ruokaan ja mitä olutta suositellaan ruokajuomaksi. Ruokajuomaksi suositellaan useasti eri olutta kuin mitä on käytetty ruoan valmistuksessa. Belgiassa tehdään ruokaa myös humalanversoista ja niitä tarjotaan kuten vihanneksia. Juusto ja olut ovat myös belgialaisen keittiön intohimo. Juustoista ja niille sopivista oluista on tehty paljon tutkimuksia ja jopa pidetty seminaareja. Yleisesti Belgian keittiö suosittelee ennen ateriala nautittavaksi kevyttä humalaista tai hedelmäistä olutta, väkevä olut nautitaan aterian jälkeen. (Väänänen 2000; Nachel 1999, 185 - 188; Jackson 1990, 104 - 133.)

Herttua Jean I (”Jan Primus” tai ”Gambrinus”) oli belgialainen, jonka saksalaiset ja tshekitkin ovat myöntäneet oluen kuninkaaksi. Hänen kerrotaan perustaneen mäskäyshangon ritarikunnan, jonka päämaja sijaitsee yhä Brysselissä. Hänen keksinnökseen väitetään myös maljan nostamista seuraelämään liittyvänä tapana. Tämän belgialaiset muistavat ja he kohottavatkin usein maljan Jan Primuksen kunniaksi. (Jackson 1990, 110.)

Belgiassa on paljon olutjuhlia ja näistä tärkeimmät ovat elonkorjuujuhla Poperinge Hopfesten, joka järjestetään joka kolmas vuosi humalan viljelyalueen kaupungeissa sekä Carnaval de binche, 1400-luvulta peräisin oleva jokavuotinen juhla laskiaisen tienoilla, jonka pääosissa ovat tanssi ja olut. (Nachel 1999, 188.)

## 4.2 Irlanti

Irlantilaiset joivat vuonna 1998 olutta 124,2 litraa henkeä kohden. Määrä on Euroopan huippuluokkaa. Panimoita oli seitsemän. Irlanti valmisti 847,8 miljoonaa litraa olutta vuonna 1998. Irlanti vie olutta ulkomaille 40,6 % kokonaistuotannostaan. Ulkomaille vietävän oluen määrä on suhteellisesti erittäin suuri, vain Alankomaat vievät enemmän olutta EU:n alueella. Vuonna 1998 Irlannissa oli seitsemän panimoa ja panimot työllistivät 2100 henkilöä, koko panimoteollisuus 5000 henkilöä. Irlannissa jopa 89 % nautitusta oluesta juodaan ravintoloissa. (CBMC 2000.)

Irlanti on oluenystävien piirissä tunnettu maa. Jokainen oluisiin perehtynyt on varmasti törmännyt Irlantilaisten ”mustaan kultaan”, Guinnessiin, kuivaan stout-olueen, joka on tehnyt irlantilaisesta oluesta kuuluisan. Kuiva stout on irlantilaisten kansallisjuoma. Kun irlantilaiset puhuvat oluesta he tarkoittavat juuri dry stoutia eli kuivaa stout-olutta. Muita kuuluisia kuivia stouteja ovat Beamish ja Murphy’s. Irlannissa on suhteellisen vähän panimoita, olutmuseoita tai festivaaleja. Tunnetuin panimomuseo, Guinnessin olutpanimo, sijaitsee Dublinissa. Panimossa on kaikki Guinnessin tärkeät elementit ja elinkaaren vaiheet esiteltyinä tunnettujen taidemaalareiden laatimia hauskoja eläinaiheisia mainoksia myöten. Guinnessin panimon muita olutvalmisteita ovat punainen ale-olut Kilkenny ja vaalea lager Harp. Kilkennyä ja Guinnessiä saa Suomesta suhteellisen monesta paikasta. (Rabbitte 2000; Nachel 1999, 64; Tikkanen 1999, 136; Kangas 1996, 65 - 66; Jackson 1994, 172 - 183; Jackson 1990, 179 - 181.)

Irlantilaiset ovat ylpeää ja pikkutarkkaa kansaa ja se näkyy heidän olutkulttuuristaan. Eri oluet tarjoillaan tietyllä tavalla ja väärin tarjottu tai nautittu olut on loukkaus koko maata kohtaan (ks. liite 4). Uudet panimot siunataan katolilaispappien toimesta ja Irlannin valtionpäämiesten läsnäollessa. (Rabbitte 2000; Nachel 1999, 64; Müller 1996, 85 - 86; Jackson 1994, 176 - 183; Jackson 1990, 179 - 181.) Oluen voidaankin todeta olevan irlantilaisille lähes uskonnon asemassa.

Pubien määrää on Irlannissa säännöstelty ja anniskelu oikeudet myönnetään aina vuodeksi kerrallaan. Pubeille on asetettu väestömäärästä riippuva kiintiö. Irlannista löytyykin ”salakapakoita”, joille ei ole myönnetty lupaa. Irlantilaisia pubeja on yritetty hallita lukuisilla lakipykälillä, esimerkiksi joissakin kaupungeissa pubit on suljettava sunnuntaisin 14.30 - 15.30 väliseksi ajaksi. Säännöksiä on paljon mutta pubien määrä estää tehokkaan valvomisen ja säännösten noudattaminen on varsin löyhää. (Tuominen 1989, 40 - 52.)

Irlannin olutkulttuuri keskittyy pubeihin, joita on maassa noin 11 000 (Tuominen 1989, 41). Pubin vaikutteet tulevat Iso-Britanniasta, mutta vuosisatojen myötä on irlantilaisille muodostunut omalaatuinen, karu publi- ja olutkulttuuri, joka perustuu kuivaan stoutiin, viskiin ja musiikkiin. (Rabbitte 2000; Kangas 1996, 32 - 36.)

Kangas (1996) toteaaakin kirjassaan seuraavaa: ”Irlanti on monella tapaa machomaa. Mainetta kerätään ryyppäämällä, hoilaamalla ja tappelemalla - mieluiten pubin julkisella estradilla. Silti kapakka on täällä päivisin koko perheen olohuone, jossa lapset juovat limonadia ja tiskin takana asiakkaita palvelee kiltti täti-ihminen. Irlantilaiset menevät publiin töiden ja häiden jälkeen ja jopa hautajaistenkin jälkeen. Valtion sisäisten ongelmien aiheuttamat surut unohdetaan pubissa pintin ja musiikin kera.”

"When money's tight and it's hard to get and your horse has also-ran when all you have is a heap of debt a pint of plain is your only man.", eli: "Kun rahaa ei ole ja hevonenkin petti, paras kaverisi on tuoppi tavallista". Näin Kangas (1996, 55) ja Jackson (1994, 172) kertovat Flann O'Brienin sanoneen kirjassaan *At Swim-Two-Birds* (1939). Tämä kuvaa hyvin irlantilaista ajattelutapaa ja pubielämää.

Musiikki kuuluu olennaisena osana irlantilaiseen publiin ja olutkulttuuriin. Surut huuhdellaan iloisen musiikin ja oluen avulla hetkeksi pois mielestä. Toisaalta loppuillasta vaivutaan murehtimaan irlantilaisten surullisten balladien säestämänä. Irlannista onkin lähtenyt maailmalle suuri joukko musiikkiyhtyeitä, jotka tunnetaan ympäri maapalloa. Esimerkiksi U2, Sinéad O'Connor ja Cranberries ovat kaikki lähteneet Dublinin musiikkipubeista liikkeelle. (Rabbitte 2000; Kangas 1996, 49 - 51; Müller 1996, 82 - 83.)

Matkustellessani (Teemu Raasakka) Irlannissa ja tutustuttuani irlantilaiseen baarimestariin Billie Rabbitteen (joka työskenteli myös Rovaniemellä baarimestarina noin vuoden) opin paljon irlantilaisen pubin tavoista ja elämästä. Käyttäytyminen pubissa on tavallaan hierarkista. Kun vieras tulee publiin hän jää baaritiskille, tilaa juotavaa ja jää seuraamaan tilannetta. Jos hän kiinnostuu jonkin pöydän keskusteluista, on hänen odotettava, että hänet pyydetään pöytään. Tämä tapahtuu siten, että joku pöydästä tarjoaa hänelle kierroksen (round) tai pyytää seuraan. Vieras voi tehdä myös itse aloitteen ja tarjota pöydälle kierroksen. Kierroksen tarjoaminen ei kuitenkaan riitä siihen, että olisi lupa liittyä seuraan. Vieraan on odotettava, että joku pöydän jäsenistä pyytää liittymään seuraan tai tarjoaa seuraavalla kierroksella myös vieraalle. Mikäli seuraavalla kierroksella pöytäseurue tarjoaa myös vieraalle, tämä on tervetullut seuraan. Baaritiskillä keskustelu on vapaata ja puheenjohtajana toimii yleensä baarimestari, joka on irlantilaiseen tapaan aina ollut kylän johtaja, papin ohella kylän tärkein mies. (Rabbitte 2000; Kangas 1996, 91.)

Irlantilainen pubi on käsite, joka on levinnyt ympäri maailmaa. Suomessa irlantilaisia pubeja löytyy jo kymmenkunta. Jopa Hong Kongista ja Singaporesta, puhumattakaan Yhdysvalloista, löytyy irlantilaisia pubeja. Maailman jäljitellyin pubityyli ei olekaan englantilainen vaan irlantilainen, mikä sinänsä on yllätys, koska pubi on kuitenkin pohjimmiltaan englantilainen käsite (Rabbitte 2000). Irlannissa ei olutfestivaaleja juuri ole, mutta St. Patrick's Day 17.3. (Pyhän Patrikin päivä) on suuri juhlapäivä ja tätä juhlitaan irlantilaisissa pubeissa ympäri maailmaa – luonnollisesti oluen voimalla. (Rabbitte 2000; Kangas 1996, 125; Müller 1996, 83.)

### 4.3 Iso-Britannia

Isossa-Britanniassa juotiin vuonna 1998 olutta 99.4 litraa henkeä kohden. 71 % nautitusta oluesta juotiin ravintoloissa. Isossa Britanniassa oli 80 panimoa, joissa valmistettiin 5665,2 miljoonaa litraa olutta. Panimot työllistivät 21 200 henkilöä, koko panimoteollisuus noin 75 000 henkilöä. Vuonna 1998 Iso Britannia vei ulkomaille 6,8 % oluentuotannostaan. (CBMC 2000.)

Ison-Britannian kansallisolut on ale. Kun puhutaan ale-oluista katseet kääntyvät aina kohti Isoa-Britanniaa. Kun britit puhuvat oluesta, se tarkoittaa nimenomaan alea. Ale kuuluu perinteisesti tarjota kellarilämpöisenä (noin 13°C). Iso-Britannia valmistaa valtaosan maailmalla tarjottavista ale-oluista. Valtaosaa markkinoista hallitsevat vain kourallinen panimoita, mutta Britanniassa on yli 200 panimopubia, joilla jokaisella on omat ale-oluensa ja bitterinsä. Eri ale tyyppejä ovat : bitter, mild, pale ale, indian pale ale (ipa), brown ale, old ale, real ale ja barley wine. Esimerkiksi Indian Pale Ale on saanut nimensä Ison-Britannian siirtomaa-aikojen mukaan. Intiaan vietäväksi alettiin valmistamaan erityistä ale-olutta, joka oli vahvasti humaloitua ja kantavierteeltään korkeaa, jotta se säilyisi ja valmistuisi pitkällä merimatalla. Tätä olutta alettiin kutsua Indian pale ale:ksi (IPA). Real Ale on puolestaan Ison-Britannian samppanjaa. Real Ale on tynnyris-

sä kypsytettyä alea. Pastöroimatonta, suodattamatonta, luonnollisesti hiilihappoista, käsin pumpattavaa olutta. Real Ale on erittäin herkkä olutlaji, joka ei juurikaan kestä pitkää kuljetusta, joten sitä ei saa muualta kuin Britanniaasta. Jokaisesta pubista löytyy myös bitteriä. Vaikka sana käännettyinä tarkoittaakin katkeraa, on maku kuitenkin monivivahteinen ja usein bitterit ovat matalahiilihappoisia ja alkoholipitoisuudeltaan mietoja. (Nachel 1999, 180 - 185; Jackson 1990, 144 - 178.)

Pubien aukioloajat on määritelty hyvin tarkkaan: arkisin 11.00 - 15.00 ja 17.30 - 23.00 ja sunnuntaisin 12.00 - 14.00 ja 15.00 - 23.00 (Viirret 2000). Isossa-Britanniassa on pubeja noin 60 000, mikä on valtava määrä. Pubikulttuuri on vahvaa ja perinteikästä kuten Irlannissakin. Pubissa keskivertoasiakas käy 3-5 kertaa viikossa. (Tikkanen 1999, 135.). 85 prosenttia Isossa-Britanniassa myydystä oluesta myydään ravintoloissa. Vastaavaan lukuun koko maailmassa yltää vain Irlanti. Irlannin ja Ison-Britannian olutkulttuurit muistuttavatkin toisiaan, olutkulttuuri elää pubeissa. Isossa-Britanniassa ei musiikki ole niin tärkeää kuin Irlannissa, vaan pääosan vievät pubipelit. Monien mielestä Britannian olutkulttuuri kiteytyykin pubipeleihin, mikä saattaa olla hieman yliammuttua, mutta osoittaa niiden tärkeyden. Pubipeleistä tunnetuimmat lienevät darts (tikanheitto) ja biljardi. (Nachel 1999, 188.)

Irlannin tapaan Isossa-Britanniassa kylän pubi on historiallisesti merkittävä paikka. Kylän kokoukset ja tärkeät päätökset on lyöty kautta aikojen lukkoon juuri pubeissa. Pubit vihitään pastorien toimesta, kuten Irlannissakin, perinteisen pubin sisustus ja olemus on määritelty hyvinkin tarkkaan, ja joidenkin mielestä kaikki mekaaniset viihdelaitteet tulisi poistaa pubeista. Pubin merkitystä seurustelupaikkana ja ajanviettopelien pelaamispaikkana korostetaan. (Tikkanen 1999, 132 - 135.)

Jalkapallo liittyy myös tärkeänä osana Britannian olutkulttuuriin. Lähes jokaisella pubilla on oma, kanta-asiakkaista koostuva jalkapallojoukkueensa ja aika-ajoin järjestetään turnauksia toisia pubeja vastaan. Olut on näky-

västi esillä myös Englannin jalkapallossa. Valioliiga tunnetaan nimellä FA Carling Premier League. Carling on liigan pääsponsor. Carling-olut on kuitenkin suomalaista Lapin Kultaa vastaava vaalea lager eikä tummahko ale-tyyppinen olut, kuten voisi kuvitella. Monet brittipubit ovat sopimustaloja - kuten nykyään usein on tapana. Panimo siis omistaa pubit ainakin osittain ja siksi ne tarjoavat vain kyseisen panimon tuotteita. Esimerkiksi Young's:n panimopub Dirty Dick's, joka on Britannian vanhimpia pubeja. (Viirret 2000; Nachel 1999, 180 - 185; Jackson 1990, 144 - 178; Tuominen 1983, 61 - 68.)

Kun puhutaan Britannian olutkulttuurista, on mainittava CAMRA (The Campaign For Real Ale). CAMRA on maailman suurin olutjärjestö ja siihen kuuluu yli 50 000 jäsentä. CAMRA:n tärkein tehtävä on säilyttää perinteiset oluet ja vaalia niiden perinteikkäitä valmistus- ja tarjoilutapoja. CAMRA myös sivostaa oluen ystäviä jakamalla tietoa Real Alesta ja laatii matkaoppaita ja opuksia oluen ystäville. CAMRA kuuluu samaan eurooppalaiseen kattojärjestöön (EBCU) kuin suomalainen Olutliitto (ks. Suomen olutkulttuuri). CAMRA järjestää joka elokuussa Lontoossa järjestettävän suuren olutfestivaalin: The Great British Beer Festival. Festivaalilla keskitytään Britannian oluisiin, siidereihin, pubipeleihin ja keräilykohteisiin. Isossa Britanniassa on lisäksi yli sata muuta olutfestivaalia. (Nachel 1999, 182; Jackson 1990, 166.)

#### **4.4 Saksa**

Saksalaiset joivat vuonna 1998 olutta 127,4 litraa/henkilö. Saksassa oli 1283 panimoa, mikä on valtava määrä. Panimot työllistivät 42 000 henkilöä. Saksalaiset joivat 35 % oluestaan ravintoloissa. Saksa teki vuonna 1998 olutta yhteensä 11,17 miljardia litraa eli 11 170 000 000 litraa, josta ulkomaille vietiin 8 %. Saksa onkin Euroopan ylivoimaisesti suurin oluen tuottajamaa. Noin 11 % maailman oluesta tuotetaan Saksassa. (CBMC 2000.)

Saksalaiset ovat tunnetusti suuria oluenystäviä. Kaikki ovat varmasti kuulleet Oktoberfestista, joka kerää vuosittain yli kuusi miljoonaa ihmistä juomaan olutta ja pitämään hauskaa. Monien asiantuntijoiden mielestä Saksan olutkulttuuri on tällä hetkellä vahvinta olutkulttuuria mitä maailmasta löytyy. Tätä tukevat myös tilastot: Saksassa on 1283 panimoa, joista Löwenbrau ja Hofbräu ovat varsin tuttuja Suomessakin. Suurin osa sijaitsee Baijerissa ja yksin Münchenissä, saksalaisen olutkulttuurin kehdoissa, on 13 panimoa. Münchenissä on joitakin oluthalleja, joihin mahtuu jopa 4000 ihmistä. Baijerissa asukasta kohti laskettu kulutus on yli 200 litraa olutta vuodessa (Tikkanen 1999, 11). Kesäisin kokonaiset perheet kokoontuvat terasseille nauttimaan olutta. Joillekin terasseille voi viedä jopa omat ruoat kuten piknikille. Lisäksi löytyy paljon pieniä panimoja, jotka valmistavat omia oluitaan tunteella ja hartaasti. Saksassa lähes jokaisella suuremmalla kaupungilla on oma oluttyyppinsä. Saksassa oluthallit ovat myös sopimustaloja ja tästä johtuen yhdestä paikasta saa yleensä pääosin vain yhden panimon tuotteita. (Nachel 1999, 177 - 180; Jackson 1990, 37 - 83; Tuominen 1989, 87 - 98.)

Saksassa on tapana tarjoilla olut siten, että siihen muodostuu kova, voimakas vaahto, joka kohoaa lasin reunan yläpuolelle, mutta ei valu. Tämä menetelmä edellyttää, että tarjoilija laskee samaan lasiin olutta kolme neljä kertaa ja antaa joka kerta vaahton tiivistyä ja vahvistua useiden minuuttien ajan. (Nachel 1999, 177.) Tämä kertoo saksalaisten kärsivällisyydestä olutta kohtaan. Osaava tarjoilija huolehtii, että eri vaiheissa olevia oluita on valmiina odottamassa ja näin nopeuttaa oluen saantia.

Merkittävä olutkulttuurin kehto on Hofbräuhaus (hovipanimo) Münchenissä. Saksan ja luultavasti maailman vanhin oluthalli (toimilupa 1589; herttua Wilhelm V). Halliin mahtuu 4000 ihmistä, joten se on kooltaan valtava. Historiallisesti merkittäviä kokouksia pitäneet Hitler ja Leninin ovat neuvotelleet siellä oluen voimalla. (Nachel 1999, 178.)



Saksassa on vuonna 1516 laadittu laki ”**Reinheitsgebot**” puhtaasta oluesta. Laissa määrätään, että oluessa ei saa olla lisäviljoja eikä lisäaineita ja se on valmistettava pelkästään ohramaltaista, humaloista ja vedestä. Monet panimot noudattavat tätä lakia edelleen, vaikka se onkin jo kumottu. (Nachel 1999, 99.)

#### 4.5 Tanska

Tanskalaiset joivat vuonna 1998 olutta 107,7 litraa/henkilö. Vuonna 1998 Tanskassa valmistettiin 807,5 miljoonaa litraa olutta 12 eri panimon toimesta. 29,5 % oluen tuotannosta vietiin ulkomaille. Panimot työllistivät 3400 henkilöä vuonna 1998. Tanskalaiset joivat vuonna 1998 oluestaan 26 % ravintoloissa. Veroa sadassa litrassa olutta oli 46,10 ECU:a. (CBMC 2000.)

Tanskalaisten bravuuriolut on vaaleata lageria, jonka pioneereina ja sanaanasaattajina tanskalaiset ovat toimineet jo vuosisatoja. Mietoa, alkoholipitoisuudeltaan 1,5 %, kotikaljaa on Tanskassa valmistettu jo ajanlaskumme alkuaikoina. Sanaa olut tanskalaiset osasivat käyttää jo 200-luvulla, jo ennen viikinkien matkoja ale-maa Englantiin. Kööpenhaminassa oluenpano oli yleistä jo 1400-luvulla. Kaupungin ensimmäinen panimolaki kirjattiin vuonna 1525 ja 1600-luvun puolivälissä kaupungissa toimi jo sata panimoa. Tunnetuin tanskalainen panimo Carlsberg on perustettu 1820-luvulla. Sen perustaja Christer Jacobsen toi lageroluen hiivakannan hevuskärryillä Baijerista ja Jacobsenin käytyä Münchenissä oluenpanon opissa sai Tanskan oluthistoria käänteeseen. (Montonen 1998.)

Nykyään Tanskassa toimii 12 panimoa, joista suurin osa on aloittanut toimintansa 1800-luvulla. Yleensä olut on 4,6 % pilsneriä. Erikoisolutakin Tanskasta löytyy, suosituimpia lienevät portteri ja kausioluet. Olut ja rento tunnelma on läsnä ympäri Tanskan maata. Ihmiset lähtevät pubeihin viihtymään ja pitämään hauskaa. Pubit eivät ole niin sielukkaita ja tärkeitä

kuin Irlannissa ja Isossa Britanniassa, mutta hauskaa tanskalaiset osaavat kyllä pitää. (Montonen 1998, Jackson 1990, 88 - 96.)

#### **4.6 Tshekki**

Tshekissä juodaan Euroopan eniten olutta henkilöä kohden, vuonna 1998 160 litraa/henkilö (Tikkanen 1999, 11). Vuonna 1998 Tshekissä valmistettiin olutta 1652,1 miljoonaa litraa. (Pilsner Urquell 2000). Tarkkaa lukua Tshekin oluen verotuksesta ei ole tiedossamme, mutta sen on oltava minimaalinen, koska ravintolassa myyty tuoppi (0,5 litraa) maksoi vuonna 1999 noin 2 mk.

Tshekillä on pitkät perinteet oluen teossa. Talvella 1838 rikottiin 36 oluttynnyriä Pilsenin raatihuoneentorilla Böömissä mielenosoitukseksi oluen laadun kelvottomuudesta (Tikkanen 1999, 119). Tästä voidaan sanoa alkaneen tshekkiläisen erittäin laadukkaan oluen kehittämisen. Oluen laadun kehittämiseen paneuduttiin ja syntyikin legendaarinen tshekkiläinen pilsner. Tshekkiläisen oluen laatua tarkkaillaan ja tutkitaan edelleen, jopa Prahan yliopistossa. Tshekkoslovakia syntyi aikoinaan osaksi vanhan Böömin alueelle, jonka tärkeimmät kaupungit Praha, Plzeň ja Ceské Budějovice ovat legendaarisia olutkaupunkeja. Böömin alueella kasvavat arvostetuimmat humalalajikkeet. Plzeň on antanut nimensä maailman suosituimmalle oluttyypille pilsnerille. Pilsneriä voidaan pitää nykyisen lagerin kantaisänä (juuri tshekkiläisen pilsnerin sanotaan olevan suomalaisenkin lageroluen kantaisä). Plzeňin kaupungissa keksittiin alkaa käyttämään pohjahiivaa oluen valmistuksessa ja näin valmistui nykyään maailman eniten myyty ja juotu olutlaji, kultainen ja kirkas lager. Tshekin panimoperinne Böömin myötä juontaa aina 1100-luvulle saakka. Böömi on ollut osa Saksan keisarikuntaa ja on toimittanut keisarille olutta. Böömin alue on tunnettu varsinkin hienoista ja korkealaatuisista humalalajikkeistaan. Humalaa on kautta aikojen kuljetettu ympäri Eurooppaa oluen valmistamista varten. (Jackson 1990, 25 - 34; Nachel 1999, 188 - 189.)

Tshekin olutravintolakulttuuri poikkeaa muista Euroopan maista siten, että ravintoloilla on varsin vapaat oikeudet. He voivat pitää pubeja eli pivnicejä auki lähes, miten haluavat. Jos pubissa on täyttä, asiakas saatetaan istuttaa ventovieraan pöytään. Jos näin käy, on kohteliaista tervehtiä ja sanoa sopivina hetkinä kohteliaisuuksia (Ivory 1996, 68 - 69). Pivnicet muistuttavat sisustukseltaan britti- ja irlantilaisia pubeja, sisustus on karuhko ja tunnelman luovat ihmiset ja puheensorina. Baaritiski sijaitsee yleensä oven-suussa eikä ole niin merkittävässä asemassa kuin brittiläisessä tai irlantilaisessa pubissa. Tarjoilija keskittyy lähinnä rakentamaan saksalaistyyliisiä tiiviitä vaahtokukkia oluisiin. Pivnicessä ei ole tauluja tai muuta rekvisiittaa seinillä, korkeintaan presidentin kuva ja suosikkijalkapallojoukkueen tunnukset. Erikoisuutena Tshekistä mainittakoon se, että juomia ei yleensä tarvitse tilata erikseen. Tarjoilija tuo olutta pöytään siihen asti, että asiakas laittaa tuopinalusen lasin päälle. Juomat maksetaan lähdettyäessä ja lasku muodostuu pahville (esimerkiksi tuopinaluselle) vedettyjen viivojen määrästä kuten keskiajan krouveissa Suomessa. (Tikkanen 1999, 119 - 124.)

