

# Portfolio tilaviinejä käsittelevien artikkeleiden kirjoitusprosessista



Honkanen, Henna-Riikka  
Rönblad, Erika

Laurea-ammattikorkeakoulu  
Laurea Leppävaara

## Portfolio tilaviinejä käsittelevien artikkeleiden kirjoitusprosessista

Honkanen, Henna-Riikka  
Rönblad, Erika  
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Helmikuu 2010

Honkanen, Henna-Riikka  
Rönblad, Erika

Portfolio tilaviinejä koskevien artikkeleiden kirjoitusprosessista

Vuosi 2010 Sivumäärä 57

---

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa tietoa suomalaisista tilaviineistä ja niiden markkina-  
asemasta. Työn tilaaja, Viinilehti Oy, toimi kanssamme tiiviissä yhteistyössä. Työn tilaajan  
kanssa rakensimme Viinilehden Suomi-sarjaan artikkelin pohjautuen yhteen valitsemaamme  
tilaviinitalaan. Lisäksi haastattelimme sarjan kummiä, Markus Maulavirtaa, jonka asiantuntija-  
lausunnosta rakentui kainalojuttu artikkeliin. Artikkelissa tarkasteltavaksi viinitalaksi valit-  
simme Valamon luostarin, joka on tuottanut tilaviinejä jo yli kymmenen vuotta. Valamon  
luostarissa tilaviineistä vastaava Isä Andreas oli oppaamme Valamon viineihin. Rakensimme  
artikkelin viinien valmistuksen lisäksi pitkälle myös Isä Andreaxsen mielenkiintoisen elämänta-  
rian kautta.

Tilaviineistä on hyvin niukalti tarjolla luotettavaa informaatiota. Painettua tietoa löytyi niu-  
kalti, Internetkään ei tarjonnut liiemmin tietoa aihevalintaamme liittyen. Tiedon puute ajoi  
meidät ottamaan yhteyttä useisiin alalla työskenteleviin henkilöihin, niin tilaviinitalojen pitä-  
jiin kuin valvontaviranomaisiin. Heidän antamiensa tietojen ja haastattelujen pohjalta loim-  
me itsellemme kuvan tilaviineistä ja niiden markkinatilanteesta.

Tilaviinejä tutkiessamme jouduimme välittömälle törmäyskurssille matkailualan kanssa. Tila-  
viinitalat tarjoavat lähes poikkeuksetta muitakin elämyksiä, joiden avulla turisteja houkutel-  
laan viiniostoksille. Lähes jokaisella tilaviinitalalla on muun muassa ravintolapalveluita sekä  
kirjava joukko muita matkailutuotteita. Elämyspalveluiden, joissa ihmiset maksavat tuotteen  
lisäksi myös elämyksistä ja kokemuksista, käyttö tilaviinitaloilla on todella suosittua - ja jopa  
hengissä selviämisen edellytys.

Artikkelin kirjoitusprosessi muodostaa ikään kuin työn aikajanan, jonka perusteella työmme  
eteni. Kirjoitus ei ole vain hetki paperin ja kynän varressa, vaan matka haastatteluiden, ku-  
vaamisen ja tarkan taustatyön hengessä. Artikkeleiden useat koeversiot, haastattelut tila-  
viinialan konkareille ja matkustaminen itse ruohonjuuritasolla tutkimaan sitä, mistä todella  
puhuimme, oli edellytys ja tukipilari työn valmistumiselle ja onnistumiselle.

Artikkeli julkaistiin viinilehdessä lokakuun loppupuoliskolla 2009. Vaikka artikkeli oli ensiker-  
talaiselle tilaviinikumikolle valaiseva ja informaatiota antava, koimme kuitenkin, että oppi-  
maamme tietoa oli hyödynnettävä laajemmin. Päädyimme vaihtoehtoon, jossa rakensimme  
kaikesta keräämästämme tiedosta niin sanotun toisen artikkelin. Tämä artikkeli heijastaa  
vahvasti oppimamme kautta rakennettuja mielipiteitä tilaviinin nykytilanteesta ja alan on-  
gelmistä. Artikkeli kertoo myös mitä mielestämme alan kehittyminen ja kasvaminen vaatisi  
niin valtiovallalta kuin toimijoiltakin. Tilaviinialan kasvu ei ole kiinni vain yhdestä asiasta.  
Henkilökohtainen mielipiteemme on, että lakimuutosten lisäksi tilaviinin valmistajien tulee  
verkostoitua laajemmin ja markkinoida tuotteitaan ahkerammin, jotta pystytään saavutta-  
maan suurempia ostajakuntia ja tietoisuutta potentiaalisten ostajien keskuudessa. Toinen  
artikkeli on kirjoitettu vain tätä opinnäytetyötä varten, eikä sitä ole julkaistu missään medio-  
issa.

Asiasanat tilaviini, artikkeli, Valamon luostari, markkinatilanne, matkailu.

Honkanen, Henna-Riikka  
Rönblad, Erika

A portfolio concerning on Finnish Country fruit wines

Year	2010	Pages	57
------	------	-------	----

---

The main goal of our thesis was to define and survey the Finnish country fruit wine and its market situation today. We had a close working relationship with the employer of our thesis, Viinilehti Oy. With Viinilehti we wrote an article in Viinilehti's Finland-series based on one wine maker of our choice. We also interviewed Markus Maulavirta and wrote another article based on his expert opinion of Finnish country fruit wines. The wine maker we chose for closer observing is the Monastery of New Valamo, which has manufactured Finnish country fruit wines for more than a decade. The person in charge of the wine manufactory, Father Andreas, was our guide and familiarized us with the wines of Valamo. We wrote the article about Father Andreas's life as well as the wine manufacturing business.

There is only little information available either as in the Internet about Finnish country side wines available. Therefore we contacted several people from the wine business, including the wine makers and the business's controlling authority. With the information they gave us and the interviews we held we gained an understanding of Finnish country fruit wines and their current situation in the market.

While we were searching for information about Finnish wines, we discovered that tourism was playing a big role in the industry. Finnish wine producers often offer sideline products in order to get the customers coming. When people not only pay money for the product, but also for experiences they get, is called experience tourism. Wine producers use this kind of tourism a lot. It can even be the only way for a business to survive.

The process of writing the article was the timeline of our thesis. Writing the article is not just a moment with a pen and a paper, but a journey through interviews, filming and detailed background work. We wrote several versions of the article, interviewed experts of the Finnish wine industry and travelled at the grass roots level to search for detailed information about the subject.

The article was published in Viinilehti in the end of October 2009. Even though the article gave a lot of information to a person, who is not familiar with the subject, we still thought that we had to use all the information we had and create something more. We decided to write a second article about all the information we had gathered. The second article reflects strongly our own opinions of the business's present state and problems. It also reflects our ideas of what actions should be taken by the government and wine makers to give the business a chance to develop and grow. The growth of Finnish wine business depends on many things. Our personal opinion is that besides changes in the law, also the wine makers themselves must be more active in networking and market their products better. This way they can reach more customers and spread the word of their products better among the potential customers. The second article is written only for this thesis, and it has not been published in any media.

Keywords Finnish country fruit wine, article, Monastery of New Valamo, market situation, tourism

## Sisällys

1	Johdanto .....	5
2	Päyhteistyökumppanit .....	6
	2.1 Viinilehti .....	6
	2.2 Valamo .....	6
3	Tietoa tilaviineistä.....	7
	3.1 Valmistus .....	7
	3.2 Tilaviinitilat Suomessa .....	9
	3.3 Tämänhetkinen viinitilojen määrä ja sijainti .....	11
	3.4 Tilaviinien myynti .....	13
	3.5 Marja- ja hedelmäpohjaisten alkoholituotteiden laatujärjestelmä .....	14
4	Tilaviinit matkailuelinkeinona .....	14
	4.1 Tilaviinitilojen sijoittuminen matkailualalle .....	15
	4.2 Tilaviinitilat elämystuotteina .....	17
	4.3 Matkailukohteen valintaan vaikuttavat tekijät .....	20
5	Opinnäytetyössä käytetyt menetelmät.....	21
	5.1 Tiedonhaku .....	21
	5.2 Haastattelut.....	22
	5.3 SWOT -analyysit .....	25
6	Artikkeleiden kirjoitusprosessi.....	28
	6.1 Artikkelin kirjoituksen teoriaa .....	29
	6.2 Artikkelin kehittyminen ajatuksista paperille.....	30
7	Tuotokset.....	31
	7.1 Viinilehdelle kirjoitetun artikkelin tekstiversio.....	32
	7.2 Toinen artikkeli.....	35
8	Viinilehden päätoimittajan arviointi.....	38
9	Johtopäätökset .....	40
	Lähteet .....	42
	Kuvaluettelo .....	44
	Taulukkuuettelo .....	45
	Kaavioluettelo .....	46
	Liitteet .....	47

## 1 Johdanto

Kun tilastokeskus vuonna 2008 kyseli ulkomaisilta turisteista mielikuvia Suomesta ja suomalaisuudesta, nousivat esille etenkin suomalainen design, Sibelius, Lappi ja joulupukki. Ruokaa tai juomaa ei mainittu lainkaan, tilaviineistä puhumattakaan. Tämä ei tullut yllätyksenä, sillä harva suomalainenkaan tuntee tilaviinin määritelmää, tai on edes koskaan maistanut tilaviinejä.

Ennen opinnäytetyön aloittamista emme mekään tienneet mitään tilaviineistä tai tilaviiniloista. Yksinkertaisesti kiinnostus tilaviinejä kohtaan ajoi meidät ottamaan yhteyttä alan lehtiin, joista saimme lopulta tilaajan työllemme. Yhdessä Viinilehden kanssa sovimme, että julkaisisimme vuoden viidennessä lehdessä Suomi-sarjaan artikkelin tilaviineistä.

Aloitimme työskentelyn kartoittamalla tietoa alasta. Kirjallisuutta oli hyvin niukalti painettuna, ja Internetkin tarjosi vain jäävuoren huipun. Tietoa tuli lähteä metsästämään itse tuottajilta ja tilaviinin ympärillä työskenteleviltä ihmisiltä. Hyvin pian opinnäytetyöstä muodostuikin tutkimusmatka tilaviinin lähteille ja mielenkiintoinen matka niin lukijalle, kuin meille.

Rakensimme artikkelin Valamon viinitilan tarinan ympärille. Valamoon tehdyt vierailut, viinin maistelu, erilaiset messut ja monet muut tapahtumat antoivat meille kattavan kuvan alan nykytilasta ja loivat kuvaa siitä, millaista tulevaisuutta alalle voisimme odottaa.

Tämä opinnäytetyö on tiivistetty kertomus siitä, mitä kaikkea useiden vierailujen ja matkojen kautta opimme. Olemme käsitelleet hyvin kattavasti tilaviinejä sekä siihen vahvasti nivoutuvaa maatila- ja elämysmatkailua. Opinnäytetyössä käsittelemme myös sitä, miten täysin ammikkoina journalisteine lähdimme rakentamaan artikkelia alalla hyvin tunnettuun ja arvostettuun lehteen. Viinilehdessä julkaistujen artikkelien lisäksi kokosimme kaiken kokemamme perusteella niin sanotun toisen artikkelin, jossa kattavasti käsittelemme alan tätä päivää ja huomista peilaten vahvasti omia mielipiteitämme.

