



Olutliitto  
Ölförbundet

*Olutliiton  
Alko-selonteko*



**Olutliitto ry. on oluenkuluttajien riippumaton, valtakunnallinen etujärjestö.**

Olutliiton tehtävänä on puolustaa oluenkuluttajien oikeuksia sekä vaalia olutkulttuuria toimien oluen monipuolisen tarjonnan säilymisen puolesta. Olutliittoon kuuluu 26 itsenäistä ja rekisteröityä olutseuraa tai yhdistystä. Olutliitto on jäsenenä European Beer Consumer Unionissa (EBCU) ja osallistuu sen kanssa kansainväliseen toimintaan.

# Olutliiton Alko-selonteko

## Sisältö

Alko selonteko - kyselyn yhteenveto ja kannanotto.....	4
Myymäläseurannan tulokset.....	8
Kyselytutkimuksen tulokset.....	10
Olutvalikoiman koko laajan olutvalikoiman myymälöissä.....	10
Olutvalikoiman koko normaalin olutvalikoiman myymälöissä.....	10
Alkon valikoimassa on n. 160 olutta. Vertaa myymälän olutvalikoiman laajuutta koko olutvalikoimaan.....	11
Arvioi oluthyllyjen sijainti myymälässä.....	11
Tulevatko uutuudet nopeasti hyllyyn? Pitääkö niiden perään kysellä?.....	12
Miten paikallisen myymäläsi myymäläpäällikkö tai oluista vastaava suhtautuu olueen?.....	13
Arvioi myymälän palvelutaso oluiden suhteen.....	13
Jos olutvalikoima on pieni, laskekaa vertailun vuoksi kuinka monta väritöntä viinaa on myynnissä.....	14
Saatko paikallisesta myymälästä helposti ne oluet jotka haluat?.....	14
Mitkä oluet mielestäsi puuttuvat myymälästä ja koko valikoimasta.....	15
Arvioi Alkon koko olutvalikoiman suuruus verrattuna eurooppalaiseen tarjontaan.....	16
Mitä jos kuluttajille olisi tarjolla kaikille oluille muu ostokanava kuin Alko? Mistä ensisijaisesti haluaisit ostaa oluesi?.....	16
Sana on vapaa.....	17
Liitetiedot:.....	19

# Olutliiton Alko-selonteko

## Kyselyn yhteenveto ja kannanotto

### Kyselytutkimuksen toteutus

Kyselyssä arvioitiin valtakunnallisesti 67 Alkon myymälän valikoimia. Kaikkiaan myymälöitä on 344. Oluenkuluttajille suunnattu kysely suoritettiin vuoden 2009 touko–elokuun aikana web-pohjaisella kyselylomakkeella. Kysely kohdistettiin sähköpostilla olutseuroille ja olutharrastajille ympäri maata. Kyselyyn saivat osallistua myös kaikki muut halukkaat.

### Olutvalikoiman laajuus näennäistä

Olutliiton kuluttajakysely antaa aihetta huoleen ja syvään tyytymättömyyteen. Alko ilmoittaa, että sen valikoimiin kuuluu 160 olutta. Tämä ei näytä pitävän paikkaansa, sillä yhdestäkään 67:stä myymälästä ei löytynyt tätä määrää. Yli sadan oluen valikoima löytyi vain kahdestatoista tutkitusta myymälästä.

### Paikallista olutvalikoimaa pidetään huonona

Olutliiton kyselyyn osallistuneista vastaajista 58 prosenttia antaa myymälän valikoimalle arvosanan erittäin huono, huono tai välttävä. Hyvänä tai erittäin hyvänä valikoimaa pitää vain 19 prosenttia vastaajista. Arvosana vaihtelee suuresti asuinpaikkakunnasta riippuen. Siinä missä yhden Alkon valikoima on 150 olutta, on toisessa tyytyminen 20 olueen.

Edes osassa laajan valikoiman Alkoja ei olutvalikoima noussut yli 50:n, mikä ei ole edes kolmasosaa mainostetusta valikoimasta. Erityisesti pienpanimoiden oluet ja ulkomailla ilmiöksi tullut sahti loistavat poissaolollaan.

### Uutuuksista pulaa

Valikoiman koko ei ole ainoa kuluttajalle merkittävä asia. Tärkeää on myös, kuinka nopeasti uutuudet tulevat hyllyihin eli millaista vaihtelua nähdään. Vastanneista puolet on sitä mieltä, etteivät uutuudet kokonaisuudessaan tule nopeasti tarjolle. Suurten panimoiden oluet tulevat näytille ripeästi, mutta pienpanimoiden uutuudet – sahdista puhumattakaan – ovat satunnaisesti saatavina.

### Oluet piilossa katseilta

Oluen syrjintä näkyy myös tuotteiden sijoittelussa. Myyvimmillä paikoilla komeilevat kirkkaat viinat, viinit ja väkevöitettyt viinit. Oluet on piilotettu nurkkaan. Oluthyllyn sijaintia piti hyvänä tai erittäin hyvänä vain 34 prosenttia vastaajista.

### Oluttuntemus jää viinien varjoon

Kyselyssä pyrittiin selvittämään myös myymälähenkilökunnan olutasiantuntemusta. Olutliiton jäsenet keskustelivat myyjien ja myymälävastaavien kanssa – sikäli kun sellaisen saivat paikannettua. Heräsi perusteltu epäily, että myymälän valikoima ja asiantuntemus ovat pitkälti henkilökunnan harrastuneisuuden varassa eikä Alkolla ole oluen suhteen mitään varsinaista linjaa, koulutusta tai ohjausta. Mikäli asiakas pyöri viinihyllyn luona, tuli myyjä antamaan asiantuntevia neuvoja. Oluthyllyn luona sai liian useassa myymälässä seisoskella kaikessa rauhassa. Muuten Alkon henkilökuntaa pidettiin avuliaana ja osaavana.

## Eurooppalaisittain surkea valikoima

Kun vastaajia pyydettiin vertaamaan Alkon koko valikoimaa eurooppalaiseen tarjontaan, tulos oli musertava. Vastaajista 80 prosenttia antoi arvosanan erittäin huono, huono tai välttävä.

Hyvänä Alkon valikoimaa pitää vain 8 prosenttia vastaajista. Euroopassa on tarjolla yli 20 000 erilaista olutta. Näistä oluista arviolta 80 prosenttia on yli 4,7-prosenttisia.

## Alko ei kiinnosta olutkauppiaana

Kyselyssä tiedusteltiin myös sitä, mistä kuluttaja ostaisi oluensa, jos olutta saisi vapaasti. Alkossa asioisi vain 8 prosenttia oluenystävistä, 34 prosenttia asioisi oluiden erikoiskaupoissa ja 28 prosenttia päivittäistavara-kaupoissa. Suoraan panimolta oluet hakisi 17 prosenttia vastaajista. Olutliitto on vahvasti ajanut sitä, että panimot saisivat myydä kaikkia oluitaan suoraan valmistuspaikalta.

## Kehitys näkyy myyntiluvuissa

Vuodesta 2002 Alkon osuus Suomessa myydyistä olutlitroista on pienentynyt 5,2 prosentista 2,5 prosenttiin (2009). Vuonna 2002 myynti oli 21,5 milj. litraa ja vuonna 2009 enää 11,3 milj. litraa. Myynti on käytännössä puolittunut muutamassa vuodessa..

Alkon olutmyynnistä 80 prosenttia koostuu kolmen Suomessa toimivan suuren panimon vahvoista tai erikoisvahvoista lageroluista.

Jopa Tallinnan laivat ovat olutkauppiaana ajaneet monopoliyhtiön ohi. Samaan aikaan Alkon parhaiten sijoitetuille hyllyille on tuotu viinien hanapakkaukset, joita valikoimissa on jo 149 erilaista.

