Miten Oktoberfestistä kirjoitettiin yhtenäisolutkulttuurin Suomessa?
Oktoberfest suomalaisessa lehdistössä 1946-1995

Hyvät kuulijat!

Vuosi sitten loin lyhyen katsauksen Oktoberfestiin suomalaisessa lehdistössä 1800-luvulta toisen maailmansodan syttymiseen saakka, karkeasti ottaen 90 vuoden ajanjaksolla.[1] Palautan tämän alustuksen havaintoja mieleen siltä osin, että ensimmäisen kerran Oktoberfest tiettävästi päätyi Suomessa ilmestyneen painetun lehden sivuille vuonna 1850. Kyseessä oli Turussa ilmestyneen *Åbo Underrättelser* -lehden artikkeli baijerilaisesta tapakulttuurista. Aina ensimmäisen maailmansodan paikkeille maininnat olivat melko hajanaisia, yleensä matkakertomusten ja lähinnä etnografiseksi luonnehdittavissa olevien artikkelien yhteydessä esiintyneitä. Todennäköisesti monikaan suomalainen ei lehtien varassa muodostanut erityisen koherenttia kuvaa tapahtumasta ja sen viitekehyksestä.

Tässä esityksessä tarkoitukseni on jatkaa tarkastelua toisen maailmansodan jälkeisestä ajasta aina Suomen EU-jäsenyyteen ja siten 1960-luvulta alkaneen, pitkään tasapainottelevan ja varovaisen, länteen kiinnittymisen ja eurooppalaisen integraatiokehityksen erääseen muodolliseen päätepisteeseen saakka. Tämä ajallinen valinta on perusteltu myös olutkulttuurin kehityskaaren näkökulmasta sikäli, että EU-jäsenyyden myötä tuontioluiden saatavuus ja koko nykymuotoinen olutharrastaminen, ylipäätään vakava kiinnostus olueen alkoivat saada suurempaa jalansijaa Suomessa; tuontioluiden määrä Alkon valikoimassa ylitti ensi kertaa 50 lajikkeen rajapyykin.[2] Luovuttiinpa oluen veroluokistakin tuolloin - tarkalleen ottaen heinäkuussa 1994 - vaikka jäänteitä niistäkin edelleen kummittelee kielenkäytössä ja etiketeissä. Voidaan oikeastaan jopa sanoa, että eurooppalainen ja yleisemminkin läntinen olutkulttuuri - käytän tätä sanamuotoa lukeakseni mukaan myös esimerkiksi amerikkalaiset virtaukset - alkoi toden teolla ja pysyvästi saavuttaa Suomea vuoden 1995 molemmin puolin. Tästä näyttäytyvät lisätodisteina lukuisien nykyisin jo klassikoiksi muodostuneiden olutravintoloiden ja ensimmäisen aallon pienpanimojen perustamisvuodet: muutamia esimerkkejä mainiten, ns. Kalaravintoloista ensimmäinen, Taka-Töölön Janoinen Lohi jo 1992, espoolainen Gallows Bird ja Nokian panimo 1993, tamperelainen Koskipanimo ja Plevna 1994 ja lahtelainen Teerenpeli 1995. Perässä tulivat pian esimerkiksi Laitila, Beer Hunters Porissa ja Panimoravintola Koulu Turussa. Pienpanimojen määrä nousi vuoden 1994 kuudesta peräti 26:een.[3] Myös olutseurojen määrä lähti merkittävään kasvuun, mikä sekin heijastelee ilmiön laajenemista: näihin aikoihin perustettiin esimerkiksi, muutamia mainitakseni, savonlinnalainen Pitkänsillan Olutkellari, kuusankoskelainen Ohrana, lohjalainen Lukulasit, Salhojankadun Olutseura nykyisessä muodossaan ja suomalais-virolaista kulttuurivaihtoa korostanut Olutsilta - Öllesild. Tarkastelujakso tässä alustuksessa on siis vuodet 1946-1995, kutsutaanpa tätä epookkia ja etenkin sen alkupuolta leikkisästi vaikkapa *yhtenäisolutkulttuurin ajaksi* - olihan tuolloin suomalaiselle olutmaisemalle ominaista keskittyminen harvoihin käsiin toimijoiden, laatujen ja

---

[1] Esitelmä OKS:n Oktoberfestissä 2020. Aineisto tekijän hallussa.
[2] https://olutposti.fi/olutkoira-alkon-olutvalikoiman-kehitys-1975-2000/ (Luettu 23.9.2021)
[3] Telaranta, Jussi: *Panimo- ja paahtimoteollisuuden kehitys Suomessa: Case Porin pienpanimot ja -paahtimot*. Pro gradu -tutkielma, Vaasan yliopisto 2014, s. 23.

makujen osalta. Mitä lähdeaineistoon tulee, on tälläkin kertaa nojauduttu Kansalliskirjaston digitoitujen sanoma- ja aikakauslehtien kokoelmaan, jonka laajuus - yhteensä yli 11 miljoonaa painosivua - riittänee antamaan tälle otokselle jonkinlaista edustavuutta. Lisäksi on käytetty Helsingin Sanomien Aikakone -palvelua, joka kattaa käytännössä kaiken lehdessä julkaistun sisällön ajanjaksolta.[4] Hakuterminä on käytetty saksankielisen kieliasun mukaista avainsanaa "*Oktoberfest*". Tätä valintaa perustelen sillä, että näin muotoiltuna konteksti viittaa nimenomaan saksalaisperäiseen Oktoberfestiin, joko paikan päällä tai kotimaisena tulkintana.

