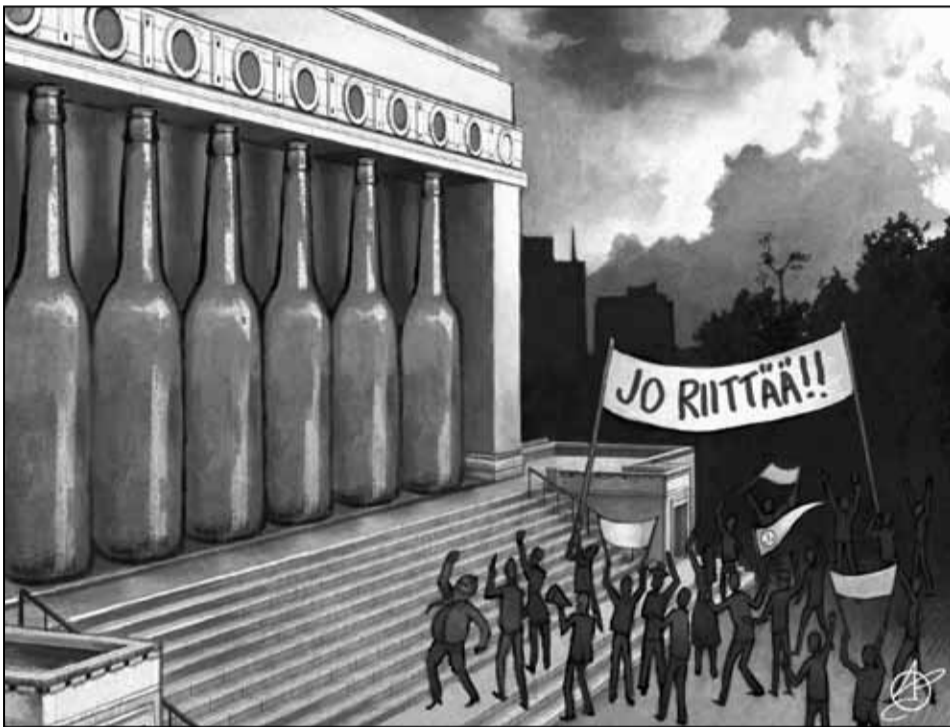




Vastalause laimennukselle!



Peruspalveluministeri Maria Guzenina-Richardson ehdotti hiljattain, että keskioluen laimentaminen ruotsalaisen kakkosoluen eli ns. folkölin vahvuiseksi voisi olla mahdollinen ratkaisu suomalaisten päihdeongelmien vähentämiseen. Tästä ehdotuksesta nousi jälleen suuri kohu valtakunnan mediassa ja oman mielipiteensä ovat ehtineet sanoa moneen otteeseen niin laimennuksen puolestapuhujat kuin vastustajatkin.

Polemiikki vaikuttaa erikoiselta, koska kyseessä on vain ministerin mediassa lausuma ehdotus laimeammasta oluesta. Sama ehdotus on pulpahtanut esiin miltei joka vuosi ja samoilla argumenteilla varustettuna, mutta silti keskustelu on yhä kiivasta. Olutsampo päätti selvittää jyväskyläläisten kunnanvaltuutettujen kantaa oluen laimennukseen. Koitimme ottaa yhteyttä myös alueen kansanedustajiin, mutta ainoastaan Perussuomalaisten Teuvo Hakkaraisella oli aikaa antaa mielipiteensä.

Haastattelemamme henkilöt ovat

Jukka Ammond (vihr), Timo Fredrikson (kok), Teuvo Hakkarainen (PS), Kauko Isomäki (SDP), Eino Lahtinen (kesk) ja Juhani Starczewski (KD).

1. Mikä on kantanne ministeri Räsäsen, ministeri Guzeninan ja aiemmin mm. Matti Vanhasen vaatimaan ruotsalaismalliseen keskioluen laimentamiseen?

Jukka Ammond ei ole omien sanojensa mukaan juonut olutta sitten opiskeluaikojensa, mutta muistaa hyvin vastustaneensa oluen laimennusta aina kun asia nousi esille niihin aikoihin. Ammond ei koe asiaa enää itselleen läheiseksi, mutta arvelisi edelleen vastustavansa laimennusta, jos olisi yhtä nuori kuin opiskellessaan: "Olut on (ollut) minulle tuntematon opiskeluaikojen jälkeen."

Timo Fredriksonin kanta on selkeä ja ytimekäs: "Ei se mitään auta. Ihan kuten Ruotsissa, niin kaljat haetaan Alkosta."

Teuvo Hakkaraisella ei ole kiinnostusta oluen alkoholipitoisuuteen: "Se (oluen alkoholiprosentin muutos) on minulle ihan sama."

Kauko Isomäki pitää nykyistä tilannetta hyvänä ja ilmaisee huolensa

erityisesti huumeiden kasvavasta suosiosta, mikäli kaupasta saatava keskiolut laimenee.

Eino Lahtinen pitää oluen laimennusta "täysin tarpeettomana", eikä ymmärrä miksi asiasta vieläkin keskustellaan.

Juhani Starczewski suhtautuu haastateltavista myönteisimmin oluen laimennukseen. Hän ei ole täysin varma laimennuksen vaikutuksista, mutta pitää sitä "kokeilun arvoisena asiana". Pitkäkestoisempänä ratkaisuna päihdeongelmiin Starczewski näkee kotikasvatuksen ja valistuksen kautta tapahtuvan asennemuutoksen.

2. Millaista roolia olut näyttölee elämässänne, miten suhteutatte sen esimerkiksi viiniin?

Ammond on viimeksi juonut olutta vuosikymmeniä sitten, joten hän ymmärrettävästi sivuutti kysymyksen.

Fredriksonin elämässä oluet ovat suomalaisittain klassisessa ja kohtuullisessa roolissa: "Saunakaljoja ja joskus ruoan kanssa."

Hakkarainen ei kommentoi suhdettaan olueen.

Isomäki on olutmiehiä: "Viiniä en juo ollenkaan, mutta kyllä minä saunassa kaljaa juon (...) kerran viikkoon." Urheilua harrastavana Isomäki tietää kohtuudessa pysymisen tärkeyden ja korostaa keskioluen roolia rentouttavana vapaa-ajan juomana. Nelosolutkin saa Isomäeltä hyväksynnän.

Lahtisella ei ole suuria intohimoja alkoholijuomia kohtaan: "Ei mitenkään ratkaisevaa roolia näyttöle. Ehkä olut on etusijalla suhteessa viiniin."

Starczewski juo olutta joskus ruokajuomana. Viinejä hän ei juo. Alkoholijuomat Starczewski näkee etupäässä juhla-juomina.

3. Miten tarpeellisena näette Alkon

perinteisen monopoliaseman etenkin mietojen juomien kohdalla?

Ammond pitää Alkon monopoliasemaa "arveluttavana". Varsinkin, jos keskiolutta todella ryhdytään laimentamaan, Alkon lisääntynyt myynti voi johtaa "yllättäviin tilanteisiin".

Fredrikson näkee Alkon monopolin hyödyllisenä: "Kyllä se paikallaan on." Fredriksonilla oli valitettavasti kiire, joten tarkempaa perustelua ei saatu.

Hakkarainen näkee Alkon roolin tärkeänä suomalaisessa yhteiskunnassa: "Alko on (Suomen) moraalinvartija."