## Säädelyt olut

Alko on kieltolain päättymisestä 1932 lähtien säädelyt olutvalikoimia. Kieltovuosista hengissä selvinneet panimot saivat Alkon ohjeiden mukaan valmistaa ja myydä vaaleita lagereita vuoteen 1942, jolloin sodan varjolla oluenpano jälleen kiellettiin. Vuonna 1948 sallittiin kolmosoluen ja vuonna 1955 A-oluen valmistus. Yhden panimon portterille heltisi lupa 1957.

Tuontioluita ei Alko huolinut ennenkuin 1960-luvun puolivälissä Efta-sopimuksen velvoittamana, mutta protektionistinen hinnoittelu jätti nopeasti jäljelle vain kaksi tanskalaista merkkiä. Alko avasi jälleen tuontiovia vuonna 1986 ja salli pian uusien panimoiden perustamisen. Niiden tuotteiden listoitua Alkon myymälöihin on jäänyt köyhäksi, supisuomalaisen sahdin osalta suorastaan häpeällisen huonoksi.

Alkon myymäläpäälliköiltä puuttuu samanlainen vapaus kuin esimerkiksi ravintoloitsijoilta rakentaa tuotevalikoima kysyntää vastaavaksi. Keskusjohdon listoitumääräykset syrjivät kotimaista pientuotantoa. Euroopan Unioniin liittyessään 1995 Suomi lopetti muut alkoholimonopolit, paitsi yli 4,7-prosenttisten oluiden ja muiden alkoholijuomien vähittäiskaupan. Alko on sen jälkeen suosinut valikoimissaan viinejä ja väkeviä ja jättänyt oluet lapsipuolen asemaan.

Alko ei täytä vähittäismyyntimonopolinsa vaatimuksia, eikä kuluttajien toiveita.

## Olutliiton kannanotto

Alkon mukaan asiakkaiden tyytyväisyys on välttämätöntä yhtiön toiminnan jatkumiselle. Oluen kuluttajat eivät ole tyytyväisiä.

Alkon ulkopuolella tapahtuva vähittäiskauppamyynti on rajattu alle 4,8 prosenttia alkoholia sisältäviin tuotteisiin. Kun Alko ei vastaa tämän vahvempien oluiden valikoimasta edes kohtuullisella laajuudella, ei suuri joukko tuotteita ole todellisuudessa kuluttajien saatavana. Euroopassa on tarjolla 20 000 olutta, joista Alko on ottanut teoreettiseen valikoimaansa 160. Monessa myymälässä todellinen valikoima on vain 20 olutta.

Alkon toiminta on vain näennäisesti tasapuolista. Byrokraattisen hidas valikoimaanottojärjestelmä ja korkeat minimimyyntimäärät vaikeuttavat kohtuuttomasti pienten panimoiden ja maahantuojien toimintaa. Näin pienpanimot ja maahantuojat jäävät käytännössä näkymättömiin. Alko tarjoaa kuluttajille kiintiöoluita, ei todellista valinnanvapautta.

Olut- ja ruokakulttuurit ovat lähentyneet toisiaan mm. slow food -liikkeen kautta.. Alkon valikoimissa ja kuluttajien ruokapöydissä tämä muutos ei kuitenkaan näy. Alko ei ole pysynyt oluiden suhteen ajan hermolla ja on sen vuoksi menettänyt otteen olutmaailman monimuotoisuudesta. Samalla kuluttajien vaihtoehdot seurustelu-, nautinto-, tai ruokaolueksi ovat pysyneet hyvin pieninä.

Olutliitto vaatii, että Alko lopettaa oluen syrjimisen. Jos monopoli ei tätä kannattavuussyistä halua tehdä, on oluen myynti vapautettava siten, että kuluttajilla on aito mahdollisuus valintoihin asuinpaikasta riippumatta. Monopolin tuottovaatimukset eivät saa kuristaa kuluttajan vapautta.



**Olutliitto**  
Ölförbundet

## Pienpanimot ja Alko

### Sopimusehdot ja kierrätysjärjestelmä

Alkon sopimusehdot tilausvalikoiman tuotteille ovat pienpanimoille kohtuuttomat. Panimot joutuvat maksamaan korkeat rahtikustannukset muutaman pullon tilauksesta. Kieräytysjärjestelmä on myös epäreilu. Pienpanimot ja maahantuojat maksavat Alkolle jokaisesta myymästään pullosta pantin ja käsittelymaksun. Alko on kuitenkin kieltänyt painamasta etikettiin, että pullosta saa pantin. Jos asiakas ei tiedä saavansa panttia takaisin, eikä näin ollen palauta pulloa, saa Alko perusteetonta tuloa kuluttajan kustannuksella.

### Kankeaa ja byrokraattista

Alko hakee oluita vuosisuunnitelman pohjalta. Pienpanimoiden, joille toiminta on pientä ja joustavaa, on mahdotonta suunnitella tuotantoa vuosisuunnitelman pohjalta. Räättälöidyt haut auttavat jonkin verran tilannetta. Valikoimaan haetaan kausituotteita, esimerkiksi jouluoluita, jopa puolitoista vuotta ennen myyntiin tuloa. Pienpanimoille tämä vaatimus on kohtuuton. Ne eivät pysty määrittämään tuotantoa niin pitkälle etukäteen.

Alko vaatii myös hakuprosessin alussa lopullisen tuotteen näyte-erän. Tällaisen näyteoluen valmistus ei ole taloudellisesti kannattavaa. Alkoholiveroa voidaan nostaa mielivaltaisesti, jolloin hintoja ei välttämättä pysty arvioimaan, ja tämä voi johtaa kaupan purkuun. Kaikki tämä tarkoittaa, että pienpanimoiden uutuustuotteita ei Alkon valikoimissa näy.

### Oma myynti ja päivittäistavarakaupat

Pienpanimoiden oikeus myydä kaikkia oluitaan omasta myymälästään auttaisi selvästi panimoita mm. laajentamaan valikoimaansa. Kaikkien oluiden saaminen päivittäistavarakauppaan olisi erittäin merkittävä edistysaskel pienpanimotoiminnalle.

Myyntin lisäys auttaisi panimoita laajentamaan tuotantoaan, pienentämään logistiikan ja raaka-ainneiden yksikkökustannuksia, lisäämään työvoimaa sekä uudistamaan laitekantaa.

## Maahantuojat ja Alko

### Mahdoton yhtälö

Maahantuojien mielestä liian suuret vähimmäismyymtimäärät vievät pohjaa koko olutkaupalta. Yritykset kokevat valikoimaanottomenettelyn erittäin monimutkaiseksi ja byrokraattiseksi. Vuosisuunnitelman mukainen haku toimii joten kuten, mutta kausioluiden haku jopa puolitoista vuotta ennen myyntiin tuloa on toivoton menetelmä. Monopoliyhtiö voi pudottaa maailman parhaimpiin kuuluvia oluita pois tarjouskäsittelystä jo ennen aistinvaraista arviointia.

Oluttukkureiden on lähes mahdotonta arvioida esimerkiksi kuljetuskustannusten hintoja muutoksia pitkälle tulevaisuuteen. Näin ollen taloudelliset riskit nousevat liian suuriksi. Tarkkaan rajatut haut ovat kuitenkin hyvä asia, sillä ne karsivat turhaa työtä.

Toisaalta Alko suosii hauissaan pieniä pullokoikoita, jolloin 0,75 litran pulloihin pakatut oluet joutuvat eriarvoiseen asemaan. Monet belgialaiset oluet pullotetaan vain tässä pullokoossa.