## 2 Pääyhteistyökumppanit

Teimme tiiviisti yhteistyötä kahden toimijan kanssa. Ensimmäinen oli työmme tilaaja, Viinilehti, jonka toimeksiannon perusteella teimme opinnäytetyömme. Toinen pääyhteistyökumppani oli Valamo, jonka kanssa yhteistyössä rakensimme artikkelin heidän tilaviineistään. Kummastakin pääyhteistyökumppanista on kerrottu tarkemmin alla.

### 2.1 Viinilehti

Viinilehti on suomalainen aikakausilehti, joka juhlii tänä vuonna 20-vuotis syntymäpäiväänsä. Se ilmestyy vuonna 2009 kuusi kertaa. Päätoimittaja, Satu Koivisto, oli myös opinnäytetyömme ohjaaja. Viinilehteä kustantaa Image Kustannus Oy, jonka toimitilat sijaitsevat Helsingin Kulosaarissa. Viinilehden julkaisijana toimii Juha Berglund. Toimitusjohtajan palliilla istuu Tomi Salonen, joka johtaa myös viinilehden www - sivuja.

Viinilehti on viinin ystäville suunnattu lehti, jota lukevat niin alan ammattilaiset, kuin viinejä harrastavatkin. Viinilehti Oy järjestää myös viinikouluja ja -kurseja sekä viini, ruoka & hyvä elämä - tapahtumia. ViiniExpo, Suomen suurin viinien ammatti- ja harrastajatapahtumaa on myös Viinilehden osaksi järjestämä.

Viinilehden Internet-sivut löytyvät osoitteesta [www.viinilehti.fi](http://www.viinilehti.fi)

### 2.2 Valamo

Valamo on ortodoksinen munkkiluostari, joka sijaitsee Heinävedellä. Siitä on viimeisten vuosikymmenien aikana kehittynyt yksi Suomen merkittävimmistä ortodoksisen kulttuurin keskuksista. Luostarissa asuu veljestö, joka elää luostarissa hengellistä yhteiselämää kristillisiä periaatteita noudattaen. Siitä on kuitenkin myös tullut aikojen saatossa hyvin suosittu matkailukohde, jonka varat käytetään suoraan luostarin ylläpitoon.

Matkailu on Valamon yksi tärkeimpiä tulolähteitä. Luostarissa käy vuosittain yli 160 tuhatta vierailijaa. Valamossa järjestetään erilaisia näyttelyitä, turistikierroksia ja tapahtumia, jotka vuodesta toiseen kiinnostavat turisteja. Lisäksi Valamossa toimii A-oikeuksin varusteltu ravintola, joka on myös suosittu juhla- ja kokouspaikka. Valamossa järjestetään myös majoitusta, vaikkakin

useimmat vieraat tulevat vain päiväksi ihastelemaan Valamon luostarin rauhaa, sen kulturellia tarjontaa tai uskonnollisia menoja.

Viininvalmistus aloitettiin vuonna 1997 Veli Andreaxsen aloitteesta, jolloin hän toimi luostarin varainhoitajana. Veli Andreaxsen tuli keksiä uusia tulonlähteitä köyhtyvälle luostarille. Yhden miehen aivoriihestä kimmonnut idea tilaviineistä kiteytyi lopulta ideasta toiminnaksi, kun hän yhdessä toisen polven viinimestarin, Timo Kettusen kanssa loi Valamon viinit. Nykyisin viinin valmistus on kasvanut niin laajaksi, että tilalla valmistetaan vuosittain jopa 40 000 litraa viiniä, joka tekee Valamosta Suomen suurimman tilaviinien valmistajan. Viinin valmistus aloitettiin Valamon punaisesta viinistä, joka tehdään yhä nykyisinkin samalla reseptillä. Nykyisin Valamon punainen on tosin saanut rinnalleen paljon erilaisia muita tilaviinejä ja unkarilaisista rypäleistä valmistettavan kirkkoviinin. Erilaisia tilaviinejä on useita punaisista ja valkoisista viineistä jälkiruoka- ja kuohuviiniin. Valamo tuottaa viinien lisäksi myös likööriä. (Isä Andreas 2009.)

### 3 Tietoa tilaviineistä

Sosiaali- ja terveysministeriö on määritellyt tilaviinit 1994 tehdyssä asetuksessa (1344/94, 2 §:n 8 momentti) niin, että tilaviinin tulee olla yksinomaan käymisteitse valmistettua hedelmäviinijuomaa. Tilaviinin alkoholiprosentti ei saa ylittää kolmeatoista prosenttiyksikköä. Tilaviinin tuottajan tulee olla oikeudellisesti ja taloudellisesti muista toimijoista riippumaton yrittäjä, jonka tuotantokapasiteetti vuositasolla hedelmäviinien suhteen ei saa ylittää sataa tuhatta litraa. Valmistuksessa tulee käyttää ainoastaan sataprosenttisesti suomalaisia raaka-aineita, joista vähintään puolet on valmistusluvan haltijan omistamalta tai hallitsemalta viljelyalalta peräisin. Aistinvaraiset ominaisuudet tulee olla peräisin valmistuksessa käytetyistä raaka-aineista tai käymisessä muodostuneista maku- ja aromiaineista. (Sosiaali- ja terveysministeriö 1995.)

#### 3.1 Valmistus

Tilaviinejä valmistetaan hedelmistä ja marjoista. Suurin osa raaka-aineesta on viljeltyä. Herukat, omenat, mansikat, vadelmat ja raparperi ovat suosittuja viljelyllä hankittuja raaka-aineita, mutta esimerkiksi mustikka kerätään lähes poikkeuksetta luonnonmetsistä. Lisäksi tilaviineissä käytetään paljon myös puolukkaa, variksenmarjaa ja lakkaa.





Kuva 1: Viinien valmistussammiot

Perusraaka-aineiden lisäksi tilaviineihin lisätään hiivaa valmistusvaiheessa, sillä marjan oma hiiva eri riittää käymisen toteutumiseen. Moniin viineihin lisätään myös sokeria makeuden tuomiseksi. Useimmiten raaka-aineet pakataan ja mehustetaan ulkopuolisen toimijan avulla. Pilaantumisen estämiseksi raaka-aine pakastetaan, jotta esim. homeitiöt eivät pääse pilaamaan raaka-ainetta. Loppuvaiheessa viinistä otetaan paljon näytteitä, joita laboratoriossa analysoidaan. Valmiista tuotteesta määritetään uutospitoisuus ja alkoholiprosentti. Lisäksi kokeissa mitataan tuotteen PH-arvot ja rikkioksidipitoisuus. Kemiallisten kokeiden lisäksi tuotetta arvioidaan aina myös aistinvaraisesti. Tärkeimpiä aistinvaraisesti mitattavia osa-alueita ovat maku, ulkonäkö ja haju. Näiden erilaisten kokeiden avulla viinistä pyritään tekemään tasalaatuista ja hyvän makuista. Analyysien perusteella saatetaan esimerkiksi sokeria lisätä viiniin, jolloin valmistusvaiheet myöhästyvät ja muuttuvat. (Hasu & opetusministeriö 1998.)

Taulukko 1: Valmistusvaiheet (Hasu & opetushallitus 1998).

Numero järjestys	valmistusvaiheet
1	Raaka-aineiden sulatus

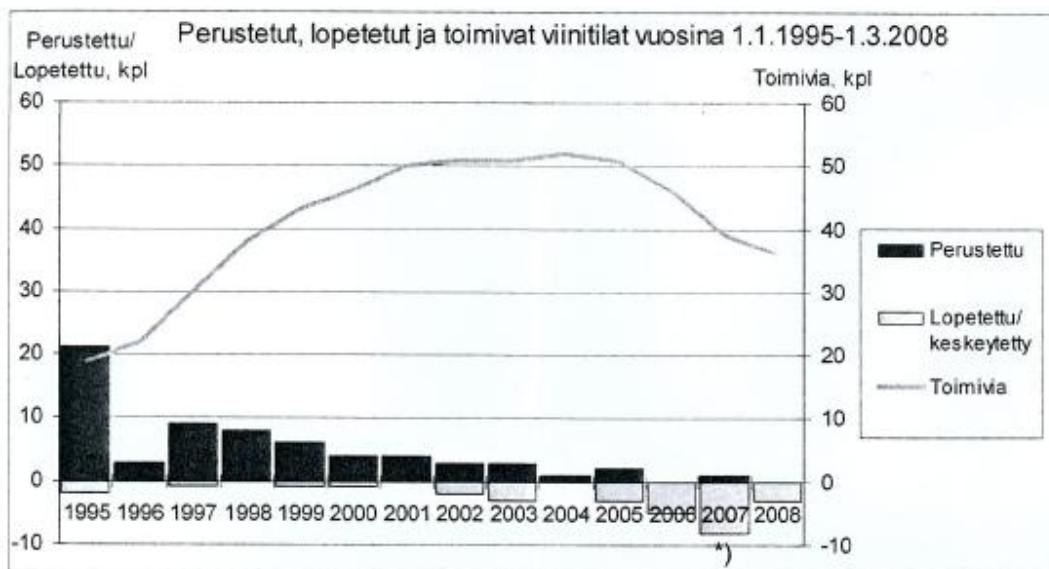
2	Murskaus
3	Mehustus
4	Mehuanalyysi, määritellään mehusta sokeripitoisuus ja Ph
5	Panostus, lisätään käymisaineet
6	Käyminen ja analyysit
7	Hiivan erottelu
8	Kirkastus
9	Suodatus ja rikitys
10	Kypsytytys ja analyysit
11	Sekoitus ja analyysit
12	Kypsytytys ja analyysit
13	Pullotus ja analyysit

### 3.2 Tilaviinitilat Suomessa

Kun tilaviinin valmistus viime vuosikymmenen puolivälissä mahdollistettiin, oli tarkoitus tuoda uusi pääasiallinen tai sivutoiminen toimeentulomahdollisuus maaseudulle, joka mahdollistaisi kotimaisen puutarha- ja metsämarjojen jatkojalostuksen ja loisi pienyrittäjiä. Nykyään tilaviinitiloja löytää ympäri maata 47 (joista toiminnassa 37 kappaletta) Ne on rakennettu erilaisiin ympäristöihin erilaisia tarpeita noudattaen. Jokainen viinitila on puhtaasti omanlaisensa maalaiselämys, jossa palveluntarjonta on hyvin monipuolista. Kaikkia erilaisia tiloja yhdistää kuitenkin yksi asia - tilaviini. (Salo 2008.)

Vuonna 2009 Suomessa oli 37 toiminnassa olevaa viinitilaa. Niistä suurin osa sijaitsee Keski- ja Etelä-Suomen alueella. Lapin maakunnassa tiloja on hyvin vähän, osaksi hyvin rajallisen kasvukauden ansiosta. (Valvira Tilastotietoja 2009.)

Viinivalmistuksen vapautuksen yhteydessä uusia viinitiloja perustettiin runsaasti. Tämän jälkeen uusia viinitiloja on syntynyt tasaiseen tahtiin, kunnes 2004 viinitilojen määrä lähti laskuun. Myynti on kuitenkin myös vuoden 2004 jälkeen pysynyt tasaisesti samoissa lukemissa, joten voimme olettaa, että olemassa olevat viinitilat ovat kasvattaneet myyntiään samalla, kun pienemmät tilat ovat lopettaneet toimintansa.