Isomäellä on kysymykseen yrittäjän näkökulma. Viinitilojen tapaan myös pienten olutpanimoiden tulisi pystyä myymään tuotteitaan suoraan. Kotioluen valmistuksenkin Isomäki soisi kasvavan. "Kyllä Alkon monopoli saa murtua oluiden ja viinin kohdalla"

Lahtinen ei näe Alkon monopolia välttämättömänä: "Ehkä (monopolin voisi suoda) hieman löyhentyvän"

Starczewski näkee Alkon monopolin tarpeellisena jarruna suomalaiselle alkoholikäytölle. Alko on valvoja ja pitää yllä "kauhun tasapainoa". Starczewski pitäisi nopeaa alkoholin saatavuuden muutosta Keski-Euroopan tasolle huonona. Muutoksen tulisi lähteä kulttuurista.

4. Luonnehtikaa suomalaista olutkulttuuria muutamalla lauseella. Sana on vapaa.

Ammond ei ole niinkään tutkinut suomalaista juomakulttuuria, mutta näkisi mieluummin suomalaisten juomatapojen muuttuvan keskieuropalaisempaan suuntaan.

Fredriksonin mielestä suomalainen olutkulttuuri on kohentunut, mutta ongelmia on yhä: "(Olut)valikoima on kasvanut. Nuorten pullo kädessä kulkeminen, siitä minä en tykkää."

Artikkeli jatkuu sivulla 3 ->

PÄÄKIRJOITUS



Olutpolemiikista

Arvoisat lukijat!

Nyt julkaistava numero on lehtemme erikoisnumero koskien mediassa vellonutta ns. oluenlaimennuskohua. Pyrimme lähestymään asiaa pragmaattisesti, selvittämällä toisaalta keskisuomalaisten poliitikkojen kantaa asiaan ja toisaalta esittämällä useassa

kohti tätä numeroa yhdistyksemme ja yleisemminkin olutharrastajien näkemyksiä siitä. Kysymyksen painoarvo koettiin siinä määrin kriittiseksi, että päätimme omistaa kokonaisen numeron sille. Tämä siksi, että mainittu hankkeen eteneminen ja laajempi kannatus vaarantaisi suomalaisen olutkulttuurin saavutetun ja kehityskelpoisen tilan - ”status quon” - ja romuttaisi perinpohjaisesti niin olutseurojen, kuin tuottaja- ja kuluttajajärjestöjen panoksen terveemmän ja eurooppalaisemman olutkulttuurin puolesta. On ensiarvoisen tärkeää täten lisätä lukijoidemme tietämystä hankkeen turmiollisuudesta.

Haluan vielä käyttää tilaisuuden todetakseni, miten lehtemme tarvitsee välttämättä nykyistä enemmän lukija-

kunnan panosta. Olemme erittäin kiitollisia jokaisesta artikkelista ja tietysti myös korjausehdotuksista ja toiveista. Toimituksemme on resurssiltaan varsin rajallinen ja samojen fyysisten henkilöiden ollessa usein sidottuna myös lehteämme julkaisevan yhdistyksen tehtäviin, on käynyt mahdottomaksi laajentaa lehden sisältöä nykyisestä ilman tuntuvaa ulkopuolista kontribuutiota.

Vastedes julkaisemme mielellämme myös mielipidekirjoituksia, kunhan ne liittyvät olutkulttuuriin ja sen ilmiöihin tai esimerkiksi sitä sivuvaan politiikkaan.

*Teemu Sandblom,
päätoimittaja*

PUHEENJOHTAJALTA



Laimennuskysymyksestä

Jyväskylän Olutkulttuuriseuran puheenjohtajana ja salaisuuksien vaalijana minun täytyy tehdä Teille, arvoisat lukijat, häpeällinen tunnustus. Yhdistyksemme on taidokkaasti naamioitu raittiusseura. Tai se olisi, mikäli alkoholipolitiikka olisi niin mustavalkoista, kuin valtakunnan puhuvat päät jälleen kerran haluaisivat meille uskotella.

Temaattisesti seilaamme samoilla aallonpituuksilla kuin kärkkäimmät alkoholinvastustajat. Mutta siinä, missä he ajavat ruostuneella

panssarilaivalla täyttä häkää päin anniskelun aaltoja, pyrimme me valistuneet alkoholinkuluttajat myötäilemään ja kääntämään vaahtopäitä syrjään niiden iskiessä ääriliikkeiden aallonmurttajia vastaan. Haluammehan myöskin vähentää alkoholinkäytön haittavaikutuksia ja kääntää alkoholin kokonaiskulutuksen laskuun. Kuitenkin sen sijaan, että yrittäisimme rajoittaa konsumptiota läimimällä kuluttajia ”päin näköä” teennäisen ymmärryksen naamio kasvoillamme, pyrimmekin rehellisyydessä valistamaan heitä.

Korostettakoon tässäkin, että Jyväskylän Olutkulttuuriseura on alusta asti pyrkinyt alkoholin käytön haittojen vähentämiseen. Alkoholi on eniten väärinkäytetty laillinen päihde ja sen käytöstä on lähes kaikilla runsaasti omakohtaisia kokemuksia. Näin ollen onkin helppo osoittaa syyttävällä sormella hyllyllä istuvia olut-

pulloja ja kiivain sanankääntein akkusoida niitä kansanterveyden tuhoajiksi ja perheiden rikkojiksi.

Onhan se jo huomattu, ettei kansa lopeta juomista olutta vähentämällä saati veroja kiristämällä. Pahimmassa tapauksessa Suomen valtio menettää nykyisetkin verotulonsa, kun halpaa viinaa ryhdytään kantamaan Virosta ja olutta tilaamaan netistä. Kansamme on jo nyt huomattavasti valistunut oluenkäyttötavoissaan, vaikka ns. kovan viinan osuus onkin 25 prosenttia kulutetusta alkoholista, mutta oluen ja muiden mietojen juomien osuuden jatkuva kasvu on ilahduttava signaali.

Vaadimmekin nyt päättäjiltä aitoa luottamusta Suomen kansaan ja heidän päätöksentekokykyysensä.

Avoimena kirjeenä hallitukselle,

*Sampo J. Välimaa,
puheenjohtaja*

LYHYESTI

Kesäiset olut tapahtumat takanapäin

Lahdessa ja Helsingissä järjestettiin heinäkuussa yhdeksättä kertaa Pienpanimoliiton olut tapahtuma Suuret Oluet, Pienet Panimot. Rautatientorille pystytetty telttakylä keräsi taas runsaasti huomiota, edellisvuonna vierailijoita oli yli 10 000. Tapahtumaan otti osaa 13 kotimaisen toimijan lisäksi myös virolainen Pihtlan Olut Saarenmaalta.

Porvoossa puolestaan järjestettiin elokuun 20. päivänä jo perinteeksi muodostunut arvostettu **Heino Tiilikaisen** isännöimä Sadonkorjuu-Olutfestivaali. Tarjolla oli kotimaisten lisäksi useita ulkomaisia oluita ja siidereitä, mm. oregonilaista *Rogue -IPA*:a, jota saapui maahan tapahtumaa varten.

Sahdinvalmistuksen Suomen mestaruudesta kisailtiin kiivaasti Pohjanmaan Isojoella 6.8. Voittajaksi suoriutui **Kari Sipilä** Hollolasta. Jyväskylän **Petteri Heinonen** sijoittui seitsemänneksi.

Nautintona Olut -sarja nähtiin MTV3:lla

MTV3 esitti kesä- ja heinäkuussa kuusiosaisen olutkulttuuria popularisoivan sarjan, jonka taustalla oli Panimo- ja Virvoitusjuomateollisuusliitto. Vieraina ”**Tom Van Der Beerin**” juontamassa ohjelmassa nähtiin suomalaisia eturivin julkimoita. Ohjelmassa käsiteltiin kotimaisia panimoita, olutravintoloita sekä -tapahtumia.