Vuonna 1946 Oktoberfestin kotikenttä Saksa oli fyysisesti ja pitkälti henkisestikin raunioina. Maailmansodan voittajavaltojen välit alkoivat hiljalleen kiristyä - kylmä sota vaani jo lähitulevaisuudessa ja arkea määritti lähinnä selviytyminen ja jälleenrakentaminen. Hieman samaan tapaan kuin ensimmäisen maailmansodan jälkeenkin, teki Oktoberfest Fenix-linnun tavoin paluun merkkinä saksalaisten ja erityisesti baijerilaisten kyvystä kohota raunioista, mutta paluun ensiaskeleet olivat nytkin varovaiset. Syys-lokakuussa 1946 ja seuraavina kahtena vuonna Münchenin Theresienwiesellä nähtiin sodan moraalisten, oikeudellisten ja taloudellisten jälkiseuraamusten ja mahdollisen uuden sodan uhan keskellä täyteen karnevaalitunnelmaan pidättyväistä välimatkaa ottanut laimeampien hymyjen ja juomien *Herbstfest*.[5] Jonkinlaista eteerisen pysyvyden henkeä heijasteli myös *Wiesenin* juhla-aluetta tyynesti yli kahden maailmansodan katseellaan suojannut Bavaria-jumalatarhahmo - Baijerin ja baijerilaisuuden kivinen ruumiillistuma - joka oli selvinnyt aiempien mullistusten ohella myös huhtikuun 1944 *Flying Fortressien* ja *B-24 Liberatorien* tuhoisasta vierailusta kaupungin yllä.

Suomalainen lukija sai lokakuun 1938 jälkeen odotella kuulevansa Oktoberfestistä aina marraskuuhun 1946. Asialla oli tällöinkin samainen *Åbo Underrättelser* kuin lähes 100 vuotta aiemmin. Konteksti oli kylläkin varsin eriskummallinen: Moskovan radio oli nimittäin marraskuun 6. päivänä tiedottanut, että rauhansopimuksen mukaisesti Neuvostoliitolle jääneessä Petsamossa saksalaisten vetäytyessään tuhoama metallitehdas käynnistettäisiin vuoden 1947 oktoberfest-juhlallisuuksien aikaan. Tässä yhteydessä *oktoberfestrar* lienee kuitenkin ollut vain yleisnimitys sadonkorjuujuhlille. Sen sijaan syyskuussa 1949 *Hufvudstadsbladet* laajassa lauantainumerossaan kertoi valokuvan kera, miten Münchenissä valmistaudutaan jälleen suureen Oktoberfestiin - ensimmäiseen sodanjälkeiseen tätä nimitystä kantaneeseen. Erityishuomio annettiin sille, että nyt tapahtumassa tarjoiltiin jälleen täysivahvuista olutta, *starköliä*. Kuvatekstin mukaan nimittäin 800 000 litraa peräti 15,5 (sic!) prosenttista olutta oli varastoitu tapahtumaa varten. Pilkkuvirheen sijaan lukuun lienee ladottaessa päätynyt ylimääräinen ykkönen ja voimme olettaa kuvan perusteella Hofbräun juhlaoluen olleen 5,5 -prosenttista.

Seuraavan kerran Oktoberfest rikkoi uutiskynnyksen kuitenkin vasta elokuussa 1957. Tällöin Mikkelissä ilmestynyt *Länsi-Savo* uutisoi - jälleen valokuvan kera - tapahtuman lähestymisestä. Kuvassa hymyili kaksi Dirndl-asuihin puettua Lufthansan lentoemäntää litran savituoppien kera, joista ilmeisesti tarjoiltiin jo tuossa vaiheessa turisteille esimakua Müncheniin suuntautuneilla

---

[4] https://www.kansalliskirjasto.fi/fi/uutiset/yksitoista-miljoonaa-sivua-digitoituja-sanomalehtia (Luettu 23.9.2021)
[5] https://wiesnkini.de/magazin/die-herbstfeste-der-nachkriegszeit-1946-1948/ (Luettu 24.9.2021)

lennoilla. Näiden varhaisien sanomalehtien nojautuminen valokuvavetoiseen uutisointiin on sikäli mielenkiintoista, että sisäsivuilla ja vähemmän aikasidonnaisten kulttuuriuutisten kohdalla valokuvia vaikuttaa käytetyn varsin säästäväisesti. Siten jää olettamukseksi, että kyseisiä otoksia on levitetty kansainvälisten kuvatoimistojen kautta tapahtuman epäsuorana markkinointina. Vuonna 1960 Oktoberfestin täyttäessä 150 vuotta tiettävästi ainoana aiheesta kirjoittaneena *Uusi Suomi* soi sille kuitenkin vain kuvattoman pikku-uutisen, joka oli aikaistettu jo toukokuulle. Syyskuussa 1960 Lehtimatkat -matkatoimisto puolestaan kannusti *Helsingin Sanomissa* suomalaisia lähtemään muutaman viikon kuluttua Aeron tilauslennoilla Frankfurtin kautta Müncheniin. Oktoberfestiä luonnehdittiin elämykseksi niillekin, jotka eivät ottaisi osaa oluenjuontikilpailuihin. Ohjelmassa olisi muutama päivä Oktoberfestiä ja näiden perään sopivasti valittu kahden vuorokauden virkistäytyminen Garmisch-Partenkirchenin alppi-ilmassa.