Prahassa huomasi (Teemu Raasakka) sen, että Prahan pubit eli pivnicet olivat täynnä opiskelijoita. Edulliset hinnat ja laadukas yliopisto, jossa voi opiskella mm. oluen valmistusta, on kerännyt Tshekkiin ja erityisesti Prahaan paljon opiskelijoita ympäri maailmaa. Juuri opiskelijat istuvat pubeissa ja täten olutkulttuuri Prahassa on varsin värikästä, niin olutkirjon kuin ihmistenkin puolesta. Jalkapallo liittyy olueen kuten Isossa-Britanniassakin. Tshekin jalkapallon pääsarja on nimetty Pilsner Urquellin tekemän Gambrinus-oluen mukaan. Gambrinus on arvostettu mies myös Tshekissä (vrt. Belgia).

Tärkeää Tshekin olutkulttuurille on U Fleku, oluttupa joka on perustettu 1499. U Flekua pidetään yhtenä maailman tärkeimmistä olutravintoloista. Myös Sotilas Svejik, Tshekin kansallissankari ja Tshekin tunnetuin oluen ystävä on omalla tavallaan tuonut tunnetuksi Tshekin olutkulttuuria. (Jackson 1990, 25; Tikkanen 1999, 124.) Jopa suomalainen Hartwall-panimo on valmistanut Pils-nimistä olutta, jonka etiketissä komeilee sotilas Svejik.

#### **4.7 Muita olutmaita Euroopassa**

**Alankomaat** tuottivat vuonna 1998 olutta noin 2340 miljoonaa litraa. Alankomaissa juotiin olutta 84,3 litraa/henkilö. Alankomaissa on toiminnassa 17 panimoa, joissa työskentelee 8460 henkilöä. Alankomaalaiset joivat 37 % oluestaan ravintoloissa. Alankomaat veivät olutta 48,8 % tuotannostaan ulkomaille. Veroa 100 litrassa olutta on Alankomaissa 21,13 ECU:a. (CBMC 2000.) Alankomaissa sijaitsee maailman suurin oluen viejä ja Euroopan johtava oluen valmistaja - Heinekenin panimo (Tikkanen 1999, 125). Alankomaissa sijaitsee myös yksi kuuluisista trappistiluostareista.

**Espanjalaiset** tuottivat vuonna 1998 olutta noin 2499 miljoonaa litraa. Espanjalaiset joivat olutta 66,4 litraa/henkilö vuonna 1998. Espanja vei olutta ulkomaille 2,1 % tuotannostaan. Espanjassa toimii 22 panimoa ja panimot työllistivät 8500 henkilöä, koko panimoteollisuus yhteensä noin 45 000 henkilöä. Espanjalaiset joivat kulutetusta oluesta 64 % ravintoloissa. Espanjassa 100 litrassa olutta on veroa 8,34 ECU:a. (CBMC 2000.)

**Itävalta** tuotti vuonna 1998 olutta 883 miljoonaa litraa. Ulkomaille Itävalta vei olutta 5,8 % tuotannostaan. Itävallassa juotiin olutta henkeä kohden 108,1 litraa vuodessa. Itävallassa on 56 panimoa ja panimot työllistävät 5000 henkilöä. 35 % oluesta juotiin ravintoloissa. Sadassa litrassa olutta veroa oli 17,32 ECU:a. (CBMC 2000.)

**Luxemburg** tuotti olutta 46,9 miljoonaa litraa vuonna 1998. Oluen tuotannosta 27,8 % vietiin ulkomaille. Olutta Luxemburgissa juotiin henkeä kohden 111 litraa. Luxemburgissa on viisi panimoa ja ne työllistävät 277 henkilöä. 60 % nautitusta oluesta juotiin ravintoloissa. Veroa sadassa litrassa olutta oli 5,32 ECU:a. (CBMC 2000.)

**Norja** tuotti olutta 216,9 miljoonaa litraa seitsemäntoista panimon toimesta vuonna 1998. Oluen tuotannosta 0,5 % vietiin ulkomaille. Panimot työllistivät 1400 henkilöä. 30 % oluesta juotiin ravintoloissa, kulutuksen ollessa 49,7 litraa henkeä kohden. Verotus on Euroopan korkein, 260,93 ECU:a/100 litraa olutta. (CBMC 2000.)

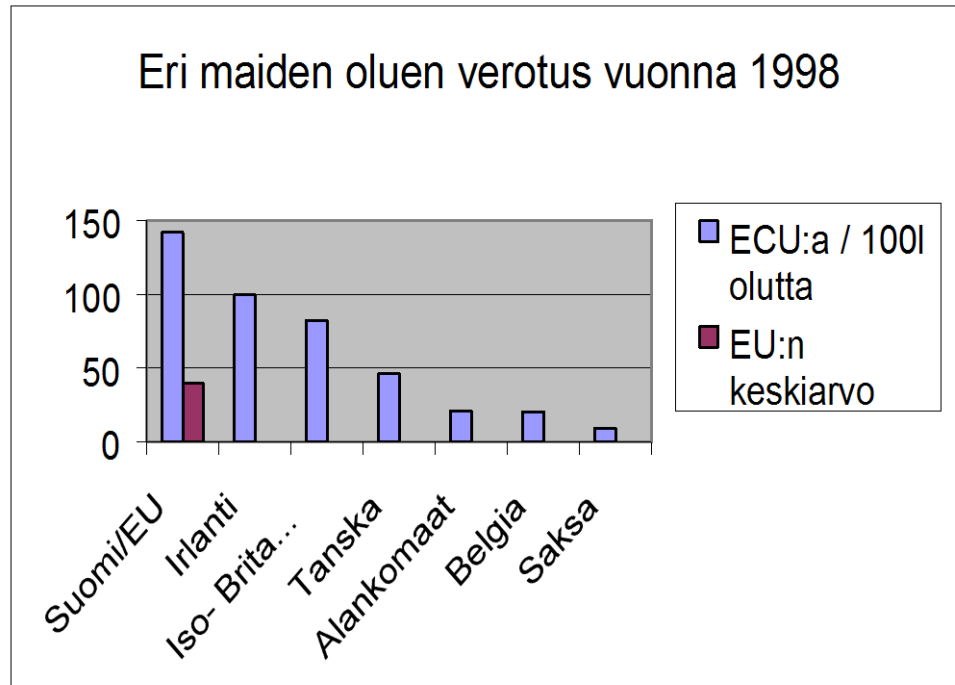
**Ruotsi** tuotti olutta 37 panimon toimesta 456,8 miljoonaa litraa vuonna 1998. 0,9 % tuotannosta vietiin ulkomaille. 31 % oluista juotiin ravintoloissa. Panimot työllistivät 3800 henkilöä, koko panimoteollisuus 26 600 henkilöä. Veroa sadassa litrassa olutta oli 82,44 ECU:a. (CBMC 2000.)

## 5 SUOMEN OLUTKULTTUURI

### 5.1 Tilastotietoa oluesta

Vuonna 1998 Suomessa valmistettiin 469,7 miljoonaa litraa olutta ja sitä juotiin 79,3 litraa/henkilö. Tässä työssä esiteltyjen olutmaiden keskimääräinen oluen kulutus henkilöä kohden on 108,1 litraa, EU:n keskiarvon ollessa 77,8 litraa/henkilö. Vuonna 1998 Suomessa valmistetusta oluesta 6,7 % vietiin ulkomaille. Suomen vienti ulkomaille oli suurempi kuin tuodun oluen määrä. Suomen panimot työllistivät suoraan noin 2300 henkilöä, koko panimoteollisuus mukaan lukien noin 30 000 henkilöä. Panimoita oli vuonna 1998 kuusi kappaletta. Oluesta juotiin kotona 72 % vuonna 1998, EU:n alueella vain tanskalaiset (74 %) ja ruotsalaiset (79 %) joivat olutta enemmän kotona kuin suomalaiset. Norjalaiset myös joivat olutta paljon kotona (70 %). Pohjoismaissa oluet siis juodaan vielä pääsääntöisesti kotona. (CBMC 2000; Tikkanen 1999, 11.)

Oluen verotus Suomessa on korkea: sadassa litrassa olutta oli vuonna 1998 veroa 142,08 ECU:a, kun EU-maissa keskimääräinen verotus oli 39,50 ECU:a/100 litraa (ks. kuvio 2). Ainoastaan Norjassa olutta verotettiin enemmän (260,93 ECU:a) kuin Suomessa. Suomeen tuotiin olutta vuonna 1998 Alankomaista 6000 hehtolitraa, Tanskasta 5000 hehtolitraa, Irlannista 4000 hehtolitraa ja Isosta-Britanniasta 4000 hehtolitraa. Suomi vei olutta eniten Ruotsiin; 14 600 hehtolitraa (tuonti 2000 hehtolitraa) vuonna 1998. (CBMC 2000.)



Kuvio 2. Eri maiden oluen verotus vuonna 1998 (CBMC 2000).

## 5.2 Olutkulttuurin historia Suomessa

Kalevalassa kerrotaan oluen synnystä seuraavasti: ”Se oli oluen synty, kalevalaisen kaljan alku, siitä sai hyvän nimensä, siitä kuulun kunniansa, kun oli hyväoloinen, hyvä juoma hurskahille, pani naiset naurusuulle, miehet mielelle hyvälle, hurskahat iloitsemahan, hullut huppeloitsemahan” (ks. liite 5).

Suomen kuuluisat kansalliskirjailijat, mm. Aleksis Kivi ja Zacharias Topelius, ovat aikoinaan kirjoittaneet oluen puolesta. F.E. Sillanpää puolestaan on kirjoittanut muun muassa runon sahdista (ks. luku 5.3 Sahti). Aleksis Kivi kirjoitti näytelmän, jossa olut oli näkyvästi esillä (ks. liite 6). Topelius matkusti aikanaan paljon toimiessaan historiantutkijana. Soinin (1963b, 80 - 83, 92) mukaan matkustaessaan Topelius joutui usein yöpymään silloisissa majataloissa ja samalla hän oli kosketuksissa Suomen orastavan pubikulttuurin kanssa. Topelius kirjoitti vuonna 1853 Helsingfors Tidningariin (nyk. Helsingin Sanomat) artikkelin oluen terveellisistä vaikutuksista (ks. liite 7). Topeliuksen voidaan tämän perusteella sanoa olevan eräs en-

simmäisiä, ehkäpä jopa ensimmäinen, suomalaisen ravintolaelämän tutkija. Näin ollen oluella näyttää kansalliskirjailijoidemme kautta olevan myös jonkinasteisia korkeakulttuurisia piirteitä.

Suomeen oluenpanotaito on pääasiassa kulkeutunut Euroopasta. Hartwalin panimomestari Hyttisen (1998) mukaan suomalaisessa olutperinteessä on myös viikingeiltä opittuja asioita. Suomalaisen oluen historia on pitkä: mallasjuomat tunnetaan jo Kalevalassa. Olutta uskotaan valmistetun Suomessa yhtä kauan kuin täällä on ollut asutustakin. Nykymuotoinen oluenvalmistustaito tuli Suomeen kauppiaitten ja linnanherrojen mukana Ruotsin ja Baltian kautta. Ensimmäiset asiakirjamerkinnot oluen käytöstä Suomessa ovat vuodelta 1366. Humalaolut tuli Suomeen kuitenkin vasta keskiajan loppupuolella (Bonsdorff 1997, 8; Krötzl 1995, 17). Sahtityyppejä, alkoholipitoisia juomia on toki Suomessa valmistettu jo aiemmin. Humalan viljelykin on meillä vanhaa perua. Muun muassa vuonna 1734 säädettiin lailla, että joka talossa piti olla 200 humalasalokoa (Asplund 1990, 147).

Olut on ollut suosittu pitojuomana jo ajanlaskun ensimmäisillä vuosisadoilla. Muinaissuomalaisilla oli oma oluenjumalansa nimeltään Pekko. Olut oli uhrijuoma, jota tarjottiin myös maahisille ja metsän puille. Olut oli myös juhla juoma. Sitä tarjottiin peijaisissa, häissä, ristiäisissä, syntymäpäivillä ja hautajaisissakin. (Turunen 1999, 78 - 97, 113 - 114, 145 - 148.)

Historiankirjoissa kerrotaan, kuinka korkealle suomalainen olut arvostettiin Ruotsin hovissa 1500-luvulla. Myös kirkko arvosti Suomalaista olutta. Ruotsin viimeinen katolinen arkkipiispa Olaus Magnus Gothus oli julkaisemassaan kirjassaan (1555) todennut oluen tekevän suomalaiset vankoiksi ja suorittamaan valmiiksi rasitukseltaan rankatkin työt. Teoksen mukaan suomalainen olut oli niin hyvää, että se teki naisetkin niin hedelmällisiksi, että he synnyttivät lähes pelkästään kaksosia ja poikkimenneet sormetkin kasvoivat takaisin. (Tikkanen 1999, 46; Bonsdorff 1997, 8.) Oluen taloudellinen merkitys oli tuolloin erityisen suuri, sillä Suomi sai maksaa



osan veroistaan kruunulle oluena. Tuon ajan Ruotsi-Suomessa nautittiin olutta henkeä kohden 15 kertaa enemmän kuin tänään. Sotilaan päiväännos oli kaksi ja puoli litraa, ja pyhäpäivisin määrä vielä kaksinkertaistettiin. (Montonen 1995, 10.)

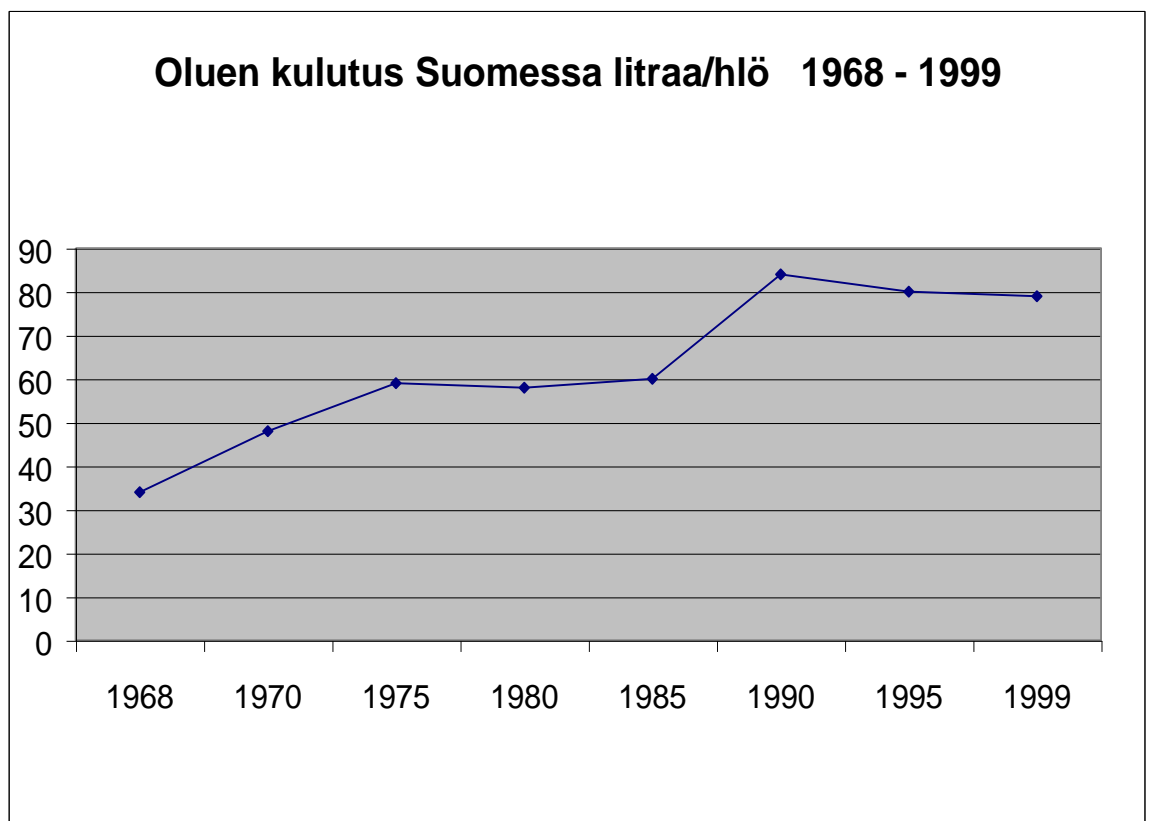
Suomessa on kaikkiaan toiminut 370 panimoa (1756 - 1996), joista vain muutama on perustettu kieltolain jälkeen (Tikkanen 1999, 55). Nykyään Suomessa on 6 teollisuuspanimoa (CBMC 2000). Pohjois-Euroopan vanhimman vielä toiminnassa olevan panimon perusti Nikolai Sinebrychoff Helsinkiin vuonna 1819. Tuon jälkeen oluen teollinen valmistus yleistyi Suomessa nopeasti, ja 1880-luvulla Suomessa toimi 86 panimoa (Olut on nautinto 1995). Vuosisadan vaihteessa panimoiden toimintaa rajoitti merkittävästi raittiusliike, joka tiukentuvine asetuksineen aiheutti panimoille päänvaivaa. Kiristynyt verotus ja rajoitettu jakelu laskivat oluen myyntiä. Kieltolaki astui voimaan 1.6.1919. Tämä oli takaisku kukoistavalle panimo-toiminnalle. Kieltolaki kumottiin 5.4.1932 ja sen jälkeen 44 panimoa sai luvan valmistaa II-veroluokan olutta ja saman vuoden loppupuolella ne saivat ryhtyä III-oluen valmistukseen (Montonen 1995, 10).

Kieltolain jälkeen laki jakoi niin sanotut vahvat oluet toiseen ja kolmanteen veroluokkaan. Viimeksi mainittu, 3,2 - 4,5 painoprosentin olut päästettiin myyntiin syyskuussa 1932, johon mennessä oli käynyt selväksi, ettei laiha kakkosolut (2,25 - 3,2 %) kelvannut kansalle. Vanhemmat ihmiset, jotka muistivat kieltolakia edeltäneen oluen maun, pettyivät kakkoseen. Uusi kolmosolut saavutti heti suuren suosion. Panimot eivät aluksi kyenneet vastaamaan sen saavuttamaan suosioon. Raittiusliikkeen vaatimuksesta kolmosoluen ylintä vahvuutta jouduttiin vuonna 1937 kuitenkin laskemaan 3,9 painoprosenttiin. Kakkosen valmistus lopetettiin menekin pudottua, mutta mieto ykkösolut teki edelleen kauppansa. Sodan aikana ykkösoluen suosio nousi kolmosolutta suuremmaksi, sillä viljapulaan vedoten vahvan oluen valmistus kiellettiin vuonna 1942, ja kieltö jatkui aina vuoteen 1948. Todellinen syy oli se, että naiset ja nuoret olivat oppineet juomaan olutta ja Alko halusi vierottaa heidät siitä. Sodan aikana muutamat suomalaiset pa-

nimot saivat valmistaa vahvaa olutta saksalaisille joukoille saksalaisista maltaista. (Tikkanen 1999, 53.)

Olut on aina ollut Suomessa suosittu juoma. Suomessa olut on liittynyt oleellisena osana moniin juhliin, myös uskonnollisiin tilaisuuksiin. Esimerkiksi jouluoluen oli, vakavien seuraamusten uhalla, oltava valmista Tuomaan päivänä (21.12.). Olut oli Suomessa tärkein juoma aina pitkälle uudelle ajalle, jopa 1800-luvulle saakka. Sen jälkeen kahvi ja paloviina horjuttivat sen asemaa. (Hyttinen 1998, 8 - 9.)

Lähihistoriassa oluen suosio kääntyi Suomessa räjähdysmäiseen nousuun keskioluen vapauduttua 1969. Suomalaiset joivat vuonna 1968 olutta keskimäärin 30 litraa asukasta kohden. Nykyisin vastaava luku on noin 80 litraa (ks. Kuvio 3). Maailman huippua edustavat tshekit, jotka juovat olutta 160 litraa vuodessa henkeä kohden (1998).



Kuvio 3. Oluen kulutus Suomessa litraa/hlö 1968 – 1999 (Hartwall Oyj 2000).

### 5.3 Sahti – merkittävä osa Suomen olutkulttuuria

”Ihana juoma on sahti, täyttää mahan ja riuduttaa hermot suloiseen ”itu klanuun” niin, että joukon möhlyys aniharvoin paisuu parkinaksi, vaan pikemminkin lauhtuu haparoivaksi plääsäykseksi... Se tuo kultainen kansallisjuoma maan uumenien, salaperäisen itämisen, saunan löylyn ja saccharomyces-sienivekkulin jalo yhteistyö...”. Näin kirjoitti F.E. Sillanpää novellikokoelmassaan *Poika eli elämäänsä*. (Asplund 1990, 6.)

Sahti on Suomen lahja kansainväliselle olutkulttuurille. Sahti on sukua vehnäoluelle ja edustaa lambicin ja venäläisen kvassin rinnalla Euroopan viimeisiä alkuperäisolutia. Monet ovat sitä mieltä, että sahti on Länsi-Euroopan ainoa jäljelle jäänyt ”alkuperäinen” olut. Sahti voidaan luokitella puoliksi pinta- ja puoliksi pohjahiivaoluueksi. Hiiva nousee pintaan kupliimaan, mutta laskee pian alas. Sahti eroaa muista oluista katajan käytön takia. Marjaiset katajanoksat desin fioivat juoman ja antavat sille tunnusomaisen aromin. Sahdinteon salat tunnetaan Suomen lisäksi vain Gotlannissa ja Saarenmaalla (Montonen 1995, 16). Suomessa toimii vuonna 1989 perustettu Suomen Sahtiseura ry. (Montonen 1995, 74 - 77; Asplund 1990, 25).

Sahtiperinteen voidaan ajatella kumpuavan Sysmästä. Varhaisimpiin kuuluva sahtia koskeva kirjallinen tieto tässä maassa on vuodelta 1792. Tuolloin sysmääläinen maisteri Michael Ticcander kirjoitti kotipitäjästään väitöskirjan, jossa mainitsee sysmääläisestä sahtikulttuurista seuraavaa: ”Pitäjäläisten kiitokseksi mainittakoon kuitenkin, että täällä valmistetaan terveellisempää kaljaa ja hyvänmakuisempaa olutta kuin mikä Hämeessä on tavallista, johon kaljanvalmistustapa ja säilyttäminen kivistä valmistetuissa holvijääkellareissa suuresti vaikuttavat. Silloin tällöin sattuu, että tässä pitäjässä saa juoda monta vuotta vanhaa olutta, joka maistuu Ranskalaista Viiniä paremmalta; ja joka ruumiille on terveellisempää”. (Asplund 1990, 25.)

Tutkijoille epäselväksi jäänyt sahti-nimitys saa tammisaarelaisilta oletta-  
muksenomaisen selityksen. Nimi johdatellaan mehua tarkoittavasta saft-  
sanasta. Perustelut ovat mielenkiintoiset: Tammisaaren porvarit ostivat  
1700-luvulla ympäristön talonpojilta sahtia. He kaatoivat sahdin tynnyreihin  
joissa oli pohjalla tuoreita marjoja, tavallisesti vadelmia. Näin saatiin sahti-  
in uutta makua, ehkä jatkokäytettäkin. Tottahan se muistutti mehua, ruot-  
salaisittain sahtia. (Asplund 1990, 25.)

Ennen vanhaan juhlissa oli usein makeaa naisten sahtia, jota tarjottiin  
myös ruuan kanssa ja käyneempää miesten sahtia. Käyneemmällä sahdil-  
la ei ollut tarkoitus saavuttaa vahvaa humalatilaa, vaan se oli monien mie-  
lestä vatsaystävällisempää kuin makea sahti. Sahtia saatettiin kuitenkin  
juoda kerralla paljonkin. Sitä nautitaan seurassa; tuoppi kiertää ja jutut  
vain paranevat. Sahtia tarjottiin jokaiselle, joka talossa poikkesi, ja kävipä  
joskus niinkin, että oli joku jolla oli asiaa tämän tästä. Tikkanen (1999, 76)  
kertoo kuuluisan sahtimestarin, Veikko Rautavirran, todenneen sahtia ole-  
van monenlaista: puhesahtia, tappelusahntia ja naimasahtia.

Totuuden nimissä on todettava, että koska sahti herkästi kehittää ”prosent-  
teja”, sitä on tehty kautta aikain murhetta poistamaan. Valitettavasti tämä  
puoli sahdista on se, mikä asiaa tuntemattomalle tulee ensiksi mieleen.  
Sahti on kuitenkin aina ollut erityisesti juhlajuoma – jo nimessä on pieni  
juhlan tuntu. (Asplund 1990, 83.)