Kaavio 1: Tilaviinitilat vuodesta 1995 vuoteen 2008.

Tilaviinitilat ovat oleellisesti osana suomalaista maaseutumatkailua. Maaseudun yrityksille tyypillistä on yrittäjien sivutoimisuus ja sesonkiluontoisuus. Maaseutumatkailu on pääelinkeino vain 15 prosenttia yrityksistä (Salo 2008, 33). Tilaviinitilat putoavat tähän väliin, sillä riippuen tilasta saa viinitilallinen eniten tuloja joko matkailupalveluistaan tai viininmyynnistään. Sen sijaan sesonkiluontoisuus on todella tiiviisti mukana tilaviiniyritysten elämässä. Kesäaika on ehdottomasti vilkkein sesonki. Hopeapaikalla on joulusezonki. Näiden aikojen välissä käytännössä vain valmistaudutaan tulevaa sesonkia varten. (Tehoseuran maataloustiedote 7/2003.)

Tilaviinitilat ovat vuoden 1995 jälkeen aikaansaaneet 300 uuden työpaikan muodostumisen. Ala on siis merkittävä työnantaja. Yrittäjiksi tilaviinialalla on ryhtynyt usea kymmentä ihmistä. Useimmiten viinitila on jo olemassa oleva yritys, jossa lisäpotkua myyntiin on lähdetty kehittämään uudella tavalla. Tie maanviljelijästä tai maanomistajasta yrityksen omistajaksi ei ole helppo. Laitehankinnat, lupamaksut ja raaka-ainehankinnat ovat hintavia aloittavalle yrittäjälle. Lisäksi on hankittava tuotantotilat. Vaikka usealla maatilalla tuotantotiloille onkin neliöitä, on niitä remontoitava ja kehitettävä viinivalmistukselle sopivaksi. Viini ei valmistu itsestään, joten yrit-

täjällä on oltava myös riittävä tietotaito ja koulutus alalta. (Tehoseuran maataloustiedote 7/2003.)

### 3.3 Tämänhetkinen viinitilojen määrä ja sijainti

Suomessa oli 19.1.2009 yhteensä 35 toiminnassa olevaa viinitilaa. Lisäksi luvat oli myönnetty 12 tilalle, joilla ei sillä hetkellä ollut toimintaa. Vuoden alussa lopettamis päätöstä harkitsi viisi (5) viinitilaa, jotka ovat saattaneet vuoden 2009 aikana lopettaa, mutta jotka alla on lueteltu toimiviksi tilaviinitiloiksi.

Taulukko 2: Toimintaa harjoittavat viinitilat (helmikuu 2009).

Tilaviiniä valmistavan tilan nimi	Sijainti
Airismaan Apaja Avoin yhtiö	Rymättylä
Alahovin Viinitila Oy	Kuopio
Anolakeskus Tenhunen Oy	Pieksämäki
Askanmäen viinitila Ky	Puolanka
Bothniaplain Oy	Veteli
Ciderberg Oy	Lohja
Ekotila Taisto Jurvelin	Puolanka
Hämeen ammattikorkeakoulu, Lepaan Viinitila	Lepaa
Hermannin Viinitila Oy	Iloimantsi
Ilvespub Oy, Myllymaan Viinitila	Nurmijärvi
Kellovalimo Somppi Ky, Jussin Viini	Lapua
Koskimäen Mehustamo Marjomo avoin yhtiö	Loimaa
Mustila Viini Oy - Mustila Vin Ab	Elimäki
Napapiirin Viini ja Marja Ky, Ala-Tennilän viinitupa	Rovaniemi
Ollinmäen Viinitila Oy	Mikkeli
Pohjanranta Oy	Keminmaa
Ranua-Revontuli Oy Viini & Marjat	Rauma
Ruusulan Marja- ja Viinitila T:mi	Jyväskylä
Rönnvik Oy, Rönnvikin Viinitila	Laitikkala
Tammiluodon Viinitila Oy	Parainen
Temola Oy, Temolan Viinitila	Puumala
Titta Sydänheimo-Auer, Teiskon Viinikioski	Tampere

Tjudö Vingård Ab	Finström
Tmi Ari Ruokojärvi, Ylläksen Viini & willa	Kolari
Tmi Punaisen Tuvan Viinitila	Alajärvi
Tunturi-Lapin Marja ja Vesi Oy	Kittilä
Tyryn Viini Oy	Mäntyharju
Uusi-Yijälän tila Tmi	Jämsä
Valamon ViiniHerman Oy	Heinävesi
Viiniheila Oy	Heinola
Viini-Pihamaa Oy	Asikkala
Viinitalo Aito-Onni Oy	Haapavesi
Viinivainio Oy	Äänekoski
Viiniverla Oy	Jaala
Viitostien Viinitupa Oy	Hyrnsalmi
Vuokatin Viini Oy	Sotkamo

(Valvira. Laakkonen, A. Tilastotietoja 2009).

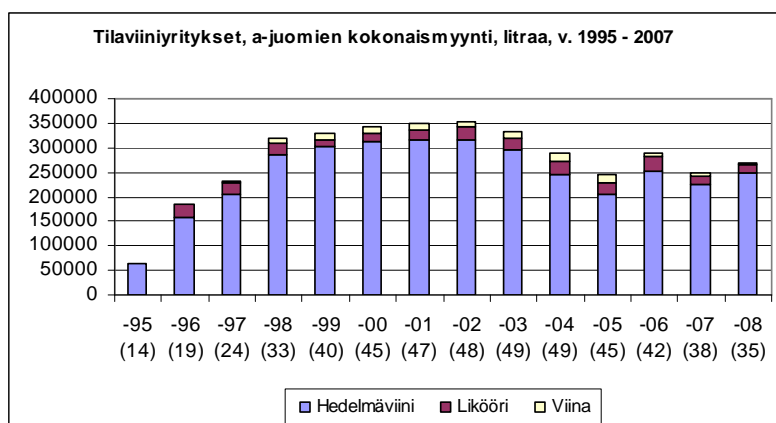
Lupa voimassa, ei toimintaa:

Tilaviinin valmistusoikeudet saaneen tilan nimi	Sijainti
Anneli Pehrman Oy	Nurmijärvi
Hannilan Kiinteistö Oy	Sotkamo
Heikki Tapani Mäkipää	Lehtimäki
Hermannin Liikelahjat Oy	Ilomantsi
Kainuun Marjaviini Oy	Suomussalmi
Korpihilla Ritva Kokko Ky	Posio
Latomäen Tilaviini Ky	Marttila
Latovesi Oy Ltd.	Ikaalinen
Majakartano Viljamaa Oy	Kaavi
Mamun Luomu- ja Viinitila Oy	Jämsänkoski
Saariselän Marjat Oy	Inari
Viinitila Vanha-Penttilä Oy	Joutsa

(Valvira. Laakkonen, A. Tilastotietoja 2009).

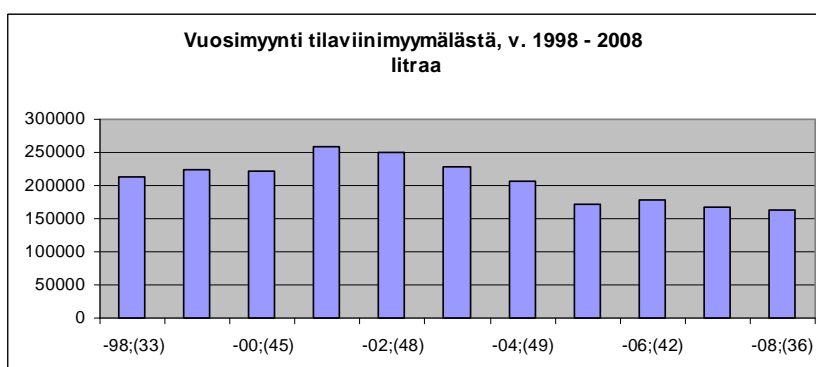
### 3.4 Tilaviinien myynti

Tilaviinejä, jotka sisältävät maksimissaan 13 tilavuusprosenttia etyylialkoholia, saa myydä suoraan viiniä valmistavilta tiloilta. Väkeviä viinejä ja likööreitä saa myydä ainoastaan suoraan aniskeluluvan haltijoille, pääasiassa ravintoloille, tai Alkon kautta kuluttajille.



Kaavio 2: Tilaviinien myyntitilastot (Valvira 2009).

Vuonna 2006 Suomessa myytiin kaikkiaan viinejä yhteensä 53,6 miljoonaa litraa, josta hedelmäviinin myyntiosuus oli ainoastaan kolme prosenttiyksikköä. Tilaviinien myynti kyseisenä vuonna oli vain 0,5 prosenttia kokonaismyynnistä. Hedelmäviinejä myytiin yhteensä 1,6 miljoonaa litraa, josta 15 prosenttia myytiin suoraan viinitiloilta. (Salo 2008.)



Kaavio 3: Vuosimyynti tilaviinimyyrmälästä (Valvira 2009).

Oheisessa taulukossa on esitetty tilaviinin myyntitilastot viininvalmistuksen vapautumisvuodesta lähtien vuoteen 2008. Aloitussuosi 1995 ei ole tilastollisesti merkittävä, sillä usea yritys aloitti viininvalmistuksen kesken kauden, eikä tilasto näin ollen anna realistista kuvaa vuoden 1995

myyntikehityksestä. Kuvasta näkee, että ehdoton viininmyynnin kulta-aika tähän mennessä oli vuosituhaten vaihe ja sen jälkeinen aika. Vuodesta 2003 viininmyynti on sen sijaan laskenut. Suluissa oleva numero tilaston alalaidassa kertoo kulloisenkin vuoden viinitilojen määrän. Vuosimyynti tilaviinimyymälästä -taulukko kuvaa sitä, kuinka paljon viinitilat ovat myyneet tuotteitaan suoraan tiloilta tai niiden omistamista viinipuodeista. Myynnin kulta-aikana vuosituhaten vaihteessa myös myynti tilaviinimyymälöistä on ollut vilkkainta. Tämän jälkeen tilasto osoittaa tasaista laskua.

### 3.5 Marja- ja hedelmäpohjaisten alkoholituotteiden laatu järjestelmä

Hankkeen tarkoituksena oli saada marja- ja hedelmäpohjaisille viineille tasa-arvoa nostava, positiivinen, tasa-arvoinen laatu luokittelu järjestelmä. Järjestelmän lähtökohtana oli taata tilaviinille mahdollisuus korkean laadun, puhtauden sekä alueellisuuden esilletuomiseen. Tarkoituksena oli myös selventää näitä asioita kuluttajille. Yksi tärkeä tarkoituspääte oli antaa tuottajille aistinvaraisesta laadusta puolueetonta tietoa ja näin edistää laadunhallintaa ja tuotekehitystä. (Hasu & opetushallitus 1998.)