Sen sijaan jo seuraavana vuonna, 1961, Uusi Suomi osoitti huomattavaa mielenkiintoa tapahtumaan. Touko-kesäkuun vaihteessa julkaistiin otsikolla "Syysloma Münchenissä" suositus erityisesti syksyisiä automatkoja suunnitteleville Oktoberfestin, maailman suurimman kansanjuhlan huomioimisesta. Päivämääriä oli tuolloisen tiedon mukaan siirretty Länsi-Saksan liittopäivävaalien vuoksi. Elokuun 30. päivän numerossa muistutettiin syysmatkailuvinkeissä vielä Oktoberfestistä, jonka päivämäärät olivatkin jälleen muuttuneet, nyt syyskuun puolivälistä lokakuun 1. päivään. Mielenkiintoisena seikkana heti perään mainittiin Wienissä järjestettävät Oktoberfestit, jotka vastaavasti alkoivat 1.10 ja kestivät kahdeksanteen päivään saakka. Lehdessä mainosti myös Matkatoimisto Area, joka järjesti tiettävästi ensimmäisen suomalaisen seuramatkan Oktoberfesteille - osana "iloista kiertomatkaa Saksaan ja Belgiaan" - syys-lokakuun taitteessa. Kulkuvälineenä mainostettiin "rehevän ajanmukaista" Starlines-bussia, 56 500 markan hintaan sisältyivät matkojen ohella myös aamukahvi ja päivällinen. Rahanarvolaskurin mukaan pakettimatkan hinta olisi nykyrahassa n. 1350 euroa.[6] Nämä Lehtimatkojen ja Arean teemamatkat lienevät olleet ensimmäisiä varsinaisia suuremman yleisön Oktoberfest-kohdematkoja Suomessa. *Kansan Uutiset* puolestaan uutisoi 7.9.1961 Linnanmäkeä hallinnoineen Lasten Päivän Säätiön toimitusjohtajan, tohtori **Bo Ekelundin** opintomatkasta Eurooppaan, jossa yhtenä kohteena oli München. Ainakin uutistekstissä pitäytyen huvipuistojohtajan mielenkiinto oli rajoittunut vain tapahtuman tivolilaitteisiin, joita mainitaan vuonna olleen yli 100 erilaista.

Kiintoisasti kenties vakiintuneimmin kulttuuri-ilmiöiden kuvaukseen keskittynyt *Suomen Kuvalehti* viittasi Oktoberfestiin ensi kertaa mutkan kautta kertomuksessaan toimituspäällikkö Heikki Brotheruksen elämästä Manhattanilla. Artikkelissa kuvailtiin, miten lokakuussa 1964 New Yorkin saksalaiskortteleissa Yorkvillessä juhlittiin festejä perusteellisesti. Brotheruksen kuvaus vyöryttää lukijan eteen lähinnä stereotypioita: "*lattialla esiintyy lihavia olutmahaherroja lyhyissä housuissa ja Sauerkraut levittää happamia tuoksujaan.*."

Ensimmäinen jokseenkin nykymuotoinen yhteenvetoartikkeli Oktoberfestistä on vastassa *Länsi-Savossa* lokakuussa 1965. Paul Sigmüllerin teksti,“Makkara- ja olutjuhlat Münchenissä”,

---

[6] Tässä käytetty Suomen Pankin rahamuseon rahanarvolaskuria, http://apps.rahamuseo.fi/rahanarvolaskin

on ostettu DaD-uutistoimistolta. Järjestyksessä 131. Oktoberfestistä nostetaan esille 700 000 makkaran, 300 000 kananpojan ja kolmen miljoonan olutlitran kulutus - vertailun vuoksi vuonna 1937, tilastoinnin alkaessa, juotiin vain miljoona litraa. Rituaalien perusteet käsitellään: ylipormestari toteuttaa virkavelvollisuuttaan lyömällä tappihanan ensitynnyriin kiinni. Tuolloin liittyi näytelmään vielä poliittinen myytti: mikäli vaahtoa roiskui ympäriinsä, oli kyseisen pormestarin ura vaakalaudalla. Suotuisampi tapaus antaisi vuoden armonaikaa. Erikoisuuksina mainitaan ulkomaalaisia ja muualta Saksasta saapuneita varten varatut Baijerin murteen sanakirjat. Tuolloin vielä korostettiin, että lyhyiden nahkahousujen kanssa oli ehdottomasti käytettävä solmiota.