Sahti on vuosisatojen ajan säilynyt valmistumismenetelmiltään samanlai-  
sena. Uusin teollinen tekniikkakaan ei ole muuttanut sahdin peruseriaat-  
teita. Sahnin valmistusmenetelmät tunnetaan hyvin ja vertailevaa tietoa  
sahnin liepeillä koetusta tapakulttuurista on runsain määrin. Niinpä sahdin  
ikää selvitetessä tutkijat ovat ajautuneet jossakin määrin umpikujaan.  
Perinteisesti sahti käy puisessa kiulussa, ja mäski suodatetaan katajanok-  
sien ja olkien lävitse ja juoma nautitaan kiulusta (Jackson 1990, 103).

Nykyisin niin sanottuja ”eläviä sahtipitäjiä” löytyy kolmiosta Ikaalinen – Parkano - Kankaanpää, sekä Lahden ja Heinolan maalaiskunnan alueelta ja niiden pohjoispuolelta. Perinteistä sahdinvalmistustaitoa löytyy vielä myös näiden alueiden läheisyydestä. Suurta kiinnostusta sahdin valmistusta ja sahtikulttuuria kohtaan esiintyy pääkaupunkiseudulla ja Jyväskylän alueella. (Asplund 1990, 156 - 157.)

Mainittakoon suomalaisen sahdin tunnettavuudesta maailmalla sen veran, että kuuluisa englantilainen olutkirjailija Michael Jackson ihastui suuresti suomalaiseen sahtiin vieraillessaan Suomessa 1980-luvun lopulla. Hän omisti sille runsaasti palstatilaa kautta maailman levinneessä olutoppaassaan *New World Guide to Beer*. ”Sahti on Länsi-Euroopan viimeinen alkukantainen olut. Se on enemmän kuin kuriositeetti, se on osa eristyneen kansan kulttuuria. Suomalaisilla on jopa oma oluen ja maltaan jumalansa Pekko”, Jackson (1990) hehkuttaa.

Maailmalla tuskin tiedettäisiin paljonkaan sahdista ilman Michael Jacksonin ponnistuksia. Jacksonin tekemä julkisuustyö on varmasti herättänyt kiinnostusta sahtiin myös meidän suomalaisten keskuudessa ja on auttanut meitä ymmärtämään perinneoluemme ainutlaatuisuuden. Hän on mm. tutustunut perinteiseen sahdinpanoon Lammilla sahtimestari Veikko Rautavirran opastuksella ja onpa hän myös vierailut Gotlannin sahtipanimoissa (Tikkanen 1999, 75).

#### **5.4 Krouveista suomalaiseen pubiin**

Entisaikojen krouvi vastasi nykyajan kahvilaa. Soinin (1963a, 103) mukaan entisaikojen krouvi yksinkertaisesti vastasi myöhemmän kehitysvaiheen kahvilaa erotuksena vain se, ettei kahvia ollut ja sen joutuivat korvaamaan juomat, joiden ylenmääräinen käyttäminen johti niin terveydellisiin kuin sosiaalisiin vahinkoihin.

Krouvin sisustuksen keskiajalla Soini (1963a) toteaa olleen varsin vaatimattoman, useimmiten yksi huone pöytineen ja penkkeineen. Poikkeustapauksissa, lähinnä kaupunginkellareissa, yritettiin seurata Saksasta saatua mallia, joka tiesi hieman laveampia tiloja. Krouveissa tarjottiin pääasiassa ruokaa ja juomaksi olutta ja viinejä. Keskiajan lopulla krouveissa oli jo olutvalikoimaa, kotimaisen oluen rinnalla oli saksalaista barnowilaista, braunschweigiläistä ja ”pryssingiä”. Paloviinaa ei keskiajalla ollut, mutta 1500-luvun lopulla paloviina tuli pohjoismaihin ja suomeen osoittautuen mietojen juomien pahaksi kilpailijaksi. (Soini 1963a, 104 - 106.) Suomessa oli jo keskiajalla hieman ongelmia oluenjuonnin suhteen. Kuningas Kustaa Vaasa kirjoittikin voudeilleen Suomessa: ” On tapana kaikkialla siellä Suomessa harjoittaa krouvinpitoa ja oluenanniskelua kirkonmäellä jokaisen kirkon lähellä pyhäpäivisin, samoin muuallakin salaisissa paikoissa, eikä tästä oluenmyynnistä mitään hyvää koidu ja olemme sekä kirjeellisesti että suullisesti sen kieltäneet ei vain kerran, vaan tuhannesti.” (Soini, 1963a, 111 - 112.) Tästä voidaan päätellä, että oluenjuonti on ollut hyvin suosittua jo keskiajan ”pubeissa” eli krouveissa.

Turun krouvit olivat jo 1500-luvun lopulla erittäin suosittuja. Kun Stålarmin piti vuonna 1598 lähteä 3000-miehisine joukkoineen auttamaan kuningas Sigismundia, niin miehet viivyttelivät ja vastatuulta syyttäen istuskelivat Turun krouveissa, mikä tietävästi oli hauskempaa kuin isojen alusten soutaminen ja tappeleminen. (Soini 1963a, 112.) Tämän kerrotaan myötävaikuttaneen siihen, että kuningas Sigismund hävisi sodan ja menetti kruunun. Näin Kaarle IX sai voiton Suomen aatelisista ja sorrettujen talonpoikien olot kohenivat (Hannula 1992, 59 - 60). Ja todistettua tuli myös, että suomalainen ravintoloitsija on osannut työnsä jo keskiajalla.

Suomalaisen olutravintolan keskiajalta kehittyneet juuret ja perinteet katoettiin kieltolain aikana. Kieltolain jälkeen 1930-luvulla yritettiin olutkrouvien toimintaa elvyttää, Alko myönsikin luvat heti 300 olutravintolalle. Oluttuvat olivat vaatimattomia katutasossa sijaitsevia yhden huoneen paikkoja, jossa naiset tarjoilivat ja valvoivat, että omiin pulloihin ei koskettu. Olutta

sai useimmiten vain ruokaa vastaan. Käsite ruoka oli määritelty tarkoin - puuro ei ollut ruokaa, eikä kananmuna, mutta munavoileipä puolestaan oli. Toisen maailmansodan ajan oli jälleen Suomessa oluenpanokielto, joka nujersi orastavan olutkrouvikulttuurin.

Vasta keskioluen vapauduttua (1969) ryhdyttiin uudelleen perustamaan kansanomaisia olutkrouveja. Olutkrouviperinne oli kuitenkin kärsinyt liikaa ja perinne ei koskaan elpynyt kunnolla. Kuitenkin oluen myyntipaikat lisääntyivät räjähdysmäisesti noin 800:sta yli 20 000:een. Pääosa olutravintoloista oli rahvaanomaisia keskiolutbaareja ja osa hienomman väen pubeja. Halveksituille keskiolutbaareille antoi arvostusta M.A. Numminen kirjassaan *Baarien Mies* (1986). Numminen tutki 1980-luvulla keskiolutbaarit Ahvenanmaalta Utsjoelle todistaen sen, että keskiolutbaarit itse asiassa olivatkin varsin seurallisia ja kansankulttuurillisesti merkittäviä paikkoja. Numminen osoitti myös, että keskiolutbaarien tunnelma oli verrattavissa arvostettujen keskieuropalaisten olutkahviloiden tunnelmaan. Brittivai-kutteisia pubeja syntyi Suomeen jo 1969, mm. legendaarinen Salhoojakadun Pub Tampereelle, joka on toiminnassa edelleen. Brittipubista tuli A- tai B- oikeuksin varustetun ravintolan esikuva. Brittipubeja tuotiinkin valmiina paketteina Englannista. Brittipubien suosio perustui vapaaseen ilmapiiriin, niissä sai kulkea, seisoa tai istua, missä halusi, jopa lasi kädessä.

1990-luvulla syntyi brittipubin rinnalle myös irlantilaisia pubeja, saksalaisia krouveja, tshekkiläisiä oluttupia ja belgialaisia kahviloita. Lopullisen potkun olutkulttuurin kehittymiselle nykymuotoon antoi Alko vuonna 1986 alettuaan tuoda Suomeen eri maiden oluita ja yhdeksän vuotta myöhemmin (1995) luovuttuaan tuontimonopolista. Tämän seurauksena syntyi paljon uusia olutravintoloita. Pienpanimoita ja panimopubeja syntyi myös noin 40 lyhyen ajan sisällä. (Tikkanen, 1999, 53 - 57.)

Suomalaisen pubin tunnuspiirteitä on vaikea erottaa nykypäivänä, koska pubit lähes aina edustavat jotakin tiettyä tyyliä. Suomalainen publi on sisustukseltaan perinteisesti aika karu, juuret tulevat kaikeksi keskiajan krouveista, jotka olivat aika ankeita sisustukseltaan. Mieleen tulevat myös vanhat keskiolutbaarit, joiden sisustuksen kuuluivat oranssit muovituolit ja laminaattipöydät. Liikoja tauluja tai muuta taiteellista sisustusta ei ole, tai jos onkin, ne ovat yleensä maisema- tai muotokuvatauluja. Perisuomalaisessa pubissa käytetään sisustuksessa paljon puuta, jota ei ole käsitelty kovin paljon, vaan puun oma kauneus tuodaan esille käyttämällä esimerkiksi kelohirsiä baaritiskin tai looshien rakennusaineena. Esimerkiksi Pub Pisto ja Pub Uitto edustavat Rovaniemellä mielestämme hyvin perinteisen suomalaisen pubin tyyliä. Pub Uitossa korostetaan ”tukkijätkä” mentaliteettia ja Pub Pisto on suomalaisen pubin näköinen paikka, jonka sisustuksessa on käytetty kelohirttä, lautaa ja luonnonkiveä. Sisustukseen liittyen baaritiskin asemaa on horjutettu maaliskuussa 2000 tulleen tupakkalain muodossa. Baaritiskillä tupakointi on kielletty ja se vaikuttaa varmasti suomalaisen pubin viihtyvyyteen, baaritiskin merkityksen alenemiseen ja tarjoilijan ja asiakkaan välisen kommunikoinnin vähenemiseen.

Suomalaisessa pubissa ei rakennella vaahtokukkia, muutoin kuin erikoisoluista. Suomalaisilla perusoluilla ei saa rakennettua tuoppeihin saksalais- ja tshekkiläistyylisiä vaahtokukkia. Syy lienee oluen tarjoilulämpötilassa ja rakenteessa. Olut lasketaan suoralla kaadolla hanasta ja vaahto on lyhytaikainen ilmiö runsaasti hiilihappoa sisältävässä oluessa. Suomessa kotimaisen oluen saa nopeasti, mutta tietenkin erikoisolut tarjoillaan niille kuuluvalla tavalla – esimerkiksi vaahtokukalla varustettuna.

Televisio kuuluu osana moneen suomalaiseen publiin. Televisiosta seurataan urheilutapahtumat, päivän ohjelmat ja uutiset. Iso määrä ihmisiä, jotka kaikki ovat yhtä urheiluhulluja, luovat ainutlaatuisen tunnelman, jossa ilot ja surut jaetaan yhdessä omia suosikkeja kannustaen. Pubissa saa kannustaa ja huutaa kurkku suorana ketään häiritsemättä. Varsinkin jalkapallo-ottelut ja jääkiekko-ottelut ovat erittäin suosittua viihdettä pubeissa.



Nykyaikaisessa suomalaisessa pubissa televisio saattaa olla juuri se veto-voimatekijä jonka takia asiakkaat tulevat juuri sinne – seuraamaan esimerkiksi urheilulähetyksiä. Rovaniemellä ainakin jääkiekon maailmanmestaruuskisojen aikana kilpaillaan television suuruudesta ja rakennetaan kisastudioita – publi rakennetaan ja sisustetaan erityisesti näitä kisoja varten. Brittipubiin, joka on suomalaisenkin pubin esikuva, televisio ei ole perinteisesti kuulunut (Tikkanen 1999, 135). Nykyään Britanniassakin jalkapallofanit kuitenkin kokoontuvat otteluiden jälkeen pubeihin seuraamaan ottelun huippuhetket televisiosta, mukana menossa ovat niin isät kuin pojatkin.

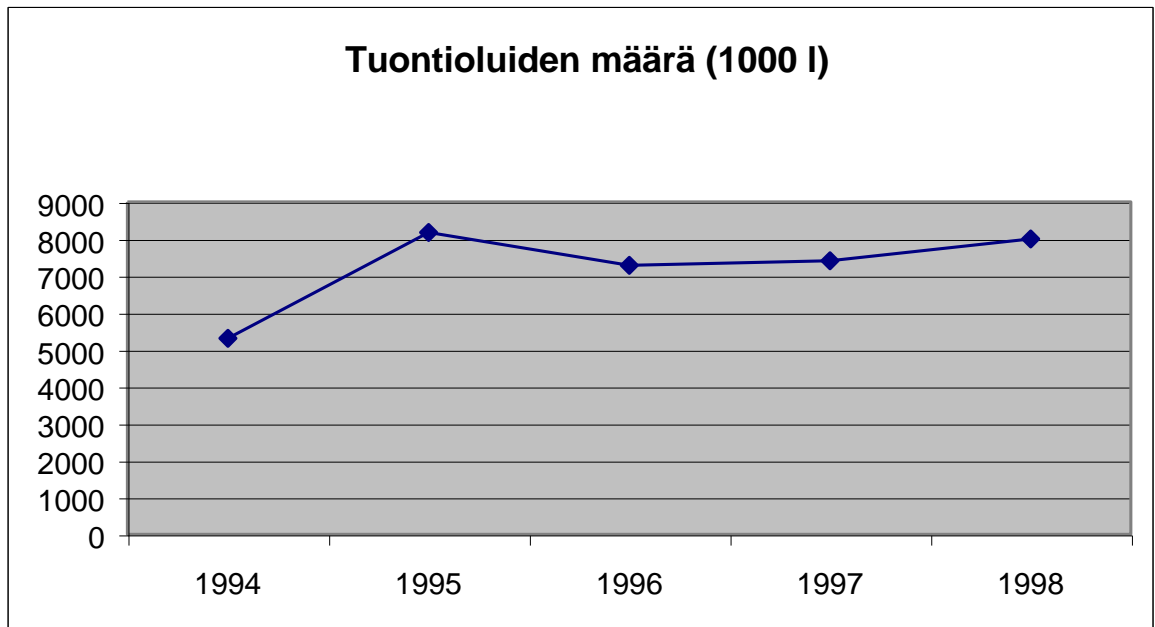
Brittivaikutteet suomalaisessa pubissa näkyvät selvästi, erilaiset seurapelit ovat erittäin suosittuja. ”Lapsuudesta tutut monopolit ja Afrikan tähdet koahoavat tämänlaisessa iloisessa tunnelmassa helposti uuteen loistoon.” Tootea Korhonen artikkelissaan (2000), joka käsittelee pubien ajanviettopeljä. Suomalaisten omat korttipelit, kuten sökö ja tuppi ovat olleet ja ovat edelleenkin erittäin suosittuja tämän päivän suomalaisessa pubissa.

Laaksosen (1996) mukaan Suomen pubeissa makuelämykset jäävät hauskanpidon varjoon. Usein asiakkaat ostavat mieluiten pubissa ison tuopin, koska se kestää kauemmin ja on siten vaivatonta. Nimenomaan tuoppi mielletään niin vahvasti publiin kuuluvaksi, että monen on vaikea edes kuvitella juovansa olutta muusta kuin tuopista. (Laaksonen 1996, 55-56.)

## 5.5 Suomalainen tapa nauttia olutta

Suomessa, kuten muissakin pohjoismaissa, suurin osa oluesta nautitaan kotona (CBMC, 2000). Tämä poikkeaa selkeästi muista esitellyistä Euroopan maista, joissa suurin osa oluesta nautitaan ravintolassa. Tähän yksi selkeä syy on sauna. Sauna, olut ja lenkkimakkara ovat aina kuuluneet suomalaisessa kulttuurissa yhteen. Ilman saunaoluita ei moni suomalainen suostu edes saunomaan. Suomalaiset ovat ahkeria saunojia, joten myös saunaoluita kuluu ohessa iso määrä. Toinen selkeä syy on verotus. Suomalaisissa ravintoloissa olut on suhteellisen kallista verrattuna kauppoihin, joten kotona nautitaan usein olutta ”pohjiksi” ennen kuin mennään pubiin. Suomen olutseurat ovat jo vuosia yrittäneet saada verotusta miedoista alkoholijuomista laskemaan – toistaiseksi tuloksetta.

Suomalaiset nauttivat vuonna 1999 olutta keskimäärin 79,3 litraa/henkilö. Oluen kulutus on laskenut huippuvuodesta 1990 noin viisi litraa/henkilö. Tämä ei kuitenkaan kerro koko totuutta oluen kulutuksesta. Samaan aikaan kun oluen kulutus virallisten tilastojen mukaan on ollut lievässä laskussa, on oluen tax free-tuonti ja kotona valmistetun oluen määrä kasvanut. Näitä olutmääriä ei lasketa kokonaiskulutuksen tilastoihin (ks. kuvio 3). Ulkomaalaisten oluiden osuus kokonaisymyynistä Suomessa on vuodesta 1994 vuoteen 1998 kasvanut reilusta prosentista noin kahteen prosenttiin (ks. kuvio 4). Suomalaisten kuukausittainen oluenkulutus on tammikuussa kaikista vähäisintä nousten koko ajan kesää kohti. Huippunsa oluenmyynti saavuttaa heinäkuussa alkaen taas laskea talvea kohti. Marraskuussa oluenmyynti on taas tammikuun lukemissa nousten kuitenkin joulukuussa jyrkästi lähes kesän tasolle. (Salo 2000.) Suomalaiseen olutkulttuuriin kuuluu kylmän ja pimeän talven jälkeen rentoutuminen ravintoloiden kesäterasseilla olutta nauttien.



Kuvio 4. Tuontioluiden määrä tuhansina litroina. (Elintarviketeollisuudenliitto ry 2000).

On vaikea sanoa, onko hyvä asia, että kotona nautitaan olutta enemmän kuin ravintoloissa. Ravintola-alalla toimivina meistä olisi tietenkin mielekkäämpää, että suomalaiset kävisivät enemmän pubeissa ja tulisivat niihin aikaisemmin. Havaintojemme perusteella suomalaiset tulevat yhä myöhemmin ravintolaan – jopa vasta puolen yön aikaan. Tähän vaikuttaa paljon se, että viime vuosina ravintoloiden aukioloaikoja on pidennetty. Vielä 1980-luvun alussa ravintolat menivät kiinni puolilta öin, kun ne nykyisin ovat auki jopa 04:ään.

Perinteisesti suomalainen alkoholin kulutus on ollut hyvin valvottua ja säännöstellä. Suomi on läpikäynyt ”vaikean” kieltolakiajan (1919 - 1932). Tuolloin tuhottiin paljon perinteikästä olutkulttuuria rajoittamalla oluen valmistusta. Alko on ollut perinteisesti hyvin tarkka alkoholia sisältävien juomien myynnistä. Tästä esimerkkinä Hotelli Pohjanhovin vuonna 1981 järjestämät saksalaiset olut- ja viinijuhlat, joissa ei saanut olla kuin Alkon valikoimaan kuuluvia oluita – ne olivat kaikki suomalaisia (Virtamo 1997, 128).

Suomalaiseen olutkulttuuriin on aina kuulunut humaltuminen. Joskus tuntuukin siltä, että varsinkin vanhemmalle väestönosalle Suomessa sanan ”olut” tai ”olutkulttuuri” mainitseminen aiheuttaa halveksuntaa tai paheksuntaa. Tämä johtunee siitä, että Suomen historia tuntee kautta aikain tarinoita juopoista isännistä, rengeistä, puukkojunnkareista ja tukkijätkestä. Perinteiseen suomalaiseen asennoitumiseen kuuluu uskomus, että ihmiset, jotka kuluttavat aikaansa istuen muutamalla tuopilla paikallisessa olutpubissa, ovat renttuja, joilla ei ole muuta tekemistä kuin notkua baareissa. Olutkulttuuriin kuuluu kuitenkin tärkeänä osana tietty oluennauttisympäristö ja yhdessäolo. Esimerkiksi raskaan työpäivän jälkeen on varmasti jo mielenterveydellekin hyväksi käydä rauhoittumassa ja nauttia hetki kiireettömyydestä, ottaa olut ja vaihtaa kuulumisia tuttujen kanssa.

1990-luvun vaihteessa Suomessakin alettiin puhua ”olutbuumista”. Ihmiset oppivat keskioluen vapautumisen jälkeen juomaan olutta ja kulutus kasvoi. Tästä johtuen tuli myös luonnollinen tarve perustaa pubeja. Luvat myönnettiin helpommin keskioluelle kuin väkeville alkoholijuomille. Oluen ympärille voidaan (periaatteessa) rakentaa helposti toimiva liikeyritys. Työvoimaa ei tarvita paljon, parhaimmillaan vain yksi mies yhteen työvuoroon. 1980- ja 1990-lukujen vaihteessa laman kiristäessä otettaan tuli pubeillekin kova kilpailutilanne. Tämä johti siihen, että pubien oli kehitettävä valikoimiaan ja ohjelmatarjontaan, jotta kilpailun kiristyessä asiakkaat saatiin pidettyä omassa ravintolassa. Tästä seurasi luonnollisesti ravintoloiden tason nousu. Keskioluen myynti kasvoi 1990-luvun alkupuolella laman aikana muiden alkoholijuomien kulutuksen vähentyessä. 1990-luvulla Alkon tuontimonopolin loputtua Suomeen on perustettu oluisiin erikoistuneita ravintoloita aina panimoravintoloita myöten. Tämä on muokannut suomalaisten asennoitumista olueen avoimemmin. Naisetkin voivat nykyään nauttia rauhassa ravintolassa olutta ilman että heidät leimataan negatiivisesti. Paljon on siis menty eteenpäin niistä ajoista, jolloin naisilla ei ollut asiaa ravintoloihin ilman miesseuralaista.

Suomalaisetkin ovat alkaneet ymmärtää, että olutta voi juoda myös sivistyneesti nautiskellen, erilaisia makuelämyksiä hakien. Olutravintoloista haetaan yhä useammin uusia kokemuksia erilaisten oluiden ja ihmisten parista.

Joissakin maissa, esimerkiksi Belgiassa ja Saksassa, tapoihin kuuluu nostaa malja oluelle. Suomessa ei nykyisin ole ollut tapana ”skoolata” oluella. Usein kuulekin sanottavan: ”Kaljalla ei kilistellä!”. Kuitenkin jo satoja vuosia sitten mm. onnistuneen karhunkaadon jälkeen olutta skoolattiin sekä karhun että Jumalten kunniaksi. Vanha peijaisvirsi 1600-luvulta kuuluu seuraavasti: ”Tuolta tuoppini tulevi, kannuni karettelevi, täys’ on tuoppi, täys’ on tuoja, täyden on ottanut Jumala.” Myös sivistyneellä maljanjuonnilla on vähemmän sivistynyt historia. Alun perin maljojen nostamisen tarkoituksena oli vain saavuttaa totaalihumala, koska maljojen juonti oli kilpajuontia. Tuoppien kolistelu oli olennainen osa keskiaikaista alkoholikulttuuria ja käyttäytymistä: terveydeksi juominen, velvollisuus vastata tarjottuun maljaan, sinunmaljojen juonti ja kilpajuonti olivat arkikulttuuria, jota oli vaikea välttää. Mikään ei ollut niin suuri loukkaus, kuin kieltäytyä vastaanottamasta tarjottua maljaa tai olla vastaamatta maljannostoon. Jos joku yritti livistää juomingeista, hänet leimattiin oitis pelkuriksi ja heikoksi. (Turunen 1999, 78 - 80; Lassila 1997, 340 - 344, 512 - 513; Turunen 1996, 50 - 51.) Viime aikoina oluella maljan nostaminen on yleistynyt ainakin suomalaisten olutkulttuurin tuntijoiden keskuudessa.

Suomalainen lager on kansainvälisesti tunnettua laadustaan. Esimerkiksi Sinebrychoffin Koff olut on voittanut jo useasti maailman parhaan lagerin tittelin. Vuonna 2000 Sinebrychoff oli ainoa mannereurooppalainen panimo, joka saavutti kolme mitalia panimoteollisuuden kansainvälisissä kilpailuissa Isossa-Britanniassa. Mitalisijat tulivat sekä hana- että pullo- ja tölkiolutsarjoissa. (Tikkanen 2000b.)

Olutmerkit ovat joillekin suomalaisille yhtä tärkeitä kuin jalkapallojoukkueet englantilaisille. Tiettyä olutmerkkiä kannatetaan henkeen ja vereen, eikä mitään muuta suostuta juomaan. Tällainen "olutfanius" näkyy myös päällepäin, ihmiset pukeutuvat tietyn panimon tai olutmerkin lippalakkeihin, t-paitoihin, villapaitoihin, kauluspaitoihin ja jopa ulkoilmatakkeihin. Ravintola valitaan sen mukaan, minkä panimon tuotteita löytyy hanasta. Yleinen kiistelyn aihe on toisen panimon ja oman panimon oluiden erot ja kumpi loppujen lopuksi on parempi olut.