Laatu luokitus koskee vain tilaviiniryttäjien tuotteita. Se on vapaaehtoinen STTV:n myöntämille alkoholivalmistusluvalla saaneille tilaviiniryttäjille. Laatu luokituksen voi saada eri osa-alueista, jotka perustuvat raaka-aineiden laadun arviointiin. Osa-alueet ovat talonviini, alueviini, lajiviini ja lajikeviini. Näin ollen yksi viini voi saada montakin laatu luokitusta. Raati antaa eri osa-alueista pisteitä eri tavoin, jotka ovat ulkonäkö (0 - 3), tuoksu (0 - 5), maku (0 - 7) ja kokonaisvaikutelma (0 - 5). Kokonaispisteet ovat (0 - 20). Tämän lisäksi raati kirjoittaa sanallisen arvioinnin. (Hasu & opetushallitus 1998.)

Haastatteluidemme perusteella hyvin moni viinitilallinen käyttää hyväkseen laatu luokitusta. He myös hyvin voimakkaasti puoltavat sen pakolliseksi asettamista. Laatu luokituksen avulla viinitilalliset uskovat, että markkinoilta kyettäisiin kirkkemaan pois huonot viinivaihtoehdot, jolloin tilaviineillä olisi mahdollisuus nostattaa imagoaan. Niistä voisi myös kehittyä parempi kilpailija perinteisesti Suomessa juotuja rypäleviinejä vastaan. Kaikesta puolesta puhumisesta huolimatta 2006 vain 19 tilaa hyödynsi laatu luokitusta (Hasu & opetushallitus 1998.)

## 4 Tilaviinit matkailuelinkeinona

Maatila matkailu on maatilalle sijoitettavaa matkailua, joka perustuu maaseudun luontaisiin edellytyksiin, kuten luontoon, maisemaan, kulttuuriin ja perhe- ja pienryttäjyyteen. Maaseutu matkai-

lu ei ole itsenäinen toimiala, vaan sen voi jakaa perinteiseen tapaan majoitus-, ohjelma-, ravitsemis- ja oheispalveluihin. Kaikki maaseudulla tapahtuva matkailu ei lukeudu välttämättä maaseutumatkailu-sanan alle. Erilaiset arvot, kuten ympäristö, terveys, maaseudun vaaliminen ja kulttuuriperinnön säilyttäminen ovat maaseutumatkailulle perinteisiä arvoja, joita yritykset pääasiallisesti toiminnassaan vaalivat. (Salo 2008.)

Tilaviinitilat ovat puhtaasti maaseudun elinkeino. Viinitilat linkittyvät myös hyvin vahvasti maaseudun yrittäjyyteen ja maatilamatkailuun. Lisäksi tilaviinitilat luokitellaan useimmiten elämys-tuotannoksi, jossa asiakas maksaa konkreettisen tuotteen lisäksi tuotteen ympärille rakennetusta elämyksestä.

#### 4.1 Tilaviinitilojen sijoittuminen matkailualalle

Maaseutumatkailu on käsite, jota käytetään puhuttaessa eritoten maaseudun kehittämisestä. Käsitettä ei käytetä markkinointiin laisinkaan, vaan kaikki palvelut myydään niin, että itse palvelutarjonta tulee esiin. Näin ollen myös tilaviinitilat mainostavat viinejään ja muita oheispalveluitaan, eivätkä itseään maatilamatkailua tuottavana yrityksenä. Maaseutumatkailu on osa matkailuelinkeinoa, joka on erikoistunut maaseudun tarpeisiin ja arvoihin. Rauhallisuus ja puhtaus sekä luonto ovat ehdottomasti maaseutumatkailun tärkeimpiä myyntivaltteja. (Salo 2008.)

Suomalaisten matkailusta ulkomaille on tarjolla useita eri tilastoja. Sen sijaan kotimaan matkailua on tilastoitu hyvin vähän. Osasyynä tähän koetaan sen hankaluus. Ulkomaille matkustaessa matkustajalukuja on helppo seurata rajanylitysten yhteydessä. Kotimaanmatkailijoiden liikkumisesta on hankalampi seurata ja tietoa matkailusta on vaikeampi kerätä. Tilastokeskus on kuitenkin tehnyt viitteellisen tutkimuksen vuonna 2008, jossa luvut esiintyvät sadan tuhannen ihmisen tarkkuudella. Sen mukaan suomalaiset tekivät 2,5 miljoonaa vapaa-ajanmatkaa, joka on yhdeksän prosenttia vähemmän, kuin vastaavana ajankohtana vuotta aikaisemmin. Matkoista 1,9 miljoonaa tehtiin ilmaisen majoituksen turvin, esimerkiksi mökille tai sukuloimaan. Vuonna 2008 tammi-kuusta elokuuhun tilastoitiin yhteensä 10 183 720 yöpymistä. (MEK 2009.)

Tilaviinien valmistus on puhtaasti maaseudun elinkeino, eikä sitä saa harjoittaa taajama-alueella. Viinitiloilla tulee olla vähintäänkin yksi tilaviini-nimikettä kantava hedelmäviini, jotta tila voi mainostaa itseään tilaviinitilana.



Viinien valmistus liittyy hyvin vahvasti matkailuun. On harhaluulo, että pelkästään viininvalmistuksella voi tuottaa riittävästi tuloja. Tilaviinitilat sijaitsevat usein syrjäisellä maaseudulla. Turistit ovat lähes poikkeuksetta ihmisiä, jotka ovat tietoisesti valinneet tilaviinitilan kohteekseen, sillä harva tilaviinitila sijaitsee aivan asutuksen tai matkailukeskusten yhteydessä. Muu matkailutarjonta viinitilalla on siis vähintäänkin yhtä tärkeässä osassa kuin itse viini, jotta asiakkaat saadaan houkuteltua suurten matkailukeskusten varrelta pienten tilojen viinisammioiden ääreen.

Varsinaisia viinitilamatkailijoita ei ole käytännössä koskaan tilastoitu. On kuitenkin oletettavaa, että vain murto-osa matkustaa tilaviinitiloille pelkästään viinin takia. Viinitilojen etu on se, että ne tarjoavat usein "jokaiselle jotakin". Tilat palvelevat monipuolisesti useita ihmisryhmiä tarjoamalla hyvin monipuolisia palveluja. Näin muun muassa lapsiperheet ovat löytäneet viinitilat. Esimerkiksi kotieläintilaa pitävä tila voi tarjota lapsille elämyksen eläimillä samalla, kun aikuiset ihmiset kokevat elämyksen enemmän viinien kautta. Kuitenkin, vaikka viinitilat tarjoavat monipuolisia elämyksiä, on tärkein matkailutuote usein tilaviini. Viinitilallisen Maria Tigerstedin mukaan tilaviinitiloilla vierailaan pääsääntöisesti yhden kerran, ellei oheispalveluja ole saatavilla. Näitäkin käyttävät harvat ihmiset. Suurin osa turisteista koostuu lähinnä eläkeläisistä, jotka käyttävät bussimatkoja, joiden ohessa ei ole järjestetty mahdollisuutta yöpymiseen. Tigerstedin mukaan ehdoton edellytys viinimatkalle on yleensä erityinen kiinnostus marjaviinejä kohtaan sekä aikaisempi kokemus tuotteesta. Ollinmäen viinitilalla kerrotaan kuitenkin viinin olevan vain sisäänheittotuote, sillä yli 50 prosenttia tuloista saadaan ruokatarjoilusta ja anniskelusta. (Teho-seuran maataloustiedote 3/2000.)

Sisko Salon pro gradu -tutkielman kyselytutkimuksen mukaan viinitilat tarjosivat palveluitaan seuraavasti: (Yhteensä kyselyyn vastanneita viinitiloja oli 25)

Taulukko 3: Viinitilojen tarjoamat palvelut (Salo 2008, 58)

Tarjottava palvelu	Palvelua tarjoavien tilojen määrä
Viinin vähittäismyymälä	25
Viinin tukkumyynti	18
Pitopalvelu	12
Elämysmatkailutoiminta	12
Anniskeluravintola	12
Kahviravintola	13

Ruokaravintola	14
Käsitöiden myynti	16
Matkamuistojen myynti	9
Majoitustoiminta	8

#### 4.2 Tilaviinitilat elämystuotteina

Elämyspalvelut tarkoittavat palveluita, joissa asiakas maksaa tuotteessa myös erilaisista elämyksellisistä palveluista. Elämys on moniaistinen, merkittävä ja unohtumaton kokemus, joka voi tuottaa kokijalleen henkilökohtaisen muutoksen. Elämys on aina subjektiivinen kokemus ja useiden eri tekijöiden summa. Sanakirjan mukaan elämys on joko negatiivinen tai positiivinen yksilön kokema tapahtuma, mutta elämyspalveluissa se myönnetään lähes poikkeuksetta positiiviseksi kokemukseksi. Poikkeuksiakin tosin on. Tuskin kukaan tahtoo käydä Auschwitzin keskitysleirillä hakeakseen positiivista elämystä. Toisaalta elämyksiä saatetaan hakea pelon, jännityksen tai riskien maailmasta, esimerkiksi kauhuelokuvista tai benji-hypyistä. (Sievers 2009.)

Artikkelissa käyttämämme esimerkkitalan suurin turistivietti on rakennettu uskonnon ympärille. Luostarin tiloissa vierailee uteliaita matkailijoita ympäri vuoden, vaikkakin kesäsesonkina Valamossa on vilkkainta. Toisin kuin useilla muilla tiloilla, ovat viinit Valamolle vain keino tuottaa lisätuloja ja lisäarvoa matkailijalle, eivätkä ne ole päätuote tilalla. Tärkeintä on tarjota elämyksiä ortodoksisen uskonnon ja munkkiluostarin hengessä.



Kuva 2: Valamon kirkko

Elämysmatkailun, tai ylipäättänsäkään minkään elämyksiä tuottavan palvelun tuomia tuloja on vaikea laskea. Tämä johtuu siitä, ettei elämystä voi tarkkaan määritellä. Saksalainen sosiologi, Gerald Schulze, määrittää elämysten lähtevän ihmisen sisältä omasta tahdostaan, tai ulkopuolelta ihmisen tarpeiden mukaisesti. Suurin muutos elämyspalveluissa on vuosikymmenten saatossa ollut rajojen häilyvyys, joka tekee markkinatilanteen laskemisesta yhä hankalampaa. Vaikka patjat ja tyynyt ovatkin hyödykkeitä, joita ihminen tarvitsee perustarpeelleen, nukkumiselle, saatavat ne samalla olla elämykseksi luokiteltavia tuotteita, kuten hierovia tyynyjä taikka tempurpatjoja. Toinen käypä esimerkki ovat silmälasit: kun aikanaan ne olivat vain omien silmien jatke, niin nykyään ne toimivat tärkeänä osana omaa pukeutumista. Jotkut jopa turvautuvat vahvuudetomiin laseihin vain voidakseen yhdistää juuri oikeat raamit asukokonaisuuteensa. Näin ollen silmälasista on tullut hyödykkeen sijaan elämys. Tällä tavoin elämysten ja tarpeiden rajasta on tullut häilyvämpi ja on oikeastaan jopa vaikeaa välillä määritellä, onko joku tuote hyödyke vai elämyksen tuottava asia. (Sievers 2009.)