Uutisointi ja sitä myöten mielenkiinto ja tietämys Oktoberfestistä suomalaisissa tiedotusvälineissä ja niiden lukijakunnassa vaikuttaa lisääntyneen merkittävästi 1960-luvun loppua kohden. Tähän lienee ennen kaikkea vaikuttanut turismin jatkuva kasvu; jo vuonna 1966 rikottiin neljän miljoonan olutlitran raja, joiden juojissa oli jo runsaasti matkailijoita. Toimittaja **T. Riekkisen** artikkeli “Tuopin jälkiä Münchenissä” lahtelaisessa *Etelä-Suomen Sanomiss*a 14. lokakuuta 1967 on tämän esitelmän aineiston perusteella ensimmäinen suomalaisen sanomalehden omakohtainen reportaasi Oktoberfestistä. Karnevaalin tanssikulkueessa oli tuolloin ensimmäistä kertaa myös suomalaisia osanottajia, nimettömäksi jäänyt kansantanhuryhmä, jonka esitystä maanmies Riekkinen luonnehti hieman vaivautuneesti vaisuksi muiden rinnalla. Mielenkiintoisesti jo tässä artikkelissa todetaan Oktoberfestin luonne aiempaa kaupallisemmaksi. Itse juhla-aluetta, Wieseniä, kuvaillaan yksityiskohtaisesti. Olutteltoissa oli varsin vapaamielinen tunnelma. Riekkisen mukaan tuolloin vielä kuka hyvänsä, joka taloudeltaan kykeni kustantamaan soittokunnan oluet, saattoi nousta johtamaan orkesteria. Siinä missä nykyisin ulkomailla suomalaiseksi esittäytyvä kohtaa kenties avainsanat Räikkönen, Rovio ja Nokia, vuonna 1967 vientituotteemme oli vielä Paavo Nurmi. Litran savituopit olivat tuolloin vielä yleisessä käytössä ja niiden hurjasta heilahtelusta laulun tahtiin varoitetaan noviiseja. Tarjoilu päättyi tuolloin tuntia nykyistä - tai viimeisintä järjestettyä, vuoden 2019 Oktoberfestiä - aiemmin, kello 23. Riekkisen toteamuksessa: "*humalaisia suomalaisen mittapuun mukaan on vähän*" korostuu selvästi erilainen alkoholikulttuurin pohjavire. Hätkähdyttävänä yksityiskohtana, kaiketi ajankuvaan istuvana, kerrotaan osan teltoista purkautuneesta kävijäkunnasta etsineen epätoivoisesti autojaan jättimäiseltä paikoitusalueelta tuntien kolpakoinnin perään. Loppukaneettina jutussa on ilmeisestikin toimittajan suomentama eräänlainen Oktoberfest-motto: "*Vaikka sä viettäisit mimmoiset hipat, housuihin tippuvat viimeiset tipat*". Vuonna 1968 mainostetaan jälleen Oktoberfest-matkailua Euroopan riehakkaimpana karnevaalina. Asialla on iloisten yllätysten matkailutoimistoksi itseään nimittävä Oy Matkailutoimisto Turismbyrå Ab.

Seuraavan vuosikymmenen alussa Oktoberfest tulvi suomalaisen yleisön tietoisuuteen teatterinäyttämöltä unkarilaisen, nuorena kuolleen **Ödön von Horvathin** kansannäytelmän *Kasimirin ja Karolinen* muodossa. Tämän 30-luvun alkuun sijoittuneen, vuonna 1971 **Kirsti Ortolan**, **Esko Salmisen** ja **Veikko Honkasen** tähdittämän näytelmän tapahtumat näet sijoittuivat pääosin Oktoberfestin ympärille; Theresienwiese pienoiskoossa oli loihdittu Helsingin Kaupunginteatterin pienelle näyttämölle, kirjoittaa *Uusi Suomi*. Vuosikymmenen puolivälissä *Helsingin Sanomat* nostaa Oktoberfestin esille syyskussa 1975 kliseisesti otsikoidussa

“Münchenin mahtava kankkunen” -artikkelissaan, joka kuitenkin lähinnä analysoi kaupungin kehityksen suuntaa. Oktoberfestistä maininnan arvoista on, että oluen kulutus oli vuoden 1974 tapahtumassa laskenut jyrkästi ensi kertaa yli sataan vuoteen.

