

KUOHUVIA VAIHEITA

Suomalaisen panimo- ja virvoitusjuomateollisuuden vuosisata

Maaseutu kuivaksi

Oluenpano nousi Suomessa uuteen kukoistukseen 1800-luvun puolivälin jälkeen. Tuolloin opittiin valmistamaan pohjahiivaolutta baijerilaisen menetelmän mukaisesti. Sen etuna aikaisemmin käytettyyn menetelmään verrattuna oli helpompi ja edullisempi valmistustapa. Myös oluen säilyvyys parani. Olutteollisuuden nousua edisti myös kamppailu paloviinan käyttöä vastaan. Monet suosivat olutta, koska mietojen juomien kasvavan kulutuksen uskottiin vähentävän juopottelun aiheuttamia ongelmia. Oluttehtailijoiden mukaan Suomessa oli 114 panimoa vuonna 1882.

Kun paloviinan kotipoltto oli kielletty lainsäädäntöteitse, asennoituminen myös olutta kohtaan alkoi kiristyä. Vuonna 1879 hyväksytyn elinkeinoasetuksen mukaan olutta ei enää saanut myydä maaseudun kauppaliikkeissä ilman asianosaisen kunnan suostumusta. Panimoilla oli edelleen oikeus avata myymälöitä toimikuntansa alueella. Neljä vuotta myöhemmin tätäkin oikeutta kavennettiin, sillä nyt myymälän avaamiseen tarvittiin kunnan suostumus. Vuonna 1895 annetun asetuksen nojalla maalaiskunnat saivat myös oikeuden kieltää oluen anniskelun majataloissa.

Kunnalliskiellot kuivattivat maaseudun oluesta 1800-luvulla paljon ennen varsinaista kieltolakia. Kaupungeissa olutkulttuuri sai toistaiseksi kehittyä rauhassa. Vuosisadan lopulla Suomessa nautittiin olutta noin kymmenen litraa asukasta kohti vuodessa.

Kaljaa suositaan

Oluen myynti- ja anniskeluoikeuksiin liittyvää keskustelua käytiin raittiuspiirien johdolla. Olutta vastustavien mielipiteiden tukena käytettiin hämmästyttävän usein juomien turmiollista vaikutusta maaseudun siveyteen, vaikka 1900-luvun alussa olutta ei maaseudulla juurikaan ollut saatavilla. Raittiusliikkeen keskuudessa vakiintui myös käsitys, jonka mukaan suomalaiset eivät osanneet käyttää alkoholia oikein. Suomalaisten perinnöllisiin ominaisuuksiin kuulunut ”heikko viinapää” olikin mitä parhain lyömäase lainsäädännön kiristämiseksi.

Raittiusaatteiden kannatus levisi hämmästyttävän nopeasti laajojen väestöpiirien keskuuteen. Tämä näkyi myös säätyvaltiopäivillä tehdyissä lakialoitteissa. Keväällä 1902 vahvistetun asetuksen mukaan myös kaupungit saivat oikeuden supistaa mallasjuomien myyntiä alueellaan. Käytännössä tämä tarkoitti oluen poistamista seka- ja ruokatavaramyymälöiden valikoimista. Panimoteollisuuden

harjoittajat ryhtyivät tuolloin yhteistyöhön elinkeinoaan uhkaavan vaaran edessä. Teollisuudenalan yhteinen edunvalvontajärjestö, Suomen Panimoteollisuus Yhdistys, perustettiin 1. marraskuuta 1902 hotelli Kämpissä Helsingissä.

Yhdistyksen toiminta keskittyi alussa mallasjuoma-asetuksen tulkinnessa ilmenneiden epäselvyyksien korjaamiseen. Paikalliset viranomaiset tulkitsivat asetusta monin eri tavoin. Panimoiden toimintaedellytykset olivat heikoimmat Pohjanmaalla. Vuosisadan alussa asetettiin useita valtion komiteoita pohtimaan alkoholilainsäädännön uudistamista. Raittiusliikkeen edustajat pääsivät näissä komiteoissa varsin näkyvään asemaan. Radikaaleimmat raittiuspiirit tekivät myös hyökkäyksiä panimoita vastaan. Panimoteollisuusyhdistyksessä voimavarat keskitettiin lähes yksinomaan raittiuspyrkimyksiä vastaan, jotta oluenpanoa voitaisiin Suomessa ylipäänsä jatkaa.