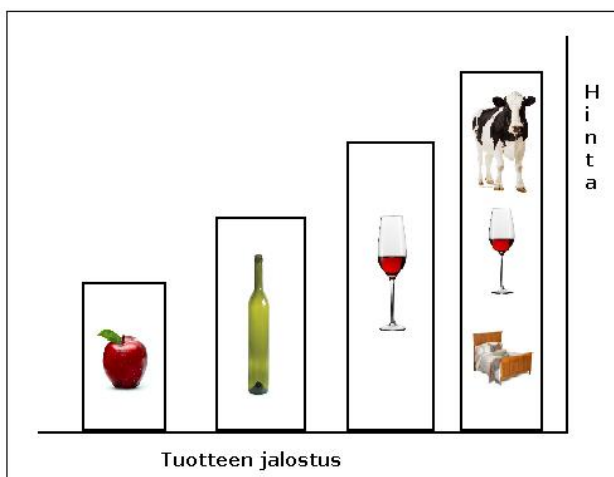
Aikanaan tuotanto perustui lähinnä saatavuuteen ja hintaan. Esimerkiksi viiniä myytiin sen perusteella, miten sitä oli saatavilla kunakin vuonna. Nykymaailma on kuitenkin kehittänyt itselleen tarpeen luoda yksilöllisiä palveluita, sillä saatavuus on useilla aloilla saavuttanut maksimipisteesä, eikä hankinta enää tuota samanlaisia hankaluuksia, kuin ennen. Kuluttajat vaativat tänä päivänä omiin tarpeisiinsa perustuvaa, henkilökohtaiseksi kokemaansa palvelua, jossa itse tuote on vain osa kokonaisuutta ja johon oleellisesti liittyy tuotteen ympärille rakennettu palvelutarjonta. Yksilön tarpeet perustuvat muun muassa hintaan, trendeihin ja henkilökohtaisiin arvoihin. Jokaisen tarpeiden perusteet ovat erilaiset, joka on osaltaan luonut matkailualalle haasteen tarjota massatuotantona jokaiselle jotain yksilöllistä. (Sievers 2009.)

Tilaviinitilat sijaitsevat usein syrjäseudulla kaukana asutuksesta. Viinitiloille ominaista on sijaita kauempana pääteistä kirjaimellisesti maaseudun rauhassa. Viinitiloille matkustaminen on siis usein asiakkaan tietoinen päätös. Tiloille niin sanotusti pistäydytään hetken mielijohteesta todella harvoin. Näin ollen monipuolisten palveluiden tarjoaminen ja markkinointi on tärkeää, jotta erilaiset kuluttajat ja yritykset saadaan kiinnostumaan tilan tarjoamista palveluista.

Tilaviinitilat tarjoavat lähes poikkeuksetta erilaisia aktiviteetteja tilaviinimyynnin lisänä. Useilla viinitiloilla on muun muassa ravintola -ja majoitustoimintaa. Lisäksi tilat tarjoavat muita erilaisia elämyspalveluita, tai ovat keskittyneet sellaisten läheisyyteen. Erilaisten palveluiden avulla tilaviinitilat kykenevät luomaan tilaviinivierailusta asiakkaalle elämyksellisen kokemuksen, joka on

ikään kuin rakennettu päätuotteen, tilaviinin, ympärille. Tilaviini on useilla tiloilla itse päätuote, mutta joissakin tapauksissa muut palvelut jopa ylittävät vertailussa viinin tuomat tulot.

Seuraavassa kuvassa on esitetty, miten tuotteen ”jalostuksen” myötä myös tuotteen hinta nousee.



Kuva 3: Tuotteen jalostus vaikuttaa hintaan

Ensimmäisessä palkissa on pelkkä omena, josta ihmiset ovat valmiita maksamaan vain vähän rahaa. Kyseessä on yksinkertainen ja helposti saatavilla oleva, arkipäiväinen tuote, joka koetaan enemmänkin hyödykkeeksi.

Toisessa palkissa on viinipullo, joka tässä tapauksessa kuvaa tilaviinipulloa. Viinistä ihmiset ovat valmiita maksamaan hiukan enemmän, kuin pelkästä omenasta. Viini saattaa olla ostajalle vain hyödyke, mutta sen ympärille rakentuu kuitenkin osittain elämyksellinen hetki tai ilmapiiri.

Kuten kuva kolme osoittaa, on ravintolassa nautittu alkoholi kalliimpaa, kuin kotiin ostettu pullo. Asiakas on kuitenkin valmis maksamaan vähäisestä määrästä viiniä enemmän rahaa, sillä itse tuotteen ympärille rakennettu ympäristö ja tilaisuus ovat osa viininjuontielämystä.

Neljännessä palkissa näkyy tilaviinitilalla nautitut viinit. Tilalla nautitusta viinistä maksetaan paljon, sillä sen ympärille rakennettu elämys sisällytetään tuotteen hintaan. Asiakas kokee siis vaikkapa niityn laidalla, lehmien laiduntaessa nautitun tilaviinin elämyksellisesti kalliimpana tuotteena, kuin pelkän viininjuonnin. Kyseessä on siis elämyspalvelu, jossa asiakas ei maksa vain viinistä, vaan sen ympärille rakennetusta elämystuotteesta ja palveluista.

#### 4.3 Matkailukohteen valintaan vaikuttavat tekijät

Tässä luvussa on esitetty niitä tekijöitä, jotka vaikuttavat matkailijan valintaan kohdetta valitessa. Matkaan vaikuttavat asiat voidaan jakaa kahdeksaan eri ryhmään.

1. Taloudelliset tekijät vaikuttavat etenkin vapaa-ajan matkailuun. Taloudelliset tekijät mittaavat sitä, kuinka paljon matkailijalla on varaa käyttää matkustamiseen, kuten kuljetuksiin, majoitukseen ja palveluihin. (Salo 2008.)

2. Väestötieteelliset tekijät, kuten väestön ikä, kotitalouksien koko ja koulutuksen taso ovat kysyntään vaikuttavia tekijöitä, jotka eivät muutu nopeasti. Muutokset tässä tekijässä tapahtuvat hitaasti ja ovat yleensä ennustettavissa. (Salo 2008.)

3. Maantieteelliset tekijät kuten ilmasto ja luonto ovat tekijöitä, joiden perusteella matkailukohdetta rajataan suurin ääriivoin. Näin matkailija muun muassa tekee päätöksen siitä, matkustako hän luonnon helmaan vai tahtooko matkailija kokea kulttuurielämyksiä kaupungissa. Tilaviinitilat rajautuvat heti pois, jos matkailija valitsee kaupunkielämykset matkakohteekseen. (Salo 2008.)

4. Sosiokulttuuriset tekijät ja asenteet, jotka vaikuttavat matkailuun, ovat tärkeitä etenkin markkinoinnin näkökulmasta. Viinitiloille tämä on tärkeä osatekijä, sillä esimerkiksi Lapissa viinitilalliselta odotetaan myös oheispalveluja, jotka vastaavat niiden matkailijoiden odotuksia, jotka ovat kiinnostuneet viinien lisäksi esimerkiksi Lapin arktisesta luonnosta tai saamelaiskulttuurista. Etelä-Suomessa sijaitsevan viinitilallisen oheispalvelujen tulee taas vastata paremmin alueelle oleellista matkailutarjontaa, johon esimerkiksi saamelaisuus ei oleellisesti kuulu. (Salo 2008.)

5. Henkilökohtaiseen liikkuvuuteen vaikuttavat tekijät ovat tärkeässä asemassa kysyntään nähden etenkin kotimaan matkailussa. Autojen lisääntymisen myötä julkisen liikenteen osuus on pienentynyt merkittävästi ja jopa 90 prosenttia asiakkaista saattaa saapua omalla autolla. Etenkin viinitiloille, jotka sijaitsevat kauempana pääteistä ja junaliikenteestä, on tämä seikka tärkeä. (Salo 2008.)

6. Hallinnolliset tekijät ja säädökset kohdistuvat yleensä enemmän tarjontaan kuin kysyntään. Tilaviinitiloilla tämä osa-alue on kuitenkin erityisen tärkeä. Lain mukaan viinitilat saavat myydä ainoastaan mietoja alkoholijuomia, joiden alkoholiprosentti saa nousta korkeintaan kolmeentoista tilavuusprosenttiin. Tätä vahvempia tuotteita ei saa myydä tilaviinimyyvälässä. Näin ollen sää-

dökset vaikuttavat suurella osin tilaviinimyymälän myyntiin, sillä viinipuodissa ei saa myydä kaikkia tuotteita kuluttajalle suoraan. (Salo 2008.)

7. Median viestintä vaikuttaa vahvasti matkailun kysynnässä. Erityisesti televisio ja internet ovat ottaneet jalansijansa matkailun maailmassa. Miltei kaikki tilaviinitilat esittäytyvät Internetissä. Internetistä onkin vuosien mittaan kehittynyt yksi viinitilojen tärkeimmistä markkinointikanavista. Median viestintään vaikuttavat vahvasti muun muassa trendit ja muut nopeasti muuttuvat tekijät, joiden tulevaisuutta on vaikea ennustaa. (Salo 2008.)

8. Informaatio- ja viestintäteknologia vaikuttavat etenkin markkinoinnin helpouteen. Internetin suoman helppouden myötä tilaviinitilat ovat saaneet jalansijan, jossa mainostaa ympäri Suomea helposti ja nopeasti. Lisäksi ulkomaiset vierailijat löytävät viinitilat helpommin. (Salo 2008.)

## 5 Opinnäytetyössä käytetyt menetelmät

Tässä luvussa kerromme käyttämistämme menetelmistä etenkin tiedonhaussa. Kirjallisten painosten jäädessä niukaksi, päädyimme turvautumaan tiedonhaussa pitkälti haastatteluihin, joista olemme myös kertoneet tarkemmin. Kappaleen lopussa on SWOT -taulukot, joiden avulla arvioimme työn alussa ja puolivälissä vahvuksiämme, heikkouksiämme, mahdollisuuksiämme ja uhkiamme. Pyrimme tällä pohdinnalla parantamaan laadullisesti työmme tulosta.

### 5.1 Tiedonhaku

Aloittaessamme opinnäytetyön tekemisen meillä ei ollut käytännössä mitään tietoa alasta. Päätimme siis heti, että ennen kuin pystyisimme kirjoittamaan artikkelin, tulisi meidän ottaa selvää tilaviinitilojen nykytilasta ja itse tilaviineistä. Kentällä työskentelystä muodostui jo alkumetreillä hyvin tärkeä osa tiedonhakua, sillä painettuna tietoa oli hyvin vähän tarjolla. Tiedonhakuprosessi kesti käytännössä koko projektin ajan, sillä uutta tietoa oppi aina enemmän projektin edetessä. Kokonaiskuvaa oli hankala hahmottaa, sillä se koostui useista eri lähteistä poimituista tiedoista. Tilaviinitiloilta saadut faktat perustuivat lisäksi useasti enemmän ihmisen mielipiteeseen, kuin alan todelliseen tilanteeseen.

Aloitimme tiedonhaun kartoittamalla kaikki mahdolliset kanavat tiedonhauille. Otimme yhteyttä viinitiloihin, joita voisimme haastatella. Lisäksi kartoitimme Internetin antia, joka osoittautui hyvin niukaksi. Tilaviineistä ei löytynyt yhtään painettua teosta, joten jouduimme pitkälti turvautumaan haastattelujen antiin ja asiantuntijoiden vastauksiin.