Sinebryhoffilta runsaasti uutuuksia alkusyksyä

Syyskuun mittaan Sinebryhoffin olutuutuudet tulevat saataville ympäri maata. Valikoimassa on *Nikolain Premiumia* ja *Vuosiolutta*, *Puolukka Stoutia*, *Karhun Tummaa* ja *Ruista*, sekä luostarityyppistä belgialaista *Grimbergen Dubbelia*. Tarjonnan aito monipuolistuminen perinteisen suurpanimon taholta otetaan ilolla vastaan.

OLUTSAMPO -LEHTI

Päätoimittaja Teemu Sandblom
Toimitus S.J. Välimaa, Mikko Tyni (AD), Tarkko Oikkonen
Julkaisija puheenjohtaja Sampo J. Välimaa
Kustantaja Jyväskylän Olutkulttuuriseura ry

Sitoutumaton kausijulkaisu
 Ilmestyy 4 krt. vuodessa
 II. vuosikerta

Toimitus: Puistokatu 3 b 31, 40100 Jyväskylä
 Sähköposti: olutsampo@olutkulttuuriseura.fi

Painosmäärä: 300 kpl
 Painopaikka: Jyväskylän Yliopistopaino

VAAHTOPÄÄT



Jatkoa etusivulta

Hakkaraisella ei ole kovin mairittelevaa sanottavaa suomalaisesta olutkulttuurista: *"Humalahakuista juomista. Ei ole muuta sanomista."*

Isomäki ei näe eroa Suomen ja muiden maiden olutkulttuurissa. *"Samanlainen kuin Ruotsissa, Saksassa ja muualla maailmassa. Ihan normaaleissa najoissa."* Hän näkee alkoholismien vaarat universaaleina: *"Tietysti se (ohuen juonti) voi muodostua ongelmaksi ihmiselle, joka on pitkään työttömänä ja ei muuta harrastusta keksi."*

Lahtinen ei ole ajatellut olutta kulttuurisena ilmiönä, mutta pitää runsasta oluttarjontaa varovaisesti positiivisena asiana.

Starczewskilla ei ole tuntumaa olutkulttuuriin, joten hän sivuutti kysymyksen.

5. Tarvitaanko nyt tiukempaa alkoholin kontrollipolitiikkaa vai keskieuropalaista suuntausta, jossa alkoholin kohtuukäyttö on luontaisempi osa arkea?

Keskieuropalaisen kulttuurin tutkijana ja tuntijana Ammond näki mieluusti suomalaisten juomatapojen lähentyvän Saksan ja Itävallan mallia. Fredrikson näkee nykytilanteen hyvänä, eikä tarvetta muutokseen ole: *"Tämä on ihan hyvä ja promillenaajat saavat olla tällä tasolla. Ei niissä ole mitään muuttamista, varsinkaan vedellä ei tarvitse lähteä muokkaamaan."*

Hakkarainen valittelee asiantunteuttomuuttaan, mutta on varovaisen

myönteinen tiukemman kontrollin suuntaan.

Isomäki haluaa pitää tilanteen nykyisellään. Ehdottomat kiellot eivät ole ratkaisu. Isomäki pelkää, että tiukempi kontrolli ajaa ongelmalliset alkoholikäyttäjät helpommin kovien huumeiden pariin.

Lahtisen mielestä keskieuropalainen linja olisi tavoiteltava, mutta vaatii valitusta ja muutosta kansan sisältä: *"Suomi on vähän turhan paljon kiinni näissä perinteissään."*

Starczewskin mielestä Suomi poikkeaa selvästi Keski-Euroopan maista juomatavoissaan: *"Kyllä alkoholipolitiikkaa voi tiukentaa. Kieltolinjat ei ole ratkaisu, vaan vaaditaan positiivisia muutoksia, missä alkoholi ei ole itsessään tavoiteltavaa."*

Kuten edellä esitetty keski-suomalaisen poliitikkojen haastattelukin kuvaa, ei poliittisessa kentässämme yleisesti ottaen ole tukea ministerien **Guzenina-Richardson**, **Thors** ym. vaatimukselle keskioluen laimentamisesta. Kyynisesti ajatellen voimme kuitenkin toimituksessa todeta, että aihe on varsin ajaton ja pulpahtanee jälleen pinnalle seuraavan "kansamme parhaaksi" toimivan ministeritason poliitikon suusta viimeistään seuraavan eduskunnan myötä, pääjohtaja **Puskan** toimissa vaatimuksen uskollisena kättilönä. Tämän haastatteluartikkelin ytimenä oli suorittaa kenttätutkimus ajatuksen kannatuksesta lehtemme ydinalueella ja vastaukset puhunevat puolestaan.

Toimitus

JÄSENASIAA

Olutkulttuuriseura mukana Kesäyön Marssilla

Jyväskylän Olutkulttuuriseuran nelihenkinen joukkue (Välimaa, Sandblom, Oikkonen, Vihonen) otti osaa Vantaalla 27.5. järjestettyyn Kesäyön Marssi -liikuntatapahtumaan. Joukkue taittoi ankarasta sateesta huolimatta menestyksekkäästi 30 km marsin. Ensi vuonna seura pyrkii ottamaan osaa suuremmalla joukolla - näin voidaan osoittaa suurelle yleisölle, miten liikunta ja olutharrastus eivät suinkaan ole toisiaan poissulkevia.

Muita osallistumisia

Puheenjohtaja **Välimaan** johdolla Jyväskylästä ja Tampereelta koottu delegaatio osallistui SOPP-tapahtumaan Helsingin Rautatientorilla torstaina 28.7.

Sahdin SM-kisoissa Isojoella puheenjohtaja **Välimaa** toimi kilpailutuomarina. Myös toiminnanjohtaja **Pyökkö** ja seuramme sahtiasiantuntija **Laitinen** osallistuivat tapahtumaan jyvaskyläläisseurueessa.

Uudet internet-sivut avattu

Yhdistyksen uudet internet-sivut otettiin käyttöön heinäkuun lopulla. Sivuston ilme ja käytettävyys uudistettiin täydellisesti. Nyt tiedotteet ja julkaisut ovat huomattavasti kätevämmiin luettavissa ja sivustoa tullaan myös päivittämään aiempaa vilkkaammin. Sivuilla myös olutkirjaston ajantasainen teosluettelo.

Tulevia tapahtumia

VII Olutkulttuuri-ilta järjestetään Jyväskylässä ravintola Vihreässä Haltiattaressa lauantaina 24.9. klo 18 alkaen. Tilaisuus palaa siis näiltä osin juurilleen. **Sampo J. Välimaa** ja muut esitelmöitsijät puhuvat oluiden luokittelusta ja oluttyyppien historiallisista taustoista. Yleistajuinen esitys on tarkoitettu antamaan syventävää tietoa erilaisista oluista ja sitä täydennetään esimerkeillä ravintolan ajantasaisesta tarjonnasta.

Suomen Münchenissä, Tampereella, pidetään nyt toista kertaa seuramme vuotuiset **Oktoberfest-juhlallisuuDET** 7-8.10. Perjantaina klo 18 kokoonnumme *Gastropub Tuulensuuhun*, josta n. klo 22 siirrytään *Kaksiin Kasvoihin*. Lauantaina ohjelmassa aamupäivän ekskursion *Pispalan Pulteriin* sekä baijerilaismalliset istujaiset *Plevmassa* klo 14 alkaen.

Em. tapahtumien lisäksi jatkuvat seuran **kuukausikokoukset** Jyväskylässä ja Tampereella aina kuukauden ensimmäisenä keskiviikkona klo 18 alkaen. Paikkoina Jyväskylässä *Old Bricks' Inn* ja Tampereella *Kahdet Kasvot*.

Paitatilaukset

Jäseniä kehoitetaan hankkimaan itselleen yhdistyksen virallinen paita. Paidat ovat mustaa Oxfordkauluspaitamallia ja kaikkia kokoja on saatavilla. Tilauslomake löytyy seuran internet-sivuilta. Tilauksia voi osoittaa myös suoraan puheenjohtajalle tai toimistolle.