Olutteollisuuden edustajien toiminta oli vuosisadan alun mielipideilmastossa vaikeaa. Yksikamarinen eduskunta kokoontui valtiopäivä uudistuksen jälkeen ensimmäiseen istuntoonsa toukokuussa 1907. Tuolloin kaikki puolueet tekivät kieltolakia koskevan aloitteen. Lokakuussa eduskunta hyväksyi kieltolain ilman äänestystä. Senaatti ei kuitenkaan suostunut jättämään lakia Venäjän tsaarin vahvistettavaksi. Kieltolakiin alettiin pyrkiä rajoittavan lainsäädännön kautta. Olutpanimoiden toimintamahdollisuuksia kavennettiin veronkorotuksilla. Mallasvero korotettiin kahdeksankertaiseksi vuosina 1907–1909. Kaljapanimot saivat sen sijaan valmistaa mietoja mallasjuomia (2,5 tilavuusprosenttia) verovapaasti ilman viranomaisvalvontaa.

Eduskunnassa veronkorotuksia perusteltiin siten, että näin edistettiin siirtymistä väkevien mallasjuomien kulutuksesta mietoihin. Lainsäätäjien tavoitteena oli veroa kiristämällä muuttaa olutpanimoita kaljapanimoiksi. Toiminta olikin tuloksellista. Vuosina 1907–1913 kolmasosa olutpanimoista lakkautti toimintansa tai siirtyi kaljan tuotantoon. Vuonna 1912 Suomessa oli 60 olutpanimoa. Kaljapanimoiden lukumäärä ja tuotanto ylittivät olutpanimoiden vastaavat luvut.

Kun ensimmäinen maailmansota syttyi vuonna 1914, viranomaiset rajoittivat alkoholijuomien myyntiä ja anniskelua. Yli 2,5 tilavuusprosenttia alkoholia sisältävien juomien myynti ja anniskelu oli yleensä kielletty. Syksyllä 1916 olutpanimot vapautettiin mietojen mallasjuomien verotuksesta. Todennäköisesti tämä myönnytys liittyi poikkeusolojen elintarvikehuollon turvaamiseen.

Sodan aikana rikollisuus väheni. Raittiuspiireissä kunnia annettiin sotavuosien alkoholikiellolle. Syyskuussa 1917 annettiin väliaikainen kieltolaki, jonka perusteella alkoholipitoisten aineiden varastot takavarikoitiin. Oluen valmistus ja myynti loppui. Raittiusliikkeen tavoite oli saavutettu.

Olutta ei saa kaupungeistakaan

Virallisesti kieltolaki tuli voimaan kesäkuun alussa 1919. Laki kielsi yli kaksi tilavuusprosenttia alkoholia sisältävien aineiden valmistuksen, myynnin ja jakelun. Salapoltto, salakuljetus ja salakapakoiden määrä lisääntyi nopeasti. Juomatavat raaistuivat, koska pirtusta tuli suosituin alkoholijuoma. Vastoin lain tavoitetta alkoholin kulutus kasvoi. Arvioiden mukaan kieltolain viimeisinä vuosina asukasta kohden kulutettiin kaksi litraa puhdasta alkoholia. Virallisten tilastojen mukaan tämä raja ylitettiin vasta vuonna 1961.

Kieltolain ensimmäisinä vuosina kymmenet olutpanimot ajautuivat konkurssiin. Jäljelle jääneet yritykset joutuivat siirtymään mietojen mallasjuomien markkinoille. Vaikea taloudellinen tilanne pakotti panimot aloittamaan myös virvoitusjuomien valmistuksen. Vuonna 1921

Panimoteollisuusyhdistyksen rinnalle perustettiin Suomen Panimoteollisuuden Harjoittajan Liitto hoitamaan panimoiden välisiä hinta- ja myyntiehtokysymyksiä.