Otimme alussa yhteyttä useisiin tahoihin. Alaa kartoittaessamme päätimme yrittää saada kokonaiskuvaa alasta ja viinitiloista viinitilallisten haastattelujen perusteella. Tarkempia tietoja lähdimme kuitenkin hakemaan muilta tahoilta. Ari Laakkonen Valviralta antoi meille korvaamattomia tietoja tilaviinin myyntitilastoista. Lisäksi olimme yhteydessä kahteen eri henkilöön Lepaalta, jossa järjestetään tilaviinikoulutusta. He antoivat meille viimeisimpiä tutkimustuloksiaan hyödynnettäväksi opinnäytetyössä ja tarjosivat asiantuntija-apua.

Kiersimme aktiivisesti eri tapahtumissa. Osallistuimme jo vuonna 2008 Elma-messuille, jossa useat tilaviinituottajat esittäytyivät. Lisäksi osallistuimme vuoden 2009 yrittäjämessuille, jossa Kristian Sievers antoi korvaamatonta tietoa Suomen matkailutilanteesta ja elämysmatkailusta. Testasimme myös viinejä joissakin ravintoloissa ja kyselimme tuotteista Alkossa. Osallistumisemme vuoden 2009 viinimessuille huipentui siihen, kun näimme messuilla ensimmäisen kerran painetun version tekemästämme artikkelista. Lisäksi viinimessut tarjosivat korvaamatonta tietoa viineistä ja likööreistä.

Seurasimme aktiivisesti aikakauslehtiä, kuten Helsingin sanomia. Lisäksi hyödynsimme oman ammattialamme lehtiä, joita pääsimme lukemaan kirjastoilla. Laakkosen vinkin seurauksena vierailimme myös Helsingin yliopiston Kumpulan ja Viikin tiedekirjastoilla, jossa tietoa oli tarjolla enemmän, kuin koulumme kirjastossa, tai Helsingin kaupungin kirjastolla.

## 5.2 Haastattelut

Haastattelu osoittautui tärkeimmäksi tiedonhakatavaksemme. Tilaviineistä on hyvin vähän tietoa tarjolla Internetissä tai kirjallisuudessa. Saadaksemme riittävän informaation ja kokonaiskuvan alasta, tuli meidän haastatella monipuolisesti sen ympärillä toimivia henkilöitä.

Valamossa toteutettu haastattelu Isä Andreaxselle oli haastatteluista tärkein. Haastattelimme Isä Andreasta kaksi kertaa. Alahovin viinitilalla haastattelimme tuottajia samalla tavoin, kuin Valamossa. Valamoon tarkoitetut haastattelukysymykset löytyvät tämän opinnäytetyön liitteistä (liite 4.)

Markus Maulavirta oli hyvin kiireinen, emmekä saaneet yhteisiä aikatauluja millään sopimaan. Päätimme hänen kohdallaan toteuttaa puhelinhaastattelun. Puhelimen kaiutinominaisuutta hyödyntämällä pystyimme molemmat haastattelemaan Maulavirtaa samalla, kun Honkanen kirjoitti tietokoneella haastattelun kulkua sanoiksi. Oli hyvin tärkeää, että saimme kirjoitettua Mau-

lavirran mielipiteet ja sanomiset tarkasti. Maulavirta toimii Suomi-sarjan kummina ja hänen mielipiteistään koottava artikkeli kirjoitetaan toimittajan kädestä niin, että se näyttää Maulavirran kirjoittamalta. Pienimpiinkään asiavirheisiin ei tällaisessa tapauksessa ole varaa, kun sanoja ikään kuin asetetaan toisen suuhun.

Joitakin ihmisiä haastattelimme ainoastaan sähköpostilla, sillä heiltä tarvittavat tiedot olivat mielestämme toissijaisia tai tietoa oli hyvin vähän. Sähköposti oli hyvä vaihtoehto tapauksissa, joissa tarvitsimme hyvin tarkkaa tietoa, kuten tarkkoja myyntitilastoja.

Menestyksellinen haastattelu edellyttää useiden asioiden toimimista samanaikaisesti, sekä huoliteltua valmistelua, joka on yhtä tärkeä haastattelulle, kuin itse haastattelutilanne. Menestyksellinen haastattelu edellyttää, että kontakteista tutkimusympäristöön ja kollegoihin on pidetty huolta. Haastattelijan on oltava kiinnostunut aiheesta ja hänen tulee tuntee haastattelu tärkeäksi. Pyrkimys teoreettiseen ymmärtämiseen on tärkeää ja edellyttää riittävää taustatutkimusta aiheesta. (Hirsjärvi, Remes, & Sajavaara 2008, 13.)

Epäonnistuneelle haastattelutilanteelle on olennaista, ettei tarvittavaa taustatyötä ole tehty riittävän hyvin, jolloin haastattelijan on vaikea ymmärtää haastateltavaa. Tällaisessa tilanteessa monet haastattelussa saatavat tiedot ovat arvottomia. Haastattelu tulee suunnitella sen perusteella, miten se on parhaiten toteutettavissa ja miten haastattelusta kykenee saamaan eniten tietoa. Jos haastattelun tyyli valitaan vain sen perusteella, että se on mukava tai halpa tuottaa, on haastattelulla huonot mahdollisuudet saada riittävää tai oikeaa tietoa haastateltavasta. Haastattelu ei saa perustua siihen, että sillä halutaan testata jotakin metodologiaa tai tekniikkaa. (Hirsjärvi ym 2008 14.)

Valitsimme haastattelumalleista strukturoimattoman haastattelun. Strukturoimattomasta haastattelusta käytetään useita erilaisia nimityksiä, kuten avoin haastattelu, kliininen haastattelu, syvähaastattelu ja asiakaskeskeinen haastattelu. Tämän kaltaisessa haastattelussa käytetään avoimia kysymyksiä, joihin odotetaan saavan monipuolisia ja syvempiä vastauksia. Haastattelun jatko perustuu pitkälti haastattelun kulkuun, joka tekee haastattelutilanteesta hyvin keskustelunomaisen. Strukturoimattomassa haastattelussa haastateltavat ihmiset ovat aina ennalta valittuja asiantuntijoita. (Hirsjärvi ym 2008, 35)

Tutkittuamme eri haastattelutapoja totesimme, että artikkelia varten strukturoimattomat haastattelut olivat paras vaihtoehto. Tarkoituksenamme ei ollut hakea vastauksia vain ennalta suunniteltuihin kysymyksiin, vaan koota tietoa myös lisäkysymyksillä ja rivien välistä lukemalla.



Haastattelulle on oleellista, että kysymyksessä on vähän kartoitettu osa-alue ja haastattelun on tarkoitus olla osa tiedonkeruuprosessia. Strukturoimatonta haastattelua tehdessä tiedetään jo ennalta, että tutkimuksen aihe tuottaa monitahoisesti ja moniin suuntiin viittaavia vastauksia, joka on artikkelin kirjoittamisen kannalta hyvin tärkeää. Haastattelussa on tärkeää, että ihminen nähdään tutkimustilanteessa subjektina. Tilaviinitilallisilta emme siis kaivanneet vastauksia vain ennalta suunniteltuihin kysymyksiin, vaan tarkoitus oli saada niin alasta, kuin viljelijästäkin haastattelutilanteessa tarkempi kuva. Tämän kaltaisessa haastattelussa on myös helppoa syventää saatuja vastauksia, tai pyytää perusteluja mielipiteille. (Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000, 35)

Strukturoimattomassa haastattelussa on varottava mielipiteiden ja faktojen sekoittumista. Haastateltava saattaa kokea omat ajatuksensa faktoina tai luulla niiden olevan sellaisia. Haastattelija ei itse saa vaikuttaa haastattelussa saataviin tuloksiin esimerkiksi johdattelevilla kysymyksillä. Haastattelun hankaluus on myös toteutuksen hankaluus. Aikataulujen sovittaminen usean ihmisen kanssa on hankalaa ja matkat saattavat olla pitkiä. Onneksemme Isä Andreas asuu ja työskentelee vuoden jokaisena päivän Valamossa, joten hänen tavoittamisensa oli helppoa, vaikkakin omien aikataulumme sovitus oli välillä todella hankalaa. Haastattelu saattaa aiheuttaa myös kustannuksia, kuten meidän kohdallamme kävi matkustamisen kanssa. Strukturoimattomia haastatteluja tehtäessä saattaa niin haastattelija kuin haastateltava tehdä virheitä, jolloin vastauksien luotettavuus on arvioitava tarkasti. Vaikka haastateltava ei tekisi virheitä, saattaa haastattelija kirjata tiedon väärin tai saada väärän käsityksen vastauksesta. Strukturoimaton haastattelu on hyvin vapaamuotoinen, joten aineiston analysoiminen, tulkinta ja raportointi saattaa aiheuttaa ongelmallisuutta. Tutkiessamme kuitenkin lähinnä alan tilannetta tuottajien silmin oli tärkeää, että vastauksia ei kyennyt tulkitsemaan minkäänlaisen valmiin mallin avulla, joka olisi voinut vaikuttaa lopputulokseen. (Hirsjärvi ym. 2000, 35.)

Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö - kirja esitteli ohjeita kysymysten laadintaan, joita sovelsimme suunnitellessamme omia kysymyksiämme. Teos neuvoo välttämään kysymyksiä, jotka ovat epäselviä tai jotka voi helposti ymmärtää väärin. Puhuttaessa kauan aikaa sitten tapahtuneesta tai muusta asiasta, joka vaatii muistelua, on oltava vastausten kanssa kriittinen. Kielteisin termein muotoiltuja kysymyksiä tulee välttää. Kaksi tai kolme yksinkertaista kysymystä toimivat miltei aina paremmin, kuin yksi vaikeasti selitettävä tai ymmärrettävä kysymys. Haastattelussa tulee varoa esittämästä hypoteettisia kysymyksiä, joista vastaajalla ei ole kokemuksia, sillä ne saattavat tuottaa hyvinkin epätasällisia vastauksia. (Hirsjärvi ym. 2000).

Haastattelimme Isä Andreasta Valamossa kaksi kertaa. Tämän opinnäytetyön liitteistä löytyvät Valamoon tarkoitetut kysymykset. Haastattelimme myös muita alan toimijoita, jolloin hyödyn-

simme ja muokkasimme Valamon viinitilalle tarkoitettuja kysymyksiä. Toisessa haastattelussa oli erittäin tärkeää, että saimme vastauksen niihin kysymyksiin, jotka olivat nousseet esille haastattelumateriaalia purkaessamme. Ensimmäisessä haastattelussa keskityimme selkeästi enemmän tilaviineihin, sillä silloin tietotaitomme niistä oli vielä selkeästi vajanainen. Toisessa haastattelussa pyrimme eritoten rakentamaan kuvaa Isä Andreaksesta ja viinitilan elämästä. Toinen haastattelu toteutettiin täysin artikkelin kirjoitusta varten. Samalla kerralla valokuvaaja Aki Roukala otti myös kuvat artikkelia varten.

### 5.3 SWOT -analyysit

Käsittelimme yhdessä opinnäytetyön alussa omia vahvuksiamme ja heikkouksiamme. Niiden pohjalta rakensimme SWOT -analyysin, jossa pohdimme etenkin niitä asioita, joihin meidän eritoten tulisi keskittyä. Eritoten meidän tuli kiinnittää huomiota uhkien minimoimiseen ja heikkouksien parantamiseen työskentelyn lomassa.