Jäsenmaksut ja lahjoitukset

Seuran pankkitili: 104535-764716 (Nordea), jäsenmaksu ensisijaisesti osoitettua viitenumeroa käyttäen. Jyväskylän Olutkulttuuriseura ry ottaa vastaan rahallisia lahjoituksia valistustoimintansa edistämiseksi.

Jäsenyys

Seuran jäsenyydestä kiinnostuneita kehoitetaan osallistumaan tapahtumiin tai ottamaan suoraan yhteyttä yhdistyksen johtoon.

Jäsenlomake on myös täytettävissä seuran internet-sivuilla, www.olutkulttuuriseura.fi. Täytetty jäsenlomake toimitetaan seuran toimistoon tai puheenjohtajalle.

Vuotuinen jäsenmaksu on 20 €. Jäsenmaksuista saadut tulot käytetään tapahtumien järjestämiseen ja jäsenetuksien kehittämiseen sekä valistustoiminnan edistämiseen.

KIRJALLISUUDEN KUOHUISSA

Lehtemme uudessa artikkelisarjassa esitetään arvioita olutaiheisesta kirjallisuudesta.

Randy Mosher: Tasting Beer Storey Publishing, 2009

Lukuisissa olutkirjoissa käydään läpi oluen historia, raaka-aineet ja oluttyylit. Vähemmälle huomiolle kirjallisuudessa sen sijaan on jäänyt, miten olutta maistetaan, miten sitä arvioidaan ja miten sitä kuvaillaan. Mosherin Tasting Beer paikkaa tämän aukon mainiosti. Teoksessa kuvataan yksityiskohtaisesti, miten maku- ja hajuaistimukset syntyvät ja miten maistelukokemuksesta saadaan enemmän irti. Oluen rakennetta läpikäydään detajlisesti tarkastelemalla erikseen tuoksua, vaahtoa, väriä, hiilidioksidia, suuntuntumaa, makua ja alkoholipitoisuutta. Samalla kuvataan miten raaka-aineet ja valmistusmenetelmät vaikuttavat oluen keskeisiin ominaisuuksiin. Myös virhemakuja, kuten voimaisuus tai keitetyt vihannekset, käydään läpi.

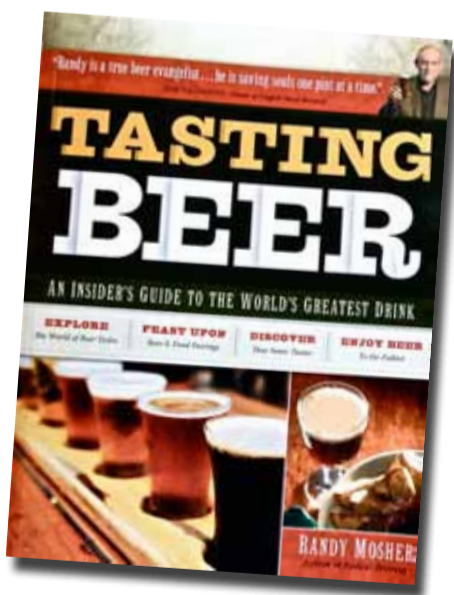
Mosher pyrkii tuomaan oluenpanijoiden kieltä lähemmäs kuluttajaa. Kenties kuluttajan ei ole tarpeellista tietää, mitä diasetyyli tai DMS ovat, mutta on kuitenkin hyödyllistä ymmärtää, miksi olut ei aina maistu miellyttävältä - onko kyseessä valmistusvirhe vai edustaako olut vain tyyliisuuntaa, josta maistaja ei pidä?

Oluen tarjoilu, olutlasit ja yhdistäminen ruokaan käydään niinkään tarkasti läpi. **Garreth Oliverin Brewmasters Table**-teoksen ohella tämä on parhaita esityksiä ruoan ja oluen liitosta, joskin tarjoilusta ja varastoinnista kertovissa luvuissa mennään ehkä liiaksi henkilökohtaisiin mielitymyksiin. Mainittakoon, että suositellut tarjoilulämpötilat ovat eurooppalaisittain yllättävän kylmiä; esimerkiksi pilsnerille suositellaan 4,5-7 asteen tarjoilulämpötilaa ja amerikkalaiselle IPAlle 7-10 asteen lämpötilaa. Mosherin mielestä vain yli 7 % oluita kannattaa varastoida - tähän näke-

mykseen ei allekirjoittanut yhdy. Totuttuun tapaan kirjassa käsitellään myös oluen historiaa ja oluttyylejä. Näkökulma kirjoittajalla on kuitenkin tuore. Mosher perustelee lukijalle vakuuttavasti, miksi olutta ylipäättään luokitellaan ja mitkä ovat tämän luokittelun rajat. Erilaiset oluttyylit esitellään historian kautta. Tästä käy varsin hyvin ilmi, miten tyyli muuttuvat jatkuvasti ajassa ja miten tyylikategorioiden ulkopuolellekin jää monia maukkaita oluita.

Kokonaisuudessaan Tasting Beer on mielestäni paras tähänastinen yleisesitys oluesta ja voinkin suositella sitä ravintola-alan oppilaitoksiin oppikirjaksi. Teoksena tämä on klassikkoainesta, kuten Mosherin edellinenkin, oluenpanijoille suunnattu *Radical Brewing*-kirja. Negatiivisena piirteenä pitäisin lähinnä tiiviyden puutetta. Tietyt asiat selvitetään amerikkalaiseen tyyliin niin rautalangasta vääntäen, että osa tekstistä tuntuu valvutuneemmalle lukijalle puuduttavalta itsestäänselvyydeltä. Toisaalta Mosher osaa lennokkaat ja hauskat sanankäänteet, joten kirja on kuitenkin pääosin hyvin viihdyttävää luettavaa.

Mika Laitinen



Olipa kerran keskustapanimo - Mestaripanimon tarina

Mestaripanimon nimi saattaa herättää vanhemmissa lukijoissamme miellyttäviä olutmuistoja Kauppakadun ja Väinönkadun kulmauksesta. Nuoremmille taas tarina kerran Jyväskylän ydinkeskustassa sijainneesta pienpanimosta lienee uutta tietoa oman olutmaiseman historiasta. Käymme nyt tarkastelemaan tätä lyhyt-aikaista, mutta varsin monipuoliseksi yltänyttä panimohistoriamme jyvaskyläläistä ilmiötä.

Kertomuksen varsinainen alku on vuodessa 1990, vaikkakin ajatuspohjaa jyvaskyläläiselle keskustapanimolle ja ravintolapanimotoiminnalle oli kertynyt pidemmältäkin ajalta. Kaupungissa oli toiminut 1860-luvulta saakka perinteikäs Juomatehdas, joka sittemmin siirtyi osaksi Mallasjuoma-yhtiötä ja yli 100 vuotta jatkunut panimotoiminta katkesi 70-luvun puolessavälissä. 1990-luvulla Suomessa nosti päätään uutena ilmiönä pienten kaupunkipanimojen tulo, joihin useimmiten liittyi myös ravintolatoimintaa. Mestaripanimon synty liittyy ajallisesti ja kontekstuaalisesti juuri tähän vaiheeseen. Hankkeen keskeisinä puuhamihinä olivat Työväentalon ravintolaliiketoimintaa tuolloin johtanut **Matti Ojala** ja mm. Keski-Suomen Sanomalehti Oy:n ja Radio Jyväskylän toimitusjohtajana tunnettu liikemies **Erkki Syrjä**.