Yhdistyksen tärkein tehtävä oli vaikuttaa lainsäätäjien mielipiteisiin, jotta miedolle mallasjuomalle säädettyä alkoholirajaa nostettaisiin. Näin juomista saataisiin laadukkaampia ja paremmin säilyviä tuotteita. Vihdoin huhtikuussa 1931 eduskunta taipui korottamaan miedon oluen ylimmän sallitun alkoholirajan 2,25 painoprosenttiin (2,8 tilavuusprosenttia.) Toinen panimoteollisuudelle tärkeä asia oli mallasohran viljelyn edistäminen Suomessa. Asiaa edistettiin muun muassa järjestämällä mallasohranäyttelyitä ja julkaisemalla opaskirjoja ohran viljelyksestä. Toiminnalla saatiin nopeasti tuloksia. 1930-luvun lopulla Suomi oli mallasohran osalta lähes omavarainen.

Talospula kiihdytti keskustelua kieltolain purkamisesta. Valtion uutena tulolähteenä nähtiin alkoholin verottaminen. Verokeskustelua enemmän kieltolain perusteita mursi sen masentavat tulokset: naiset ja nuoriso oli alkanut käyttää väkijuomia yhä enemmän. Lisäksi alkoholijuomien käyttö lisääntyi maaseudulla suhteellisesti voimakkaammin kuin kaupungeissa. Myös rikokset ja alkoholin runsaasta käytöstä aiheutuneet terveydelliset haitat olivat selvässä kasvussa. Joulukuussa 1931 järjestetyssä kansanäänestyksessä kieltolaki kumottiin selvin luvuin.

Oluesta ravintolajuoma

Väkijuomalaki tuli voimaan huhtikuussa 1932. Väkijuomiksi määriteltiin kaikki aineet, jotka sisälsivät yli 2,25 painoprosenttia alkoholia. Niiden valmistuksesta, maahantuonnista ja kaupasta tuli valtion väkijuomayhtiön Oy Alkoholiliike Ab:n yksinoikeus. Keväällä 1932 se myönsi oluen valmistusoikeuden 44 panimolle. Alkoholiliike sai harjoittaa vähittäismyyntiä vain kaupungeissa ja kauppaloissa. Maaseudulla olutta tai viinaa ei saanut edelleenkään myydä. Aiemmiltä vuosikymmeniltä tuttu raittiin maaseudun periaate säilyi lainsäädännössä.

Alkoholiliikkeellä oli yksinoikeus myös anniskeluun. Lain sallimissa puitteissa se luovutti tämän oikeuden yksityisille ja yhteisöille. Vuoden 1932 lopulla Suomessa oli 834 anniskeluravintolaa, joista 301 oli oluen myyntioikeuksilla varustettuja olutravintoloita. Anniskelun osuus kolmosoluen kokonaiskulutuksesta oli 1930-luvulla lähes 90 prosenttia. Päätöksentekijöiden keskuudessa yleinen mielipide näytti olevan, että olutoikeuksin varustettujen alimman luokan ravintoloiden määrä oli liian suuri. Vuoden 1939 loppuun mennessä esimerkiksi Helsingissä olutravintoloiden määrä oli supistettu puoleen.

Keväällä 1932 perustettiin kolmas panimoalan järjestö eli Suomen Panimoteollisuuden Harjoittajain Liitto II. Tämä erottui aikaisemmin perustetusta liitosta siten, että sen jäseniksi kelpuutettiin vain väkijuomalain alaista mallasjuomaa valmistavia panimoita. Kaksi vuotta myöhemmin liitot yhdistettiin Panimoteollisuusliitoksi.

Panimoteollisuuden edunvalvontajärjestöjen työtehtävät kasvoivat niin mittaviksi, että keväällä 1935 Panimoteollisuusliiton ja -yhdistyksen yhteiseksi asiamieheksi valittiin Albin Manner. Pian Manner nimettiin myös päätoimittajaksi, kun liitto alkoi julkaista Mallasjuomat-lehteä (Mallas ja Olut). Ensimmäisessä numerossa todettiin, että Suomi oli ainoa eurooppalainen valtio, jossa oluen valmistus, kauppa ja anniskelu oli täydellisesti monopolisoitu. Näin erikoisissa olosuhteissa toimivalle teollisuudenalalle tarvittiin yhteinen äänenkannattaja.