Helsinki Beer Festival on osa Helsingin Euroopan kulttuuripääkaupunkivuoden 2000 ohjelmaa. Erikoisteemanaan festivaali esittelee oluita ja siidereitä vuosituhannen vaihteen kaikista yhdeksästä kulttuurikaupungista. Helsingin lisäksi olutkulttuuria juhlivat Avignon (Ranska), Bergen (Norja), Bologna (Italia), Bryssel (Belgia), Krakova (Puola), Praha (Tšekki), Reykjavik (Islanti) ja Santiago de Compostela (Espanja). Helsinki Beer Festival on ainutlaatuinen tapahtuma, jonka kaltaista ei järjestetä muissa kulttuuripääkaupungeissa. Järjestelyt toteutetaan yhteistyössä Helsingin Kulttuurikaupunkisäätiön kanssa, ja olutkulttuuri on osa sen virallista ohjelmaa. Tämäkin osaltaan osoittaa suomalaisten kiinnostusta ja arvostusta olutkulttuuria kohtaan. Rokka totesikin messuilla, että juuri olutmessut ovat se tapahtuma, joka tällä hetkellä edistää olutkulttuuria Suomessa parhaiten. (Rokka 2000.)

## 5.6 Suomalasia olutseuroja ja -järjestöjä

Suomessa on tällä hetkellä yli sata olutseuraa, jotka ovat pyhittäneet toimintansa olutkulttuurille ja sen kehittämiseksi (Kanniainen 1997, 32). Suurin osa seuroista rakentuu yhdessäolon ja hauskanpidon ympärille. Tämä koskee erityisesti pieniä olutseuroja. Suuremmat olutseurat ja olutjärjestöt ovat enemmän esillä itse olutkulttuurin tutkimuksessa ja kehittämisessä.

Kaksitoista laadukasta olutravintolaa eri puolelta Suomea perusti vuonna 1995 **Hyvien Olutravintoloiden yhdistyksen** edistämään suomalaista olutkulttuuria. Tavoitteena yhdistyksellä on, että asiakkaan saapuessa jäsenravintolaan hän tietää saavansa parasta mahdollista palvelua niin lasin sisällön kuin henkilökunnan asiantuntemuksenkin suhteen. Asiakkaalle tarjotaan laaja oluttyyppien kirjo oikein tarjoiltuna. Lisäksi Hyvät Olutravintolat tarjoavat joka kuukausi vaihtuvan erikoishanaoluen. Hyvät Olutravintolat- yhdistykseen ei voi hakea jäseneksi, vaan yhdistys itse kutsuu mielestään ansioituneen ravintoloitsijan jäsenekseen. Tällä hetkellä jäsenravintoloita on neljätoista ja rovaniemeläisistä ravintoloista on tähän mennessä päässyt jäseneksi arvostettuun yhdistykseen ainoastaan irlantilainen pub Irish Times. Yhdistyksen sihteerinä toimii olutkirjailijana tunnettu Mikko Montonen (ks. lähteet). ([www.hyvat-olutravintolat.fi/yhdistys.html](http://www.hyvat-olutravintolat.fi/yhdistys.html).)

**Olutliitto** perustettiin 3.3.2000 ja se on Suomen Olutseuran ja Suomen Itsenäisten Olutseurojen Liiton (FINNLIBS) fuusio. Kaksi samoja asioita ajavaa yhdistystä päättivät yhdistää voimansa olutkulttuurin eteenpäin viemiseksi. Näin Olutliitto on vaikutusvaltaisempi kuin edeltäjänsä. Jäseniä kuluttajajärjestössä on noin 3000. Olutliiton tarkoitus on edistää olutkulttuuria muun muassa kouluttamalla jäseniä yhteistyössä ravintoloitsijoiden kanssa ja puuttumaan olueen liittyvien lakipäätösten tekemiseen, esimerkiksi verotukseen. (Yläne 2000; <http://www.suomenolutseura.fi/missio.html>; <http://beer.tcm.hut.fi/FINNLIBS/ebcu.shtml>)

**EBCU (European Beer Consumers Union)** ei ole suomalainen järjestö, mutta tärkeimmät suomalaiset olutseurat kuuluvat tähän. EBCU on maailman mittakaavassa yksi tärkein olutkulttuurin suojelijajärjestö. EBCU on perustettu vuonna 1990 Euroopan kansallisten itsenäisten olutkuluttajajärjestöjen yhteistyöjärjestöksi. Jäseniä on 65 000 kahdestatoista maasta, suurin jäsenjärjestö on CAMRA noin 50 000 jäsentä. Suomen Olutliitto kuuluu tähän järjestöön. EBCU:n tavoitteena on säilyttää ja edistää Eurooppalaista olutkulttuuria, säilyttää perinteiset oluet ja perinteiset panimot, sekä edustaa oluen kuluttajia.

<http://www.dma.be/p/pinternt/eng/ebcu.html>.)



## 6 ROVANIEMEN OLUTKULTTUURIN HISTORIAA JA NYKY-PÄIVÄÄ

### 6.1 Autin höyrypanimosta Rovaniemen Panimo & Pubiin

Toista maailmansotaa edeltävän ajan olutkulttuurista löytyi vain niukasti tietoa. Rovaniemellä sijaitsi ennen sotia ainakin Hotelli Pohjanhovi, kolme ravintolaa ja yksi kerho – yhteensä 953 asiakaspaikkaa. Nämä kaikki tuhoutuivat Lapin sodan aikana. (Soini 1963a, 241.)

Rovaniemellä on ollut myös oma olutpanimonsa. Se sijaitsi nykyisen Hotelli Pohjanhovin laajennuksen paikalla Koskenrannassa. **Kalja-, mehu- ja vesitehdas** perustettiin vuonna 1909 *Kaarlo Vilho Autin* toimesta. Tehdasta kutsuttiin yleisesti Autin höyrypanimoksi. Panimo siirrettiin Kaarlo Autin vaimon nimiin vuonna 1914 ja sen nimeksi tuli **Ounas Höyrypanimo**. Panimo valmisti mietoja mallasjuomia, virvoitusjuomia ja kivennäisvesiä. Vuonna 1926 Autti hankki panimoon uutta koneistoa Saksasta ja sieltä saatiin myös panimomestari *Kondrad Dill*. 1930-luvun laman myötä panimo ajautui konkurssiin. Vuonna 1931 Kaarlo Autti ilmoitti kaupparekisteriin, että hän omistaa panimon yksin ja rekisteröi sen nimellä **Höyrypanimo Ounas Autti**. Kaarlo Autti kuoli 26.12.1931, ja perikunta jätti panimon konkurssiin. Kieltolain jälkeen vuonna 1933 *Tornion Portteri- ja Oluttehdas* osti "Autin Höyrypanimon". Panimo kärsi paljon vaurioita talvisodan aikana pommituksissa ja jatkosodan lopulla se tuhouttiin täysin. Vuonna 1946 yhtiön toimitusjohtajaksi nimettiin Fredrik Storbom, joka keskittyi panimon toiminnan elvyttämiseen ja nykyaikaistamiseen. Vuonna 1947 aloitettiin panimon jälleenrakentaminen ja vuonna 1949 käynnistettiin jälleen tuotanto. Tornion Portteri- ja Oluttehdas olisi siirtänyt koko tuotantonsa Rovaniemelle mutta Alvar Aallon suunnittelema asemakaava ei sallinut panimon laajentamissuunnitelmaa ja tontti kävi pieneksi. Tornion Portteri- ja Oluttehdas itsenäisti Rovaniemen panimon *Lapin Olut Oy:ksi* ja Tornion panimon *Tornion Olut Oy:ksi*, jotka edelleen toimivat yhdessä

konsernina. Vuonna 1950 Lapin Olut Oy sai Alkolta täydet valmistusoikeudet. Uusi keittola saatiin vuonna 1953, jolloin panimo pystyi valmistamaan olutta täysipainoisesti. Lapin Olut Oy valmisti ainakin *Ounas Olutta*. (Markkanen 2000; Bonsdorff 1997, 99 - 100, 123.)

1950-luvun lopulla Suomessa myytiin 30 miljoonaa litraa olutta vuodessa, josta Lapin Olut Oy:n ja Tornion Olut Oy:n osuus oli yhteensä 1,5 miljoonaa litraa. Keskioluen vapautumisen myötä vuonna 1969 Lapin Olut Oy ja Tornion Olut Oy yhdistettiin *Lapin Kulta Oy*:n toiminimen alle. Juomien valmistus alkoi siirtyä pikkuhiljaa Tornioon ja vuonna 1972 valmistettiin Rovaniemen panimon viimeinen oluterä. Vuoteen 1976 asti tehtaassa valmistettiin vielä virvoitusjuomia, mutta vuoden lopulla tehdas lakkautettiin lopullisesti. Tontti myytiin Pohjanhoville vuonna 1978 ja panimorakennus purettiin Pohjanhovin laajennuksen tieltä. Vuonna 1980 Storbomin perhe myi Lapin Kullan *Hartwall Oy*:lle. Lapin Kulta Oy toimii edelleen Torniossa ja on yksi Suomen suurimmista panimoista. Lapin Kullan olut on yksi myydyimmistä oluista Suomessa. (Markkanen 2000; Bonsdorff 1997, 123.)

Lapin Kullan panimo on tiettävästi maailman ainoa panimo, joka ottaa oluenvalmistuksen vetensä luonnonjoesta, Tornionjoesta (Jackson 1994,19). Lapin Kullalla on oluena hyvä maine suomalaisten kuluttajien keskuudessa. Tämä selviää Vaasan Yliopiston tutkimuksesta olutmerkeistä. Lapin Kullan olut yhdistetään muun muassa suomalaisuuteen, lappiin, erämaihin, raikkauteen ja puhtauteen sekä yhdessäoloon ja hauskanpitoon. Lapin Kulta oli ainoa tutkimuksen olutmerkki, joka ei herättänyt negatiivisia mielikuvia. (Laaksonen 1996, 37 - 40, 53 - 55.) Lapin Kullan nykyistä olomuotoa on varmasti muokannut osaltaan myös Rovaniemellä sijainnut Rovaniemen Olut-panimo. Rovaniemi on siis osaltaan vaikuttanut tällä hetkellä Suomen suosituimman oluen kehitykseen.

On todella harmittavaa, että Rovaniemen olutpanimo purettiin, koska sitä voidaan pitää erittäin tärkeänä Rovaniemen olutkulttuurille. Enää siitä ei ole jäljellä kuin muistoja ja mainintoja Lapin Kullan historian kirjoissa. Haastatteluissamme havaitsimme, että harvat rovaniemeläiset ravintola-alan ihmiset olivat edes kuulleet koko panimosta. Nykyään rovaniemeläistä oluenpanemisen taitoa pitää yllä *Rovaniemen Panimo & Pub*, joka tosin (toivottavasti vain väliaikaisesti) on ilman panimomestaria, joten olut tuotetaan muualla, kuitenkin omalla reseptillä. Joka tapauksessa Rovaniemen Panimo & Pub on mainittu Nachelin ja Ettlingerin kirjassa *Olut for dummies* (1999), Suomen pienpanimoita koskevassa artikkelissa, jota voidaan pitää hyvänä saavutuksena tunnettavuuden kannalta.

## 6.2 Merkittäviä rovaniemeläisiä pubeja

1960-luvulla syntyi Rovaniemelle olutravintoloita, joilla oli C-oikeudet, eli oikeus myydä keskiolutta. Näitä "keskiolutbaareja" olivat ainakin *Verkko Erkin Krouvi* ja *Tommin Baari*. Verkko Erkin Krouvi oli perustettu 1960-luvun alussa ja se sijaitsi nykyisen Lapin Kansan toimituksen paikalla. Nykyisen **Tupsu Pubin** paikalla ollut *Tommin Baari* vaihtoi omistajanvaihdoksen myötä nimensä ravintola Lapin Paulaksi vuonna 1972. Lapin Paulaa alettiin kutsua Tupsuksi johtuen sisustukseen käytetyistä tupsuista. Tupsu oli hyvän ruokapaikan ja "menomestan" maineessa 1980-luvulla. 1990 Lapin Paulan nimi muutettiin virallisesti Tupsuksi. Tupsu on kuuluisa myös korkeakulttuurisesta asiakaskunnastaan, taiteilijat ja näyttelijät ovat aina kuuluneet Tupsun "sisustukseen". (Metsäpelto 2000; "Hannu Hanhi" 2000.)

Legendaarisena voidaan pitää myös Rovaniemen vanhinta toiminnassa olevaa pubia, **Pub Pistoria**. Haastattelimme Pub Pistorissa kolmekymmentä vuotta työskennellyttä tarjoilijaa: Hänen mukaansa Pub Pisto on perustettu 1960 ja siitä lähtien se on ollut auki tähän päivään saakka. Ainoastaan omistajan vaihdoksen myötä Pisto oli kiinni 2 kk kesällä 1998, tosin

silloinkin pub toimi Jari Tervon elokuvan *Rikos ja rakkaus* kuvauspaikkana. Jari Tervo onkin vienyt Pub Piston mainetta vahvasti eteenpäin – tosin pitämällä Pisto alamaailman kohtausta paikkana kirjoissaan. Todellisuudessa Pub Pisto on rauhaisa, monelle kanta-asiakkaalle muodostunut toinen koti (Talvensaari 2000). Kun Tervo pistäytyy Rovaniemellä, hänet luultavasti löytääkin Piston baaritiskiltä hakemasta uusia ideoita kirjoihinsa. Pisto on säilyttänyt oman alkuperäisen miljöönsä vuosikymmenien ajan. Tupen pelaaminen päiväsaikaan ja iltaisin karaoke ovat Piston vetonauloja. Kelohirsistä ja puusta tehty publi edustaa lappilaista sisustustyyliä parhaimmillaan. Baaritiskin kansi on veistetty hirrestä, eli se on tehty kestämään kovaakin kulutusta. Pistoon ei suuria remontteja ole tehty, vaan se halutaan säilyttää sellaisena, kun se on aina ollutkin, kodikas kaiken kansan paikka, jossa ei katsota ihmistä vaatteisiin vaan suoraan syvälle silmiin.

**Pub Ylityö** on perustettu 1991. Omistaja ja ylityönjohtaja Aaro Kinnunen on tehnyt rovaniemeläistä olutkulttuuria tunnetuksi Suomessa ja maailmalla. Pub Ylityö on valittu Euroopan kahdenkymmenen parhaan pubin joukkoon vuonna 1995 Newsweek-lehden toimesta. Tutkimusalue sisälsi noin viisisataa erilaista pubia ympäri Eurooppaa. Pub Ylityö on tullut tunnetuksi erikoislaatuisista tempauksistaan, muun muassa porokisat Koskikadulla ja lumipallojen myynti kesällä. Kinnunen on myös toisen rovaniemeläisen olutseuran ABC:n perustaja. (Kinnunen 2000; Talvensaari 2000.)

**Kantakrouvi** perustettiin vuonna 1983 ja se sijaitsi nykyisen Ravintola Legendan paikalla Kansankadulla. Kantakrouvi oli 1980-luvulla erittäin suosittu ravintola. Pubimaisuus ja hyvä musiikki sekä ruoka olivat paikan vetovoimatekijöitä. Kantakrouvi oli myös Rovaniemen Palloseuran kantapaikka. Kantakrouvi ajautui vaikeuksiin 1980-luvun lopulla laman ja lisääntyneiden kilpailijoiden takia ja lopulta se myytiin vuonna 1992. Kantakrouvin kanta-asiakkaat muistelevat vieläkin haikeana paikan kotoisen iloista tunnelmaa.

Paikan suosiosta kertoo se, että keskiviikosta lauantaihin Kantakrouviin oli aina vähintään viidenkymmenen metrin mittainen jono. (Piri 2000.)

**Roy Club** eli **“Roippari”** on perustettu vuonna 1985 ja on täten vanhimpia toiminnassa olevia pubeja Rovaniemellä. “Roippari” on virallisesti vaihdellut nimeään useasti, mutta sitä on aina kutsuttu asiakkaiden toimesta nimenomaan “Roippariksi”. Roippari on muuttanut olomuotoaan useiden remonttien yhteydessä kuitenkin säilyttäen ominaisen, pääosin rovaniemeläisistä koostuvan asiakaskuntansa. Ravintolan yläkerrasta löytyy kaupungin myöhimpään aukioleuva pub (klo 04.00), ja Roippari onkin Rovaniemen publi-ihmisten luonnollinen jatkopaikka. Roippari toimii periaatteella “jokaiselle jotakin” ja sen huomaa kaupungin monipuolisimmasta ohjelmistosta. Tarjontaa on karaokesta ja elävästä musiikista erilaisiin erikoisesityksiin, esimerkiksi tulennielentään ja tatuointinäytöksiin. Roipparin alakerrassa on disco, joten tanssimaankin pääsee, silloin tällöin jopa “vinyylilevyjen” voimalla. Ravintolasta löytyy myös Rovaniemen ainoana pubina Black Jack-pöytä, johon voi RAY:n valvoessa hävitä rahansa. (Ylijääskö 2000.)

### 6.3 Rovaniemen olutseurat

Rovaniemellä toimii myös kaksi olutseuraa. **ABC (Artic Beer Circle) ry** on perustettu 1992 ja siihen kuuluu 55 jäsentä. Puheenjohtajana toimii Pertti Metsäpelto. Seuran tavoitteena on edistää Lappilaista olutkulttuuria. Seura järjestää koulutustilaisuuksia ja matkoja tärkeisiin olutkulttuurikohteisiin (muun muassa Praha). Seura järjestää oluen maistamis- ja testaamistapahtumia. Toimintaperiaatteena seuralla on kohottaa olutkulttuuria niin sosiaalisella kuin asiantuntevuusalueellakin. Seura tukee olueen liittyviä harrastuksia. Hauskanpito ja yhdessäolo ovat myös seuralle tärkeitä elementtejä. Seuran jäsenet kuuluvat automaattisesti myös Olutliittoon.

Metsäpellon mukaan Rovaniemeläiset tarvitsevat koulutusta sivistyneeseen olutkulttuuriin ja toteaa: "Rovaniemen olutkulttuuri on aika yksipuolista, erikoisoluita on tarjolla vähän ja hinnat kalliita, mikä puolestaan ajaa siihen, että keskitytään nauttimaan kotimaisia oluita." (Metsäpelto 2000.)

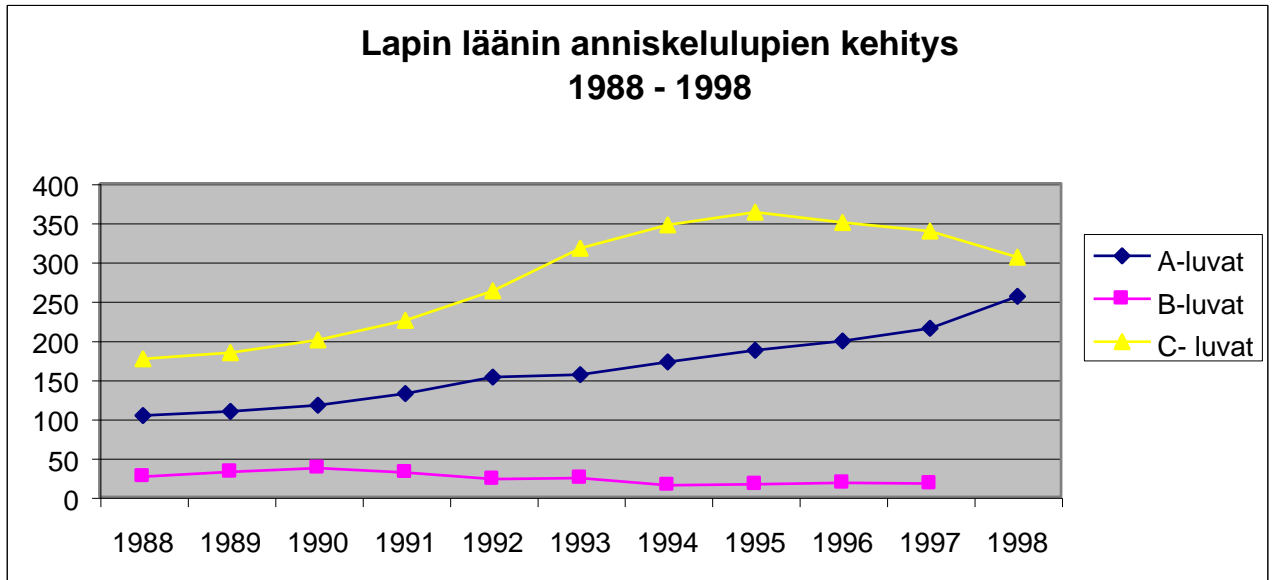
**RoiHu (Rovaniemen Huurtheiset/Santa's Beer Club)** on perustettu 4.3.1995. Alkuperäisen nimen, Rovaniemen Huurtheiset, lisäksi seuralla on kansainvälistymisen vuoksi myös englanninkielinen nimi: Santa's Beer Club. RoiHu:n puheenjohtajana toimii Markku Saarnilehto. Jäseniä seurassa haastatteluhetkellä oli 26 ja enimmäisjäsenmääräksi on päätetty 31. Jäseneksi haetaan kirjallisesti. Seura kuuluu myös Olutliittoon ja samalla EBCU:hun. Seuran toiminnan periaatteisiin kuuluu olutkulttuurin edistäminen, hauskanpito ja urheilu (esimerkiksi kyykkä). Seura kokoontuu kuukausittain. Markku Saarnilehdon mukaan "Rovaniemen olutkulttuuri on varsin loivaa. Pääasiallisesti nautitaan perinteisiä kotimaisia vaaleita oluita, mutta suuntausta parempaan on nähtävissä." Saarnilehto toivookin, että tulevaisuudessa olisi mahdollista järjestää Rovaniemellä kunnollinen olutfestivaali, johon lähtisi mukaan useita ravintola-alan yrityksiä. (Saarnilehto 2000.)

#### **6.4 Rovaniemen anniskeluluvat ja oluen kulutuslukuja**

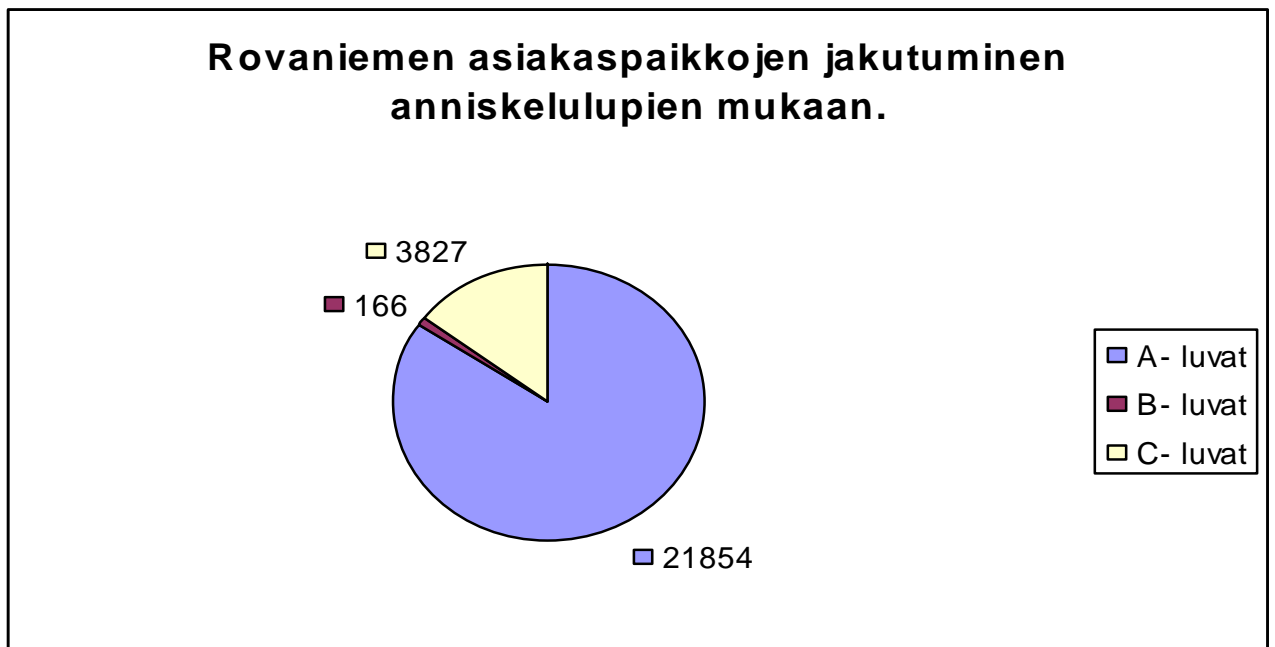
Arvioimme Rovaniemen kaupungin oluen keskikulutukseksi 90 - 95 litraa/henkilö. Arvio perustuu Hartwall Oyj:n antamiin lukuihin ja prosentteihin sekä omiin päätelmiimme. Tämä ei siis ole virallinen luku, mutta lienee lähellä totuutta. Luku toimiikin vertailulukuna ja antaa lähinnä suuntaa. Rovaniemen kaupungin ja Rovaniemen maalaiskunnan keskikulutus on yhteensä 77 – 79 litraa, eli noin Suomen keskiarvon paikkeilla. Suurin osa oluista kuitenkin nautitaan Rovaniemen kaupungin alueella.