Inspiraatiota Baijerista

Eräänä kimmokkeena ravintolapanimokonseptille oli ajatus pysyvemmän ravintolakulttuurin luomisesta alituisten imago- ja sisustusmuutosten sijaan, joiden intervallit olivat tihentyneet entisestään; tällainen kehityskulku oli nähty keinona ylläpitää kilpailukykyä. Panimoperinteiden jatkaminen Jyväskylässä nähtiin

myös tärkeänä motiivina, samoin uudenlaisen matkailunähtävyyden kehittäminen kaupunkiin. Ojala ja Syrjä hakivat tietoisesti esikuvaa Keski-Euroopasta ja hahmotelma tarkentui entisestään syksyllä 1991 Müncheniin tehdyn tutustumismatkan myötä - tuleva ravintolapanimo otti nyt selkeästi saksalaisvaikutteisen suunnan. Münchenissä vierailun isäntänä toimi kuuluisan *Kaltenbergin* linnapanimon panimomestari **Herman Hörterer**, joka hankkeen edetessä vieraili myös Jyväskylässä.

Suomalainen alkoholilainsäädäntö edellytti ravintola- ja panimotoiminnan eriyttämistä toisistaan hallinnollisesti; oluenvalmistuksen tuli olla erillisen yrityksen toimintaa. Tältä pohjalta perustettiin Mestaripanimo Oy. Kaupparekisteriin yritys merkittiin helmikuussa 1992 ja Alkon hallintoneuvosto myönsi lokakuussa 1993 sille oikeudet teolliseen oluenvalmistukseen Työväentalon kiinteistössä. Vastassa vaiheessa päästiin varsinaisesti toteuttamaan panimon käytännön järjestelyjä. Prosessia oli osaltaan hidastanut mm. toimitalon status suojelukohteena.

Erittäin korkeatasoiset panimolaitteet hankittiin saksalaiselta *Hopfen und Malz*-yhtiöltä, jonka edustajana toimi Hörterer. Laitteistoa päästiin asentamaan keväällä 1994. Mainittakoon, että paikallisten toimijoiden hoitamaa asennustyötä johti saksalainen panimomestari **Hans Schilp**. Varsinaiset panimotilat kuparipannuineen ja käymistiloineen sijoittuivat rakennuksen kellarikerrokseen. Uusi panimo tarvitsi nyt myös oman panimomestarin. Tehtävään valittiin ravintolapäällikkönä toiminut **Ari Ikävalko**, joka oli saanut oppia panimotyöskentelystä Sinebrychoffilla. Toimenkuva oli monipuolinen sisältäen lähestulkoon kaiken maltaan ja humalan tilauksista vierteenkeittoon.

Näiden lukuisten ja työläiden järjestelyvaiheiden jälkeen tapahtui ensimmäinen oluenkeitto tou-



MESTARIPANIMO. Kuvassa Työväentalon Väinönkadun puoleinen julkisivu.

kokuun 11. päivänä 1994 Schilpin, Ikävalkon ja neuvonantajana toimineen ravintola Kappelin panimomestarin **Harri Bergin** yhteistyönä. Panimon avajaisia juhlittiin lopulta kesäkuun alussa kutsuvierastilaisuutena, jota saapui kunnioittamaan itse Baijerin prinssi **Luitpold** Hopfen und Malzin edustajan roolissa -kyseessä oli yhtiön ensimmäinen tilaus Suomeen.

Pesiaali: jyväskyläläinen olut

Ravintolapanimon liiketoiminnan ja imagon rakentuessa oluen ympärille, on oma olutbrändi luonnollisesti sen kriittisintä pääomaa. Mestaripanimo ryhtyi rakentamaan oluensa brändiä nimikilpailun kautta. Kevätalvella 1994 pidetyssä kilpailussa voittajaksi valikoitui "Pesiaali". Nimen tausta löytyy Työväentalon historiasta - rakennuksen suunnitellut **Alvar Aalto** käytti tätä ilmausta ohjeistaessaan kirjeitse Italiasta käsin rakennustyön erikoisempia yksityiskohtia.

Pesiaalia valmistettiin alkuun lager-tyyppisenä, mutta pian seurasivat lajikkeina tumma IV-olut, Märzen-tyyppinen juhlaolut, vehnäolut sekä 6,5 prosenttinen Bock. Hefeweizen ei jyväskyläläiseen makuun erityisen hyvin istunut: kansa piti olutta sameana ja maultaan outona. Vuonna 2000 tarjolla mainitaan olleen viittä eri hanatuotetta. Paitsi oman panimon oluita, myytiin myös tuontioluita etenkin pulloissa.

Mestaripanimon olutlaadut olivat pitkälti Ikävalkon käsialaa.

Suunnitteluvaiheessa tehdyillä Saksan-matkoilla kielen sujuvasti hallinnut mies oli käynyt runsaasti keskustelujabaijerilaisten panimomestarien kanssa, saaden näiltä vinkkejä olutlaadusta ja valmistuksesta. Inspiraatiota saatiin myös Kaltenbergin panimon tarjonnasta.

Mestaripanimon yhteydessä toimi kaksi Työväentalon ravintolaa, hieman erilaisin painotuksin. Katutasossa sijainnut ruoka- ja seurusteluravintola *Elissa* oli avattu 1991 ja remontoitiin panimotoiminnan aloittamisen myötä varsinaiseksi panimoravintolaksi. *Alvari* puolestaan oli aloittanut jo 1986 jatkaen aiemman Kansanravintolan kellariravintolaperinnettä. Samana vuonna Työväentalon ravintolatoiminta siirtyi erillisen yhtiön nimiin. Alvarin jo Mestaripanimon aikaa edeltänyt profiloituminen olueen käy ilmi olutkellari-termin käyttöönotosta 1991. Arvotalon kellaritiloissa toimi tunnelmallinen ja pystybaarihenkinen mutkaton olutravintola. Myöhemmin Alvari tunnettiin nimellä *Baijer*.

Toiminnan päättyminen

Mestaripanimon osakkaita varten organisoitiin ns. Mestarikilta, joka oli eräänlainen pienimuotoisen olutseuran ja osakasyhteisön yhdistelmä. Mestarikilta järjesti mm. tutustumismatkoja panimoihin sekä osakkeenomistajien iltoja saksalaistyyllisinä olutjuhlina. Omistajat panostivat omaleimaiseen ja lämminhenkiseen imagoon vahvasti. "Panimo vaatii sydämellä tekemistä eikä työketjuajattelua".

Työväentalon ravintolaliiketoimintaa uudelleenjärjestettäessä Mestaripanimon kohtalo ajautui kuitenkin vaakalaudalle. Työväenyhdistys halusi siirtää liiketoimintansa fokusta kiinteistöomistukseen ja päätyi myymään ravintolansa S-ryhmään kuuluvalla Keskimaalilla vuonna 1999.

Mestaripanimo ei suinkaan ollut tuottamaton yksikkö, kannattavuusrajat ylittyivät myynnissä selkeästi. Tuotteistamislähtöisenä suuryrityksenä Keskimään ravintolakonsepteihin ei kuitenkaan ravintolapanimomalli sopinut ja panimotilat haluttiin vapauttaa tavanomaisempaan ravintolakäyttöön. Keskimaa myi vuonna 2001 Mestaripanimon osakekannan ja laadukkaat panimolaitteet tuolloin hiljattain aloittaneelle Laitilan Wirvoitusjuomatehtaalalle. Mestaripanimon nimi on edelleenkin rekisteröitynä Laitilan aputoiminimeksi. Kuuluisat panimolaitteet taas päättyivät lopulta Ahvenanmaan Godbyhyn, Stallhagen -oluestaan tunnetun Ålands Bryggerin haltuun.