Vaikka kieltolaki kumottiin kansanäänestyksessä selkein luvuin, keskustelu raittiussyrkimyksistä jatkui edelleen vilkkaana. Panimoteollisuuden edustajat ja olueen myötämielisesti suhtautuneet kansanedustajat pyrkivät 1930-luvulla oluen myynnin asteittaiseen vapauttamiseen – siinä kuitenkin onnistumatta. Ehdotukset tähtäsivät siihen, että juomatapojen muutos väkevästä miedompiin vähentäisi juopottelua ja väkivaltarikollisuutta. Raittiusspiireissä oluen pelättiin

houkuttelevan nuorisoa ja naisia totuttelemaan väkijuomien käyttöön. Tämän näkemyksen mukaan kohtuuteen kasvattamislinja oli petollinen, koska myös oluen käyttö johti lopulta alkoholismiin.

Kolmosoluen menekki ei vastannut 1930-luvulla tuottajien odotuksia. Tuolloin Suomessa juotiin olutta noin neljä litraa henkilöä kohti vuodessa. Vapaasti myytävä mieto ykkösolut ja kalja muodostivat panimoteollisuuden taloudellisen selkärangan. Myös virvoitusjuomien valmistuksella alkoi olla panimoille yhä enemmän taloudellista merkitystä. Olutta valmistavia panimoita oli vuonna 1941 yhteensä 25.

Taloudellinen nousukausi näkyi yritteliäisyyden kasvuna myös virvoitusjuoma-alalla. Suomeen perustettiin satoja virvoitusjuomatehtaita, joista suurin osa oli pienikokoisia perheyrietyksiä. Kalja- ja virvoitusjuomateollisuusyhdistys perustettiin vuonna 1936. Sen ensimmäisiä haasteita oli ryhtyä vastustamaan suunnitteilla ollutta ”limonadien kielto lakia”. Monet vaikutusvaltaiset piirit kampanjoivat kotimaassa kasvatettujen hedelmien sekä puutarha- ja metsämarjoista valmistettävien tuoremehujen puolesta. Virvoitusjuomien kieltoa tai niiden myyntiä rajoittavat suunnitelmat kaatuivat poikkeuksellisen kylmänä talvena 1939-1940, kun suurin osa hedelmäpuista paleltui.

Toisen maailmansodan pitkittyessä oluen kulutusta oli ryhdyttävä rajoittamaan, koska raaka-aineita ja laitteita oli vaikea saada. Panimoteollisuusjärjestöjen aloitteesta kolmosoluen valmistaminen lopetettiin vuonna 1942. Mietojen juomien tuotanto kasvoi sen sijaan uusiin ennätyslukemiin. Ykkösolutta ja kaljaa käytettiin maidon korvikkeena ja virvoitusjuomia korvaamaan makeisten puutetta. Sotavuosien aikaansaannosta oli myös myyntialuejärjestelmä, jossa kullekin panimolle määrättiin jakelualueet, jotka eivät saaneet ylittää toistensa rajoja. Järjestelmän periaatteena oli, että jakelun oli sidottava mahdollisimman vähän työvoimaa ja kuljetusvälineitä.

Ykkösoluen kulta-aika

Toisen maailmansodan jälkeen panimoteollisuutta koetteli raaka-aine ja tarvikepula. Elintarvikehuollon kannalta mallastamojen tuotannon lisäykset oli tarkoituksenmukaisinta käyttää mietojen juomien valmistamiseen. Vaikeimman pulakauden mentyä ohi oluen valmistaminen aloitettiin uudelleen vuonna 1948. Lokakuussa myyntiin tullutta kolmosolutta (3,8 painoprosenttia) valmistettiin 17 panimossa. Tehostaakseen oluen tunnettuutta Panimoteollisuusliitto valmistutti 1940- ja 1950-lukujen taitteessa kaksi lyhytfilmiä, joita esitettiin elokuvateattereissa.