Ensimmäisen SWOT -analyysin rakensimme työn alkupuoliskolla. SWOT -analyysiä tehdessämme meillä oli jo tilaaja työllemme. Tässä vaiheessa emme olleet kuitenkaan vielä löytäneet yhteistyökumppaniksemme viinitilaa, josta teimme artikkelin.

Taulukko 4: SWOT -analyysi 1

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kiinnostus!</li> <li>• Hyvä tilaaja</li> <li>• 2 erilaista opinnäytetyön tekijää, jotka tuntevat toistensa opiskelutekniikat</li> <li>• Kyselytutkimus www-sivuille</li> <li>• Ihmisten kiinnostus aihetta kohtaan</li> <li>• Auto jolla matkustaa</li> </ul>	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kirjallisuuden niukkuus</li> <li>• Tietoa ei tarpeeksi</li> <li>• Artikkelin kirjoitus hankalaa (tuntematon osa-alue)</li> <li>• Alueen rajaamisen vaikeus</li> <li>• Ei vertailukohtia (ei muita opinnäytetöitä aiheesta)</li> </ul>
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkostoituminen</li> <li>• Uusi aluevalloitus</li> <li>• Tunnettavuutta tilaviinille</li> <li>• Toisen alan parempi tuntemus</li> </ul>	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Paisuminen, aiheessa pysyminen (tarkkaa rajausta ei ole)</li> <li>• Ajan puute</li> <li>• Rahan puute</li> <li>• Kohde ei halua artikkelia</li> <li>• Jaksaminen, stressi, kiinnostuksen loppaaminen</li> <li>• Yhteiset aikataulut eri toimijoiden ja meidän välillä</li> </ul>

Taulukko 5: SWOT -analyysi 2

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erilainen työ (ei verrattavissa toisiin)</li> <li>• Tuttu työpari (tietää, miten pari toimii ryhmätyötä tehdessä)</li> <li>• Työparit täydentävät toisiaan</li> <li>• Asiasta kiinnostunut tilaaja (viinilehti)</li> </ul>	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lähdemateriaalin vähäisyys / epämääräisyys</li> <li>• Aikataulujen sovittaminen</li> <li>• Kyselytutkimus jäänyt pois - mitä tilalle?</li> <li>• Erilainen työ (ei verrattavissa toisiin)</li> </ul>
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uuden oppiminen erilaisista osa-alueista (tilaviinit, artikkelin kirjoitus, journalismi)</li> </ul>	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aihetta ei aiheen muuttumisen takia hyväksytä (ei kokonainen opinnäytetyö)</li> <li>• Artikkelin ei mene läpi Viinilehdessä</li> <li>• Lähdemateriaalin puuttuminen (tietoa niukalti tarjolla kirjallisisissa lähteissä)</li> <li>• Mielenkiinnon loppuminen</li> </ul>

Toisen SWOT -analyysin teimme loppukesästä, jolloin työmme oli keskimäärin puolessa välissä. Tällöin pohdimme, miten hyvin olemme onnistuneet tavoitteissamme ja olemmeko pystyneet parantamaan heikkouksiamme. Lisäksi listasimme työlle uudet raamit ja uudet tavoitteet seuraavan perusteella.

## 6 Artikkeleiden kirjoitusprosessi

Viinilehti juhli 20 -vuotiasta taivaltaan vuonna 2009. Sen kunniaksi lehdessä julkaistiin niin sanottu "Suomi-sarja", jossa esiteltiin suomalaisia pientuottajia. Artikkeleissa vierailtiin eri tiloilla, jotka tuottivat juustoa, ruisleipää, kananmunia ja tilaviinejä. Sarjan kummina toimi suomalaisen ruoan puolestapuhuja Markus Maulavirta. Lisäksi kaiken oppimamme pohjalta kirjoitimme niin sanotun toisen artikkelin, jota ei koskaan julkaistu missään medioissa, mutta jonka tarkoitus on vahvasti peilata oppimaamme ja mielipiteitämme tilaviinialasta.

Otimme yhteyttä päätoimittajaan Satu Koivistoon tammikuussa 2009. Rohkeasti kerroimme olavamme kiinnostuneita tilaviineistä ja ehdotimme yhteistä projektia Viinilehden kanssa. Koivisto innostui ideasta, sillä heidän Suomi-sarjansa viimeinen osio oli varattu tilaviinien käsittelyyn. Yhteisessä tapaamisessa keskustelimme omista kokemuksistamme ja tavoitteista opinnäytetyössä. Koivisto kertoi meille, että tehtävänä olisi tutustua eri tilaviinitaloihin ja yhden pohjalta kirjoittaa artikkeli Suomi-sarjaan. Keskustelimme myös siitä, ettei meillä ravitsemisalan opiskelijoina ole paljoakaan kokemusta artikkelin kirjoittamisesta. Koivisto kuitenkin lupasi täyden tukensa ja ohjauksen tarvittaessa.

Artikkelin tuli olla tarinallinen kerronta yhdestä, mielenkiintoisesta tilaviinituottajasta. Koivisto piti tärkeänä, että artikkeli käsittelee aihetta monipuolisesti, mutta oli erityisen kiinnostunut tulevaisuuden näkymistä, imagosta ja kuluttajien mieltymyksistä. Viininvalmistajilta meidän tuli kysellä sitä, miten he toivoisivat alan kehittyvän ja mitä toimia he odottavat esimerkiksi valtiotalta alan edistymiseksi. Tehtävämme oli myös haastatella Markus Maulavirtaa ja rakentaa haastattelun perusteella artikkeli hänen näkemyksistään. Tilaviinejä käsittelevän artikkelimme piti myös sisältää pieniä "laatikoita". Toisen laatikon tuli olla "eettinen vinkki" ja toisessa tuli yksinkertaisesti kertoa, mistä tuottajan tuotteita saa ostaa.

Yhtenä ideana nousi ajatus kyselytutkimuksesta, joka olisi toteutettu [www.viinilehti.fi](http://www.viinilehti.fi) -sivustoilla. Kyselyssä olisi tutkittu potentiaalisten kuluttajien mieltymyksiä ja näkemyksiä tilaviineistä. Työstimme kyselyn kysymykset ja vastausvaihtoehdot valmiiksi, mutta Internet -sivustoja ylläpitävä henkilö ei työkiireiden johdosta pystynyt toteuttamaan kyselyä riittävän ajoissa, jotta olisimme ehtineet opinnäytetyössämme ja artikkelissa käsittelemään tuloksia.

## 6.1 Artikkelin kirjoituksen teoriaa

Artikkelin kirjoituksen apuna käytimme lähinnä kirjaa Hyvä lehtijuttu - kirjoittajan opas. Vaikka painos on vanha, kirja oli hyvin kattava teos ja sopii myös alaa taitamattomille ja aloittelijoille.

Lähdimme artikkelin kirjoituksen urakkaan tiedonhaulla. Riittävä tietopohja on edellytys asiantuntijamaiselle artikkelille. Etsimme erilaisista lähteistä tietoa tilaviineistä ja artikkelin kirjoittamisesta. Lisäksi haastattelimme useita henkilöitä. Tietoa käytimme monipuolisesti tukemaan artikkeleita. Koivisto kuitenkin huomautti meille jo alkuvaiheessa, että hän olisi toivonut muun muassa Isä Andreaxsen elämänpolusta enemmän tietoa itse artikkeliin. Myös viinitilan päivä- ja vuosirytmistä meidän tuli kirjoittaa tarkemmin, sillä ne eivät avautuneet lukijalle riittävästi.

Markus Maulavirran artikkelin rakensimme puhtaasti puhelinhaastattelun perusteella. Siihen meidän ei tullut hyödyntää aikaisemmin oppimaamme tai omia mielipiteitämme, sillä artikkelin tuli olla kuin Maulavirran kirjoittama lehtijuttu.

Artikkelia suunnitellessamme jouduimme tarkasti pohtimaan kohderyhmää. Kyseessä on viiniharrastajien lehti, joten oletimme heidän olevan harrastuneita ja hieman valveutuneempia, kuin tavalliset kuluttajat. Kuitenkin useille viinin ystäville tilaviinit ovat suhteellisen tuntematonta maaperää. Koiviston mukaan myös viiniharrastajien asenteen tilaviinejä kohtaan saattavat olla hyvin ristiriitaiset. Viinilehteä lukevat keskimäärin hiukan vanhemmat miehet ja naiset. (Koivisto 2009.)

Hyvän lehtijutun aloittaa aina iskevä otsikko ja juttuun syventävä ingressi. Ingressi on eräänlainen alkukappale, jonka tehtävänä on vetää lukija sisälle tekstiin ja herättää tässä halu lukea lisää. Kirjoittajan kirjoitustyyli on kuin oma persoonallinen allekirjoitus, jonka hän jutulleen antaa. Ideaalitapauksessa tekstin voi tunnistaa kirjoittajansa käsialaksi. Viinilehden kaltaisen artikkelin tulee olla asiallinen, persoonallinen sekä tarinallinen tuotos. Markus Maulavirran osiossa tärkeintä oli pystyä jäljittelemään Maulavirran mielipiteitä ja kirjoittamaan artikkeli, kuin se olisi suoraan Maulavirran kynästä.

Leipätekstin tulee olla kiinnostava ja on tärkeää, että se etenee loogisesti. Myös ajallisesti sen on sovittava tähän päivään. Tämänkaltaisessa artikkelissa kuvaus paikasta ja tilanteesta on tärkeää, jolloin lukijan on helpompi syventyä tekstiin ja samaistua sen kirjoittajaan. Tässä me kohtasimme ensimmäisen kompastuskiven ja Koivisto huomauttikin meille siitä, että myös lukijalle on välityt-

tävä jutun looginen kulku sekä pystyttävä mielessään luomaan oma kuvaus paikasta. Sisällökäs ja kiinnostava leipäteksti ei ole uutinen, mutta siinä pitää ilmetä jotain lukijalle uutta, jotta kiinnostus lukemiseen säilyy. Tämä kohta ei aiheuttanut meille niin suuria hankaluuksia, sillä kaiken kaikkiaan suomalaiset tietävät tilaviineistä paljon vähemmän, kuin esimerkiksi rypäleviineistä. Hyvä lehtijuttu - kirjoittajan opas - kirja väittää, että juttu on kiinnostava silloin, kun sen kirjoittaa niistä asioista, jotka sävyttivät myös kirjoittajaa. Onnistuimme kuitenkin mielestämme jo alussa tuomaan suhteellisen hyvin esille ne asiat, halusimme korostaa ja joiden oletimme herättävän lukijassa kiinnostusta. (Kotilainen 1990.)

Hyvä lainaus on ikään kuin jutun suola. Myös tästä saimme ensimmäisessä vedoksessa huomautuksen ja meitä pyydettiin lisäämään lainauksia. Ne tuovat jutulle persoonallisuuden lisäksi uskottavuutta. Lainausta pääsimme kuitenkin toden teolla toteuttamaan Markus Maulavirran kainalotekstissä, joka oli käytännössä täysin lainattu kuvaus Maulavirran mielipiteistä ja asenteista tilaviinejä kohtaan. (Kotilainen 1990.)