Kaiken kaikkiaan Mestaripanimon tarinaa voidaan pitää hyvänä esimerkkinä siitä ennakkoloullottomuudesta ja monipuolisuudesta, mitä 1990-luku toi tullessaan Suomen olutravintolakenttään. On mielenkiintoista huomata, miten ravintolapanimoajatus tuntuu jälleen nauttivan hiljaista renessanssia ja kenties Jyväskylässäkin nähdään vielä jonakin päivänä uusi kaupunkipanimoravintoloinen. Panimoperinteen pysyvä katkeaminen vanhassa koulukaupungissa olisi suuri vahinko suomalaiselle olutkulttuurille.

Mikko Tyni
Teemu Sandblom

(Artikkeli perustuu Matti Ojalan ja Ari Ikävalkon haastatteluihin sekä teokseen "Kansankahvilasta Pesiaaliin - 80 vuotta JTY:n ravintoloita", Hirvonen Kauko (toim.), Gummerus 1996)

Olutsampo selvitti: mitä heille kuuluu nyt?

JTY:n liiketoimintaa vuosikausia johtanut talousneuvos **Matti Ojala** jäi eläkkeelle 2004. Vielä nykyäänkin hän seuraa kiinnostuneena olutkulttuurin tuulia. Ojalan näkemyksen mukaan, mikäli toiminta olisi voinut jatkua entisellään, olisivat Mestaripanimo ja Pesiaali edelleen osa jyväskyläläistä katukuvaa ja olutmaisemaa.

Vaasalaislähtöisellä **Erkki Syrjällä** oli jo tuolloin monta rautaa tulella. Mestaripanimon jälkeen Syrjä on vaikuttanut mm. aikuisviihdebisneksessä, toimien Suomen Miestenlehdet Oy:n johdossa. Syrjää ei tavoitettu haastateltavaksi artikkeleita varten.

Ari Ikävalko lopetti panimotalalla ja nauttii nykyisin oluesta harrastajana, korostaen erityisesti erikoisoluiden merkitystä. Ikävalko toimii Keuda Aikuis-koulutuksen projektipäällikkönä Keravalla. Kyseisellä oppilaitoksella on myös oma pienpanimonsa, joka tuottaa *Vaalea Sarvi* ja *Tumma Sarvi* -oluita.

Wittelsbachien suvun jälkeläinen, Baijerin prinssi **Luitpold** (60 v.) elää ja voi hyvin. Hän toimii edelleen Kaltenbergin linna-panimon johdossa (mm. *König Ludwig*-oluet) ja organisoii vuotuisia näytösturnajaisia linnansa alueella. Luitpold lienee myös ainoa Jyväskylässä koskaan vierailut Wittelsbachien monarkian edustaja.

Kenties prinssi saadaan maamme uudelle visiitille, mikäli panimotoiminta Jyväskylässä jälleen elpyy ja laitehankintoja tehdään Kaltenbergistä.

Toimitus

OLUTKATSELMUS

Tällä palstalla arvioidaan ajankohtaisia olutmakuja, pyrkien tarjoamaan lukijoille inspiraatiota uusiin olutnautintoihin. Käsitellyt oluet ovat saatavilla joko Alkon myymälöistä tai laadukkaista olutravintoloista.

Mariestads

Kotimaa: Ruotsi.
Tuottaja: Spendrups.
Oluttyyppi: Lager.
Alkoholipitoisuus: 3,5 %

Kullankeltainen, kevyt ja miedosti humaloitu ruotsalainen pohjahiiva-olut. Sijoittuu tavallisten vaaleiden lagereiden osastoon edustaen vielä sitä latteinta päätä. Tuoksussa on ruotsalaisenkarkeaa humalaa, joka ei kuitenkaan yllä makuun asti. Suutuntuma on kepeä, maun ollessa vesimäinen. Mitäänsanomattoman mieto sekä tympeä tärkkelyslager.

Pistonhead Low Ridin' Lager

Kotimaa: Ruotsi.
Tuottaja: Spendrups.
Oluttyyppi: Lager.
Alkoholipitoisuus: 4,6 %

Keltainen, keskitäyteläinen, makeahko, hieman hedelmäinen ja keskiasteisesti humaloitu pohjahiivaolut Ruotsista. Tavanomainen vaalea lager, jota on piristetty raikkailla humalilla. Tuoksu on vaimea, mutta hivenen hedelmäinen ja lievästi makeaan taipuva. Suutuntumaltaan korkeintaan keskitäyteläinen. Maussa on vähän makeutta ja aavistuksenomaisesti jenkkihumalamaista hedelmäisyyttä, muttei nimeksikään raikasta katkerisuutta. Humalointiin on käytetty Amarillo-, Fuggles-, sekä Magnum-lajikkeita. Erinomainen esimerkki suuren panimon kyvystä tehdä vaimeanmakuinen ”erikoispremium-olut”.

Saison Dupont Cuvee Dry Hopping 2011

Kotimaa: Belgia.
Tuottaja: Dupont.
Oluttyyppi: Ale.
Alkoholipitoisuus: 6,5 %

Keltainen, samea, keskitäyteläinen, raikas, hedelmäinen ja runsaasti humaloitu pintahiivaolut Belgiasta. Kuivahumaloitu versio Dupontin panimon klassikkosaisonista. Tuoksussa on tyypillisiä belgialemaisuuksia kuten hedelmäisyyttä sekä makeutta, saisonmaista mausteisuutta ja tuntuvasti raikasta humalaa. Suutuntuma on keskitäyteläinen. Maultaan oikein raikas, humalainen, hieman tyypillisen makeahko, hedelmäinen, mausteinen ja hyvin monimuotoinen. Kyseisen panimon luomusaisoniin verrattuna joka kantilta, erityisesti humaloinniltaan, merkittävästi moniulotteisempi. Humalakatkerot ylettyvät myöskin kauan kestävään, tasaisesti kuivuvaan jälkimakuun saakka.

Aamupala Kaurastout (hanaolut)

Kotimaa: Suomi.
Tuottaja: Panimoravintola Beer Hunter's.
Oluttyyppi: Stout.
Alkoholipitoisuus: 4,0 %

Musta, melko täyteläinen, paahtunut, maltainen sekä keskiasteisesti humaloitu pintahiivaolut Suomesta. Maukas ja varsin tyylinä mukainen oatmeal stout. Tuoksultaan paahtuneen maltainen ja suutuntumaltaan melkoisen täyteläinen. Maku on miellyttävän paahtuneen maltainen, jota kaura vielä pyöristää ja pehmeyttä. Matalaprosenttiseksi olueksi rungoltaan ihailtavan hyvä. Paahtuneisuutta sekä maltaisuutta riittää pitkänpuoleiseen jälkimakuunkin asti. Kyseinen olut on kuitenkin noin yhtä alkoholipitoisuusprosenttia vahvempia brittivastineitaan selvästi kuivempi. Mieluisa stout pidempäänkin nautiskeluhetkeen.

Miika Heinäaho

OLUTVISA

1. Kuka seuraavista suomalaispolitiikoista on viimeisimpänä ehtinyt vaatimaan oluen laimentamista?

- Astrid Thors
- Maria Guzenina-Richardson
- Matti Vanhanen

2. Miten vahvaa oli jyväsyläläisen Mestaripanimon Bock-olut?

- 4,9%
- 6,5%
- 9,0%

3. Kuinka suuri osa Ruotsissa kulutettavasta oluesta ostetaan ulkomailta?

- 7 %
- 15 %
- 30 %

4. Missä Mestaripanimon olutkattilat ovat nyt?

- Ålands Bryggeri -panimolla
- Laitilan panimolla
- Malmgårdin panimolla

5. Muuan entinen taidemaalari Adolf Hitler piti ensimmäisen julkisen puhe-tilaisuutensa 1919 müncheniläisessä olutravintolassa, mutta mikä seuraavista tunnetuista mallashoveista oli kyseessä?