Yllättävästi seuraavan kerran kansanjuhla ylsi suomalaislehtien otsikoihin vasta vuonna 1980, uuden vuosikymmenen puolella. Tuolloin *Hufvudstadtbladetissa* kuvailtiin, miten vuodenajat Münchenissä voidaan leikkimielisesti jakaa olutkalenterin mukaisesti: helmikuussa *Fasching*-paastokarnevaali, vahvojen oluiden kausi *Starkbierzeit* maaliskuusta, *Biergartenzeit* eli terassikausi toukokuusta syyskuuhun, Oktoberfest ja lopulta vähäpätöisempinä joulu ja uusi vuosi. Saman vuoden Oktoberfest ylitti uutiskynnyksen dramaattisesti jokaisessa lehdessä: tuolloin 27. syyskuuta räjähti nimittäin juhla-alueella pommi, joka surmasi 13 ihmistä ja aiheutti yli 200 osanottajan loukkaantumisen ja tapahtuman keskeytymisen. Asialla oli 21-vuotias mielenterveysongelmista kärsinyt maantieteen opiskelija **Gundolf Köhler** - itsekin iskussa menehtynyt, sillä pommi räjähti tekijänsä käsissä ennenaikaisesti - joka tiettävästi kuului baijerilaiseen äärioikeistolaiseen terroristiryhmään. Iskusta ja sen selvitystyöstä kirjoitettiin laajalti. Vuonna 1982 *Maaseudun Tulevaisuus* julkaisi sävyltään varsin modernin ja positiivisen olutartikkelin "Olut on talonpoikainen juoma". Tässä selvästi Oktoberfestin inspiroimassa asiajutussa selitettiin oluenvalmistuksen periaatteet, saksalaisen puhtauslain *Reinheitsgebotin* käsite sekä muun muassa tiivistettiin jälleen lukijoille olutjuhlan keskeisimmät seikat. Vuonna 1984 rikottu 5 miljoonan olutlitran ennätys sai näkyvyyttä lahtelaisissa aamukahvipöydissä (ESS). Yllättävänä tietona kerrottiin myös ns. olutpoliiseista, jotka valvoivat tarkasti tilaisuuden määräysten noudattamista. Vaahdon määrää tarkkailtiin, jotta asiakkaat saisivat oikeudenmukaisesti vastinetta rahoilleen: tapausesimerkkinä mainitaan - kuitenkaan panimoa yksilöimättä - tapauksesta, jossa janoisille oli juoksutettu 158 litran tynnyristä 198 litran tuoppia! Mainittakoon, pienenä aikahyppynä, että vielä vuonna 1994 Baijerin oikeusministeri palasi *Helsingin Sanomien* uutisoimana samaan teemaan ja uhkasi jopa miljoonan D-markan sakoilla tällaiseen kerettiläisyyteen syyllistyviä, niin Wiesenin alueella kuin sen ulkopuolella. Vuodelta 1984 tavataan myös mahdollisesti varhaisin esikuvansa mukaan nimetty julkinen kotimainen olutjuhla: Edelleenkin toimivassa, Valtatie 24:n varrella Vääksyssä sijaitsevassa Hotelli Tallukassa nimittäin järjestettiin “Kaiken kansan olutfestivaalit” nimellä Oktoberfest 25-27. Lokakuuta. Juomatarjontaa ja ohjelmaa ei tiiviissä mainoksessa eritellä, mutta tapahtuman logossa on U-kirjain korvattu ajalle tyypillisellä **Oiva Toikan** Krouvi-kolpakolla.

1980-luvulla Oktoberfest-uutisointi vaikuttaisi vähitellen vakiintuneen lähes vuotuisiin, usein STT:n laatimiin ja saksalaisten tai kansainvälisten uutistoimistojen alkuperää oleviin yleiskatsauksiin ja kepeään sävyyn kirjoitettuihin *gargantualaisiin* ennätyksiin, lehtien omia reportaaseja aiheesta ei juuri nähty. Poikkeuksen teki *Suomen Kuvalehti*, joka ilmeisesti ensi kertaa paneutui tähän kulttuuri-ilmiöön lokakuun 1985 numerossa 46. Toimittaja **Jukka Kuikka**, sittemmin Ylen Aamu-TV:n jälkiviisaistakin tunnettu, ja valokuvaaja **Hannu Lindroos** jalkautuivat useammaksi päiväksi Theresienwieselle. Jo jutun, “Ruukkujen tasangoksi” nimetyn, alussa mainitaan, miten tietoinen Oktoberfest-matkailu on alkanut yleistyä Suomessa. Matkojen luonnetta kuvaamaan on valittu turismin alkutaipaleen sanastosta tuttu seiväsmatkat. Suora lainaus Kuikan analyysista baijerilaisen oluenkulutuksen takana: *“Kun on extraextralarge riesenriesengross niska, kurkkutorven läpimitta on vaaksa. Ei kestä kauaa, kun mitallinen olutta*