Maahantuojien valikoimissa on lähes tuhat erilaista olutta, mutta vain murto-osa näistä oluista pääsee Alkon valikoimiin. Maahantuojat pystyisivät lisäämään tarjontaansa moninkertaiseksi, jos myyntikanavana olisi jokin muu kuin Alko.

## **Myymäleseurannan tulokset**

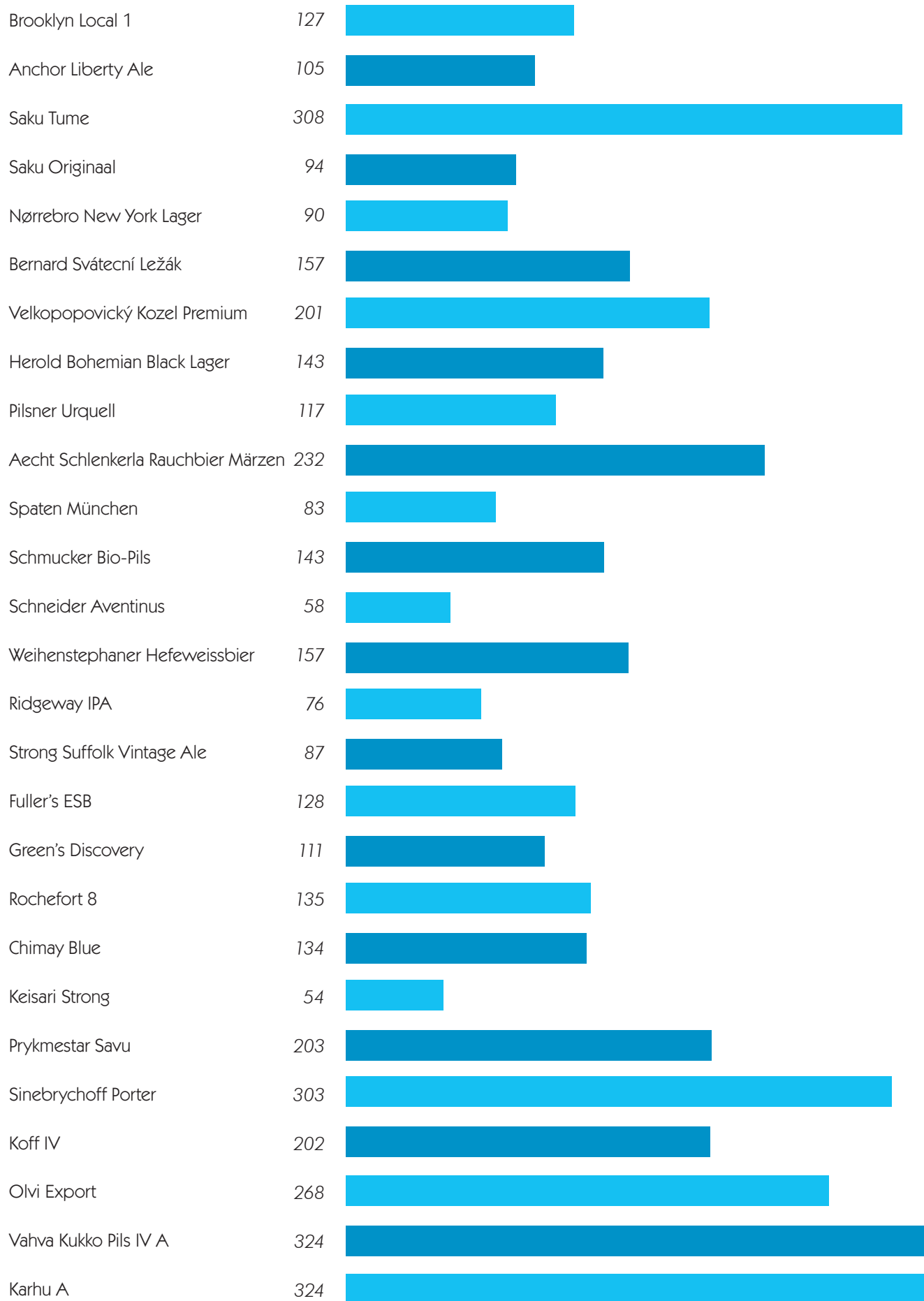
Myymälekyselyn lisäksi Olutliitto seurasi neljän kuukauden aikana oluiden saatavuutta eri kokoluokan myymälöissä. Seurattavia myymälöitä oli 36. Ne jakautuivat myymälä tyypeittäin seuraavasti: 14 normaali-, 6 laaja-, 5 perus-, 3 sesonki-, 2 normaali plus, 2 laaja plus ja 1 perus plus -myymälää.

Oluita otoksessa oli 27. Ne valittiin sattumanvaraisesti kahdeksasta eri maasta. Oluiden osalta kartoitettiin myös, kuinka monessa myymälässä kyseistä olutta oli myynnissä. Esimerkiksi Karhu A -lager oli keskimäärin 324 myymälän valikoimassa, kun taas englantilainen Fuller's ESB oli vain 128 myymälässä.

Seuranta paljasti, että suurten kotimaisten panimoiden oluet ovat hyvin edustettuina Alkon myymälöissä. Muiden oluiden saatavuudessa on suuria eroja. Otoksen perusmyymälöistä puuttuivat melkein kaikki otoksen ulkomaiset oluet.

Normaalimyymäloistä puuttui yli puolet otoksen ulkomaisista oluista. Oluita ei ollut myöskään laajan myymälätyypin myymälöissä. Kaikki seurannan oluet olivat ainoastaan normaali plus ja laaja plus -myymälöiden valikoimissa.