Kansanhuoltoministeriö kumosi panimoiden myyntialuejärjestelmää koskevat päätökset vuonna 1948. Panimoteollisuusliitto päätti kuitenkin jatkaa järjestelmän ylläpitämistä, koska vapaan kilpailun pelättiin johtavan hallitsemattomaan tilanteeseen. Suurimpia kaupunkeja lukuun ottamatta kullakin myyntipaikkakunnalla pidettiin kaupan pääsääntöisesti vain yhden panimon olutta. Mietoja mallasjuomia ja virvoitusjuomia sai myydä vapaasti. Ykkösolut olikin Suomen ylivoimaisesti myydyin mallasjuoma sotien jälkeisinä vuosikymmeninä.

Kolmosoluen maku ei tyydyttänyt kaikkia kuluttajia, joten alkoholiliikkeen edustajat alkoivat pian suunnitella vahvemman olutlaadun (4,4 painoprosenttia) valmistamista. Ensimmäiset koe-erät olivat myynnissä kesällä 1950. Viisi vuotta myöhemmin A-olutta oli saatavilla kaikkialla Suomessa, missä oluen myynti vain oli sallittua. Vuosikymmenen alussa markkinoille ilmestyivät myös long drink -tyyppiset alkoholipitoiset juomat.

Alko lisäsi asiakkaidensa valintamahdollisuuksia uudistamalla myyntialuejärjestelmää vuoden 1962 alussa. Uudistuksen seurauksena kullakin myyntipaikkakunnalla oli tarjolla vähintään kahden panimon olutta. Kun Suomi liittyi Euroopan vapaakauppa-alueeseen EFTA:aan vuonna 1964, oluen tuonti oli sallittava. Koska suomalaiset panimot eivät saaneet joutua huonompaan kilpailuasemaan, Alko päätti vapauttaa oluen myynnin. Myymälöiden vähäisen määrän ja tilanahtauden takia myyntialueita koskevat rajoitukset poistettiin aluksi vain A-oluen osalta. Järjestelmä purettiin lopullisesti vuonna 1967, jolloin luovuttiin myös kolmosoluen myyntialuerajoituksista.

Panimoteollisuusyhdistyksessä päätettiin aloittaa keväällä 1964 mainoskampanja suomalaisen oluen puolesta. Kampanjan iskulauseeksi valittiin ”Suomalaista – tottakai”. Mainonnan tavoitteena oli oluen maineen parantaminen, kotimaisen oluen kulutuksen lisääminen sekä ulkomaisen oluen myynnin kasvun hillitseminen. Kampanja jatkui vuoteen 1970.

Väkevä olut oli kaupunkilaisten juoma. Vielä 1950-luvulla neljässä suurimmassa kaupungissa kulutettiin puolet Suomessa myydystä oluesta. Näissä kaupungeissa asui kuitenkin vain noin 15 prosenttia väestöstä. Vasta vuonna 1964 Suomessa saavutettiin vuosisadanvaihteen aikaiset kulutuslukemat, kun väkevän oluen kulutus nousi yli kymmeneen litraan henkilöä kohti vuodessa. Kulutus oli edelleen alhaisimpia Euroopassa. Tärkein syytä oli se, että anniskelu ja vähittäismyynti oli hyvin rajoitettua. Esimerkiksi vuonna 1962 Suomessa oli vain 27 olutravintolaa. Toisaalta olutta myytiin vain viinakaupassa, joita oli harvassa.

Alkoholin kulutusrakenteen muuttamiseksi Alkoholiliikkeen edustajat alkoivat suosia hintapolitiikan avulla mietoja juomia, erityisesti olutta. Lisäksi vuosina 1963-1965 Suomessa tehtiin olutravintolakokeilu. Kokeilun perusteella arvioitiin, että asteittainen olutkaupan laajentaminen voitiin toteuttaa ilman merkittäviä haittavaikutuksia. Myös yleinen mielipide kallistui yhä selkeämmin oluen vapaan myynnin kannalle. Raittiusaatteen kannattajat pyrkivät kuitenkin sinnikkäästi jarruttamaan ehdotettuja muutoksia. Nämä pitivät mietoja juomia jopa vaarallisempina kuin väkeviä, koska heidän mukaansa edellisten kautta kulki tie jälkimmäisiin.