kaatuu siitä mahaan” -ja *"Baijerilainen ei suinkaan röyhtäise sivistymättömästi, vaan ottaa edestään pöydältä tuuban, ja heläyttää sillä sievästi pienen kansanlaulun. Se kuulostaa samalta kuin röyhtäys, mutta on eleenä kauniimpi*”. Tiukkaa ajankuvaa on myös ilmaisussa, jossa Müncheniä luonnehditaan komisario **Kösterin**, "Vanhan Ketun", poliisipiiriksi - sarja kun keräsi tuolloin sadat tuhannet suomalaiset lauantai-iltaisin television äärelle. Sivujuonteena todettakoon, että itse Oktoberfest-teema ilmaantui tiettävästi münchenläis-*krimiin* vasta kuvitteellista ylikomisario **Vera Lanzia** kuvaavan *Die Chefin* -sarjan kuudennella kaudella vuonna 2016! Vuoden 1985 juhlan osalta suomalaiset eivät olleet enää esillä kansantanhujen myötä kuten 18 vuotta aiemmin, vaan tiedotusvälineet pääsivät nyt kertomaan suomalaismiehestä, joka oli härmäläishengessä puukottanut kahta englantia puhunutta - tapahtumakuvaus lienee siis ollut myös etyylintäyteisissä aivoissa kehkeytynyt motiivi. Kuikan kuvaus jatkuu hyvin naturalistisena: "*Lavalle nousee Liselotte, joka on lihavahko nainen joustinneuleessa. Hän ottaa pulleaan käteensä tahtipuikon ja lähettää Unterbrunner Blaskapellen liikkeelle...*" - "*Osa väestä nousee pöydälle, osa putoaa sen alle*" - "*Liselotte nostaa jatkaa pään yläpuolelle ja piiskaa telttaa hurmokseen.*" Vähemmän tunnettuna Oktoberfestin traditiona nostetaan esille 700 myynti- ja esiintyjäkojun joukosta jo toista polvea edustava *Vogeljacob*, suomalaisittain “Lintujaakko”. Kyseessä on eräänlainen elävä vitsiautomaatti, joka kertoo baijerin murteella hyvän maun ohittavia huumorijuttuja, joissa vilahtelevat sonnit, lehmät, piiat ja rengit ja päättää esityksensä satakielen laulua matkivaan ääntelyyn erityisen pillin avulla.[7] Vogeljacobia, baijerilaista kansansankaria ja pikkupoikien idolia verrataan tekstissä tuolloiseen suomalaiseen myyttiseen sankariin, jonka ihmishahmoinen muoto vuonna 1985 on tuore formulalegenda **Keijo Rosberg** - Paavo Nurmen päivien väsymätön lihas on muuttunut hevosvoimien voittokuluksi. Siinä missä vielä 1967 korostettiin baijerilaisten kykyä humaltua leppoisasti, lokakuussa 1985 mainitaan jo satojen juhlijoiden päätyvän putkaan ja sairaalaan. Liekö tämä sitten vähemmän siloteltu totuus jo pidemmältä ajalta vaiko kansanjuhlan luonteeseen turismin tuoma muutos, siihen ei käytetyn aineiston perusteella voida vastata. Eräs uusi aluevaltaus oli Oktoberfest -teemaviikkojen ilmaantuminen laivaliikenteeseen syyskuussa 1986. Finnjet mainosti lähes puolen sivun kokoisessa reklaamissaan *Helsingin Sanomissa* Neuvostoliiton kiertomatkojen ja Aurinkorannikon seuramatkojen vieressä "aitoa baijerilaista karnevaalia" kaikilla lähdöillään. Laivojen tilat kerrotaan sisustetun Baijerin väreihin, tarjolla olevan saksalaisia ruokia, kansanmusiikkia ja yhteislaulua. Juomatarjonta, jota mainostettiin litrapitoisella kuvapankkikuvalla, on sinänsä saattanut olla autenttistakin, sillä reitit suuntautuivat mm. Hampuriin.

Merkittävä useampaan lehteen levinnyt uutinen maaliskuulta 1987 kertoo Finnairin aloittaneen suorat lennot Müncheniin. Matkailuvalttina mainitaan nimenomaan Oktoberfest. Samana syksynä myös Stockmann järjesti Helsingin tavaratalossaan Oktoberfest-nimisen teemaviikon, jossa 4. kerroksen näyttelyhalliin oli loihdittu Wiesenin tunnelmaa. Boschin, Braunin, Krupsin ja Petran kodinkoneita ja Schlemmertopf-terrakottavuokia esiteltiin Huber-Buam -trion soittaessa torvihumppaa ja baijerilaistyylinen oluttupa aukesi jo kello 11. Oluen laaduista ja merkeistä ei mainoksessa ole tarkempaa tietoa, mutta tarjolla olleet ruokaerikoisuudet olivat lähinnä

[7] Alkuperäinen Vogeljacob oli Lorenz Tresenreiter (1901-1960). https://www.munichkindl.net/vogeljakob (Luettu 25.9.2021)

yleissaksalaisia. Mielenkiintoisesti myös makeampia Oktoberfest-herkkuja kakkujen ja marsipaanien muodossa nostettiin esille.

Apu-lehden "Join täällä" -palstaa, joka itsessäänkin voisi olla mielenkiintoinen tutustumisen kohde, täytetään Oktoberfest-teemalla lokakuussa 1987. Ritva-Liisa Relanderin ja Kimmo Räisäsen valokuvapainotteinen juttu on lähinnä paisuvien tilastojen yhteenvetoa ja baijerilaiskuvastolla hassuttelua, mutta valomerkki vaikuttaa pidentyneen jo keskiyöhön. Tahtipuikon lainaamisen hinnaksi oli tuolloin myös jo vakiintunut 100 markkaa. Myös erilaiset Oktoberfest-teemajuhlat ovat selvästi alkaneet rantautua Suomeen. Turun Svenska Klubbenin versiossa syksyltä 1987 on tarjolla kolmenlaista makkaraa, hapankaalia ja perunamuusia, torvimusiikin ja vaahtoisaksi mainostetun oluen kera. Syyskuussa 1988 puolestaan järjestettiin Savonlinnan Olavinlinnassa Olutfestivaalit, joita *Länsi-Savon* yli puoli vuotta aiemmin, helmikuun alussa, julkaistussa uutisessa kuvaillaan Suomen Oktoberfestiksi. Toimittaja **Seppo Silvennoinen** perustelee ympäristön luonnollisuutta, olihan linnassa “latkittu kaljaa” jo vuodesta 1475. Tarjolla kerrotaan olleen "kaikkien suomalaisten olutmerkkien lisäksi tasokasta viihdettä ja messutunnelmaa". Idea mainitaan napatuksi “saksalaisilta oluenlallittajilta”, joka ainakin itselleni oli aivan uusi ilmaisu. Tiettävästi näin syntynyt olutjuhlaperinne Savonlinnassa jatkui ainakin 2010-luvulle, viimeksi Olujaisten nimellä. 22. syyskuuta 1988 valistettiin suomalaisia myös keskeisistä saksankielisistä Oktoberfest-termeistä. *Helsingin Sanomissa* Ruokatorstai -palstalla nimimerkki Humulus Lupulus kirjoitti mm. Märzeneistä, Wiesenistä ja Wiesenmärzenistä. Erikoisempi ja ajankuvaan läheisesti kytkeytyvä oli Olvin Vaakuna -oluen esitteleminen "Suomen oloihin sovitettuna Märzeninä". Kyseessä oli pohjahiivalla käytetty täysmallasolut hyvällä humaloinnilla, voimakkaalla kantavierteellä ja maltaisella aromilla. Myös tumman kuparinen väri liitti sen klassikkomärzenien joukkoon. Ilmeisesti tällä viitattiin tuotteen nelosvahvuiseen versioon. Saman vuoden Oktoberfest-vakiouutisessa *Helsingin Sanomissa* esitettiin arvio kuuden miljoonan litran haamurajan ylittymisestä.