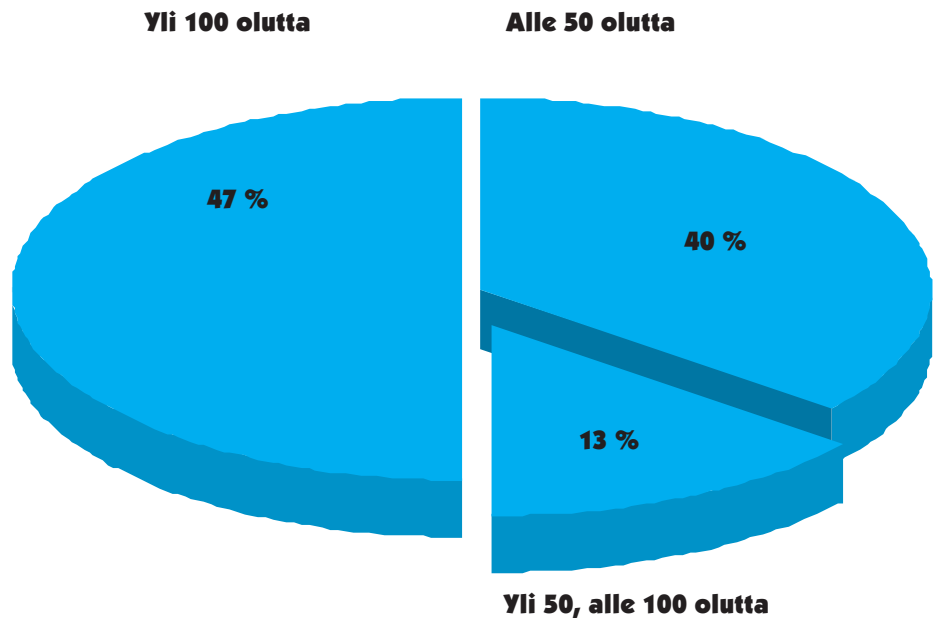




## Kyselytutkimuksen tulokset:

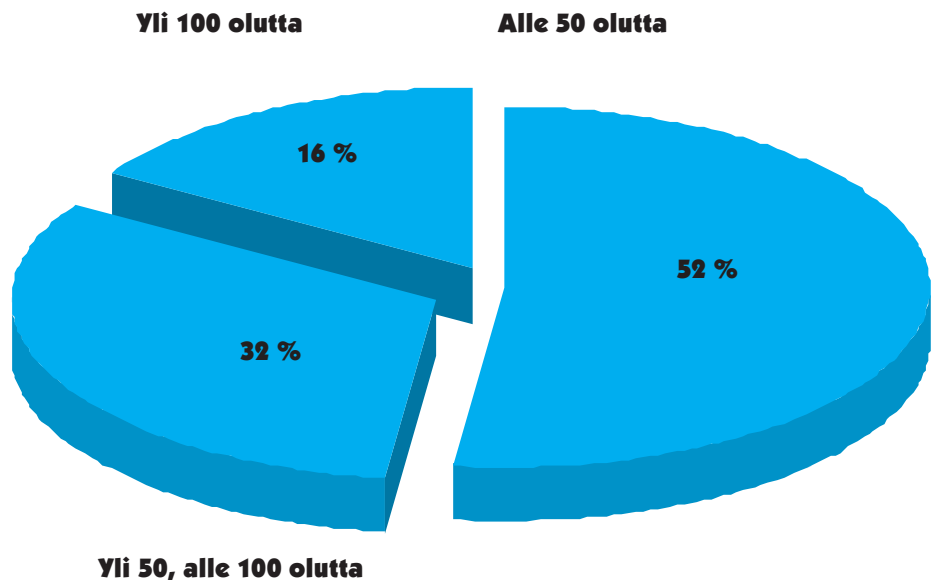
### Olutvalikoiman koko laajan olutvalikoiman myymälöissä

Laajan valikoiman myymälöitä on Alkossa yhteensä 36. Kyselyssä näistä arvioitiin 14 myymälää. Näistä myymälöistä 40 prosentissa oli alle 50 oluen valikoima, kuitenkin myymälätyypin valikoimakorit sallisivat huomattavasti suuremman olutvalikoiman. Pienin valikoima oli 20 olutta. Yli sadan oluen valikoima löytyi kuudesta myymälästä



### Olutvalikoiman koko normaalin olutvalikoiman myymälöissä:

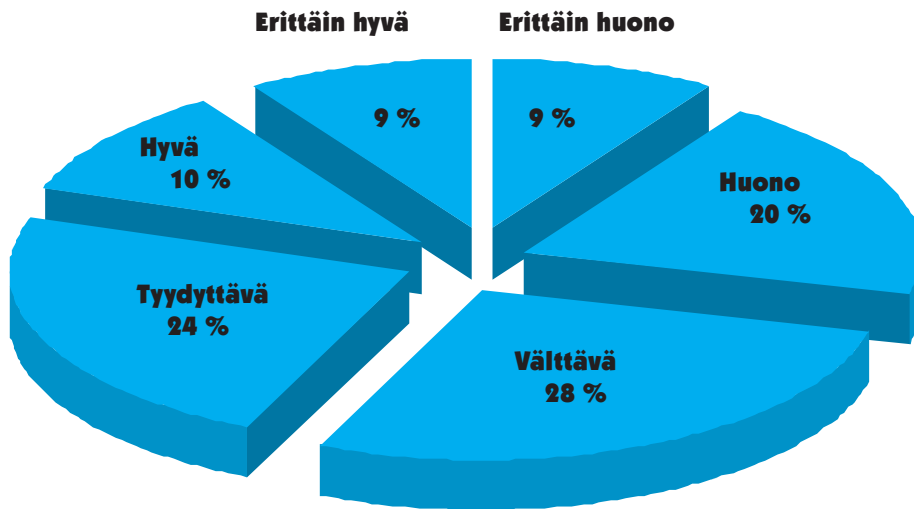
Normaalivalikoiman myymälöitä on Alkossa eniten eli 105. Kyselyssä näistä arvioitiin 27 myymälää, niistä yli puolella oli alle 50 oluen valikoima. Pienimmät valikoimat olivat kooltaan vain noin 20 olutta.



### Muut kyselyssä mukana olleet myymälätyypit:

Perusvalikoiman myymälöitä	8 kpl
Laaja Plus -valikoiman myymälöitä	6 kpl
Normaali Plus -valikoiman myymälöitä	6 kpl
Perus Plus -valikoiman myymälöitä	2 kpl
Sesonkivalikoiman myymälöitä	3 kpl
Viinivalikoiman myymälöitä	2 kpl

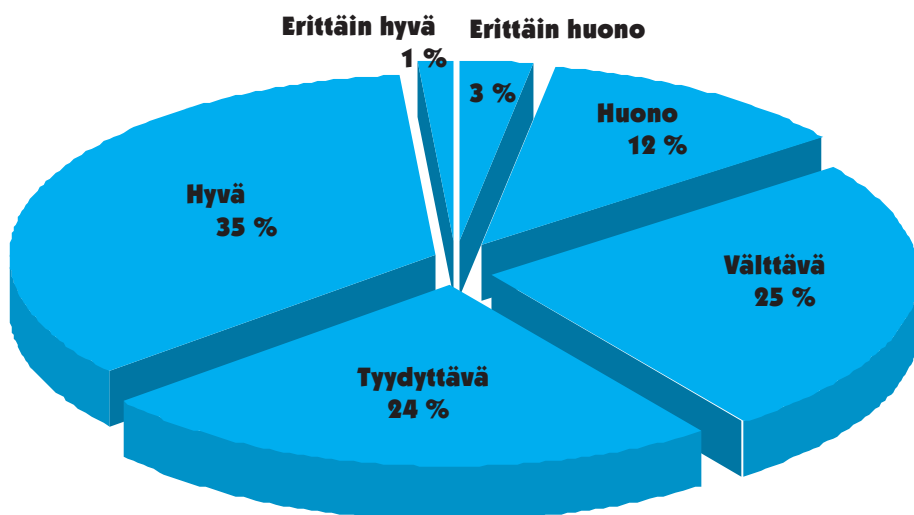
Alkon olutvalikoimassa on noin 160 olutta. Arvioi myymälän olutvalikoiman laajuus verrattuna koko olutvalikoimaan



Myymälöiden olutvalikoimaan oltiin tyytymättömiä. Vastaajista 57 prosenttia piti arvioimansa myymälän valikoimaa välttävänä, huonona tai erittäin huonona. Kyselyssä arviointiin 67 myymälää Alkon kaikkiaan 344 myymälästä.

Alkon koko olutvalikoiman koko 16.9.2009 oli 159 erilaista olutmerkkiä. (Listalta on poistettu saman oluen eri pakkauskoot ja vahvuudet.)

Arvioi oluthyllyjen sijainti myymälässä



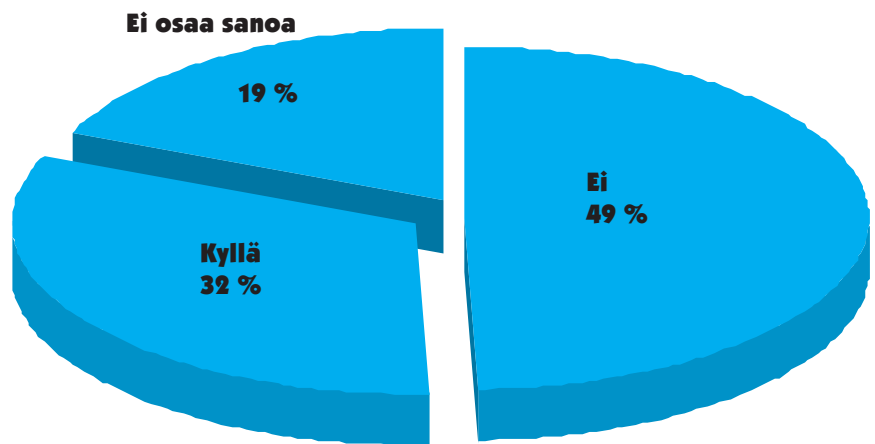
Myymälöiden olutvalikoima on piilossa. Vastaajista 40 prosenttia piti arvioimansa myymälän valikoimaa välttävänä, huonona tai erittäin huonona.