Myyntialuerajoitusten poistaminen, kuljetusolojen kehittyminen ja oluen sekä virvoitusjuomien kulutuksen kasvu nopeuttivat teollisuudenalan keskittymistä. Suuret valmistajat ostivat pienempiä panimoita ja yleensä lakkauttivat näiden toiminnan. Panimot ryhtyivät valmistamaan myös virvoitusjuomia aikaisempaa innokkaammin. 1960-luvun alussa panimot olivat tuotantomäärillä mitattuna merkittävämpiä virvoitusjuomien valmistajia kuin varsinaiset virvoitusjuomatehtaat. Vuoden 1968 lopulla Suomessa oli 11 panimoalalla toimivaa yritystä, joilla oli 15 tuotantolaitosta.

Keskiolut syntipukiksi

Uusi alkoholilaki sekä laki keskioluesta tulivat voimaan vuoden 1969 alussa. Alkon myymälöiden perustaminen tuli mahdolliseksi maaseudulle ja alle 3,7 painoprosenttia alkoholia sisältävän keskioluen myynti alkoi myös elintarvikemyymälöissä. Anniskelun vapauttamisen myötä Suomeen perustettiin nopeasti yli 3 000 keskiolutbaaria, joista runsas kolmasosa sijaitsi maaseudulla. Uuden lainsäädännön ensimmäisenä voimassaolovuonna puhtaan alkoholin kulutus oli lähes 50 prosenttia edellisvuotta suurempi eli 4,2 litraa asukasta kohti. Oluen osuus oli tästä hieman yli puolet.

Julkisuudessa alettiin käydä vilkasta keskustelua alkoholijuomien kulutuksen kasvusta ja juomien käyttöön liittyvistä haittavaikutuksista. Tyytymättömyys alkoholipolitiikkaa kohtaan alkoi etenkin raittiusliikkeen piirissä yleistyä. Monet pitivät keskiolutta ongelman ytimenä, koska sen katsottiin olevan alkoholin käytön aloitusjuoma. Myös eduskunnassa hyökättiin voimakkaasti nimenomaan oluen kimppuun vaatimalla sen kauppaan rajoituksia. Tilastot osoittivat kasvaneen kulutuksen kohdistuneen kuitenkin väkevään alkoholiin. Oluen kulutus säilyi vakiintuneella tasolla, ja vuonna 1974 sen osuus alkoholin kokonaiskulutuksesta oli laskenut 38 prosenttiin.

Myös olutlasin ääressä nautittiin vahvempia juomia kuin ennen. A-oluen (4,5 painoprosenttia) suosio kasvoi keskioluen kustannuksella erityisesti ravintoloissa. Ilmeisesti syynä oli keskioluen

arvostuksen heikentyminen. Keskioluesta oli tullut arkipäiväinen jokaisen elintarvikeliikkeen myyntiartikkeli.

Kun keskioluen vapaan myynnin kieltämiseen ja sen alkoholipitoisuuden alentamiseen kohdistuneet vaatimukset eivät toteutuneet, raittiuspiirit kohdistivat huomionsa mainonnan rajoittamiseen. Vuonna 1972 annettujen ohjeiden mukaan olutilmoitusten kuvituksena sai käyttää lähinnä vain pulloa ja lasia. Tunteisiin vetoava mainonta kiellettiin. Maaliskuusta 1977 alkaen ainoastaan ykkösoluen mainonta oli sallittua. Keväällä 1984 mainontaa kiristettiin entisestään. Nyt etikettiin oli sisällytettävä näyttävästi sanat ”mieto olut”. Ykkösoluen mainonnassa ei saanut myöskään käyttää seuraavia iskulauseita: Karjalasta kajahtaa, Sano vaan reilusti Koff tai Iisalmesta ihmeen hyvää.

Alkoholilaki salli kuntien peruuttaa suostumuksensa keskioluen myyntiin ja anniskeluun. Ensimmäiset peruutukset tehtiin syksyllä 1974. Tämän jälkeen kymmenissä kunnissa tehtiin vastaavia päätöksiä. Keskioluen anniskelun ja myynnin kieltämistä vaadittiin erityisesti maatalousvaltaisissa, uskonnollisten herätysliikkeiden ja raittiusaatteen sävyttämässä kunnissa, missä alkoholin kulutus oli muutenkin muuta maata vähäisempää. Suuri osa kieltopäätöksistä tehtiin Pohjanmaalla, missä vanhat raittiusaatteet olivat säilyneet halki vuosikymmenien. Keskioluen kieltäneillä paikkakunnilla asui enimmillään noin kuusi prosenttia Suomen väestöstä.