Maalaiskunnan suurin oluenmyyjä on iso automarketti, jonka asiakkaista suuri osa on kaupungin alueella asuvia. Huomioimme kulutukseen lisäksi maan keskkulutuksen (2 %) mukaan ulkomaiset oluet.

Rovaniemellä oli vuosituhannen vaihtuessa myönnettyjä anniskelulupia yhteensä 73. Näistä A-lupia oli 37, B-lupia 3 ja C-lupia 43. Asiakaspaiikkoja A-anniskelupaikoissa oli 21 854, B-anniskelupaikoissa 166 ja C-anniskelupaikoissa 3827. Asiakaspaiikkoja Rovaniemellä oli täten yhteensä 25 847. (Lantto 2000.) Rovaniemen asiakaspaiikojen määrä asukaslukuun nähden on Suomen huippuluokkaa. Tämä kertoo Rovaniemen vilkkaasta ravintolaelämästä. Turistit tuovat tietenkin oman lisänsä ravintolaelämään ja heitä käy Rovaniemellä paljon. Turistit lienevätkin yksi syy siihen, että asiakaspaiikkoja löytyy niin paljon. Viimeisen kymmenen vuoden aikana anniskeluoikeuksien määrä Lapissa on lähes kaksinkertaistunut. Vuonna 1988 lupia oli myönnetty 306 ja vuoteen 1999 mennessä määrä oli kasvanut jo 562:een (ks. kuviot 5 ja 6.) Voidaankin ajatella, että ihmiset viettävät vapaa-aikaansa ravintoloissa enemmän kuin 1980-luvulla. Syitä tähän voi olla monia. Suurin syy lienee raha. Lamavuosien jäätyä taakse ihmisillä on enemmän rahaa käytettävissä vapaa-aikaan.



Kuvio 5. Lapin läänin anniskelulupien kehitys 1988 – 1998 (Lantto 2000).



Kuvio 6. Rovaniemen asiakaspaikkojen jakutuminen anniskelulupien mukaan (Lantto 2000).



## 7 ROVANIEMEN OLUTRAVINTOLAKULTTUURI

### 7.1 Kvalitatiivinen tutkimus ja aineiston analysointi

Empiirisen osiomme tarkoitus on selvittää, mitä on Rovaniemen ravintoloiden vallitseva olutkulttuuri. Tutkimuksemme keskeiseksi ongelmaksi muodostui etsiä vastaus seuraaviin kysymyksiin: mikä on Rovaniemen olutravintoloiden olutkulttuurin nykyinen olemus, mitkä ovat sen tunnusmerkit ja piirteet sekä miten Euroopan olutmaiden olutkulttuurit ovat siihen vaikuttaneet.

Kvalitatiivinen tutkimus tarkoittaa laadullista tutkimusta, yhteiskuntatieteissä vastakohta kvantitatiiviselle, tilastolliselle tutkimukselle, jossa pyritään mittaamaan ilmiötä määrällisesti. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkija ei ole kiinnostunut ilmiön kuvaamisesta lukuina, prosentteina tai jakaumina. Sen sijaan pyritään vastaamaan kysymyksiin, millainen ilmiö on, miten se on kehittynyt ja millaisia ovat sen pääasialliset syyt. Kyetäkseen vastaamaan tällaisiin kysymyksiin on tutkijan tehtävä havaintoja, keskusteltava ihmisten kanssa, kuunneltava heidän kertomuksiaan, luettava heidän kirjoittamiaan tekstejä ja muokattava näitä asioita ja pyrittävä tältä pohjalta selvittämään ilmiön luonnetta. (Alasuutari 1999, 31 - 48.)

Kvalitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruutapoja ovat muun muassa osallistuva havainnointi, piilohavainnointi, teema- eli vapaamuotoinen haastattelu, elämäkertojen tai päiväkirjojen keruu, toimintatutkimus. Aineistonkeruu ei kuitenkaan riitä, sillä kysymyksessä on ennen kaikkea analyysitapa, aineiston käsittely. (Eskola 1999, 85 - 137.)

Kvalitatiivisen kenttätyön menetelmissä voidaan erottaa neljä osallistumisastetta: havainnointi ilman varsinaista osallistumista, osallistuva havainnointi, osallistuva havainnointi eli toimintatutkimus ja piilohavainnointi. (Grönfors 1985, 87.) Tutkimusmenetelmäksemme

valitsimme havainnoinnin ilman varsinaista osallistumista. Havainnoinnissamme pyrimme olemaan ikään kuin taka-alalla, emmekä halunneet havainnointimme aikana vaikuttaa pubin asiakkaiden normaaliin käyttäytymiseen.

Kvalitatiivisen aineiston analysointi tapahtuu osittain samanaikaisesti aineiston keruun kanssa. Aineiston voi analysoida tavallisesti ainoastaan kenttätutkimuksen suorittanut henkilö itse. Yhtä hyvin kuin tutkija itse on osa kenttäaineistoa, on kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä käyttävä tutkija myös osa analyysia. Jo ongelman, käsitteiden ja määritteiden valinta ja muokkaaminen kentällä on osa analysointiprosessia; tavallisestihan nämä muotoutuvat ja selkiytyvät tehtyjen havaintojen pohjalta. (Grönfors 1985, 144 - 147.) Valitsimme kvalitatiivisen tutkimuksemme muodoiksi havainnoinnin, vapaamuotoisen teemahaastattelun, vapaan haastattelun ja asiakaskyselyn.

Rovaniemen olutkulttuuria tutkiessamme emme voineet juurikaan käyttää kirjallisuutta hyväksemme. Tutkimusmenetelmäksi muotoutui kvalitatiivinen lukuisiin haastatteluihin pohjautunut tutkimus. Kaiken kaikkiaan haastattelimme kahtakymmentäkahta ihmistä ja teimme Rovaniemen keskustan olutravintoloiden esimiehille tai vuorovastaaville vapaamuotoisen teemahaastattelun. Lisäksi mainittakoon epäviralliset keskustelut ravintoloiden asiakkaiden kanssa. Heidän avullaan saimme työhömmme uusia näkökulmia ja tietoa monesta Rovaniemen olutkulttuuriin liittyvästä asiasta, tietoa, joka olisi ilman heitä jäänyt saamatta.

Tutkimusalueeksi valitsimme 11 rovaniemeläistä ravintolaa. Valintakriteereinä toimivat: olutravintola sijoittuu tyyliltään pub-kategoriaan, olutvalikoima on laaja ja ravintola sijaitsee Rovaniemen keskustassa tai on muuten perinteiltään ja tunnettuudeltaan Rovaniemen olutkulttuurille tärkeä ravintola. Ravintolat olivat: Irish Times, Kellari, Koskikapakki, Paha Kurki, Public Corner, Pub Pisto, Pub Uitto, Pub Ylityö, Rovaniemen Oluthuone, Rovaniemen panimo & Pub ja Roy Club. Ravintoloista yhdeksän oli perustet-

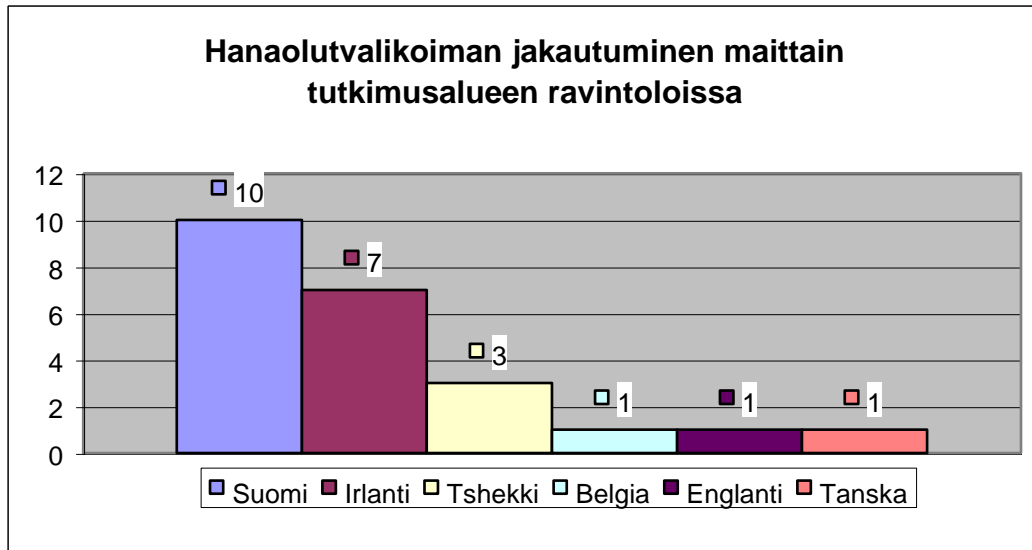
tu 1990-luvulla, yksi 1980-luvulla ja yksi 1960-luvulla. Näitä ravintoloita tutkimme strukturoidulla kyselylomakkeella. Esimiesten tai vuoropälliköiden täytettyä lomakkeet teimme vielä täydentäviä kysymyksiä. Vapaamuotoinen täydentävä haastattelu sopi tapauksessamme hyvin, koska samalla pystyimme paremmin kiinnittämään huomiota erilaisiin olutkulttuurille ominaisiin piirteisiin ravintoloissa sekä saimme aikaan keskustelua haastateltavien kanssa. Näin ollen saatoimme saada selville asioita, jotka olisivat muuten jääneet selvittämättä. Haastattelut suoritettiin 13.2. – 14.3.

## **7.2 Teemahaastattelun tulokset**

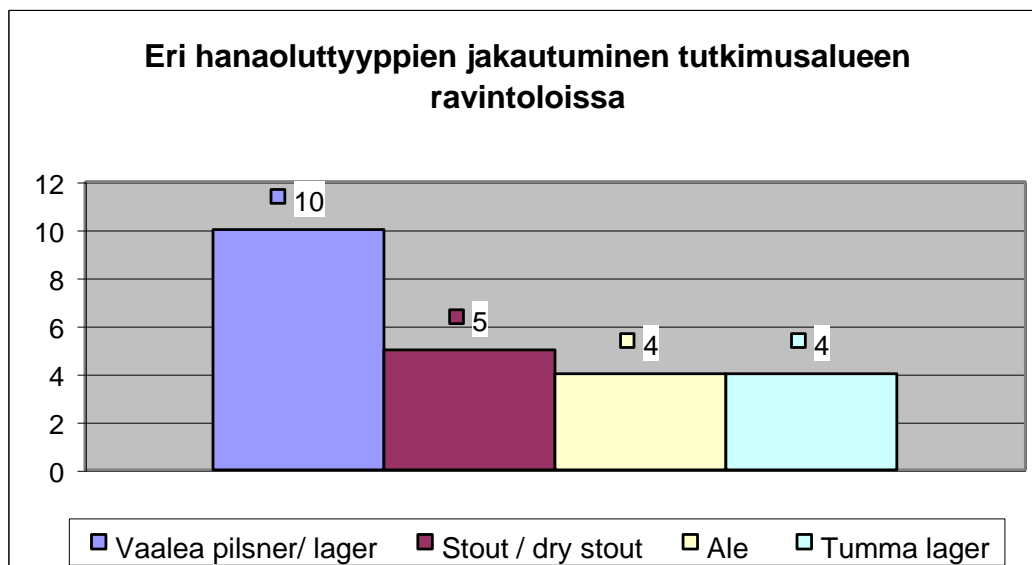
Haastattelimme yhtätoista keskustan pubin (olutravintolan) esimiestä. Teimme haastattelun hiljaisimpana aikana päivästä, joten kaikki suostuivat haastateltaviksi esitettyämme asiamme. Haastattelimme esimiehiä heidän työpaikallaan, yleensä haastattelut suoritettiin baritiskillä. Haastateltavat täyttivät ensin lomakkeen ja sen jälkeen esitimme täydentäviä kysymyksiä (ks. liite 8).

Tiedustelimme mitä oluita pubin valikoimasta löytyy ja mitkä ovat myynnillisesti suosituimmat oluet. Kysyimme myös tarjotaanko ravintolassa ruokaa, ja jos tarjotaan, käytetäänkö olutta ruokajuomana.

Olutvalikoimaa löytyi huimasti, lähes jokaisesta paikasta löytyi useampia hanaoluita ja yleensä vielä jokin ulkomainenkin hanaolut. Erilaisia hanaoluita oli tarjolla 23 kappaletta, joista kotimaisia oli 10 ja ulkomaisia 13. Ulkomaiset oluet olivat Irlannista (7 kpl), Tshekistä (3 kpl), Englannista (1 kpl), Belgiasta (1 kpl) ja Tanskasta (1 kpl). Vaaleita lager- tai pils-tyyppisiä oluita oli 10 erilaista. Stout-tyyppisiä oluita oli viisi ja ale-tyyppisiä oluita 4 erilaista. Tummiä lagereita oli 4 erilaista (ks. kuvat 7 ja 8). Pullo- ja tölkkiooluita pubien valikoimassa oli keskimäärin 20 erilaista, valikoiman vaihdellessa 3:n ja 50:n erilaisen pullo- ja tölkkiooluen välillä.



Kuvio 7. Hanaolutvalikoiman jakautuminen maittain tutkimusalueen ravintoloissa.



Kuvio 8. Eri hanaoluttyyppien jakautuminen tutkimusalueen ravintoloissa.

Tätä tulosta voimme pitää yllättävänakin todistuksena siitä, että rovaniemeläiset ovat löytäneet ulkomaiset oluet jo varsin hyvin. Keskimääräisesti Rovaniemellä pubeissa nautitusta oluesta on 80 – 90 % kotimaista ja 10 – 20 % ulkomaisia hana-, pullo- tai tölkkioluita. Tiedustelimme myös viittä suosituinta olutta: 63 % niistä oli kotimaista vaaleata lageria tai pilsner-tyyppistä olutta, 15 % tummaa lageria, 12 % oli stout-olutta, 8 % oli ale-tyyppisiä oluita ja loput oluet (2 %) olivat australialaista sitruunaolutta ja belgialaista pilsnerolutta.

Mahdollisuus ruokailuun oli viidessä ravintolassa. Kaikissa ruokaa tarjoavissa pubeissa oli yhteys johonkin ruokaravintolaan, eikä pubin omaa ruokalistaa varsinaisesti ollut. Haastateltujen mukaan noin 30 % asiakkaista otti ruokajuomakseen olutta. Olutta kuitenkin suositeltiin harvoin ruokajuomaksi.

Kysyimme henkilökunnalta heidän omaa käsitystään Rovaniemen olutkulttuurista. Vastausten perusteella Rovaniemen olutkulttuuri on värikästä ja sivistynyttä, eikä humalaa vältetä, vaan se on toivottu olotila, joka tulee ikään kuin "kaupan päälle" olutta nautittaessa. Kuitenkaan humalahakuiseksi juomista ei kuvannut kuin kaksi haastateltua. Tähän kysymykseen vastattaessa yleensä mainittiin myös, että valtaosa juo kotimaista vaaleata lageria. Erikoisoluita juovat yleensä tietyt, samat kanta-asiakkaat ja ulkomaalaiset turistit.

### **7.3 Havainnoinnin tutkimustulokset**

Käytännön havainnointia suoritimme jokaisessa tutkimusalueen ravintolassa teemahaastattelun yhteydessä. Tarkemmin tutustuimme kolmeen tyyliltään varsin erilaiseen publiin: erittäin suomalaiseen ja rovaniemeläiseen publiin, erittäin irlantilaiseen publiin ja näiden kahden väliltä olevaan eri tyylilajien edustamaan publiin. Havainnoinnin suoritimme baaritiskin ääressä sekä pöydässä istuen ja seuraten asiakkaiden

käyttäytymistä. Teimme huomaamattomasti muistiinpanoja asiakkaiden käyttäytymisestä ja purimme muistiinpanomme paperille mahdollisimman pian havainnoinnin jälkeen. Tarkoituksena oli havainnoida kaikkea olutkulttuuriin liittyvää, erityisesti käyttäytymismalleja, mitä pubeissa juodaan ja vaikuttaako miljöön rovaniemeläisten käyttäytymiseen. Havainnoinnin suoritimme 14.2. – 16.3. eri viikonpäivinä ja eri aikoina päivästä. Olemme asuneet Rovaniemellä jo neljä vuotta. Tänä aikana on paikallinen pubielämä tullut tutuksi sekä työn että vapaa-ajan merkeissä. Havainnointimme ei siis tukeutunut pelkästään kuukauden aikana tekemäämme tutkimukseen, vaan olemme mielestämme jo varsin harjaantuneita rovaniemeläisen pubielämän tuntijoita. Lisäksi havainnointia tuki se, että olemme työskennelleet kolmessa tutkimusalueen ravintoloista.

**"Suomalainen pub"**. Suomalaisessa pubissa kävimme havainnoimassa 14.2. klo 12.00 - 13.00 ja 26.2. 18.00 - 20.00, sekä 15.3 klo 14.00 - 17.00 ja klo 18.30 - 21.30. Suomalaisessa pubissa keski-ikä oli aika korkea verrattuna muihin tutkimusalueen ravintoloihin. Oman arviomme mukaan asiakkaiden keski-ikä oli yli 45 vuotta. Asiakkaita oli päiväsaikaan (kello 12.00 - 17.00) 10 - 25 määrän vaihdella havainnoinnin aikana, osa asiakkaista istui koko ajan ravintolassa ja osa käväisi oluella ja lähti pois saman tien. Asiakkaat olivat pääasiassa miehiä. Päiväsaikaan asiakkaat lueskeliivat lehtiä ja siemailivat hiljalleen olutta, jokin ryhmä pelasi korttia ja tunnelma oli rauhaisan kotoinen. Asiakkaat tulivat sisään ja menivät heti ensimmäiseksi tilaamaan baaritiskiltä juotavaa. Samalla he vaihtoivat päivän kuulumisia henkilökunnan kanssa. Henkilökunta ei kuitenkaan avannut keskustelua ja pikaisesti juteltuaan asiakkaat syventyivät omiin oloihinsa. Asiakkaat tulivat joko yksin tai pienissä ryhmissä. Yksin tulleet jäivät yleisemmin baaritiskille kuin ryhmät. Varsinkin naiset saapuivat pienissä 2 - 3 hengen ryhmissä ja menivät heti tilattuaan johonkin vapaaseen pöytään. Miehet tulivat pubiin joko yksin tai kahdestaan. Tästä voidaan päätellä, että naiset ehkä sopivat etukäteen tapaamisesta ja miehet tulevat pubiin enemmänkin satunnaisesti tai nappaavat matkalta jonkin kaverin mukaan-

sa. Vaikutti siltä, että lähes kaikki asiakkaat olivat tuttuja keskenään ja henkilökunnan kanssa. Tästä voi vetää sen johtopäätöksen, että asiakkaat ovat pääosin kanta-asiakkaita, jotka käyvät pubissa säännöllisesti ja aika usein. Lähes kaikki joivat alkoholijuomia jo päiväsaikaan.

Iltaa kohden (klo 18.00 - 21.30) oli asiakkaita saapunut lisää ja heidän määränsä vaihteli 40:n ja 70:n välillä, joista suurin osa oli kuitenkin koko havainnoinnin ajan asiakkaana. Havaitimme, että suurin osa asiakkaista oli selvästi päihtyneitä tai joivat tavalla, jota voidaan kutsua humalahakuiseksi. Myöhemmin illalla oli osa asiakkaista jo häiritsevän paljon päihtyneitä ja käyttäytyi tavalla, jota ei voi enää kutsua sivistyneeksi käytökseksi. Kuitenkin löytyi useita asiakkaita, jotka nautiskelivat hiljalleen oluttaan, lueskelivat lehtiä ja keskustelivat ravintolan henkilökunnan kanssa. Näytti siltä, että nämä hiljalleen olutta nautiskelevat asiakkaat jäivät mieluummin istumaan baaritiskille, kuin menivät istumaan pöytään. Tämä johtune siitä, että päihtyneimmät asiakkaat olivat kokoontuneet pöytiin ja istuivat omissa seurueissaan. Kynnys liittyä vahvasti humalaisten seuraan on korkea, jos ei itse ole humalassa.

Illalla ravintolassa oli karaokenlaulumahdollisuus, ja se näyttikin olevan suosittu ajanviete. Samalla kun joku asiakas lauloi, pistivät muut tanssiksi. Laulu ja tanssi kuuluivat tämän paikan olutkulttuuriin. Ilta eteni laulun, tanssin ja juomisen merkeissä. Silmiinpistävää oli se, että asiakkaat tuntuivat olevan "yhtä suurta perhettä", he halailivat toisiaan ja kiersivät pöydästä pöytään juttelemassa muiden asiakkaiden kanssa. Pienet ryhmät olivat sekoittuneet ja selviä mies- tai naisryhmiä ei enää ollut. Ravintolassa oli myös mahdollisuus ruokailuun, mutta kukaan ei ainakaan havainnointimme aikana tilannut ruokaa, vaan ravintolaan tultiin juomaan ja viettämään aikaa yhdessä. Ravintola sulki ovensa klo 22.00.

**"Mix-pub"**. Erityylejä sekoittavan pubin nimesimme "Mix-pubiksi" helpottaaksemme sen käsittelyä tässä osiossa. "Mix-pubia" havainnoimme 15.2. klo 13.00 - 14.00 ja 1.3. klo 21.30 - 23.00 sekä 16.3 klo 10.00 - 12.00 ja klo 22.00 - 01.00 välisenä aikana. "Mix- pubissa" asiakkaat olivat arviomme mukaan pääosin 20 - 40-vuotiaita. Miehiä ja naisia Mix-pubissa oli suurin piirtein yhtä paljon. Päiväsaikaan (klo 10.00 - 14.00) juotiin kahvia todella suuria määriä (henkilökunnan mukaan päivässä menee jopa 200 kuppia kahvia) ja lehtien lukeminen ja kolikko- tai viihdepelien pelaaminen näytti olevan suosituin ajanviette. Olutta joivat iältään noin 30-vuotiaat ja sitä vanhemmat ihmiset, nuoremmat keskittyivät kahviin ja virvoitusjuomiin. Asiakkaiden määrä vaihteli päiväsaikaan 40:n ja 60:n välillä, mutta vain noin kymmenen asiakasta oli pubissa koko tutkimusajan.

Panimme merkille sen, että henkilökunta toimi ikään kuin keskustelun virittäjänä ja baaritiskillä istui paljon ihmisiä tarinoimassa henkilökunnan toimiessa "puheenjohtajana". Iltaa kohden (18.00 - 02.00) alkoholijuomien kulutus kasvoi huomattavasti ja asiakkaista muutama joi selvästi humalahakuisesti. Asiakkaita oli illalla 20 - 70 määrän kasvaessa koko ajan iltaa kohden. Suurin osa asiakkaista kuitenkin maisteli olutta hiljalleen ja silloin tällöin tilattiin jopa ulkomaisiakin oluita. Humalahakuiset juojat pitäytyivät kotimaisissa oluissa ja väkevämmissä juomissa. Käyttäytymisestä oli havaittavissa sama yhtäläisyys kuin "suomalaisessa pubissa", eli asiakkaat tulivat publiin joko yksin tai pienellä porukalla. Asiakkaat jäivät mielellään baaritiskille keskustelemaan henkilökunnan kanssa, tosin ryhmät katosivat aika nopeasti omiin pöytiinsä. Selvästi päihtyneitä illalla oli muutamia, mutta suurin osa tuntui nautiskelevan olutta sivistyneesti ja iloisesti seurustellen. Myöhään illalla oli selvästi päihtyneitä jo enemmän, mutta häiritsevästi humalaisia ei lainkaan. Ryhmät pysyivät yllättävän paljon samoina, mutta pientä ryhmien yhdistymistä oli havaittavissa. Varsinkin yksin tulleet asiakkaat, jotka olivat aiemmin olleet baaritiskillä, olivat liittyneet joihinkin seurueisiin. Yhdistävänä tekijänä oli henkilökunta, lähes kaikki asiakkaat vaikuttivat tuntevan henkilökunnan, josta voi taas päätellä asiakkaiden olevan



pääosin kanta-asiakaita. Silmiinpistävää oli myös se, että suuri osa asiakkaista kävi pubissa, joi muutaman ja lähti pois. Ruokailumahdollisuutta ei ravintolassa ollut ja henkilökunnan mukaan ruokaa kysytään harvoin, silloinkin yleensä ulkomaalaisten turistien toimesta.

**"Irlantilainen pub"**. Irlantilaista pubia havainnoimme 16.2. klo 15.00 - 16.00 ja 28.2. klo 23.00 - 01.00, sekä 16.3 klo 16.00 - 19.00 ja 01.00 - 02.00. Irlantilaisessa ravintolassa asiakkaat olivat iältään 25 - 50-vuotiaita. Päiväsaikaan asiakkaat enimmäkseen lueskelivat lehtiä ja pelailivat erilaisia pelejä, kuten muissakin pubeissa. Varsinkin biljardipöytä oli kovassa käytössä. Ravintolassa ei päiväsaikaan juuri kukaan nauttinut olutta, ainakaan humalahakuisesti. Oluen juojat näyttivät juovan pääasiassa erikoisolutia. Asiakkaiden määrä vaihteli päivällä viidestä kahteenkymmeneen.