Ennen vuosikymmenen vaihdetta uutisoidaan vielä litran tuopin Wiesen-hinta syyskuulta 1989. Se on 16 D-markkaa eli osapuilleen kahdeksan euron paikkeilla nykyrahassa. Lama-ajan ytimessä oli Osuuspankki-konsernin mainos *Helsingin Sanomissa* syksyllä 1990, jossa Oktoberfestiksi kutsuttiin verovapaiden peruskorkosidonnaisten oblikaatioiden syysmyyntiä! Lokakuulta 1991 on samassa lehdessä puolestaan kirjattu tieto 5,2 miljoonan tuopin kulutuksesta ja uutena käsitteenä mainitaan *Bierleichen*, “olutruumis”, jolla tarkoitettiin Lasaruksen tavoin tilapäisestä kuolemasta sittemmin vironneita asiakkaita - heitä kerrottiin olleen 252. Vuosikymmenen vaihduttua erilaiset kotimaiset ja -kutoiset Oktoberfestit jatkoivat yleistymistään ja niiden erityinen näyttämä oli suomalaiset risteilylaivat. Tämän voisi aihetta paremmin tunteva kenties kyetä kytkemään risteilykulttuuriin samanaikaiseen nousuun, joka lamasta huolimatta lienee ollut suosittu ajanvietemuoto. Esimerkiksi Sally-laivayhtiön 24 tunnin risteilyillä oli 1990-luvun alussa vuotuinen Oktoberfest, samoin kilpailija Viking Linella. “Aitoa saksalaistunnelmaa” ja “raikuvaa riemua” symboloitiin mainoksessa vaahtoavalla Koff-kolpakolla, josta voinee päätellä myös oluttarjontaa. Olipa Sally-yhtiöllä jo 1980-luvun lopulla erityisiä arjen katkaiseviksi luonnehdittuja Oktoberfest-risteilyjäkin, joilla “ei laskettu kaloreita, vaan juomia!”. Perinteisempi Finnjet muistutti myös kuohuvansa syksyisin. Samoin Siljan laivoilla oli festitunnelmaa, joka oli ulotettu peräti maihinkin asti: *Helsingin Sanomissa*

lokakuussa 1992 luvataan, miten Koffin hevosten ohella myyntipisteissä on tarjolla snackseja ja Koffin ykkösolutta. Ehtipä menoon mukaan myös Georg Ots -lippulaivaansa mainostanut Tallink. Valtaosa Helsingin Sanomien Aikakoneen Oktoberfest-hakuosumista 1990-luvun taitteen jälkeen viittaakin nimenomaan laivayhtiöiden ahkeraan mainostamiseen.

Jo aiemmin 1980-luvulta mainitun Tallukan ohella myös Turun Messukeskuksessa järjestettiin Oktoberfest -olutkarnevaalit lokakuusta 1990 alkaen. Vuoden 1995 tapahtuma oli *Helsingin Sanomien* menovinkin mukaan jo varsin massiivinen ja liberaali: se täytti messukeskuksen kaksi hallia ravintoloillaan ja lisäksi auditoriossa oli erillinen erotiikkapubi. Lahden Kärpäsenmäen kuplahalliin taas kokoonnuttiin juhlimaan varsin suomalaista Oktoberfestiä syyskuussa 1994, pahimman lama-ajan jo taittuessa. Tapahtuman keskeisenä sponsorina ja juottajana oli Olvi, keskeisinä esiintyjinä Danny, Tequilatytöt ja Herkkukurkut. Ohjelmassa oli mm. olutbenji, olutruletti, SM-karaokekarsinta ja Lahden pubien köydenvetokisa. Omituisena kulttuurilainana mainitaan nonstoppina torilta juhlakansaa paikalle ajava “Lontoonbussi”. Slogan oli “Vain hauskanpito on tärkeää!”. Kenties aidoimmin tunnelman tavoitti kuitenkin Plevnan ensimmäinen Oktoberfest syksyllä 1994, joka lienee ollut ensimmäinen omien, historiallisestikin tyyliin sopivien oluiden varassa järjestetty.