- Sterneckerbräu
- Hofbräuhaus
- Hofbräukeller

6. Kerrotaan, että oululaisen Toppilan Virvoitusjuomatehtaan TOP-oluen menekin lasku liittyi kaupunkitarinaan, joka selitti nimi-lyhenteen varsin arveluttavasti. Mitä tämän TOP-nimityksen väitetiin merkitsevän?

- Talonmies On Poissa
- Tervattua Olutta Pohjolasta
- Tulet Olemaan Pitämättä

7. Tunnettu taidemaalari René Magritte on syntynyt Lessinesin kaupungista Belgian valloonalueella. Mitä belgiolutta valmistetaan Lessinesin kaupungissa sijaitsevassa Jean Tout Seul -panimossa?

- Pannepot -strong alea
- Westvleteren -trappistia
- La Trompeuse -belgialea

8. Suomi sijoittuu maailman oluttilastoissa 9. suurimmaksi oluen kuluttajaksi, mutta paljonko suomalainen kuluttaa olutta vuodessa?

- 60 litraa
- 85 litraa
- 99 litraa

9. Mikä pienehkö suomalainen panimo tuotti Rautakoura-merkkistä olutta 1970-luvulla?

- Raninin Oluttehdas Kuopiossa
- Jyväskylän Juomatehdas
- Pyynikin panimo Tampereella

10. Kuinka vahvaa on Chimay Dorée trappist-olut?

- 4 %
- 4,8 %
- 8 %

PARRAN PÄRINÄÄ



Kansan vetistämisestä

Kuten on jo aiemmin todettu, on ehdotus kaupassa myytävän oluen alkoholipitoisuuden pudotamisesta 1,2 prosenttiyksiköllä, ei vain perverssi vaan yksinomaan mieletön. Tätä on taas kansanterveyden nimissä ja yhteisen hyvän asialla ollut ajamassa sama takapirujen joukko kuin ennenkin, KTL:n Pekka Puska etunenässä. Sama polemiikki nousee aina uuden hallituksen myötä, tai kun samat itseään tärkeinä pitävät tyhjäntoimittajat kokevat edellisestä paskanjauhannasta kuluneen liiaksi aikaa. Samat argumentit ja kehäpäätelmät pyörivät aina vain; kansa voi pahoin -> kansa juo -> olutta saa kaupasta liian aikaisin/myöhään/halvalla/vahvana -> kansa voi pahoin. Ei puututa alkoholismien syntysyihin, vaan keskitytään välikappaleen haukkumiseen.

Kömpelönä argumenttina oluen laimentamiselle nykyisestä 4,7-tilavuusprosentista Ruotsissakin jo 70-luvulta lähtien käytössä olleeseen 3,5 prosenttiin on tällä kertaa se, että näin saataisiin alkoholinkulutusta pienennettyä, luonnollisesti. En oikein käsitä kyseistä argumenttia, sillä kokemuksen mukaan riippumatta siitä missä muodossa ihmiset nauttivat alkoholiannoksensa, yhden juomasession aikana kuluu usein sama määrä alkoholia, absoluuttisesti mitattuna. Tottahan on, että mikäli illan mittaan maistetaan suomalaista keskikeppanaa 8 pulloa, eli yhteensä 95,04 – 99,264 grammaa puhdasta alkoholia, ja seuraavana iltana halutaan kuluttaa saman verran alkoholia saman olutilan saavuttamiseksi, tarkoittaa se yhteensä reilun kymmenen

ns. folköl-pullon nauttimista. Kahdeksan kappaleen monipakauksia toki on kaupassa myynnissä, mutta mikäli tarve on juoda lähemmäs kymmenen, olisi tällöin helpompaa ostaa suoraan ”mäyräkoira” ja näin alkoholisoitumisen kierre vain jyrkkenee.

Ihannetapauksessa alkoholin kulutus todella vähenisi oluen laimentuksen myötä, mutta todennäköisemmin siirtyttäisiin nykyisen Ruotsin malliin, jossa suurin osa juodusta oluesta on Systembolagetista hankittua vähintään 5,5-prosentista, tai pimeänä ostettua ulkomaalaista halpatuontiolutta. Joka kolmas Ruotsissa juotu pullo onkin tuotu maahan ulkomailta verottomana.

Ruotsissa tehdyn kyselytutkimuksen mukaan folköliä nautitaan harvemmin kuin valtiollisesta viinakaupasta hankittua ”nelosolutta” ihan siitä yksinkertaisesta syystä, että folköl maistuu laimealta ja mauttomalta. Panimomestarit myöntävätkin, että on hyvin vaikeaa panna samalla kertaa maukasta ja mietoa olutta. Miedossa oluessa käytetään vähemmän vierrettä eli mallastettua viljaa, kuin vahvemmissa oluissa ja näin ollen siihen ei muodostu samanlaista täyteläisyyttä, pehmeyttä eikä maltaista makeutta kuin vahvemmissa oluissa. Tosiasia on myös, että varsin harva haluaa juoda suuria määriä maun tonta vetistä litkua päihtymyksen toivossa ja vielä vähemmän, mikäli olutta juodaan nautintojuomana. Oluttahan nimenomaan tulisi nauttia ensisijassa sen hyvän maun vuoksi, päihtymisen ollessa valitettava, mutta miellyttävä sivuvaikutus.

Tottahan on, että Ruotsissa käy-

tetään 30 % vähemmän alkoholia kun Suomessa, mutta tämä ei johdu miedommasta kauppaluusta, vaan yleisesti valistuneemmasta ja neutraalimmasta alkoholikulttuurista. Alkoholia ei tarvitse ryypätä vain juhlapäivinä kuolemaan saakka, vaan sitä voi nauttia luonnollisena osana elämää esimerkiksi päivällisen yhteydessä, seurustelujuomana ja illan päätteeksi, ilman että juominen eskaloituu karkeaksi mallastanssiksi.


Puhumattakaan siitä, mitä tulisi käymään kaikille niille suurella vaivalla hankituille, maitokauppavahvuksille tuontioluille. Markettien olutvalikoima on kehittynyt runsaasti viime vuosien aikana, heijastellen varmaan osittain alkoholinkäytön kotikulttuurin kasvua ravintolakäytön kustannuksella. Useissa lähikaupoissa on jo saatavilla brittiläisiä aleja sekä stoutteja, saksalaisia vehnäoluita ja jopa silloin tällöin belgialaisia lambic-oluita. Jo tämä nykyinen 4,7 prosentin raja rajoittaa potentiaalista oluttarjontaa huomattavasti, sillä suuri osa esimerkiksi saksalaisista oluista on vahvuudeltaan 4,8 – 5,2 prosenttia, eikä tämä rajaus suinkaan ole sattumankauppaa. Kuitenkin monet britti-aleet ovat lähempänä 4 prosenttia ja ovat juotavuudeltaan ja maultaan aivan eri luokkaa kuin suomalaisten suurpanimoiden keppanat. Nämäkin

siirtyisivät Alkon hyllylle ostajia odottamaan. Ruotsin markkinoille monet panimot tekevätkin varta vasten 3,5-prosenttisia versioita tuotteistaan, mutta kuten jo aiemmin mainittiin, oluen laimentaminen muuttaa maun usein sietämättömän latteaksi. Hannu Nikulaista lainaten ”Ruotsin markkinoille pannaan miedompia versioita oluista, joi-ta ei kukaan kuitenkaan juo”. Ja miksi joisikaan, kun ne oikeat oluet odottavat Systemin hyllyillä.

Eikä tässä nyt ole kyseessä mikään todennäköisesti toteutuva uhka olutkulttuurille. Kyllä kansasta aina ääntä lähtee kun pitää poliitikkojen tyhmiä ideoita vastustaa. Mutta tarvitseeko siitä jankuttaa vuosittain? Onhan juomatottumuksissa aina parantamisen varaa, mutta kun nämä ehdotukset menevät aina hyvin lähelle mallia ”kansaa juo kun on sivistymätöntä ja tietämätöntä” tai ”alkoholia käytetään selvästi liikaa, joten tehkää kuten Minä ja ryhtykää absolutisteiksi”.