Iltaa myöten oluen myynti kasvoi ja kotimainen olut otti paikkansa, mutta erikoisolutia juotiin selvästi muita pubeja enemmän. Asiakkaat tulivat yksin tai pienissä ryhmissä ja samoin kuin muissakin pubeissa, yksin tulleet jäivät baaritiskille rupattelemaan henkilökunnan kanssa. Humalahakuisia oluen juojia ei ollut juuri lainkaan ja vasta myöhään illalla asiakkaissa oli havaittavissa hienoista humaltumista. Henkilökunnan mukaan suuri osa asiakkaista oli kanta-asiakkaita, mutta yllättävän moni oli aika välinpitämätön henkilökuntaa kohtaan. Tämä osoitti sen, että asiakkaat eivät välttämättä olleet kanta-asiakkaita tai he kävivät pubissa suhteellisen harvoin. Ruokaa ei ravintolassa saanut, mutta henkilökunnan mukaan ruokailumahdollisuutta on suunniteltu.

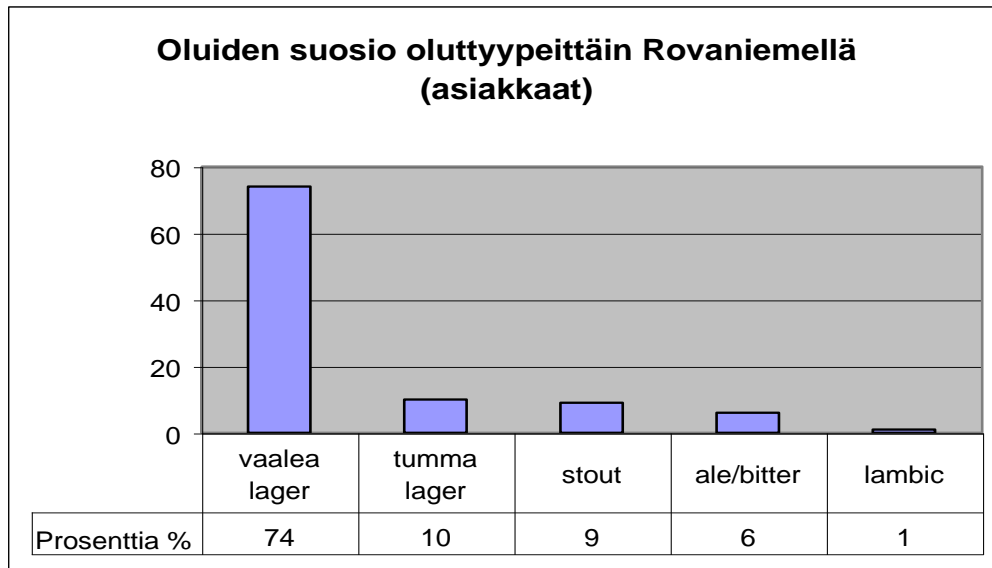
Havainnointimme aikana kiinnitimme huomiota myös oluenjuojien pukeutumiseen. Pukeutumistyyli vaihteli laidasta laitaan, joku kävi pubissa verryttelyasu päällä, toinen tyylikäs puku päällä ja jotkut taas kelkkahaalarissa tai työpuvussa. Johtopäätöksenä voimme todeta, että rovaniemeläisistä pubeista löytyy asiakkaita laidasta laitaan.

## 7.4 Asiakaskyselyn tutkimustulokset

Suoritimme kahdessa rovaniemeläisessä olutravintolassa asiakaskyselyn (ks. liite 9.) Halusimme saada selville, tulisiko asiakkailta itseltään heidän oluennauttimistavoistaan kysyttäessä samanlaiset vastaukset kuin mihin päädyimme analysoidessamme ravintoloitsijoilta saatua haastattelumateriaalia ja havainnointiamme. Olihan mahdollista, että esimerkiksi ravintoloitsijat yliarvioivat myynnissä olevien ulkomaisten oluidensa menekin.

Kyselyn toteutetimme 22.-26.3. Veimme yhteensä kaksisataa kyselylomaketta ravintola Irish Timesiin ja Rovaniemen Oluthuoneelle, kumpaankin sata kappaletta. Molemmista ravintoloista löytyy runsas valikoima (n. 50 kpl) eri tyyppisiä ja -merkkisiä oluita useista eri maista. Pyysimme henkilökuntaa jakamaan kyselylomakkeita olutta ostaneille asiakkaille eri päivinä ja eri vuorokauden aikoina. Saimme kaikki lomakkeet täytettyinä takaisin ja tarkistuksessa hylkäsimme näistä kolme.

Kokonaisuudessaan asiakaskysely tuki teemahaastattelun ja havainnoinnin tuloksia. Tämä vahvisti käsitystämme siitä, että Rovaniemellä nautitaan ulkomaalaisia oluita selvästi yli maamme keskiarvon. Yleisimmin Rovaniemellä nautitaan olutta pubissa ystävien kanssa. Myös saunan yhteydessä, perisuomalaiseen tapaan, oluen nauttaminen oli varsin suosittua. Vaalea lager oli suosituin olut, mutta myös ulkomaisia oluita nautittiin varsin paljon (ks. kuvio 9). Noin kaksikymmentä prosenttia vastanneista joi mieluiten ale- ja stout-tyyppisiä oluita. Kymmenen prosenttia vastanneista ei nauti koskaan ulkomaisia oluita. Vastanneista 72 prosenttia käy pubissa vähintään kerran viikossa.



Kuvio 9. Oluiden suosio oluttyypeittäin Rovaniemellä (asiakkaat).

## 8 TUTKIMUSTULOSTEN YHTEENVETO

Rovaniemellä on paljon anniskelupaikkoja, niistä olutravintoloita tai pubeja on suurin osa. Pubien määrä on kasvanut 1990-luvulla huomasti. Siinä mielessä olutkulttuurilla on vahva jalansija Rovaniemellä. Yleinen käsitys lienee, että rovaniemeläiset eivät osaa nauttia erilaisista oluista, vaan keskittyvät kotimaisiin vaaleisiin lagereihin humalahakuisesti. Havaintojemme mukaan uusille oluille ollaan kuitenkin erittäin avoimia ja niitä onkin virrannut Rovaniemelle ennätysvauhdilla. 1990-luvun puolivälin jälkeen olutvalikoimien määrä on kuitenkin hieman pienentynyt ja muutamana viime vuotena vakiintunut tiettyihin tyyliuuntiin.

Historiallisesti Rovaniemen pubikulttuuri on erittäin nuorta. Ainoastaan Pub Pisto (perustettu 1960) ja Roy Club (perustettu 1980) ovat perustettu ennen 1990-lukua. Rovaniemen olutkulttuuri juontaa juurensa kuitenkin aina 1900-luvun alkuun Autin Höyrypanimon muodossa. Suomen käymien sotien aikana tämä Rovaniemen olutkulttuurille tärkeä kiinnekohta kuitenkin tuhoutui ja näin menetettiin osa arvokasta olutkulttuurin historiaa. Panimotoimintaa toki elvytettiin ja panimo toimikin muutaman vuosikymmenen tehokkaasti. Panimoa olisi pitänyt laajentaa, mutta tilaa panimolle ei löytynyt ja sen toiminta loppui. Sotien aikana tuhottiin myös Rovaniemen kaikki ravintolat, joten yksi luku historiassa sai pisteen.

Nykyään Rovaniemellä vallitsee selvä "olutravintolabuumi", kuten koko Suomessa yleensäkin. Laadukkaita olutravintoloita eli pubeja löytyy keskustan alueelta kymmenkunta, tämä on suuri määrä asukaslukuun nähden ja yleisestikin ajateltuna. Olutravintoloista kuusi edusti tiettyä irlantilaishenkistä tyyliuuntaa, yksi niistä mainostaakin itseään irlantilaisena pubina. Loput olivat omalaatuisempia ja niistä huokui rovaniemeläistä ja suomalaista sisustustyyliä. Hengeltään pubit eivät juuri poikenneet toisistaan. Iloinen ja kodikas tunnelma oli aistittavissa jokaisessa pubissa. Samantyylliset asiakkaat löytyivät joka paikasta,

eräissä paikoissa oli ehkä enemmän "kravattimiehiä ja jakkupukunaisia", mutta yleisesti asiakaskunta oli varsin värikästä. Rovaniemen pubi-ihmiset eivät katso yhteiskuntaluokkia tai vaateetusta vaan pubissa ovat perinteisesti istuneet "tuomarit ja juomarit" vierekkäin keskustelemassa vaikkapa urheilusta tai muusta heitä yhdistävästä asiasta. Avoimuus ja ystävällisyys tuntui olevan myös yhdistävä piirre kaikissa keskustan pubeissa. Myöskin ystävien tapaaminen ja hauskanpito oli rovaniemeläisille pubi-ihmisille tärkeää.

Valikoimaa oluista löytyi paljon ja menekkiä tuntui olevan erikoisluuillekin suhteellisen paljon. Mielestämme rovaniemeläisten ravintoloiden olutvalikoiman vähättely on aiheetonta, kun otetaan huomioon se, että ravintolan on huolehdittava siitä, että oluet "kiertävät" eli menevät kaupaksi. Valikoimaa löytyy kuitenkin hyvin ja tuskin yksikään ravintoloitsija turhaan laittaa tuhansia markkoja oluisiin, jotka eivät mene kaupaksi. Käsitystämme tuki myös asiakkaille suunnattu kysely. Ulkomaiset oluet – varsinkin irlantilaiset – ovat hyvin suosittuja. Tätä käsitystä tukee myös käynti paikallisessa Alkon liikkeessä ja isossa marketissa, ulkomaisia oluita löytyy varsin paljon. Ulkomaisten oluiden suosio on toisaalta hyvä ja toisaalta huono asia. Suomessa on paljon omia hienoja oluita, joita on syytä kunnioittaa, mutta toisaalta maailmalta löytyy paljon erilaisia ja erityyppisiä oluita ja on sääli, jos niistä ei osata nauttia – tästä ei rovaniemeläisiä voi kuitenkaan syyttää. Tutkimukset tukevat käsitystämme siitä, että rovaniemeläiset ovat löytäneet varsin hyvin ulkomaiset oluet otettaessa huomioon ulkomaalaisten oluiden saanti; oluentuontihan vapautui täysin vasta viisi vuotta sitten. Vaikka valikoimaa löytyy, ei Rovaniemen olutkulttuuriin kuitenkaan kuulu pröystäily olutmerkkien määrällä, vaan olutkulttuuri perustuu enimmäkseen kotimaiseen olueen ja pubien tunnelmaan.

Erialaisten oluiden nauttimisen jakautumista Rovaniemellä voidaan pitää hyvänä tuloksena ajatellen suomalaisen olutkulttuurin säilyttämistä ja ulkomaisten oluiden tuntemusta. Kotimaisten oluiden osuus oli 80 – 90 % ja ulkomaisten 10 – 20 %. Tulos saattaa kuitenkin antaa hieman virheellisen kuvan, koska turistit saattavat vaikuttaa tuloksiin. Toisaalta Rovaniemen olutkulttuuriin kuuluvat tänä päivänä sankat turistijoukot, jotka antavat mukavaa lisäväriä pubeihin. Voi olla, että juuri turistien myötä Rovaniemen valikoima on kehittynytkin varsin kattavaksi. Omien kokemustemme perusteella ainakin autotestaajat, jotka viiptyvät Rovaniemellä joka talvi jopa kaksikin kuukautta, vaativat omien maidensa oluita pubien valikoimiin, jotta he viihtyvät asiakkaina. Syynä lienee pitkät testausajat ja pienoinen koti-ikävä.

Maailmaa ja Suomea kiertäneinä pubi-ihmisinä olemme huomanneet Rovaniemen keskustan pubien olevan erityisen tyylikkäitä ja siistejä, niin sisustukseltaan kuin ulkoasultaankin. Tämä johtunee osaksi pubien nuoresta iästä, mutta osoittaa myös sen, että rovaniemeläiset panostavat ravintoloidensa viihtyvyyteen.

Tämän tutkimuksen perusteella on vaikea vetää yhtäläisyyksiä rovaniemeläisten juomatavoista, koska asiakkaita tuntui olevan laidasta laitaan. Päähtyminen ei kuitenkaan ollut pääsyyntä ravintolaan tuloon. Vaikutti siltä, että pubeihin tultiin lähinnä seurustelemaan ja viettämään aikaa ystävien kanssa. Humaltuminen toki kuului asiaan jokaisessa pubissa, mutta häiritsevästi päähtyneitä emme havainnointimme aikana tavanneet kuin "suomalaisessa pubissa". Jos suomalainen juo perinteisesti humaltuakseen, ei rovaniemeläisiä siinä tapauksessa voi sanoa kovin perinteisiksi suomalaisiksi oluenjuojiksi. Päähtyminen on vain luonnollinen seuraus hyvän oluen nauttimisesta. Kuitenkin harva näytti käyvän vain yhdellä oluella, vaan yleensä nautti saman tien useammankin oluen.

Verrattuna muihin eurooppalaisiin olutkulttuureihin yhtäläisyyksiä löytyy paljon. Pubeissa henkilökunta tuntui olevan tärkeä osa pubin olemusta, kuten Isossa-Britanniassa ja Irlannissakin. Ajanvietto ja seurapelit olivat suosittuja (kuten Isossa-Britanniassa) ja ihmiset tulivat ravintolaan viihtymään ja seurustelemaan – kuten kaikissa tutkimissamme merkittävissä eurooppalaisissa olutmaissa. Olutvalikoima oli suhteellisen laaja ja henkilökunta tuntui olevan hyvin asiantuntevaa kuten kaikkialla Euroopassa. Urheilu tuntui kiinnostavan asiakkaita, tosin erona muuhun Eurooppaan jääkiekko oli suositumpaa kuin jalkapallo (tosin Rovaniemen Palloseura tuntuu olevan ainakin paikalliselle väestölle tärkeä joukkue).

Kesäisin olutterassit ovat hyvin suosittuja kuten Saksassakin. Suosituin olut Rovaniemellä on kotimainen vaalea lager, joka on samaa tyyliä kuten Saksan, Tanskan ja Tshekin suosituimmat oluet. Pöytiin tarjoilua ei ollut muutoin kuin hiljaisimpana aikana. Yleensä juomat haetaan itse baaritiskiltä. Sama käytäntö on Irlannissa ja Isossa-Britanniassa, kun taas Keski-Euroopassa (esimerkiksi Saksassa, Tsekissä ja Belgiassa) olut tarjoillaan pöytiin.

Musiikki on tärkeää rovaniemeläisille pubin asiakkaille (kuten irlantilaisillekin). Neljässä keskustan pubissa tarjottiin elävää musiikkia ja monessa oli ohjelmassa karaokelaulu – vaikutteita löytyy siis Japanista asti. Karaokelaulajat vaikuttivat olevan pienehkö, mutta sitäkin aktiivisempi joukko. Irlantilaisuus tuntuu olevan lähellä rovaniemeläisten sydämiä, lieneekö syynä hienoinen samaistuminen. Irlannissa on ollut jo pitkän aikaa sisällissota ja työttömyys suurena murheen aiheena, Rovaniemellä taas suurtyöttömyys ja sodissa aikoinaan tuhoutunut kaupunki ovat vakavia asioita. Myöskin juomistyyliä on yhtäläisyyksiä, humaltumista ei vältetä. Rovaniemeläiset publiihmiset kävivät usein pubeissa, vähintään kerran viikossa. Irlannin lukemiin ei päästä, mutta suuntaus on kasvamaan päin. Muitakin yhtäläisyyksiä Irlantiin, ja varsinkin Dubliniin, oli havaittavissa. Rovaniemeltä löytyy paljon pubeja ja musiikkiryhmiä.

Rovaniemeltä ponnistaakin Suomen mittakaavassa suhteellisen paljon yhtyeitä julkisuuteen.

Selvimminkin Rovaniemen olutkulttuuri poikkeaa Belgian olutkulttuurista, mutta yhtäläisyyksiäkin löytyy, ainakin opiskelijoiden juomatavoista. Muihin Euroopan olutkulttuureihin verrattuna rovaniemeläiset eroavat siinä, että kesken työ- tai opiskelupäivän ei piipahdeta oluella, tai näin tehdään ainakin erittäin harvoin. Muualla Euroopassa tämä on yleinen tapa.

Asiakaskyselymme perusteella rovaniemeläiset kuitenkin myöntävät olevansa varsin ahkeria pubi-ihmisiä, 72 % kyselyyn vastanneista kävi pubissa vähintään kerran viikossa. Suuntaus on selvästi Ison-Britannian ja Irlannin kaltainen, niissä keskiverto pubin asiakas käy vähintään kolme kertaa viikossa pubissa. Tuntuu siltä, että rovaniemeläiset ovat hieman niin sanottua "on/off" kansaa, eli kun kerran pubiin lähdetään, niin samalla nautitaan useampi olut, eikä jätetä juomista yhteen tai kahteen olueen. Toki yhdellä oluella kävijöitäkin löytyy aika paljon, mutta yleisesti sanottuna lähes aina "otetaan useampi kun on kerran pubiin lähdetty". Eroavaisuutena mainittakoon ulkomaisten oluiden suosio, tuskin muissa Euroopan maissa nautitaan yhtä lailla ulkomaisia oluita kuin Suomessa ja Rovaniemellä. Tämä johtunee osaksi siitä, että kotimaisen oluen kirjo on varsin kapea (tosin laadukas) ja makuelämyksiä haetaan eri tyyleistä, joita ei Suomessa valmisteta. Rovaniemeläistä ja suomalaista oluenjuojaa voidaan sanoa varsin kansainväliseksi ja hyvin oluet tuntevaksi.

Olutseurat edistävät omalta osaltaan olutkulttuuria. Tämä edellyttää kuitenkin, että seura on aktiivinen ja seuraa oluen ympärillä tapahtuvia asioita ja ilmiöitä. Hyvät olutseurat tutkivat oman alueensa olutkulttuuria ja järjestävät tapahtumia, joissa "tavallisille" ihmisille järjestetään mahdollisuus kokea erilaisia olutkulttuureja ja makuelämyksiä. Suurin osa pienistä olutseuroista toimii kuitenkin omaksi ilokseen yhteisen hauskanpidon merkeissä. Suuret kansainväliset ja kansalliset olutliitot ovat merkittävimpiä olutkulttuurin edistäjiä. Ne tekevät tutkimuksia sekä järjestävät tapahtumia



ja kampanjoivat perinteisten oluiden puolesta. Rovaniemeläiset olutseurat ovat varsin nuoria kuten yleensä muuallakin maailmassa. Rovaniemen olutseurat eivät ole kuitenkaan yleisesti kovin aktiivisia. Ne järjestävät ”tapahtumia” lähinnä omaksi ilokseen. Haastattelujemme perusteella kiinnostusta suurelle yleisölle suunnatun tapahtuman, esimerkiksi olutfestivaalin, järjestämiseen löytyy, mikäli yhteistyökumppaneita olisi.

Olutmatkailua harrastetaan rovaniemellä jonkin verran – ainakin olutseurat tekevät jonkin verran matkoja. Lisäksi Rovaniemellä on Rovaniemi-Irlanti-seura, joka järjestää matkoja Irlantiin vuosittain. Olut on tärkeä elementti näillä matkoilla. Tämä myös tukee päätelmiämme rovaniemeläisten erityisistä Irlanti-sympatioista. Olihan vielä puoli vuotta sitten Rovaniemellä kaksi Irlantilaista publiakin. Toisen tilalle on kuitenkin tullut uusi ravintola. Rovaniemelle ei tietävästi tehdä varsinaisia olutmatkoja, mutta ainakin norjalaiset sotilaat tekevät rovaniemelle lomamatkoja, joissa olut näyttelee suurta roolia. Olutkulttuurin kannalta ajatellen Rovaniemen vetonauloja ovat tasokkaat pubit.

Ruokaa ei rovaniemeläisissä pubeissa juuri saa, ja jos ruokaa onkin tarjolla, se ei ole erityistä olutruokaa. Ruokailu ja oluen juonti pidetään siis erillään, tosin kotimaista olutta suositellaan ruokajuomaksi usein muun muassa poronkärityksen kanssa.

Pubeissa ei yleensä jätetty juomarahaa henkilökunnalle, tässä poiketaan muista Euroopan maista ehkä eniten. Tietenkin osasyynä on se, että niin sanottu palveluraha sisältyy juoman hintaan. Kierroksen (round) tarjoaminen seurueelle vuoron perään näytti myös olevan harvinaista. Esimerkiksi Belgiassa ja Englannissa moinen käytös olisi töllyä. Tämä muualla Euroopassa varsin yleinen tapa on kokemustemme perusteella kuitenkin lisääntymässä Rovaniemelläkin, samoin kuin juomarahaa jättäminen.

Kaikissa tutkimusalueen ravintoloissa palvelu oli erittäin hyvää ja kohtalaisen asiantuntevaa. Tarjoilijat olivat opiskelleet myynnissä olevien oluidensa tärkeimmät yksityiskohdat niin, että he osasivat neuvoa oluen nauttimisessa ja kertoa hieman oluen taustasta. Asiantuntijuus kuitenkin tuntui rajoittuvan omiin myynnissä oleviin oluisiin. Koko olutkulttuurin tuntemuksessa olisi parannettavaa. Joukosta löytyi toki todellisia olutasiantuntijoitakin.

Kaiken kaikkiaan voidaan sanoa, että Rovaniemen olutkulttuuri on rikasta, täältä löytyy monen eri tyylin ravintoloita pienpanimoa myöten. Rovaniemeltä löytyy olutkulttuurillisia perinteitä ja uudet tuulet otetaan avoimesti vastaan. Jotkin tyylit ja oluet jäävät, toiset taas käväisevät ja antavat tilaa uusille. Tulimme siihen johtopäätökseen, että tällä hetkellä Rovaniemen olutpubeissa irlantilainen tyyli suunta on vallitsevin.

Tulosten luotettavuudesta mainittakoon, että tutkimuksemme oli varsin kattava. Asiakaskyselyymme vastasi 200 henkilöä. Haastattelimme yhden-toista ravintolan esimiehiä. Luotettavuutta lisäsi kahdentoista olutasiantuntijan ja oluen ystävän haastattelut eri ammattialoilta sekä Suomesta että ulkomailta. Mielestämme tutkimuksemme on suhteellisen luotettava ottaen huomioon laajan kokonaisuutensa käytön ja asiantuntijahaastatteluiden ja kyselyiden laajuuden. Käyttämämme kirjallinen materiaali sekä tutkimuksestamme saatu tieto tukivat toisiaan lähes poikkeuksetta.

Rovaniemellä on tunnetusti vilkas publi- ja ravintolaelämä, jota verrataan usein pääkaupunkimme Helsingin ravintolakulttuuriin. Legendan mukaan Hurriganes-yhtyeen Remu Aaltonen on todennut jossakin haastattelussa näin: "Suomessa on kaksi stadia, Rovaniemi ja Helsinki – siinä järjestyksessä!" Tähän yhtyykin Drink It -lehden testiryhmä, joka vieraili Rovaniemellä: "Vanhan sanonnan mukaan Rovaniemi on Suomen toinen pääkaupunki. Ainakin yöelämänsä ja ravintolakulttuurinsa puolesta Rovaniemi on kannuksensa ansainnut!" (Maskulin, Drink It, 1/2000, 37). Maskulin toteaa myös seuraavaa: "Lukuisissa pubeissa ja autenttisissa

pikku ravintoloissa voi törmätä aitoon lappilaiseen – tai suorastaan jaritervomaiseen – tunnelmaan." Tästä ei voi tehdä kuin yhden johtopäätöksen: Rovaniemen ravintola-, ja varsinkin pubi- ja olutkulttuuri on vertaansa vailla.

Mitä tulevaisuus sitten tuo tullessaan? Rovaniemen olutkulttuuri on erittäin nuorta. Elämmekin varmasti juuri tällä hetkellä aikaa, jolloin olutkulttuuri hakee vielä uomiaan. Esimerkiksi Keski-Euroopan maiden oluet ja tavat tuntuivat eroavat rovaniemeläisetä tyylistä paljon. Keski-Eurooppalaisuus on kuitenkin erittäin suosittua jo Etelä-Suomessa, joten oletettavaa on, että esimerkiksi belgialaiset oluet tulevat vielä Rovaniemellekin. Tosin silminhavaittava irlantilaisuuden suosio perustuu varmasti muuhunkin kuin tällä hetkellä vallitsevaan trendiin. Samaistuminen irlantilaisiin on selvästi havaittavissa ja luulemmekin, että irlantilaistyylinen olutkulttuuri tulee säilymään osana Rovaniemen olutkulttuuria.