## Tulevatko uutuudet nopeasti hyllyyn? Pitääkö niiden perään kysellä?

Normaali- ja perusmyymälöihin ei uutuuksia tule riittävästi tai ne tulevat liian hitaasti. Puolet normaalimyymälöiden arvioijista antoi kielteisen vastauksen ja perusmyymälöiden arvioijista kaikki antoivat kielteisen vastauksen. Laajan valikoiman myymälöiden arvioijilla oli myös enemmän kielteisiä kuin kyllä-vastauksia. Jos myymälässä ei ole olueen suuntautuvaa myyjää, se vaikuttaa olutvalikoimaa kaventavasti.

Vastaajien mukaan uutuuksia ei tullut riittävästi suppean valikoiman myymälöihin. Alle 50 oluen valikoiman myymälät keskittyivät suurten panimoiden perusoluisiin, jopa kausioluita ei aina tullut valikoimaan. Moni vastaaja sai uutuuksia vain tilaamalla tai huomauttamalla henkilökunnalle uusista oluista. Joskus tilaaminen oli mahdollonta palvelevan henkilökunnan puuttuessa.

Neljän kuukauden aikana suoritettu 27 oluen ja 36 myymälän seuranta tukee Ei-vastauksia. Esimerkiksi kevään uutuus, belgialainen Grottenbier -olut oli saatavissa 11.8 mennessä vain 137 myymälästä.



### Vastaajien kommentteja:

*"Uutuuksia ei tule alkuunkaan niin nopeasti, jotta sitä kautta voisi löytää jotain uutta ja ennalta tuntematonta".*

*"Alkon myyjistä huomaa viinierikoistumisen, mutta mitä ne tietää porttereista tai belgialaisista vahvoista oluista? Kokemukseni: ei juuri mitään."*

*"Olutasioissa henkilökunta ei koskaan lähesty asiakasta, toisin kuin viinin ollessa kyseessä."*

*"Eivät tule. Eikä niitä edes viitsi kysellä, koska tilaaminen on vaivalloista ja juomia saa odotella."*

*"Eivät, kotimaisia pienpanimoiden oluita ei ole juuri lainkaan."*

Laaja plus -valikoiman myymälät saivat ainoina enemmän "kyllä" -vastauksia kuin "ei" -vastauksia. Aktiiviset ja oluista tietävät asiakkaat, jotka osaavat kysellä, saavat hyvää palvelua osasta myymälöistä.

*"Uutuudet ovat kiitettävän nopeasti hyllyssä. Toisinaan kehotan jo etukäteen myymälää tilaamaan joitain uutuuksia, tosin taitavat tilata ilmankin, mutta parempi silti kehottaa kuin katua".*

*"Uutuudet tulevat mielestäni riittävän nopeasti hyllyyn. En ole itse joutunut kertaakaan kysymään niiden perään."*

## Miten paikallisen myymäläsi myymäläpäällikkö tai oluista vastaava suhtautuu alueen?

### Vastaajien kommentteja:

*”Myymäläpäällikkö suhtautuu alueen myönteisesti ja häneltä saa asiallista ja asiantuntevaa palvelua.”*

*”Kiinnostusta ja halua kuulemma olisi ottaa enemmänkin oluita, mutta hyllytilaa ei ole riittävästi.”*

*”En jaksa enää kysellä – tyydyn vaihtoehtoon jos hakemaani ei löydy.”*

Vastauksista käy ilmi ero viinien ja oluen arvostuksen välillä. Tieto viineistä oli selvästi yleisempää ja parempaa kuin oluesta. ”Olutta ei arvosteta läheskään samalla lailla kuin viiniä”, toteaa eräs vastaaja. Oluen ostajaa ei myöskään lähestytä samalla tavalla kuin viinien ostajaa. Perustellusti voidaan todeta, että Alkon olutkoulutus on puutteellista.

*”En tiedä, kuka henkilökunnasta vastaa oluista, mutta tietous on selvästi heikompaa kuin viineistä.”*

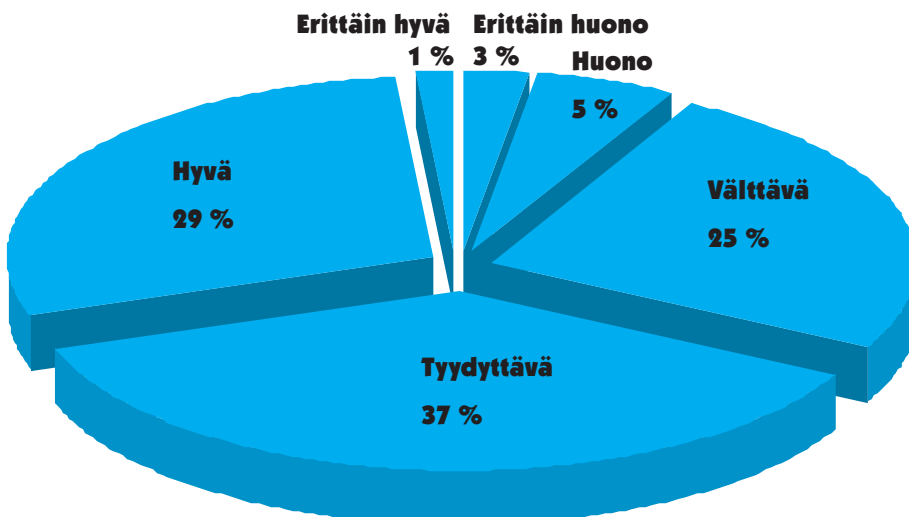
*”Myymäläpäällikön asiantuntemus oluiden suhteen on tyydyttävä. Yleensä oluen asiantuntemus jää viinien jälkeen.”*

Vastauksia tuli 76: näistä 35 ei osannut sanoa mielipidettään, 19 vastaajan mielestä suhtautuminen oli kielteistä ja 22 vastaajan mielestä suhtautuminen oli palvelevaa.

Kolmasosa vastaajista ei tiennyt, kuka henkilökunnasta on myymäläpäällikkö tai olutvastaava.

Jos myymälästä löytyi olut-tuntemusta, oli se usein yhden henkilön varassa. Oluttasianuntemukseen vaikutti usein kyseisen myymäläpäällikön tai olutvastaavan kiinnostus oluista olutharrastuksen puitteissa. Kiinnostusta laajempaan olutvalikoimaan löytyi, mutta tilanpuute koettiin esteeksi. Jos myymälästä ei varsinaista oluttietämystä löytynyt, henkilökunta koettiin yleensä ystävälliseksi ja palvelevaksi.

### Arvioi myymälän palvelutaso oluiden suhteen



Vastaajista 33 prosenttia piti palvelutasoa erittäin huonona, huonona tai välttävänä.

Tyydyttävänä palvelutasoa piti 37 prosenttia ja palveluun tyytyväisiä oli 30 prosenttia.

Jos olutvalikoima on pieni esim. alle 30 olutta, laskekaa vertailun vuoksi kuinka monta väritöntä viinaa on myynnissä

Kirkkaiden viinojen määrä ylitti useassa myymälässä oluiden määrän.