Kukaan ei koskaan ole pitänyt saarnoista tai moraalinvartijoista, valistusta voinee jakaa myös vähemmän provosoivasti ja enemmän kompromissihakuisesti, pureutuen todellisiin onglemiin naiivin syyllistämisen sijaan.

SJV



**Maailman ainoa aito pispalalaisravintola,
klassikko jo vuodesta 1968.**

**Avoimna ma-pe 11-02, la-su 12-02, tervetuloa!
Keittiömme palvelee ma-ti 11-19, ke-pe 11-21,
la 12-21 ja su 12-19.**

**Pispalan valtatie 23, Tampere
www.pispalanpulteri.fi**

”Ceci n’est pas une Belge” – René Magritte ja Malmgårdin belgialaistyylinen olut

Ajatusleikkejä ja todellisuudella leikittelyä – taiteen tavoin oluet herättävät kokijoissaan tunteita ja ajatuksia.

René Magritte (1898 – 1967) oli hyvin originelli, omalaatuinen ja omaehtoinen belgialainen taidemaalari. Surrealismiin edelläkävijänä Magritte tuli tunnetuksi nokkelista ajatuksista herättävistä tauluistaan. Hänen töidensä päämääränä oli huijata katsojan tapaa havaita todellisuutta ja pakottaa katsojaa tulemaan tietoisemmaksi ympäristöstään, kokemaan taulu eräänlaisena silmän ja todellisuuden väliin asetettuna ikkunana. Surrealistinen vaikutelma syntyy siitä, että maalaus voi olla yhtä aikaa taulu, ikkuna ja peili, joten taulun funktio kuvana esittyy monitasoisena. René väitti, että myös hyvin realistinen taulu on loppujen lopuksi abstraktinen tai surrealistinen, koska konkreettisuudessa mielessä totta on vain maali kankaalla. Aivomme luovat kuvitelman siitä mitä taulu esittää

samalla tavoin, kuin tulkitsemme kaiken muunkin mitä silmien kautta ympäristössä näemme. Magritten taulut herättävätkin kysymään mikä on todellista, mikä kuvitelmaa?

Monet Magritten töistä esittävät arkiesineitä normaaleista käyttöyhteyksistään irrotettuina ja uusiin konteksteihin siirrettyinä. Eräs tunnetuimmista René Magritten teoksista on piippua esittävä maalaus, jossa käsinkosketeltavan realistisen esineen alle on kirjoitettu teksti ”Ceci n’est pas une pipe”, ”Tämä ei ole piippu”. Viesti vaikuttaa ensin paradoksaaliselta, mutta on kuitenkin tosi: kyseessä ei todellakaan ole piippu, vaan kuva piipusta. Kun Magrittelta kysyttiin kuvasta hän vastasi: ”Tietenkään kyseessä ei ole piippu, yritäpä vain täyttää se tupakalla.”

Joitakin vuosia myöhemmin samaa ideaa hyödyntäen Magritte teki taulun palasta juustoa. Näytelyssä hän lisäsi juustokuvun alle nimilapun tekstillä: ”Tämä on juustoa.”

Mikä sitten yhdistää René Magritten ja keskieuropalaisen oluen? Tietysti ainakin Lambic-oluistaan tunnettu pieni maa, Belgia, jota syystä voidaan pitää eräänä keskieuropalaisen olutkulttuurin keskuksista. Vaan mikä puolestaan yhdistää Magritten ja suomalaisen oluen? Sen tekee Pernajan pitäjässä sijaitsevassa *Malmgårdin* kartanossa toimiva panimo, joka humoristisella tavalla keksi antaa

maukkaan mausteiselle ja sahtimaiselle oluelleen nimen ”Ceci n’est pas une Belge”, ”Tämä ei ole belgialainen.” Saattaa olla, että toteamus tässä yhteydessä tarkoittaa ettei olut ole belgialaista, vaikka se kenties sitä haluaisikin olla.

Dirk Van Hemeldonck
Tarkko Oikkonen



OLUTVISAN VASTAUKSET

1. b) *Maria Guzenina-Richardson* (SDP) on tuorein nimi olueläimennuksen pitkässä mustassa listassa.

2. b) 6,5%. Bock oluet ovat yleensä kevyesti humaloituja, tummia makeahkoja lagereita. Nimensä olut on saanut syntypaikkansa mukaan. Oluuta valmistettiin noin 1300-luvulla nykyisen Saksan alueella Einbeckin kaupungissa.

3. c) 30 %. Ruotsissa kulutetusta oluesta noin kolmasosa ostetaan ulkomailta, suuri osa tuonnista tulee Tanskasta ja Saksasta.

4. a) *Ålands Bryggeri -panimolla*. Alunperin mäsikäysastiat ja keittokattilat myytiin Laitilan panimolle pilkkahintaan. Laitilan laajentaessa tilojaan, ei laitteiden kapasiteetti riittänyt ja ne myytiin eteenpäin Ahvenanmaalle.

5. c) *Hofbräu Keller* Münchenin Haidhausenissa oli näyttämönä viiksekkään demagogin ensimmäiselle julkiselle puhetilaisuudelle tuolloin vielä DAP:nä tunnetun puolueen tilaisuudessa lokakuussa 1919. Hofbräu Kelleriä ei tule sekoittaa saman panimon omistuksessa olevaan, tunnetumpaan Platz-aukion Hofbräuhausiin.

6. a) *Talonmies On Poissa*. Kerromuksen mukaan Toppilan tehtaan talonmies olisi kadonnut mystisesti kesken työpäivän ja tämän epäiltiin hukkuneen käymisammioon. Tästä kehkeytyi ilmeisesti ainakin paikallinen urbaani legenda, jolla väitetään olleen vaikutusta oluen heikkoon menekkiin. Myös muodot ”Talonmies On Pudonnut” tai ”Talonmies On Pohjalla” tunnetaan variantteina. Mallasjuoma osti Toppilan tehtaan 1967 ja se

suljettiin 1979.

7. c) *Jean Tout Seul* -nimisessä panimossa Lessinesin kaupungin liepeillä valmistetaan ilmeisestikin panimon ainoana olutmerkkinä *La Trompeuse* -belgialea (6,9%).

8. b) 85 litraa olutta henkeä kohden. Suomalaiset kuluttavat noin 10 litraa puhdasta alkoholia vuodessa. Kokonaiskulutus on laskenut viimeisten kolmen vuoden aikana hieman ja juomatottumukset ovat siirtyneet suosimaan mallasjuomia sekä muita mietoja juomia. Oluen osuus alkoholista on noin 50 %. Eniten maailmassa olutta juovat tsekit, noin 160 litraa.

9. a) *Raninin Oluttehdas*. Kuopiossa toiminut **Gustaf Raninin** perustama panimo valmisti Rautakoura-lageria. Kyseinen olutmerkki oli saanut nimensä Ruotsin vallan aikaisesta hakka-

peiliittapäälliköstä **Torsten Stålhandskesta**. Raninin oluttehtaan tuotteissa luki valmistajätietona: ”VALMIST. GUST. RANIN”, joka muuntui varsin nopeasti savolaisten suussa muotoon ”VALMIST KUST”.

10. b) 4,8 %. Chimayn kultaista tarkoitettava Dorée-olut on mieto ale munkkien omaan käyttöön. Kyseistä olutta ei ole kaupallisesti myytävänä ja sitä saakin ostaa käytännössä vain suoraan luostari-panimon ovelta. Tyyliiltään olut on hyvin lähellä Chimayn Red:iä.