Miten käy rovaniemeläisten oman olutkulttuurin? Sitä ei voida varmasti sanoa, mutta näyttää siltä, että rovaniemeläisyyttä ja lappilaisuutta tullaan jatkossa korostamaan, eikä tyyliuuntia haeta muualta Euroopasta. Tästä todistuksena Rovaniemen uusin pub: Pub Uitto. Toivottavasti muutkin Rovaniemen ravintoloitsijat (tai tulevat ravintoloitsijat) myös havaitsevat lappilaisen "tukkijätkä" -tyylin erikoisuuden ja kiinnittävät siihen huomiota. Rovaniemellä on omalaatuinen historia ja kulttuuri. Juuri pubeissa olisi hyvä korostaa omaperäisyyttä, näin säilytettäisiin rovaniemeläisyys ja tarjottaisiin myös turisteille pubikulttuurin muodossa sitä, mitä he täältä hakevatkin – lapin eksotiikkaa. Koska sotien aikana tuhoutui osa ravintolahistoriaa, olisi nyt aika herättää lappilaiset perinteet henkiin ja luoda aivan uutta ja omaperäistä olutkulttuuria, joka on olutkirjoltaan eurooppalainen ja tyyliiltään lappilainen. Näin palveltaisiin kaikkia osapuolia: rovaniemeläisiä, opiskelijoita, turisteja jne. Yhtenevä Eurooppa saattaa horjuttaa itsenäisen Suomen ja samalla Rovaniemen omintakeisia perinteitä ravintolakulttuurin muodossa. Nykyinen olutravintolatrendi hakee esikuvia ehkä liikaakin muualta Euroopasta. Tietenkin on myös hyvä asia, että publiin sisälle as-

tuessaan asiakas voi mielessään matkustaa ulkomaille. Kuitenkin odotamme aikaa, jolloin vanhojen krouvien, kaupunginkellareiden ja kievareiden pohjapiirustukset kaivetaan esiin ja aletaan luomaan uutta ja merkittävää suomalaista ja rovaniemeläistä olutkulttuuria – vaikkapa sahdin voimalla. Eikä ole sanottu, etteivätkö oranssit muovituolit ja laminaattipöydät olisi joskus vuosien päästä suuri trendi olutravintoloissa ympäri maailmaa.

## 9 POHDINTA

Tämä työ on ollut erittäin haastava. Aluksi aihe tuntui suhteellisen yksinkertaiselta, mutta totuus paljastui hyvin pian. Rovaniemellä vähän tutkitun kansankulttuurin työstäminen osoittautui työlääksi jo kirjallisen materiaalin puutteen vuoksi. Kirjallista materiaalia löytyi kyllä paljon, mutta itse tutkimusalueeltamme käytännössä ei ollenkaan. Aloitimmekin työn tyhjistä. Määritelyämme olutkulttuuri-käsitteen aloitimme tutkimustyön. Tämä vaihe työssämme oli aikaa vievää, mutta antoisaa. Keskustelimme useiden rovaniemeläisten oluen parissa työskennelleiden ihmisten kanssa ja Rovaniemen olutkulttuurin tausta alkoi vähitellen hahmottua.

Oleellista työmme kannalta oli, että tutustuimme ennen haastatteluja ja kyselyä eurooppalaisiin olutkulttuureihin. Tekemämme haastattelut olivat oman oppimisemme kannalta erittäin antoisia. Huomasimme, että lähestymällä rohkeasti eri ihmisiä ja tahoja saa varsin nopeasti aikaan tuloksia. Itsevarmuutemme kasvoi, kun huomasimme, että ravintola-alan ihmiset auttoivat ja kertoivat mielellään omat tietonsa mitään salaamatta. Mainitsemisen arvoinen seikka on myös se, että saimme ennen haastatteluja pubien asiakkailta hyviä vihjeitä siitä, keitä kannattaa haastatella. Työmme tekemisen aikana olemme luoneet myös joitakin mielenkiintoisia kontakteja. Tutkimuksemme myötä on avautunut jo uusia mahdollisuuksia, esimerkiksi Helsingin Sanomat on tilannut meiltä artikkelin koskien eri olutmaiden tunnuslukujen analysointia.

Tehtyämme tutkimuksen totesimme, kuinka tärkeää on tutkia oluiden menekkiä ja asiakkaiden toivomuksia ja tottumuksia. Tutkimuksen tuloksista on paljon hyötyä esimerkiksi omaa olutravintolaa perustettaessa tai jo olemassa olevaa ravintolaa kehitettäessä. Kun tietää mitä on tarjolla ja mitä asiakkaat haluavat, on helpompaa tehdä jatkuvaa kehitystyötä ilmapiirin ja valikoiman parantamiseksi. Valmistuessamme ravintola-alan esimieheksi on tärkeää pysyä kehityksessä mukana. Erityisesti työmme opetti sen,

kuinka tärkeää omaa olutravintolaa perustettaessa on tietää paikkakunnan (olut)historiasta, kulutuksesta, tarjonnasta ja asiakkaiden tarpeista. Tutkimuksemme Rovaniemen olutkulttuurista olikin meille molemmille antoisa ja opettava kokemus. Kehityimme olutkulttuurin asiantuntijoina ja opimme tutkivan kehittämisen merkityksen. Omaa olutkulttuurin tuntemustaan kehittämällä voi omassa ammatissaan vaikuttaa myös olutkulttuurin kehittymiseen.

Olennaista työmme etenemiselle oli hyvä ”tiimihenki”. Välillä tuntui siltä, että vastassamme on täydellinen umpikuja. Jaksoimme kuitenkin toisiamme kannustamalla suoriutua ylivoimaiseltakin tuntuvista tehtävistä. Välillä hermot olivat tiukalla ja välillä tuntui, ettei nauramisesta tule loppua. Tutkimusmateriaalin (haastattelujen ja kyselyjen) purku oli raskasta aikaa. Teimme viimeiset kaksi viikkoa kaksitoistatuntisia päiviä, jotta työmme valmistuisi ajoissa. Tällaiseen yhteistyöhön emme olisi kyenneet ilman toimivaa työskentelysuhdetta. Työssämme saimme arvokasta kokemusta myös työelämässä käytettävästä tiimityöskentelystä.

Tutkimustamme tehdessämme huomasimme, että aiheesta olisi voinut vaikka kirjoittaa kirjan. Mitä lähemmäksi työn valmistumistakaraja tuli, sitä enemmän tuntui, että olisi aina vain enemmän kerrottavaa. Lähinnä tutkimukseemme olisimme kaivanneet syvempää analyysiä Rovaniemen olutravintoloista keskustan ulkopuolelta. Vasta työn palauttamista edeltävänä päivänä tapasimme vihdoinkin Seppo Bonsdorffin, Jussi Rokan ja Unto Tikkasen (ks. lähteet). Mikäli nämä kontaktit olisi saatu aiemmin, olisimme varmasti voineet hyödyntää niitä tutkimuksemme aikana. Asiakaskyselytämme olisi saanut enemmänkin irti. Huomasimme kyselyn tarpeellisuuden liian myöhään, joten kysely toteutettiin erittäin nopeasti. Kysely kuitenkin tuki tutkimustamme ja lisäsi sen luotettavuutta. Toivomme, että joku tulevaisuudessa tekisi vastaavanlaista tutkimusta käyttäen työtämme apunaan.

## LÄHTEET

Alasuutari, Pertti 1999. Laadullinen tutkimus. 3. uudistettu painos. Gummerus kirjapaino Oy, Jyväskylä.

Asplund, Ulla 1990. Sahtikirja. Suomen sahtiseura ry. Valkeakosken kirjapaino.

Bonsdorff, Seppo 1997. Suomen panimot. Gummerus kirjapaino Oy.

Eskola, Jari – Suoranta, Juha 1999. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 3. painos. Gummerus kirjapaino Oy, Jyväskylä.

Grönfors, Martti 1985. Kvalitatiiviset kenttätömenetelmät. 2. painos. WSOY:n graafiset laitokset, Juva.

Hannula, Seppo – Mäkelä, Aimo – Peltovuori, Risto – Ylikangas, Heikki 1992. Muuttuva maailma – Sääty-yhteiskunta Suomessa. Gummerus kirjapaino Oy, Jyväskylä.

Hyttinen, Ilkka 1998. Hartwall Olutkoulu. Oyj Hartwall Abp.

Ivory, Michael 1996. City Pack Prague. WSOY, 2. painos. Dai Nippon Printing Co. Hong Kong.

Jaatinen, Toimi – Montonen, Mikko – Krötzl, Christian – Nurmi, Ismo 1995. Olut. Kirjapaino Hermes, Tampere.

Jackson, Michael 1990. Suuri Olutkirja. Gummerus Kustannus Oy, Hongkong.

Jackson, Michael 1994. Michael Jacksonin Olutkirja. Gummerus Kustannus Oy, Singapore.

Kangas, Sinimaaria – Stenger, Wif 1996. Irlanti - runojen ja raunioiden saari. WSOY, Juva.

Kanniainen, Aki 1997. Opinnäytetyö. Muuttuva suomalainen olutkulttuuri, RHROL.

Kaukinen, Milja – Nylund, Marjukka – Siikala, Pertti 1995. Alkoholijuomien käsikirja 1. 5. korjattu painos. Uudenkaupungin kirjapaino Oy.

Laaksonen, Pirjo – Leminen, Anne 1996. Oluen merkitysmaailma – Kvalitatiivinen analyysi olutmerkkien mielikuvista. Vaasan yliopiston julkaisuja.

Lahtinen, Jukka – Isoviita, Antti. 1998. Markkinointitutkimus. 1. painos. Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä.

Lassila, Sirkka 1997. Uusi käytöksen kultainen kirja. Uudistettu laitos. 3. painos. WSOY-kirjapainoyksikkö, Porvoo.

Laurin, Urban 1994. Viinistä viskiin. Karisto Oy:n kirjapaino, Hämeenlinna.

Müller, Bernd 1996. Ireland. 1. Edition. Geo Center, Hampshire.

Nachel, Marty – Ettliger, Steve 1999. Olut for dummies. Suomen Atk-kustannus Oy. Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä.

Numminen, M.A. 1986. Baarien mies. Kirjayhtymä, Helsinki.

Olut on nautinto. Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry.

Rekiaro, Ilkka – Robinson, Douglas 1993. Suomi/englanti/suomi-sanakirja. 7. painos. Gummerus Oy, Jyväskylä.



Salminen, Kerstin – Poutanen, Päivi 1996. Kulttuurikompassi. Edita, Helsinki.

Salo, Maija 2000. Alko, saate. 19.2.2000.

Soini, Yrjö 1963a. Vieraanvaraisuus ammattina I. Kustannusosakeyhtiö Otava, Keuruu.

Soini, Yrjö 1963b. Vieraanvaraisuus ammattina II. Kustannusosakeyhtiö Otava, Keuruu.

Talvi, Jussi 1989. Gastronomian historia. Kustannusosakeyhtiö Otavan painolaitokset, Keuruu.

Tikkanen, Unto 1999. Suomalaisen olutkirja. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Karisto Oy, Hämeenlinna.

Tuominen, Tauno A. 1983. Alkoholია ja ravintoloita maailman eri kulmilta. OPEKON OY, Mäntän Kirjapaino Oy, Mänttä.

Tuominen, Tauno A 1989. Alkoholია ja ravintoloita maailman eri kulmilta, jatko-osa. Hakapaino OY, Helsinki.

Turunen, Ari 1999. Humalan henki. Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä.

Turunen, Ari – Partanen, Markus 1996. Ulkokultaisen käytöksen kirja. 3. painos. WSOY:n graafiset laitokset, Juva.

Virtamo, Olavi 1997. Legendaarinen Pohjanhovi. Karisto Oy, Hämeenlinna.

Young, Jimmy 1979. A short history of ale, 1. painos. David & Charles, USA.

## HAASTATTELUT

Kinnunen, Aaro 2000. Pub Ylityön omistaja. Haastattelu 14.2.2000.

Lantto, Toini 2000. Tarkastaja, lapin lääninhallitus. Haastattelu 10.3.2000.

Markkanen, Esa 2000. Hartwall Oy:n Lapin Kullan hallintopäällikkö. Haastattelu 16.3.2000.

Metsäpelto, Pertti. ABC ry:n puheenjohtaja. Haastattelu 8.3.2000.

Piri, Eija 2000. Entisen Kantakrouvin vuoropäällikkö. Haastattelu 13.3.2000.

Rabbitte, Billie 2000. Baarimestari, Irlanti. Haastattelu 15.1.2000.

Rokka, Jussi 2000. Oluttoimittaja, Helsingin Sanomat. Haastattelu 13.4.2000.

Saarnilehto, Markku 2000. RoiHu:n puheenjohtaja. Haastattelu 10.2.2000.

Takkinen, Erkki 2000. Hartwall Oy:n Lapin aluepäällikkö. Haastattelu 27.3.2000.

Tikkanen, Unto 2000a. Juomanlaskija-lehden päätoimittaja, olutkirjailija. Haastattelu 13.4.2000.

Viiirret, Tuomas 2000. Keittiöpäällikkö, Lontoo. Puhelinhaastattelu 2.3.2000.

Väänänen, Pihla 2000. Belgiassa asunut oluenystävä. Puhelinhaastattelu 4.2.2000.

Ylijääskö, Marika 2000. Roy Clubin ravintolavastaava. Haastattelu  
1.4.2000

"Hannu Hanhi". Anonyymi Pub Tupsun kanta-asiakas. Haastattelu  
28.3.2000.

#### LEHTIARTIKKELIT

Maskulin, Sanna 2000. Rovaniemen yössä on outoa taikaa! Primalco Oy:n  
tiedotuslehti: Drink It, 1/2000, 34 - 37.

Montonen, Mikko 1998. Olut ja rento tunnelma kuuluvat Tanskassa yh-  
teen. Oy Sinebrychoff Ab:n asiakaslehti: Oluen ystävät 1/1998, 26 - 28.

Yläne, Kari 2000. Oluenkuluttajat yhdistävät voimansa. Iltasanomat  
2.3.2000, 8.

Talvensaari Leena 2000. Kodin Kuvalehti 6/2000, 136 - 139.

Tikkanen Unto 2000b. Oy Sinebrychoff ab:n asiakaslehti: Oluenystävät  
1/2000, 4 - 7.

Korhonen, Taru 2000. Kapakkakisoja ja baaripuuhaa. Iltasanomat  
2.2.2000, 36.

## INTERNET

CBMC, The Brewers of Europe 2000. Statistics. Osoitteessa

<http://www.cbmc.org/ukpages/statmenu.htm>. 22.3.2000

EBCU, European Beer Consumers Union 2000. About EBCU. Osoitteessa

<http://www.dma.be/p/pinternt/eng/ebcu.html>.

Elintarviketeollisuusliitto ry. 2000. Elintarviketeollisuuden kotimaan myynti-

lukuja 1994 - 1998. Osoitteessa <http://www.etl.fi/tilastot/myyntilukuja.html>.

21.3.2000.

Hartwall 2000. Juomien per capita - kulutus. Osoitteessa

[http://www.hartwall.fi/hwl\\_sijoittajille/Luvut/juomakulttuuri.html](http://www.hartwall.fi/hwl_sijoittajille/Luvut/juomakulttuuri.html). 20.3.2000.

Helsingin Sanomat Verkkoliite, Oluthelsinki 2000. Suomi ja Olut. Osoit-

teessa <http://www.helsinginsanomat.fi/oluthelsinki/suomi/>. 23.3.2000

Helsingin Sanomat Verkkoliite, Oluthelsinki 2000. Olutsanastoa. Osoit-

teessa <http://www.helsinginsanomat.fi/oluthelsinki/sanasto/>. 24.3.2000.

Hyvät Olutravintolat 2000. Tietoa yhdistyksestä. Osoitteessa

<http://www.hyvat-olutravintolat.fi/yhdistys.html>. 22.3.2000.

Pilsner Urquell 2000. Results. Osoitteessa

<http://www.pilsner-urquell.cz/ENGLISH/basic/resul.html>.

Suomen Itsenäisten Olutseurojen Liitto 2000. Olutseurojen liitto. Osoit-

teessa <http://beer.tcm.hut.fi/FINNLIBS/ebcu.shtml>. 12.2.2000.

Suomen Olutseura 2000. Suomen Olutseuran missio. Osoitteessa

<http://www.suomenolutseura.fi/missio.htm>. 12.2.2000.

## LIITTEET

### Liite 1. Olutsanastoa

Ale (lausuttuna kutakuinkin *ei!*)

Yleisnimi oluella, joka on käynyt pintahiivalla suurin piirtein huoneenlämmössä. Erityisesti Brittein saarilla on monenlaisia aletyyppejä: bitter, brown ale, mild, pale ale, porter, stout, old ale, barley wine.

Balling

Ilmaisee vierteen uutepitoisuuden prosentteina. Ks. plato, original gravity, kantavierre.

Barley Wine

Hyvin vahva (6 - 11 %) brittiläinen ale.

Berliner Weisse

Saksalainen vehnäoluttyyppi: vähäalkoholinen, kevyt, hapan. Kotoisin Berliinistä.

Bitter, Bitter ale

Hyvin humaloitu brittiläinen kuparinruskea pintahiivaolut.

Body

Maistettaessa oluen suutuntuman täyteläisyys tai viskositeetti, maltaan proteiinien tuoma.

Bock

Vaalea tai tumma, vahva ja mallasmainen pohjahiivaolut. Alunperin kotoisin Saksasta, Einbeckin kaupungista.

Brown ale

Brittiläinen makea ale, makeus tulee mäskissä käytetystä karamellimaltaasta.

CAMRA

Campaign for real ale, englantilainen oluen kuluttajajärjestö.

Dekantointi

Pullossa jälkikäyneen oluen kaataminen lasiin niin, että pohjalle laskeutunut hiiva ei tule lasiin mukaan.

EBC

Euroopan panimoliitto (European Brewery Convention) .

EBC-asteet

EBC (European Beer Color Unit) on Euroopan panimoliiton hyväksymä tapa ilmoittaa oluen väri. EBC-arvo 5 merkitsee hyvin vaaleaa olutta, jotkut portterit ja stoutit saattavat saada arvokseen jopa yli 300. EBC määritetään mittaamalla yhden tuuman paksuisen olutkerroksen valonläpäisykyky harmaasävyasteikolla.

EBCU

Euroopan oluenkuluttajien liitto, kuluttajajärjestö.

EBU

EBU (European Bitterness Unit) on Euroopan Panimoliiton käyttämä tapa ilmoittaa oluen katkeruus. EBU-yksiköt vaihtelevat noin välillä 7-100.

**Faro**

Lambicia, johon on lisätty sokeria.

**Fenolinen**

Oluessa sairaalamainen, lääkemäinen aromi. Selvimmin aistittavissa saksalaisissa vehnäoluissa ja sahdissa.

**Finnlibs (katso Olutliitto)****Flavori**

Flavori kuvaa maun, aromin ja suutuntuman yhteisvaikutusta. Suurin osa flavorista aistitaan tuoksuna.

**Gueuze**

Nuoren ja vanhan lambic-oluen sekoitus. Viinimäinen, kuiva flavori.

**Hiilidioksidi (CO<sub>2</sub>)**

Muodostuu käymisen aikana, antaa oluelle poreilevaa, suussa tuntuva raikkautta.

**Hiiva**

Eliö (sieni), joka käyttää olutvierteen sokerit alkoholiksi ja hiilidioksidiksi. Samalla olueen muodostuu aromiaineita.

**Humala**

Mauste, antaa oluelle katkeruuden ja humalan aromin. Toimii myös säilytysaineena.

**Hydrolyysi**

Nimitys sille mäsäyksen tapahtumalle, jossa maltaiden sisältämä tärkkelys pilkkoutuu sokereiksi.

**IBU**

Kansainvälinen oluen katkeruusluku. Ks. EBU

**Immo, immobilisointi**

Menetelmä, jolla lager-oluen jälkikäyminen ja varastointiaika voidaan lyhentää muutamaan tuntiin.

**India Pale Ale, IPA**

Brittiläinen voimakkaasti humaloitu vahva ale.

**Jälkikäyminen**

Jälkikäymisessä olut "kypsy" ja siihen syntyy lisää hiilidioksidia.

**Kalja**

Mieto, lähes täysin alkoholiton ruismaltaasta pantu mallasjuoma, jonka kaikki sokeri ei ole ehtinyt käydä. Nautitaan tuoreena.

**Kantavierre**

Vierteen sokeripitoisuus ennen hiivan lisäämistä. Eri asia kuin valmiin oluen alkoholipitoisuus, vaikkakin useimmiten kantavierteeltään vahvemmassa oluessa on myös enemmän alkoholia.

**Katkeruus**

Humalan olueen tuoma ominaisuus, tuntuu selvimmin olutta nieltäessä. Katkeruusaste ilmoitetaan EBU-lukuna.

**Keitto**

Olutvierteen keittäminen ja humalointi.

**Kontaminaatio**

Olueen päässeiden "väärin" mikrobien aiheuttama oluen makumuutos, usein tarkoittaa erän pilaantumista. Joskus aikaansaa halutun "talon maun".

**Kriek**

Lambicia, johon on sekoitettu kirsikoita.

**Käyminen**

Hiiva ja mallassokeri yhdessä aiheuttavat oluen pääkäymisen. Alkoholikäymisessä hiiva pilkkoo sokerin (glukoosi) ensin palorypälehapoksi, sitten reaktio etenee asetaldehydin kautta etanoliksi, samalla vapautuu energiaa lämmöksi ja syntyy hiilidioksidia.

**Käyvät sokerit**

Sokereita, joita oluthiiva pystyy käyttämään: glukoosi, fruktoosi, maltoosi, maltotriooosi, raffinoosi, sakkaroosi.

**Käymättömät sokerit**

Sokereita, joita oluthiiva ei käytä: dekstriinit, laktoosi, pentoosit, sellobioosi, selluloosa, tärkkelys.

**Kölsch**

Saksalainen, Kölnissä valmistettava hyvin kuiva ja vahvasti humaloitu vaalea pintahiivaolut.

**Lager**

Yleisnimitys oluelle, joka on käynyt viileässä (alle 10 astetta) pohjahiivalla. Maailman yleisin kaupallisesti valmistettavan oluen tyyppi.

**Lambic**

Belgiassa Brysselin tienoilla Sennejoen laaksossa itsekäymisellä (spontaanisti) käynyttä olutta. Hyvin hapanta.

**Makuvirhe**

Flavori, joka ei normaalisti esiinny arvioitavassa oluttyypissä.

**Mallas**

Ohrasta (tai muusta viljasta) idättämällä ja kuivaamalla valmistettu oluen yksi pääraaka-aineista.

**Mild ale**

Brittiläinen ale, mild (mieto) tarkoittaa kevyttä humalointia, josta johtuen mild on makeahkon makuinen. Usein alkoholiltaan mieto, mutta on myös "vahvoja mietoja".

**Münchener**

Tumma lagerolut, jota Baijerissa kutsutaan nimellä Dunkel.

**Märzen**

Täyteläinen baijerilainen pohjahiivaolut. Perinteinen märzen pannaan maaliskuussa ja varastoidaan kesän ajaksi odottamaan oktoberfestin alkua.

**Mäski**

Maltaan ja panimoveden sekoitus, jota mäskätään. Ylijäävä kiinteä jäte, rapa, kelpaa karjanrehuksi.

**Mäskäys**

Maltaiden sisältämä tärkkelys hajoaa kuumassa vedessä mäskättaessä käymiskelpoisiksi sokereiksi.

**Mäskäysohjelma**

Mäskäyksen lämpötilat ja ajat, jotka mäski pidetään kyseisissä lämpötiloissa.

**Old ale**

Vahva, tumma brittiläinen ale.

### Olutliitto

Finnlibs ja Suomen Olutseura yhdistyivät 3.3.2000

Suomen Olutseura. Paikallisten olutseurojen valtakunnallinen järjestö. Julkaisee Olut-lehteä. Finnlibs eli Suomen Itsenäisten Olutseurojen Liitto, EBCUn jäsen.

### Original Gravity

"Alkuperäinen ominaispaino" kertoo kuinka paljon vierre on raskaampaa kuin vesi. OG-yksiköt vaihtelevat välillä 1,032-1,200. Plato-yksiköitä saadaan ottamalla pilkun oikealla puolella olevat numerot ja jakamalla ne neljällä. Ks. plato, balling, kantavierre.

### Oud bruin

Itä-Flanderista Belgiasta peräisin oleva hapanimelä, pullossa kypsytetty pintahiivaolut.

### Pale ale

Läpikuultavan punaruskea brittiolut, voimakkaan hedelmäinen, kevyemmin humaloitu kuin bitter.

### Pastörinti

Oluen säilyvyyden parantamiseksi tehtävä mikrobeita tappava kuumennus.

### Pilsner, pilsener, pils

Böömistä, Pilsenin kaupungista peräisin oleva kirkkaan kullankeltainen lager-oluen tyyppi. Alkuperäinen pilsner on kantavierteeltään 12 Balling-astetta, alkoholiltaan noin 5 tilavuusprosenttia ja katkeruusluvultaan vähintään 40.

### Pintahiiva

Vierteen pinnalla lämpimässä (+15 - +25 celsiusta) käyvä hiiva (*Saccharomyces cerevisiae*). Jättää olueen sokereita ja estereitä, jotka antavat pintahiivaoluille tyypillisen hedelmäisyyden.