#### Vastaajien kommentteja:

*"Olutvalikoima on itse asiassa hieman pienempi kuin viinavalikoima."*

*"Monessa Alkossa tuntuu viinat olevan ykköstuotteina, oluet vain kuriositeetin vuoksi"*

*"Koko seinällinen"*

*"Paljon enemmän"*

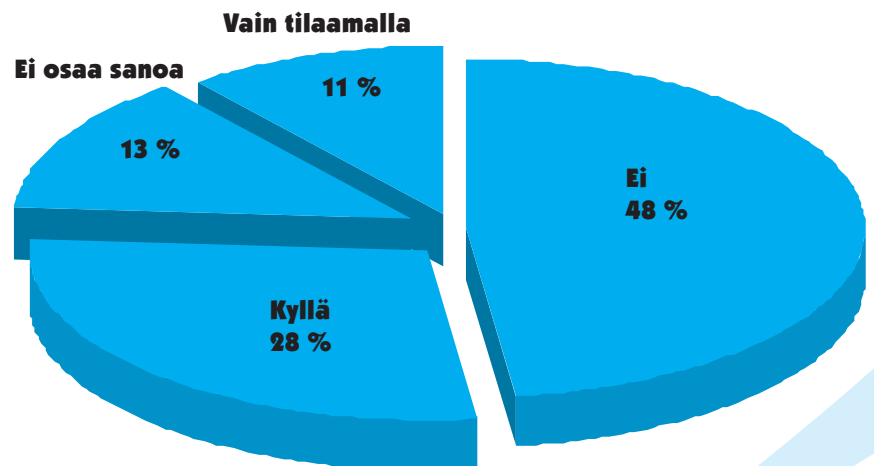
*"Tämä lienee Kossuun erikoistunut myymälä"*

Saatko paikallisesta myymälästä helposti ne oluet jotka haluat?

Yli puolet normaalimyymälöiden arvioijista ei saanut haluamiaan oluita. Perusmyymälöiden arvioijista kukaan ei saanut haluamiaan oluita. Normaali- ja perusmyymälöiden olutvalikoiman koko jää usein alle 50 oluen.

Valikoimaa pidetään erittäin suppeana. Valikoimasta puuttuvat monen vastaajan suosikkioluet. Monet oluttyylit puuttuvat kokonaan tai niistä on saatavilla vain yhden panimon versio.

Neljän kuukauden aikana suoritettu 27 oluen ja 36 myymälän seuranta tukee "Ei" -vastauksia. Esimerkiksi brittiläinen perusolut Fuller's ESB on vain 128 myymälän valikoimissa. Maailman parhaimpiin trappistioluisiin kuuluva Rochefort 8 löytyi 133 myymälän valikoimasta.



#### Vastaajien kommentteja:

*"En saa, koska ne enimmäkseen puuttuvat Alkon valikoimista"*

*"En saa, koska valikoimasta puuttuu esimerkiksi useita kotimaisia pienpanimo-oluita."*

*"Kausioluita on usein niin pieni määrä, että ovat loppuneet kesken, kuten käy aina myös jossain lehdessä makuvertailussa menestyneille oluille."*

*"Aika helposti. Joskin olutmakuni on sen verran pieteettinen ja "kehittynyt", että saan makuni tyydytetyksi vain Bambergissa Saksassa ja Tsekissä."*

”Kuulustelun ”oletko varma, että haluat tätä ja haet tämän” sekä epäilevien katseiden ja perään-soittelun jälkeen.”

”En saa. Ja sekös kismittä. Haluaisin oppia tuntemaan eri olutmerkkejä sekä -tyyppejä, mutta se on tehty mahdottomaksi. Miksi en minä, aikuinen ihminen saisi tilata suomalaiselta pienpanimolta olutta suoraan ja näin tukea Suomen taloutta ja kulttuuriperintöä.”

”Valikoima on käsittämättömän suppea. Useista oluttyypeistä on saatavana vain 1 panimon tuoteperhettä, jos aina edes sitäkään. Harvoin kyseinen merkki edustaa puhtaasti ko. oluttyyppiä, tai sitten se on ns. bulkkituote”.

Laajan valikoiman myymälöistä vastaajat löysivät helpoiten vakiovalikoiman oluet.

”Jos puhutaan Alkon valikoimasta niin kyllä, jos puhutaan koko maailman tarjoamista oluista niin en kyllä saa. Lisäksi Alkon hinnoittelu useammissa oluissa on aivan liian kallista. Vertailuksi voisi ottaa vaikka Ruotsin Systembolagetin hinnoittelu”

Vain tilaamalla -vastaukset jakoutuivat melko tasaisesti eri myymälätyyppien kesken. Tilaamista pidettiin kuitenkin hankalana, joidenkin vastaajien mielestä henkilökunta pitää tilaamista ja myymäläsiirtoja jopa riesana.

”Myyväläsiirtoihin suhtaudutaan riesana ja kynnys hankkia myymälän valikoiman ulkopuolisia oluita on kasvanut siihen malliin, että olen suosiolla tehnyt asiointini muualla”.

## Mitkä oluet mielestäsi puuttuvat myymälästä ja koko valikoimasta?

Monet vakiovalikoiman oluet puuttuivat alle 50 oluen myymälöistä. Vastauksissa kaivataan sellaisia eurooppalaisia perusoluita kuten saksalaisia ja tsekkiläisiä pilsner ja pils-oluita, saksalaisia vehnäoluita, belgialaisia oluita ja amerikkalaisia pale ale -oluita sekä yleensä imperial stout ja porter -oluita.

Alkon koko valikoiman osalta suureksi puutteeksi monet vastaajat kokivat kotimaisten pienpanimo-oluiden sekä sahdin olemattoman saatavuuden.

Usean vastaajan mielestä puutelista oli liian pitkä kirjoitettavaksi; monta oleellista oluttyyppiä puuttuu kokonaan valikoimasta. Näitä ovat mm. aito lambic, belgialainen saison, hapan belgialainen ale, barley wine, trippel trappistiolut, amerikkalainen double IPA ym.

## Vastaajien kommentteja:

”Valikoimassa pitäisi ainakin olla kaikki trappistit, amerikkalaisia pienpanimoherkkuja, ja ISOJA pulloja. Ja miksei myös sahtia? ”

”Erityisesti pienpanimoilta erikoisolut ja kausioluet.”

”Lähes kaikki. Tottahan myymälä on pieni, mutta omaa sentään kohtuullisen hyvän viinivalikoiman.”

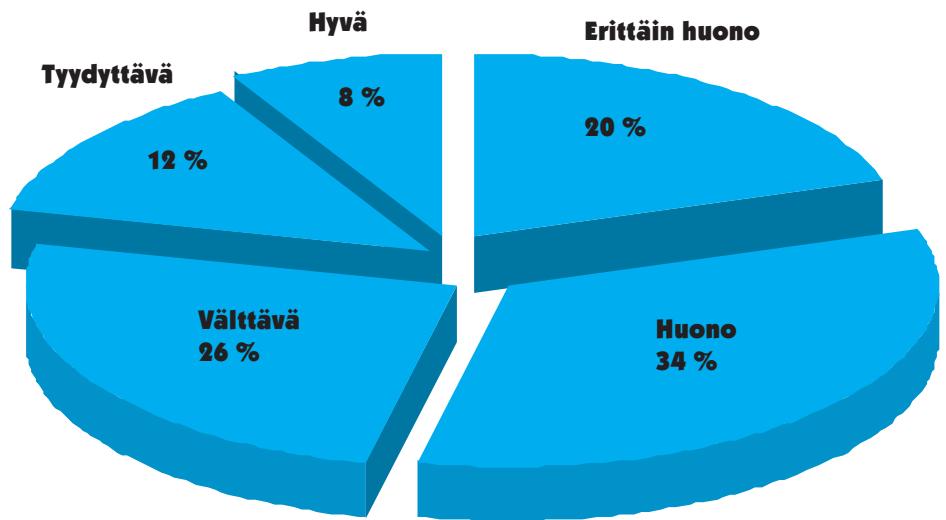
”Kotimaiset käsityöläisolut. Eli pienpanimo-olut puuttuvat käytännössä kokonaan Alkon myymälöistä.”