Panimoteollisuuden näkemyksiä välittämään perustettiin PR-toimikunta vuonna 1976. Toimikunnan keskeisin viestintäväline oli Olut-lehti. Lehden välityksellä kerrottiin kannanotoista, jotka muuten saivat julkisuudessa vähän tilaa. Yksi tällainen oli kunnallisten alkoholitarkastajien kielteinen kanta keskiolutlain kumoamiseen. Tarkastajien näkemyksen mukaan alkoholipoliittisesti vakavin uhka oli väkevien juomien kulutuksen kasvu.

Parlamentaarinen alkoholikomitea esitti vuonna 1978 keskioluen alkoholipitoisuuden alentamista kolmeen painoprosenttiin. Asiaa vauhditettiin muun muassa syyskuussa 1980, kun saarnaaja Niilo Yli-Vainion johdolla Helsingissä järjestettiin keskiolutmarssi. Marssin keskeisin tavoite oli saada keskioluen vahvuisen oluen myynti siirrettyä takaisin Alkoon. Keskioluen vastustajien vastapainona nuoret lehdentekijät tempaisivat vuoden lopussa ”Keskiolut R-kioskeihin!” -kampanjalla. Tuolloin R-kioskia pidettiin viimeisenä paikkana, jossa keskiolutta voitiin kuvitella myytävän.

Panimoteollisuuden vaikeudet näkyivät myös virvoitusjuoma-alalla, kun juomien myynti kääntyi 1970-luvun puolivälissä jyrkkään laskuun. Tämä aiheutui valmisteveron korottamisesta sekä

juomamarkkinoille tulleiden appelsiinituoremehujen suosion kasvusta. Myös valtiovallan tukema sokerinvastainen kampanja vähensi virvoitusjuomien kysyntää. Tuolloin päättyi myös panimo- ja virvoitusjuomateollisuuden kahtiajako. Alalla toimineet kolme erillistä järjestöä sulautettiin yhteen liittoon. Vuonna 1975 toimintaa jatkettiin Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliiton nimellä.

Olut arvostetuksi arki- ja juhla juomaksi

Alkoholipoliittiset asenteet ja yhteiskunnallinen ilmapiiri muuttuivat 1980-luvun aikana nopeasti vapaamielisemmiksi. Tämä näkyi myös vuonna 1987 voimaan tullessa uudessa alkoholilaissa. Oluen myyntirajoitusten väljentäminen ei enää herättänyt vastaavaa keskustelua kuin oli nähty vielä vuosikymmenen alussa. Keskioluen vahvuisen oluen myyntitapa olikin ollut yksi keskeisimpiä alkoholipoliittisia kiistanaiheita sadan vuoden ajan aina 1980-luvulle asti. Kun keskioluen poliittinen painoarvo hävisi, myös kunnalliset kieltopäätökset purettiin nopeasti.

Vuosina 1986–1990 oluen kulutus lisääntyi sadalla miljoonalla litralla. Henkilöä kohti laskettuna kulutus oli jälkimmäisenä vuonna noin 85 litraa, mihin tilastoitu kulutus on sittemmin vakiintunut. Tuontioluen osuus kokonaiskulutuksesta on pysytellyt vakaasti 1–2 prosentissa. Oluen keskinäiset kulutussuhteet muuttuivat 1990-luvun alussa merkittävästi: A-oluen kolme vuosikymmentä jatkunut, lähes yhtämittäinen kulutuksen kasvu taittui rajusti. Kolmen vuoden aikana sen kulutus romahti kolmasosaan aikaisemmasta tasostaan, kun taas keskioluen kulutus nousi 44 prosenttia.