### Plato

Kertoo oluen kantavierreväkevyyden, eli käytännössä olutvierteen sokeripitoisuuden prosentteina ennen käymistä. Plato-yksiköt liikkuvat alueella 8-30. Kantavierteellä ja alkoholipitoisuudella ei ole suoraa yhteyttä, mutta yleensä kantavierteeltään suurempi olut on myös vahvempi. Ks. balling, original gravity, kantavierre.

### Pohjahiiva

Vierteen pohjalla viileässä (+5 - +10 celsiusta) käyvä hiiva (*Saccharomyces carlsbergensis*). Puhtaaksi viljelty ja yksisolainen, hajottaa pintahiivaa tehokkaammin vierteen sokerit ja tekee oluesta "puhtaamman" sekä kuivemman. Ks. lager.

### Portteri, porter

Vahva, tumma, hedelmäinen ja täyteläinen pintahiivaoluttyyppi. Kuivaa kahvimaisuutta.

### Proteiinit

Valkuaisaineita, koostuvat noin 20 eri aminohaposta.

### Rauchbier

Tumma, savumaltaasta pantu lager, kotoisin Bambergin kaupungista Saksasta.

### Real ale

Yleisnimitys brittiläiselle pintahiivaoluelle, joka kypsyy tarjoilukuntoon



vasta pubin kellarissa omassa tynnyrissään. Käytetään myös nimitystä "cask conditioned ale". Real ale on aina suodattamatonta ja pastöroimatonta, elävää olutta.

#### Rodenbach

Länsi-Flanderista Belgiasta kotoisin oleva "punainen olut". Hapan maku, hyvin monimutkainen flavori.

#### Sahti

Suomalainen perinteinen oluttyyppi, ruis- tai kaura- sekä ohramaltaista pantu vahva pintahiivaolut, hieman tahmearakenteinen, hedelmäinen, maltainen ja kirpeä maku, katajalla ja myös humalalla maustettu.

#### Spontaanikäyminen

Oluen käyminen, joka tapahtuu ilman panimohiivan lisäystä vierteen luonnon villihiivalla. Aiheuttaa ylikorostunutta hedelmäisyyttä tai viinimäisyyttä flavoriin.

#### Stout

Lähes musta, täyteläinen ja paahtunut pintahiivaolut.

#### Suodatus

Suodatuksessa poistetaan oluesta ylimääräinen hiiva ja samentavat valkuaisaineet.

#### Säilytys

Olut säilyy parhaiten viileässä, alle kymmenessä celsiusasteessa, valolta suojattuna. Suora valo, etenkin loisteputket, ovat myrkyä oluelle, samoin lämpö.

#### Talon maku

Panimokiinteistössä elävän mikrobikannan aiheuttama flavoriin lisäominaisuuksia tuova kontaminaatio oluessa.

#### Trappistolut

Trappistiluostareissa pantu pullossa kypsyvä pintahiivaolut. Vain viisi belgialaista ja yksi hollantilainen luostari saavat käyttää oluistaan tätä nimitystä.

#### Varastokäyminen

Pääkäymistä seuraava jälkikäymisvaihe. Oluen "kypsytys".

#### Vierre

Mäskäyksellä maltaista saatu sokeri- ja valkuaisainepitoinen liuos, joka keiton ja hiivan lisäyksen jälkeen käy olueksi.

#### Villihiivat

Useimmiten olueen epätoivottuja kontaminaatiota (esim. ylihedelmäisyys, viinimäisyys, sameus, liika hiilidioksisuus) aiheuttavia, joka puolella luonnossa eläviä hiivakantoja. Lambic-oluiden spontaanikäymisessä tarpeellisia, muutoin yleensä panimomestarin vihollisia.

#### Weizen, weizenbier, weisse

Pintahiivalla käynyt saksalainen vehnäolut (ainakin puolet maltaasta vehnää), runsasvahtoinen, fenolinen. Voi olla joko kirkasta (hefefrei) tai sameaa (Hefe).

#### Witbier

Belgialaistyyppinen vehnäolut (käytetty vehnä on mallastamatonta), tyyppillisesti appelsiinin kuorilla ja korianterilla maustettu, hieman hapko, virkistävän raikas.

( <http://www.helsinginsanomat.fi/oluthelsinki/sanasto/>.)

**Liite 2. Oluen ravintosisältö (0,33l vaaleata lagerolutta)**

– kaloreita 151 kcal

– rasvaa 0 g

– kolesterolia 0mg

– natriumia 25 mg

– hiilihydraatteja 13,7 g

– proteiineja 1,1 g

– pieniä määriä kalsiumia, kaliumia ja fosforia sekä useita B-vitamiineja  
(Nachel 1999,102.)

### Liite 3. Olut-sanan taivutus

| Sija-<br>muoto    | yksikkö          | monikko   |
|-------------------|------------------|---|
| No-<br>minatiivi  | olut             | oluet   |
| Genetiivi         | oluen            | oluiden, oluitten   |
| Ak-<br>kusatiivi  | olut, olu-<br>en | oluet   |
| Partitiivi        | olutta           | oluita  |
| Essiivi           | oluena           | oluina  |
| Transla-<br>tiivi | olueksi          | oluiksi   |
| Inessiivi         | oluessa          | oluissa   |
| Elatiivi          | oluesta          | oluista   |
| Illatiivi         | olueen           | oluihin, oluisiin   |
| Adessiivi         | oluella          | oluilla   |
| Ablatiivi         | oluelta          | oluilta   |
| Allatiivi         | oluelle          | oluille   |
| Abessiivi         | oluetta          | oluitta   |
| Instruk-<br>tiivi | -                | oluin   |
| Komita-<br>tiivi  | -                | oluineni, oluinesi, oluineen, oluinemme,<br>oluinenne, oluineen |

([http://www.helsinginsanomat.fi/oluthelsinki/suomi/.](http://www.helsinginsanomat.fi/oluthelsinki/suomi/))

#### **Liite 4. Kuinka valuttaa täydellinen pint (0,568l ) Guinnessia**

Maineikkaan dublinilaisen Guinness-panimon väki tietää omistavansa tuotteen, joka vaatii erityistä huomiota osakseen. Sen miljoonat uskolliset fanit vaativat, että tarjoilija osoittaa heidän oluelleen erityistä huomaavaisuutta. Guinnessin pääkonttori (tai maahantuojaja) antaa erikoishanan ja seitsemän kohdan direktiivin, joka määrittelee muun muassa, että hiilihapposeoksessa on oltava 75 prosenttia typpeä ja 25 prosenttia hiilidioksidia. Direktiivissä määrätään myös, että lasia on pidettävä aluksi 45 asteen kulmassa ja lasiin valutetaan 2/3 lasin tilavuudesta olutta. Oluen annetaan asettua niin kauan että se on täysin kirkastunut puhtaan mustaksi. Tämä kestää noin 3-5 minuuttia (vaihe yksi). Sitten lasketaan lisää olutta niin, että olutlasi (Guinnessin oma olutlasi) tulee täyteen. Taas annetaan oluen asettua niin että se kirkastuu puhtaan mustaksi, tämä kestää 3-5 minuuttia (vaihe kaksi). Kun olut on valmis, sen päälle muodostuu 3/4 tuuman vaahtolakki. Tarjoilijalla on yleensä käytössä Guinnessin pääkonttorista saatu taskuohje, jolla voi tarkastaa oluen laadun oluen ulkoisesta olemuksesta. Asiansa osaava tarjoilija taiteilee vaahtolakkiin vielä Irlannin kansalliskasvin, apilan, kuvan hanasta valuvalla oluella juuri ennen kuin olutlasi on täynnä.

Guinness- intoilijat pitävät matkustellessaan jopa kirjaa siitä, minkälaista Guinnessia missäkin on tarjolla. (Nachel 1997 s. 64.). Tässä kohtaa voivat rovaniemeläiset röyhittää rintaansa, koska Rabbitten (2000) mukaan Rovaniemellä saa Irlannin jälkeen parasta Guinnessia maailmassa. ”Guinness is good for you”. Yhtyy Rabbitten (2000) muihin Guinness intoilijoihin. (Guinness intoilijoiden tunnuslauseeksi ottama mainoslause)

Guinnessin juominen on myös ohjeistettu intoilijoiden toimesta, seitsemän sormuksen juomistyyli, jossa vakioipintti (0,568l) Guinnessia tyhjennetään seitsemällä kulauksella, joista jokainen kulaus jättää lasin reunalle renkaan vaahdosta. (Nachel 1997, 64.)

## Liite 5. Ohrasta oluen synty

Kalevalan kahdeskymmenes runo (69. säkeestä)

Olipa ukko uunin päällä. Lausui ukko uunin päältä:  
Ohrasta oluen synty, humalasta julkijuoman,  
vaikk' ei tuo ve'että synny eikä tuimatta tuletta.

Humala, Remusen poika, piennä maahan pistettiin,  
kynä maahan kynnettiin, viholaisna viskottihin  
vierehen Kalevan kaivon, Osmon pellon penkerehen.  
Siitä nousi nuori taimi, yleni vihanta virpi;  
nousi puuhun pienoisehen, kohen latvoa kohosi.

Onnen ukko ohran kylvi Osmon uuen pellon päähän.  
Ohra kasvoi kaunihisti, yleni ylen hyvästi  
Osmon uuen pellon päässä, kaskessa pojan Kalevan.

Oli aikoa vähäisen, jo huuhui humala puusta,  
ohra lausui pellon päästä, vesi kaivosta Kalevan:  
"Milloin yhtehen yhyimme, konsa toinen toisihimme?  
Yksin on elo ikävä, kahen, kolmen kaunoisampi."

Osmotar, oluen seppä, Kapo, kaljojen tekijä,  
otti ohrasen jyviä, kuusi ohrasen jyveä,  
seitsemän humalan päätä, vettä kauhoa kaheksan;  
niin pani pa'an tulelle, laittoi keiton kiehumahan.  
Keitti ohraista olutta kerkeän kesäisen päivän  
nenässä utuisen niemen, päässä saaren terhenisen,  
puisen uuen uurtehesen, korvon koivuisen sisähän.

Sai oluen panneheksi, ei saanut hapanneheksi.  
Arvelee, ajattelevi, sanan virkkoi, noin nimesi:  
"Mitä tuohon tuotanehe ja kuta katsottanehe  
oluelle happaimeksi, kaljalle kohottimeksi?"

Kalevalatar, kaunis neiti, se on sormilta sorea,  
aina liukas liikunnolta, aina kengältä kepeä,  
liikkui sillan liitoksella, keikkui keskilattialla  
yhtä, toista toimitellen kahen kattilan kesellä.  
Näki puikon lattialla: poimi puikon lattialta.

Katselevi, kääntelevi: "Mitä tuostaki tulisi  
Kavon kaunihin käsissä, hyvän immen hyppysissä,  
jos kannan Kavon kätehen, hyvän immen hyppysihin?"

Kantoipa Kavon kätehen, hyvän immen hyppysihin.  
Kapo kaksin kämmeninsä, hykerti käsin molemmin  
molempihin reisihinsä: syntyi valkea orava.

Noin se neuvoi poikoansa, oravaistansa opasti:  
"Oravainen, kummun kulta, kummun kukka, maan ihana!  
Juokse tuonne, kunne käsken, kunne käsken ja kehoitan:  
mieluisahan Metsolahan, tarkkahan Tapiolahan!  
Nouse puuhun pienoisehen, taiten tarhalatvaisehen,  
jottei kokko kouraiseisi eikä iskis' ilman lintu!  
Tuo'os kuusesta käpyjä, petäjästä helpehiä,  
ne kannan Kavon kätehen, oluehen Osmottaren!"

Osasi orava juosta, pöyhtöhäntä pyörähellä,  
pian juosta matkan pitkän, välehen välit samota,  
salon poikki, toisen pitkin, kolmannen vähän vitahan  
mieluisahan Metsolahan, tarkkahan Tapiolahan.

Näki kolme korpikuusta, neljä pienoista petäätä;  
nousi kuusehen norolla, petäjähän kankahalla.  
Eikä kokko kouraisnunna, iskenynnä ilman lintu.

Katkoi kuusesta käpyjä, petäjästä päitä lehvän.  
Kävyt kätki kynsihinsä, kääräisi kápälihinsä;  
ne kantoi Kavon kätehen, hyvän immen hyppysihin.

Kapo pisti kaljahansa, Osmotar oluehensa:  
eip' ota olut hapata, juoma nuori noustaksensa.

Osmotar, oluen seppä, Kapo, kaljojen tekijä,  
ainakin ajattelevi: "Mitä tuohon tuotanehe  
oluelle happaimeksi, kaljalle kohottimeksi?"

Kalevatar, kaunis neiti, se on sormilta sokea,  
aina liukas liikunnolta, aina kengältä kepeä,  
liikkui sillan liitoksella, keikkui keskilattialla  
yhtä, toista toimitellen kahen kattilan kesellä.  
Näki lastun lattialla: poimi lastun lattialta.

Katselevi, kääntelevi: "Mitä tuostaki tulisi  
Kavon kaunihin käsissä, hyvän immen hyppysissä,  
jos kannan Kavon kätehen, hyvän immen hyppysihin?"

Kantoipa Kavon kätehen, hyvän immen hyppysihin.  
Kapo kaksin kämmeninsä, hykerti käsin molemmin  
molempihin reisihinsä: syntyi näätä kultarinta.

Niin se neuvoi nääteänsä, orpolastansa opasti:  
"Näätäseni, lintuseni, rahankarva kaunoiseni!  
Mene tuonne, kunne käsken, kunne käsken ja kehoitan:  
kontion kivikololle, metsän karhun kartanolle,

jossa karhut tappelevat, kontiot kovin elävät!  
 Kourin hiivoa kokoa, käsin vaahtea valuta,  
 se kannan Kavon kätehen, tuo olallen Osmottaren!"

Jopa taisi näätä juosta, rinta kulta riehätellä.  
 Pian juoksi matkan pitkän, välehen välit samosi,  
 joen poikki, toisen pitkin, kolmannen vähän vitahan  
 kontion kivikololle, karhun louhikammiolle.  
 Siellä karhut tappelevat, kontiot kovin elävät  
 rautaisella kalliolla, vuorella teräksisellä.

Valui vaahti karhun suusta, hiiva hirveän kiasta:  
 käsin vaahtea valutti, kourin hiivoa kokosi;  
 sen kantoi Kavon kätehen, hyvän immen hyppysihin.

Osmotar oluehensa, Kapo kaatoi kaljahansa:  
 ei ota olut hapata, mehu miesten puurakoia.

Osmotar, oluen seppä, Kapo, kaljojen tekijä,  
 ainakin ajattelevi: "Mitä tuohon tuotanehe  
 oluelle happaimeksi, kaljalle kohottimeksi?"

Kalevatar, kaunis neiti, tyttö sormilta sokea,  
 aina liukas liikunnolta, aina kengältä kepeä,  
 liikkui sillan liitoksella, keikkui keskilattialla  
 yhtä, toista toimitellen kahen kattilan välillä.  
 Näki maassa palkoheinän: poimi maasta palkoheinän.

Katselevi, kääntelevi: "Mitä tuostaki tulisi  
 Kavon kaunihin käsissä, hyvän immen hyppysissä,  
 jos kannan Kavon kätehen, hyvän immen hyppysihin?"

Kantoipa Kavon kätehen, hyvän immen hyppysihin.



Kapo kaksin kämmeninsä, hykerti käsin molemmin  
molempihin reisihinsä: mehiläinen siitä syntyi.

Niin se neuvoi lintuansa, mehiläistänsä opasti:

"Mehiläinen, lintu liukas, nurmen kukkien kuningas!

Lennä tuonne, kunne käsken, kunne käsken ja kehoitan:  
saarelle selälliselle, luo'olle merelliselle!

Siell' on neiti nukkunutta, vyö vaski valahtanutta,  
sivulla simainen heinä, mesiheinä helmassansa.

Tuo simoa siivessäsi, kanno mettä kaavussasi  
heleästä heinän päästä, kukan kultaisen kuvusta;  
se kanno Kavon kätehen, tuo olallen Osmottaren!"

Mehiläinen, lintu liukas, jopa lenti jotta joutui.

Pian lenti matkan pitkän, välehen välit lyhenti,  
meren poikki, toisen pitkin, kolmannen vähän vitahan  
saarehen selällisehen, luotohon merellisehen.

Näki neien nukkunehen, tinarinnan riutunehen  
nurmelle nimettömälle, mesipellon pientarelle,  
kupehella kultaheinä, yöllänsä hopeaheinä.

Kasti siipensä simahan, sulkansa mesi sulahan  
helevässä heinän päässä, kukan kultaisen nenässä;  
sen kantoi Kavon kätehen, hyvän immen hyppysihin.

Osmotar oluehensa, Kapo pisti kaljahansa:

siit' otti olut hapata, siitä nousi nuori juoma  
puisen uuen uurtehehessa, korvon koivuisen sisässä;  
kuohui korvien tasalle, ärjyi päällen äyrähien,  
tahtoi maahan tyyräellä, lattialle lasketella.

Oli aikoa vähäisen, pirahteli pikkaraisen.

Joutui juomahan urohot, Lemminkäinen liiatenki:

juopui Ahti, juopui Kauko, juopui veitikkä verevä  
oluelta Osmottaren, kaljalta Kalevattaren.

Osmotar, oluen seppä, Kapo, kaljojen tekijä,  
hän tuossa sanoiksi virkki: "Voi, poloinen, päiviäni,  
kun panin pahan oluen, tavattoman taarin laitoin:  
ulos korvosta kohosi, lattialle lainehtivi!"

Punalintu puusta lauloi, rastas räystähän rajalta:  
"Ei ole pahaoloinen, on juoma hyväoloinen,  
tynnyrihin tyhjettävä, kellarihin käytettävä  
tynnyrissä tammissessa, vaskivannetten sisässä."

Se oli oluen synty, kalevaisten kaljan alku;  
siitä sai hyvän nimensä, siitä kuulun kunniansa,  
kun oli hyväoloinen, hyvä juoma hurskahille:  
pani naiset naurusuulle, miehet mielelle hyvälle,  
hurskahat iloitsemahan, hullut huppeloitsemahan.  
(<http://www.helsinginsanomat.fi/oluthelsinki/suomi/>.)

## Liite 6. Aleksis Kivi: Olviretki Schleusingenissä

Aleksis Kivi kirjoitti näytelmän baijerilaisten sotilaiden riemukkaan oluenhuuruuksista seikkailuista vuonna 1866. Innoituksena oli Kiven Helsingfors Tidningar -lehdestä lukema artikkeli. Valmistunut näytelmä ei kuitenkaan kelvannut heti julkaistavaksi, kenties sitä pidettiin hieman moraalittomana. Vasta vuonna 1916 julkaistuissa Aleksis Kiven kootuissa teoksissa se oli mukana yhdessä muidenkin aiemmin julkaisemattomien tekstien kanssa.

Terve, ruskee ohranneste  
Terve, jumal' kultasuu!  
Sua ain tahdon kunnioittaa  
Kumartuen tomuhuun,  
Sulle annan

Sydämmeni,  
Sulle kannan  
Kiitosuhrit  
Mä temppelissä kontien.  
Oi olvi ijankaikkinen!  
Valvoissani, maatessani  
Muistan voimaas kuohuvaa.

Terve, ruskee ohranneste,  
Terve, voima kuohuva!  
Kaikki menköön suren suuhun,  
Kun vaan olvi olla saa.  
Mitä huolin  
Vaihka iskis  
Taivaan nuoli  
Mailman halki  
Ja polttais palleroisen maan,

Kuin mä ja olvi ollaan vaan?

Terve, ruskee ohranneste,

Terve, voima kuokuva!

(Olviretki Schleusingenissä, Näytelmällinen osotelma 4:ssä osassa, Julkaissut erillisteoksena ja Pekka Vuoren somistamana, Otava 1996.)

(<http://www.helsinginsanomat.fi/oluthelsinki/suomi/>.)

**Liite 7. Terveellistä, ravitsevaa, lämmittävää**

(Lehtimies Topelius propagoi oluen puolesta viinaa vastaan)

Viina on tarve, siinä sen vallan salaisuus meidän maassamme. Sen väärinkäyttöä ei voida poistaa, ellei onnistuta sille hankkimaan jälkeläistä, joka samalla kun se vilkastuttaisi, vahvistaisi ja lämmittäisi, olisi myös terveydelle hyödyllinen. Emme tiedä mitään niin sopivaa viinan tilalle kuin olut. Ominaisuudet, hinta ja valmistus kieltämättä antavat tälle juomalle suuren etumatkan. Oluet on terveellistä, ravitsevaa ja lämmittävää, vaikka sitä juotaisiin jääkylmänä. Sitä voidaan helposti kuljettaa kaikkialle, se ei juovuta, ellei sitä nautita kohtuuttomasti – ja missäpä jumalanlahja, jota ei turmella kohtuuttomalla käytöllä. Pieni Daavid on käypä taisteluun Goljat-jättiläistä vastaan ja tappava hänet, pieni olutpullo on nielevä ison viina-ankkurin - ja jokainen joka sanoin tai teoin lähettää näitä pieniä lasiapostoleja talonpojan tupaan, kalastajan venheeseen, merimiehen laivankannelle ja rikkaankin asuntoon, missä juovutusjuomat korkeine etiketteineen tekevät kauppaansa, hän on tavallaan edistänyt vankilain puhdistamista, kapakkain tyhjentämistä, sovun ja hyvinvoinnin palauttamista äsken niin kurjiin maijoihin. (Zacharias Topelius, 1853, Helsingfors Tidningar)

[\(http://www.helsinginsanomat.fi/oluthelsinki/suomi/\)](http://www.helsinginsanomat.fi/oluthelsinki/suomi/)

**Liite 8. Teemahaastattelukaavake**

Isomursu Ari  
Raasakka Teemu  
11HOT96

OPINNÄYTETYÖ  
TEEMAHAASTATTELU

14.3.2000

**Hyvä oluenystävä!**

Olemme Rovaniemen ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoita. Teemme opinnäytetyötä rovaniemeläisestä olutkulttuurista. Olisitte suureksi avuksi, jos vastaisitte seuraaviin kysymyksiin.

Ravintolanne/liikkeen nimi, perustamisvuosi ja asiakaspaikkamäärä?

Montako eri olutmerkkiä teiltä löytyy?

Hanaoluet kpl\_\_\_\_\_ Pullo-oluet kpl\_\_\_\_\_ Tölkkioluet kpl\_\_\_\_\_

Mainitse viisi suosituinta oluttanne?

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. \_\_\_\_\_

Mitä oluita teillä on hanoissa?

Arvioikaa ulkomaalaisten oluiden osuus keskimäärin päivän olutmyynnistä?

0-10% \_\_\_\_\_ 11-20% \_\_\_\_\_ 21-50% \_\_\_\_\_  
51-75% \_\_\_\_\_ 76-100% \_\_\_\_\_

Oma arvionne rovaniemeläisten oluennauttimistavoista? Onko rovaniemeläisessä oluennauttimistavassa mielestänne joitakin erityispiirteitä? Vastatkaa omin sanoin.

Tarjotaanko ravintolassanne ruokaa? Jos tarjotaan, niin minkälaista ruokaa?

Kuinka moni ruokailevista asiakkaista haluaa ruokajuomakseen olutta?

0-10% \_\_\_\_\_ 11-20% \_\_\_\_\_ 21-50% \_\_\_\_\_  
51-75% \_\_\_\_\_ 76-100% \_\_\_\_\_

Teidän nimenne ja asemanne yrityksessä?

**KIITOS AVUSTANNE!**

## Liite 9. Asiakaskyselykaavake

Isomursu Ari  
Raasakka Teemu  
11 HOT 96

OPINNÄYTETYÖ/ASIAKASKYSELY

24- 26. 3. 2000

### Terve oluen ystävä!

Olemme Rovaniemen Ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoita. Teemme opinnäytetyötä Rovaniemen olutkulttuurista. Olisitte suureksi avuksi jos vastaisitte näihin kysymyksiin (ympyröi oikea vaihtoehto). **Kiitos avustanne!**

#### 1. Juotko olutta mieluiten?

1. Yksin
2. Ystävien kanssa
3. Perheen parissa
4. Muutoin, miten? \_\_\_\_\_

#### 2. Mieluisin oluennauttimispaikka?

1. Pub/ ravintola/ terassi
2. Saunan yhteydessä
3. Koti
4. Muu, mikä? \_\_\_\_\_

#### 3. Minkä tyyppistä olutta juot mieluiten ?

1. Vaaleata lageria tai pilsneriä (esim. Lapin Kulta, Koff, Pilsner Urquell)
2. Tummaa lageria (esim. Musta Hevonen, Velkopopovické Twamé)
3. Stoutia/ portteria (esim. Guinness, Koff Porter, Beamish Irish stout)
4. Ale/bitter oluita (esim. Kilkenny, Boddingtons Pub Ale)
5. Muuta, mitä ? \_\_\_\_\_

#### 5. Kuinka usein juotte ulkomaisia/erikoisoluita?

1. En koskaan
2. Harvoin
3. Aika usein
4. Aina kun juon olutta

#### 6. Kuinka usein juotte olutta?

1. Harvemmin kuin kerran kuukaudessa
2. Kerran kuukaudessa
3. Kaksi kertaa kuukaudessa
4. Kerran viikossa
5. Useasti viikossa
6. Päivittäin