”Oikeat lambicit, amerikkalaisten pienpanimoiden kukoistus on jäänyt muutamien pienpanimoiden mittakaavassa ison panimon varjoon. Ylipäättään valikoimaa voisi lisätä vielä roimasti”.

## Arvioi Alkon koko olutvalikoiman suuruus verrattuna eurooppalaiseen tarjontaan

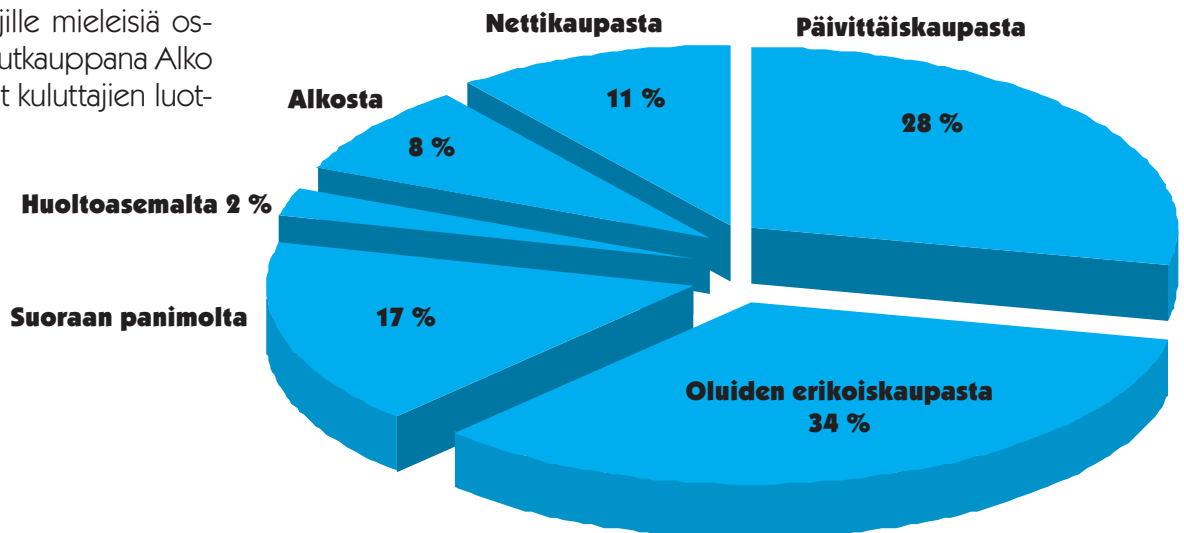
Vastaajista 54 prosenttia piti Alkon koko olutvalikoimaa joko huonona tai erittäin huonona. Välttävänä tai tyydyttävänä valikoimaa piti 38 prosenttia. Vain 8 prosenttia piti valikoimaa hyvänä.

Alkon koko olutvalikoiman koko 16.9.2009 oli 159 erilaista olutta. (Listalta on poistettu saman oluen eri pakkaukset ja vahvuudet). Euroopassa oluttarjontaa on yli 20 000 erilaisten oluen verran. Esimerkiksi Belgiassa valmistetaan yli 1000 olutmerkkiä. Saksassa on yli 6000 eri olutta. Eurooppalaisista oluista arviolta 80 prosenttia on yli 4,7-prosenttisia.



Jos kuluttajille olisi tarjolla kaikille oluille muu ostokanava kuin Alko, mistä ensisijaisesti haluaisit ostaa oluesi?

Kyselyyn vastanneista vain 8 prosenttia halusi ostaa oluet Alkosta. Päivittäistavarakauppa ja oluiden erikoismyymälät olisivat vastaajille mieleisiä ostopaikkoja. Oluutkauppana Alko on menettänyt kuluttajien luottamuksen.





Sana on vapaa -osuudessa kyselyn vastaajat saivat kertoa mielipiteensä Alkosta ja olutpolitiikasta yleensä.

### Vastaajien kommentteja:

*"Monopoli on turha."*

*"Oluet pitäisi myydä ruokakaupassa."*

*"Alko lakkautettava monopolina! Jos tämä kieltolakimeininki jatkuu, on tosi häpeä Suomelle olla ulkomailla suomalaisen."*

*"Alkon monopoli on varsin syrjiva oluen kuluttajia kohtaan, esimerkiksi viinit ovat saaneet tarjonnan osalta suhteettoman paljon tilaa. Pienpanimoiden tuotteilla olisi kysyntää enemmän, jos tarjontaa olisi enemmän."*

*"Olen todella sitä mieltä, että valtion alkoholimonopoli saisi jo väistyä vapaan kaupan tieltä, jolloin kilpailu ja kysyntä määrittää hinnan ja oluiden (kuten myös muiden alkoholijuomien) määrän."*

### Vastaajien kommentteja:

*"Pienpanimotuotteita tulisi lisätä Alkoon."*

*"On tyrmistyttävää ettemme voi suosia/nauttia suomalaisia pienpanimo-oluita millään tavalla."*

*Kiinnostavia vahvoja oluita ei saa ostaa panimolta, eikä niitä ole Alkon valikoimissakaan."*

*Tämä jos mikä vääristää kilpailua, vaikeuttaa pienpanimoiden toimintaa."*

*"Suoraan panimolta yli 4,7% oluen ostaminen pitäisi laillistaa ja heti! Saahan viinitiloiltakin suoraan ostaa vahvempia viinejä kuin 4,7%. Yksikin hyvä syy, miksi ei panimolta saa ostaa?"*

*"Sahti on suomalaiseen ruokaan ja juomaan liittyvistä vääryyksistä ehkä silmiinpistävin. Sahdin paikallismyyntin salliminen, ainakin ns. perinnealueille Hartolaan jne, olisi mielestäni oikeus ja kohtuus (vrt. viinitilat) ja mahdollisuus myös turismia ajatellen. Kansainvälisestikin ehkäpä, jos valtiolliset instanssit ottaisivat homman tosissaan."*

*Baijerissa asiaa miettinyt olutveikko totesi kerran, että teillä Suomessa olutkapakoiden/Bierstubien liikevoitto ja työllistyminen jäänevät näistä sosiaalista syistä noin viidennes pienemmäksi kuin vapaissa kansantalouksissa."*

### Alko ja monopoli

Usean vastaajan mielestä monopoli olisi lakkautettava. Vastaajat kokivat monopolin syrjivän oluenkuluttajia. Alko koettiin turhaksi jäänteeksi 1930-luvulta. Esimerkkiä oluen myynnistä voisi ottaa Keski-Euroopasta. Oluet pitäisi myydä ruokakaupoissa ja ravintoloissa.

### Pienpanimot

Pienpanimo-oluiden saatavuutta Alkossa pidettiin erittäin heikkona. Moni toivoikin, että pienpanimoiden olisi pikaisesti saatava kaikille oluilleen ulosmyyntioikeus.

Kotimaisen perinnejuoman sahdin kohtelua Alkossa pidettiin kansallisena häpeänä. Sahdin saatavuus on melkein olematonta. Suomi koetaan takapajulana oluiden arvostuksen suhteen.

## Muuta palautetta Alkosta

Vastaajien mielestä kankea ja hidas valikoimaanotto estää uutuusoluiden nopean saapumisen valikoimiin. Vanhoihin veroluokkiin perustuva oluiden luokitus pitäisi poistaa.