Selvää kurssinmuutosta kielii myös *Helsingin Sanomien* pikku-uutinen syyskuun lopulla 1994: “Oktoberfestin juhlaolutta saa tölkeissä”. Tuolloin on Alkon valikoimaan ilmeisesti ensi kertaa otettu Löwenbräun 5,7 -prosenttista Oktoberfestbieriä. Samassa yhteydessä mainitaan muistakin avautuvan Euroopan olutuutuuksista, kuten Elannon ravintoloihin saapuneista *Bohemia Regentistä* ja *Velkopopovicen* vaaleasta ja tummasta. *Herold* -merkkistä vehnäolutta on ehtinyt jo jonkin aikaa olla Vastarannan Kiiskessä, Hilpeässä Hauessa ja Janoisessa Lohessa.

Katsauksemme lopussa *Suomen Kuvalehti* palaa Oktoberfestin teemaan kymmenen vuoden jälkeen uudelleen toukokuussa 1995. "Kuohuva maailma" -olutpalstalla **Mikko Montonen** kirjoittaa jo totunnaisen tiivistelmän tapahtuman luonteesta ja taustasta nahkahousut ja lehmänkellotkin mainiten, mutta uutena käsitteenä lukijoille esitellään nimeltä olutlaadut *Helles* ja *Oktoberfestbier*. Tässä artikkelissa taustoitetaan myös ensi kerran, miten vain ennen vuotta 1970 Münchenin kaupungin alueella toimineet kuusi suurta panimoa - Augustiner, Hacker-Pschorr, Hofbräu, Löwenbräu, Paulaner ja Spaten - saavat osallistua juhlaan. Kyseinen Montosen palsta vaikuttaa nopealla tarkastelulla tarjoilleen muissakin lehden numeroissa lukijoille keskimääräistä tasokkaampaa oluttietämystä; Montosen lähteenä vaikuttaa ilmeisen omakohtaisten kokemusten ohella olleen mm. **Michael Jacksonin** kirjallisuus.

Yhteenvetona voidaan todeta, että Oktoberfest-kirjoittelun määrä ja sisältö kasvoi jokseenkin samassa suhteessa matkailun yleistymisen myötä ja keskittyi muutamia satunnaisia keväisiä juttuja lukuunottamatta lähinnä elokuun lopulta lokakuulle, eli sadonkorjuukaudelle. Suomalaisilla alkoi olla jo omakohtaista tai vähintäänkin jonkin sosiaalisen linkin - perheenjäsenen, sukulaisen, ystävän tai työtoverin - kautta saatua kokemusperäistä tietoa, vähintäänkin kuulopuheita myyttisestä olutjuhlasta. Siinä havaittiin myös siirrettävissä tai lainattavissa olevaa kaupallista potentiaalia, joka selvästikin alkoi realisoitua 1980-luvun lopulta

ja erityisesti 1990-luvun alkupuolelta. Tämä voidaan nähdä kytköksissä yleiseen ravintolaelämän nopeaan vapautumiseen. Toisaalta Oktoberfestiä tulkittiin näissä tapauksissa varsin suomalaisten lasien läpi aina ohjelmasta juomatarjontaan, käytännössä siis kotiutettiin lähinnä ajankohta ja yleinen olutjuhlan tematiikka. Tähän olisi ollut käytettävissä myös kotimaisempi kekri, mutta ilmeisesti juuri kansainvälistymisen hengessä ajateltiin tuotavan juhlan omaavan tietynlaista kiehtovaa ja sallivaa eksoottisuutta.

Mainitsin jo alkuun tämän otoksen rajauksista ja rajoitteista; on siten täysin mahdollista, että jokin vielä digitoinnin tavoittamaton sanoma- tai aikakauslehti on vuosikymmenten saatossa julkaissut varsin kattavastikin Oktoberfestistä ja jäänyt täysin tämän aineiston datahaavin ulkopuolelle. Vastaavasti jotkin maakuntalehdet ovat voineet jopa ylikorostua, sillä digitoidun aineiston määrä vaihtelee hieman julkaisukohtaisesti ja läheskään kaikkien nimikkeiden osalta koko ajanjakso ei ole aukottomasti katettu. Olen kuitenkin Kansalliskirjaston digitaalisen kokoelman laajuuden ja tehokkaan hakutoiminnon johdosta taipuvainen uskomaan, että tähän ajalliseen leikkaukseen on saatu mahdutettua melko tyydyttävä ja vertailuakin kestävä yleiskuva suomalaisen lehdistön tavoista ja näkökulmista käsitellä maailman tunnetuinta olutjuhlaa.

Siten kysymykseen siitä, miten Oktoberfest tunnetaan - tai tunnettiin - tietyn ikäpolven suomalaisten parissa, voidaan ainakin osaltaan vastata tämän kepeän, vapaamuotoisen mediakatsauksen kautta. Paperilehtipolveen itsensä lukeville lienee ainakin jäänyt mieleen nahkahousut, torvisoitto, olutlitrat ja erilaiset liharuoat. Kun nyt katsomme ympärillemme, on tämä kuva tavoittanut jotakin oleellista, ainakin toistuvaa.

Kiitos!