Tärkein syy kulutustapojen nopeaan muutokseen oli ilmeisesti keskioluen halpeneminen nelosolueen verrattuna. Ulkomaisten, usein mietojen, oluiden saapuminen kohotti osaltaan keskioluen arvostusta. Suomalaisen olutkulttuurin kannalta merkittävää oli, että ulkomaisten tuotteiden kohdalla keskioluesta kirjoitettiin ja siitä keskusteltiin Suomessa ensikertaa lähes poikkeuksetta myönteiseen sävyyn. Samoihin aikoihin olut alkoi maistua myös uusille kuluttajaryhmille. Toisaalta humalahakuisesta alkoholinkäytöstä alettiin siirtyä kohti seurustelujuomakulttuuria. Mietona vaihtoehtona olut oli luonnollinen valinta. Keskioluen suosion nousu liittyi osaltaan myös muoti-ilmiöön, nostalgissävyyiseen rahvaan kulttuurin ihannointiin.

Panimoliitto pyrki myös aktiivisesti omilla toimillaan nostamaan oluen sosiaalista arvostusta ja tekemään oluen käyttöön liittyvää tapakulttuuria tunnetuksi. Panimoliitto osallistui lukuisille asiantuntija- ja kuluttajamessuille, tuki olutseurojen perustamisia ja julkaisi runsaasti kirjallista materiaalia teollisuudenalansa tuotteista. Oluesta tuli hyväksytty juoma arkeen ja juhlaan.

1990-luvulla Suomessa juotiin olutta runsaat 400 miljoonaa litraa vuodessa. Alkoholin kulutuksesta tämä muodosti puolet. Myös virvoitusjuomien kysyntä alkoi kasvaa nopeasti 1990-luvun lopulla. Kysyntää edesauttoivat uudelleen täytettävät kevyet muovipullot sekä pikaruokaravintoloiden ja virvoitusjuoma-automaattien lisääntyminen. Juomien suosiossa tapahtui merkittävä muutos, kun vuosikymmenen puolivälissä kolajuomien osuus kohosi suuremmaksi kuin appelsiinipohjaisten virvoitusjuomien.

Oluen tilastoitu kulutus oli korkeimmalla tasollaan vuonna 1992. Tämän jälkeistä myynnin hienoista laskua on selitetty olutturismilla, koska yhä useammat suomalaiset hankkivat oluensa ulkomaan liikenteen verovapaista myymälöistä sekä Venäjältä ja Virosta. Suomen EU-jäsenyyden myötä turistituonti kasvoi uudelle tasolle. Kyselytutkimusten mukaan noin joka kymmenes Suomessa nautittu olutlitra oli käyty itse ostamassa ulkomailta. Panimoliiton tärkeimpiä tehtäviä on ollut vaikuttaa olutveron alentamiseen. Liitto asetti tavoitteeksi Suomen verotason sopeuttamisen mahdollisimman nopeasti lähelle EU-maissa vallitsevaa tasoa.

Vuonna 1995 voimaantulleessa alkoholilaissa Alkolta poistettiin monopolioikeudet vähittäismyyntimonopolia lukuun ottamatta. Tuolloin Suomessa sallittiin myös mietojen (alle 22 tilavuusprosenttia) alkoholijuomien mainonta. Neuvotteluiden jälkeen Suomelle myönnettiin määräaikaiset poikkeusluvut, joilla voitiin rajoittaa alkoholin tuontia muista EU-maista. Täysiin tuontikiintiöihin Suomessa siirrytään vuoden 2004 alusta. Tuolloin olutta saa tuoda toisesta EU-maasta 110 litraa, ilman että siitä joutuu maksamaan tuontimaassa veroa.

2000-luvun alussa panimo- ja virvoitusjuomateollisuus on keskittynyt kolmen yrityksen käsiin, Hartwallin, Olvin ja Sinebrychoffin. Panimoliiton neljäs jäsenyritys on Nokialla toimiva Pirkanmaa Uusi Panimo - PUP. Jäsenpanimoilla on Suomessa seitsemän tuotantolaitosta. Näiden lisäksi eri puolilla maata toimii useita ravintola- ja pienpanimoita. Suomalaista panimoalan tietotaitoa on hyödynnetty viime vuosina myös Venäjältä, Baltiasta ja Ukrainasta ostettujen panimoiden modernisoimisessa.