*”Kuljetuspalvelun hinta on 21 euroa toimitukselta silloin, kun samaan myymälään toimitetaan 1–2 pulloa. Jos samaan myymälään toimitetaan 3 pulloa tai enemmän, toimitusmaksu on 8 euroa pullolta.”*

*”Kankean ja hitaan valikoimaanoton vuoksi uutuusoluista on turha haaveilla, ja mielenkiintoisimmat uutuudetkin tulevat vain Arkadian myymälään, jolloin ne ovat käytännössä vain pääkaupunkilaisten ostettavissa (oluiden tilaaminen Arkadiasta muihin myymälöihin on kohtuuttoman kallista).”*

*”Alkon lippulaivamyymälä on minusta todella syrjivä systeemi. Helsingissä sijaitsevan myymälän erikoisvalikoiman oluita ei saa mistään muusta myymälästä. Tilaus toki onnistuu toiseen myymälään, mutta naurettavilla rahtikustannuksilla.”*

*”Alkossa voisi olla oluiden teemaviikkoja tai -kuukausia. Silloin voisi valikoimissa olla esimerkiksi tietyn maan olutvalikoimaa laajemmin.”*

*”Miksi Alkon vakiovalikoiman tuotteita pystyy sitten siirtämään ihan ilmaiseksi mihin tahansa myymälään? Miksi vain helsinkiläiset saivat nauttia näistä olutmaailman eri hienouksista, mitä välillä on Arkadian myymälässä tarjolla? Onko muut kuin helsinkiläiset jotenkin toisarvoista porukkaa?? Kyllä ihmetyttää.”*

## Alkoholipolitiikka ja media

Vastaajat ottivat kantaa myös alkoholipolitiikkaan. Myös median luomaa kuvaa oluesta arvosteltiin jyrkästi. Oluet yhdistetään tiedotusvälineissä usein, viranomaisten käsityksiin tukeutuen, alkoholiongelmiin, jolloin kuvituksena käytetään 12–24 pullon olutpakkausta, ei 3 litran viinipakkausta.

Keskioluen vapauttamista 1969 eivät raittiuspiirit ole vielä antaneet anteeksi, ja sosiaali- ja terveysministeriössä tällä näkemyksellä on yhä vahva kannatus.

*”Oluen arvostus on nousussa hyvien pienpanimoiden, ravintoloiden, kokkien ja journalistien ansiosta. Suitsijat saavat silti mellastaa varoituksineen, veroineen ja rajoituksineen jopa niin leveällä kentällä, että panimotkin joutuvat kurimukseen.”*

*”Jos tämä kieltolakimeininki jatkuu, on tosi häpeä Suomelle olla ulkomailla suomalainen.”*

*”Hävettää tämä Suomen olutpolitiikka.”*

*”Viinujen ja limuviinujen juomisesta ei tehdä numeroa. Samaten jätetään viinin jättipakkaukset huomiotta. Kolme litraa viiniä hyväksytään helpommin ruokajuomaksi kuin yksi ”mäyräkoira”.*

*”Olen joskus keskustellut entisen kieltolain ja Alkon ja suomalaisen alkoholipolitiikan holhoavasta vaikutuksesta mm. ravintoloiden ja oluthuoneiden liikevaihtoon ja työllisyyteen.”*

## Liitetiedot:

Kyselyssä mukana olleet myymälät ja myymälätyyppi

Helsinki, Malmi	Laaja
Hyrylä/Tuusula	Laaja
Hyvinkää	Laaja
Joensuu, Prisma	Laaja
Jyväskylä, keskusta	Laaja
Nummela	Laaja
Pori, keskusta	Laaja
Porvoo, Näsi	Laaja
Tampere, Kaleva Prismakeskus	Laaja
Turku, Kupittaa Citymarket	Laaja
Vantaa Jumbo	Laaja
Vantaa, Petikko	Laaja
Vantaa, Tikkurila	Laaja
Helsinki, Itäkeskus	Laaja
Espoo, Iso Omena	Laaja Plus
Espoo, Sello	Laaja Plus
Helsinki, Pasila	Laaja Plus
Oulu, Stockmann	Laaja Plus
Turku, Kristiinankatu	Laaja Plus
Vantaa, Tammisto	Laaja Plus
Heinola, Citymarket	Normaali
Helsinki, Kallio	Normaali
Helsinki, Arabia	Normaali
Helsinki, Kontula	Normaali
Helsinki, Prisma Itäkeskus	Normaali
Helsinki, Vuosaari	Normaali
Imatra, Mansikkala	Normaali
Joensuu, Piilko	Normaali
Jyväskylä, Euromarket Palokka	Normaali
Kangasala, Lentolan Prisma	Normaali
Kokkola, Citymarket	Normaali
Kokkola, Prisma	Normaali
Kouvola, keskusta	Normaali
Lahti	Normaali
Lohja, Lohjantähti	Normaali
Mikkeli	Normaali
Oulu, Limingantullin Prisma	Normaali
Oulu, Kaakkuri	Normaali
Oulu, Välvainio	Normaali
Porvoo	Normaali
Riihimäki	Normaali
Rovaniemi	Normaali
Tampere, Hervanta	Normaali
Valkeakoski	Normaali
Vammala	Normaali
Vantaa Korso	Normaali
Espoo keskusta	Normaali
Espoo, Heikintori	Normaali Plus

Espoo, Lippulaiva	Normaali Plus
Helsinki, Lauttasaari	Normaali Plus
Helsinki, Meilahti (Tullinpuomi)	Normaali Plus
Helsinki, Viikki	Normaali Plus
Kuopio, Sokos	Normaali Plus
Eura	Perus
Haapajärvi	Perus
Hämeenkyrö	Perus
Janakkala, Turenki	Perus
Kauhajoki	Perus
Lappeenranta, Joutseno	Perus
Somero	Perus
Uvila Hansa kauppakeskus	Perus
Helsinki, Pitäjänmäki	Perus Plus
Nilsia	Perus Plus
Kuhmoinen	Sesonki
Ruovesi	Sesonki
Virrat	Sesonki
Helsinki, Töölöntori	Viini

Alkon myymälätyypit ja lukumäärät:

Perus, 78 myymälää, valikoimakorit 1 ja 2
Perus plus, 29 myymälää, valikoimakorit 1 ja 3
Sesonki, 42 myymälää, valikoimakori 1
Normaali, 105 myymälää, valikoimakorit 1, 2 ja 3
Laaja, 35 myymälää, valikoimakorit 1, 2, 3 ja 4
Normaali plus, 19 myymälää, valikoimakorit 1, 3, ja 4
Laaja plus, 11 myymälää, valikoimakorit 1, 3, 4, 5 ja 6
Viini, 9 myymälää, valikoimakorit 5 ja 6
Jokeri, 16 myymälää



**Olutliitto ry**  
[www.olutliitto.fi](http://www.olutliitto.fi)

Yhteystiedot

**Puheenjohtaja**  
Jari Vaara  
p. 040 844 2623  
[puheenjohtaja@olutliitto.fi](mailto:puheenjohtaja@olutliitto.fi)

**Alko-selonteko työryhmän vetäjä**  
Tapio Lundell  
p. 050 539 4093  
[alkoraportti@olutliitto.fi](mailto:alkoraportti@olutliitto.fi)

**Varapuheenjohtaja**  
Kari Likovuori  
[varapuheenjohtaja@olutliitto.fi](mailto:varapuheenjohtaja@olutliitto.fi)

*"Hyvä että tällainen selvitys  
tehdään, toivottavasti tilanne  
paranee koko maassa!"*