Artikkeli rakentuu erilaisista osioista. Jotta lehtijuttu on toimiva kokonaisuus, on kaikkien osioiden nivouduttava loogisesti yhteen, mutta toimittava myös yksinään. Eri osioiden tulee ikään kuin tanssia samassa rytmissä, jotta voidaan aikaansaada lukijalle mielenkiintoinen lukukokemus kokonaisvaltaisesti. (Kotilainen 1990.)

## 6.2 Artikkelin kehittyminen ajatuksista paperille

Tässä alaluvussa käsittelemme artikkelien kirjoittamisen edistymistä hahmotelmista lopullisiin artikkeleihin. Vertailukohteeksi on liitteenä laitettu ensimmäinen vedos Valamoa käsittelevästä artikkelista Koiviston kommentoimana (liite 1). Liitteenä on myös kolmas vedos artikkelista, jonka avulla artikkelin kehittymistä alkuajatuksista lopulliseen versioon on helpompi tarkastella (liite 2). Markus Maulavirran kainalojuttu hyväksyttiin sellaisenaan, eikä korjauksia tarvinnut tehdä. Sen vuoksi emme ole myöskään kommentoineet Maulavirta - osion tekstiä tai tekstin kehittymistä lainkaan. Kaikki Koiviston kommentit kirjoittamistamme teksteistä ovat muokkaamattomina liitteissä. Alla on vain tiivistetty kuvaus siitä, miten reagoimme kommentteihin ja millaisia parannuksia teimme kommenttien pohjalta.

Ensimmäisen artikkelin kirjoitimme aivan puhtaalta pöydältä. Koivisto ei antanut meille minkäänlaisia raameja tai ohjeita siitä, mitä hän artikkeliin halusi. Lähdimme työstämään artikkelia miettimällä sen loogista kulkua ja kiinnekohtia. Lisäksi pohdimme, mitkä asiat halusimme tuoda artikkelissa esille.

Ensimmäinen artikkeli oli Koiviston mielestä hyvä pohja, joka kuitenkin tarvitsi vielä paljon hienosäätöä. Hänen toivomuksestaan kehitimme artikkelia loogisemmaksi niin kulultaan, kuin aikajanaltaankin. Kahvinjuonnin sijaan otimme jatkumoksi tilalla käyskentelyn ja syksyisen kuvailun vaihdoimme kesäisemmäksi. Uskottavuuden vuoksi lisäsimme tekstiin sitaatteja, jotka toimivat myös hyvin tekstin elävöittäjänä ja värittäjänä.

Yllätykseksemme Koivisto koki Isä Andreaxen hahmon kovin tärkeäksi osaksi artikkelia, tärkeämmäksi, kuin olisimme kuvitelleet. Jouduimme täydentämään tekstiä lisätiedoilla Isä Andreaxesta. Tämä vaati toista haastattelua, jonka onnistuimme tekemään samalla, kun kuvaaja Aki Roukala otti valokuvia Valamon tilasta ja viineistä.

Tietopohjakaan ei jäänyt täysin huomiotta. Koivistoa kiinnosti ennen kaikkea tilaviinien laatu-luokitus. Hän pyysi meitä myös kertomaan enemmän itse viineistä. Lisäksi hän halusi meidän täydentävän hänelle epäselviä kohtia artikkelissa ja tarkentamaan tietojamme.

Koska aloitimme artikkelimme kuvailemalla tuli sen Koiviston mukaan loppua myös kuvailuun. Kuvailun kirjoittaminen osoittautui odotettua hankalammaksi. Lukijalle oli välityttävä kuva upeasta tilasta ja erilaisista tilanteista vain muutamia sanoja käyttäen. Emme päässeet itse valitsemaan valokuvia, joten meidän tuli yrittää luoda tilan tunnelma ennen kaikkea tekstin kautta. Koivisto itse ei vierailut Valamossa, joten hänelle oli myös tärkeää välittää se tunnelma sanoin, mikä auttaisi häntä valitsemaan juuri oikeat valokuvat tarinaamme tukemaan.

Artikkelit valmistuivat pala palalta. Ensimmäinen, kolmas ja viimeinen vedos ovat mitä luultavimmin parhaita kuvailemaan edistystämme ajatuksista lopulliseen artikkeliin. Kielellisen hienosäädön teki viime kädessä Koivisto, mutta hän muistutti meitä matkan varrella myös itse kiinnittämään huomiota kielen värikyyteen ja oikeaoppisuuteen.

## 7 Tuotokset

Kirjoitimme opinnäytetyössä kaksi artikkelia. Ensimmäinen artikkeli kirjoitettiin viinilehdelle julkaistavaksi. Teimme artikkelista useita versioita ennen julkaisemista. Alla on artikkelin tekstiversio niin, kuin se julkaistiin Viinilehdessä. Ensimmäisessä artikkelissa oli Valamosta kertova tekstiosio sekä Markus Maulavirran haastattelun perusteella rakennettu kainalojuttu. Ensimmäisen artikkelin kirjoitusprosessia olemme käsitelleet tarkemmin omassa kappaleessaan (6.2 Artikkelin kehittyminen ajatuksista paperille)



Tutkiessamme tilaviinejä ja haastatellessamme alalla eri tehtävissä toimivia henkilöitä, ymmärsimme, että tilaviiniala elää täydellisessä murrosvaiheessa. Kaikesta keräämästämme tiedosta ja oppimistamme asioista huomasimme muodostuvan hyvin kattavan mielipiteen alan nykytilasta ja mahdollisuudesta kasvaa ja kehittyä tulevaisuudessa. Tätä artikkelia lähdimme työstämään työnimikkeellä ” toinen artikkeli” .

Toisessa artikkelissa peilaisimme mahdollisimman paljon omaa oppimaamme alasta. Artikkelin tarkoitus on tässä opinnäytetyössä kertoa oppimastamme ja tekemistämme johtopäätöksistä koskien tilaviinialaa ja sen tulevaisuutta. Artikkelin peilaa vahvasti omia mielipiteitämme sellaisina asiantuntijoina, kuin opinnäytetyön tekeminen on meidät kasvattanut alaa tarkkailemaan. Mietimme myös artikkelin julkaisemista, mutta pelkäsimme, että julkaiseminen saattaisi asettaa liiankin tiukat raamit artikkelin kirjoittamiseen, joten päädyimme jättämään artikkelin vain opinnäytetyön kansien väliin. Artikkelin lukijan on myös ymmärrettävä tilaviineistä keskimääräistä enemmän, joka edellyttää joko aikaisempaa tuntemusta alasta tai tämän opinnäytetyön lukemista ennen artikkelin selaamista. Tämäkin tuki päätöstämme jättää artikkeli julkaisematta. Artikkelin on kuitenkin rakennettu artikkelin kirjoittamisen sääntöjen mukaiseksi niin, että sen rakenne ja kieli myötäilee artikkelin kirjoituksen sääntöjä.

### 7.1 Viinilehdelle kirjoitetun artikkelin tekstiversio

Otsikko: Pyhä viini

Ingressi: Harva tietää, että Valamon luostari on Suomen suurin tilaviinintuottaja. Kaiken takana on yhden miehen unelma.

//juttu alkaa//

Valamon luostarin pihalla ei näy ristinsielua.

Ainakin näin aamuvarkaisella on vaikea uskoa, että olemme yhdessä Suomen suosituimmista matkailukohteista. Emme ole kuitenkaan ajaneet Heinävedelle asti ihastellaksemme luostarin rauhaa vaan maistellaksemme sen viinejä. Tämä rauhan tyyssija on myös Suomen suurin tilaviinien tuottaja.

Mustaan munkkikaapuun pukeutunut arvokas herra ottaa meidät vastaan hunajantuoksuissa viinipuodissa. Isän Andreaxen päivä on alkanut jo aamuviideltä, jolloin hän on noussut ylös ja osallistunut munkkien aamuiseen jumalanpalvelukseen.

On helppoa olettaa, että Isä Andreaxen katseen viisaus on voinut syntyä vain suuresta hengellisestä valaistumisesta. Isän tarina on kuitenkin hieman toisenlainen. Arkisempi.

”Luostariin siirtyminen ei ollut minulle vain hengellinen herätys vaan pitkän harkinnan tulos, yksinkertaisesti tapa tehdä jotakin. Ja valinta tuntuu oikealta”, Isä juttelee rauhallisesti.

Markkinoinnin ammattilaisesta tuli munkki kymmenen vuotta sitten, mutta Isä Andreas ei ole vain uskonnollinen isä. Ilman häntä Valamossa ei valmistettaisi viiniä.

”Niin, se oli yhden miehen idea”, Isä Andreas kertoo johdattaessaan meitä pihamaan poikki kohti viinikellaria.

Isä Andreas toimi vuonna 1997 Valamon taloudenhoitajana ja joutui miettimään rahanlähteitä köyhtyvälle luostarille. Hän keksi viinit. Kirkolliskokouskin hyväksyi ajatuksen, ovathan luostarit ja viininvalmistus kuuluneet perinteisesti yhteen.

Viininvalmistus aloitettiin Valamossa marraskuussa 1997. Ensimmäinen tuote, Valamon Punainen, on yhä luostarin myydyimpiä tuotteita. Se valmistetaan mustaviini- ja variksenmarjoista, ja oman mausteensa viiniin antaa käyminen tammitynnyreissä. Muut viisi marjaviiniä käytetään terässammioissa. Valamossa valmistetaan myös rypälewiiniä unkarilaisista rypäleistä ehtooliskäyttöön sekä likööriä pihlajanmarjoista, hunajasta, mehiläisvahasta ja yrteistä.

Valamon viinien herukat tulevat enimmäkseen omilta pelloilta, ja ne kerätään koneellisesti. Muut marjat ostetaan lähialueen tuottajilta. Kerätyt marjat pakastetaan homehtumisen estämiseksi ja mehustetaan. Kaikki Valamon tilaviinit valmistetaan puristetusta mehusta. Hiivaa lisätään, sillä marjan oma hiiva ei riitä käymiseen. Viineihin lisätään myös sokeria.

”Jokainen vaihe on ihmisen valinnan tulos. Viinin tekeminen on taidetta. Viini ei kypsy, se pitää kypsytää. Jälkiruokaviinit valmistuvat helposti, mutta ruokaviineissä riittää haastetta.”

Viinikellarista jatkamme matkaa kohti varastorakennuksia.

”Tämä paikka on viininteon sydän. Täältä kaikki alkaa, ja tänne kaikki päättyy”, Isä sanoo osoittaen 5 000 litran viinisammioita ja tuhansia varastossa lepäviä lasipulloja.

Varastorakennus on suuri muttei riittävä. Valamon varaston kautta kulkee nykyisin vuosittain jopa 40 000 litraa viiniä, ja tarvetta olisi vähintään jo toiselle samanlaiselle tilalle.

Isä Andreaxen työnkuva ei juuri vaihtelee vuodenaikojen mukaan, sillä viiniä valmistetaan vuoden ympäri. Isä tunnustaa olevansa ”joka paikan höylä”, joka hoitaa kaiken viinin valmistuksesta markkinointiin. Aivan yksin ei kirkonmieskään pysty Suomen suurinta viinitilaa pyörittämään, vaan hänellä on apunaan muutama työntekijä työntekijöitä sekä viinipuodissa että viiniä valmistamassa.

Isä Andreaxen mielestä ihmiset suhtautuvat tilaviineihin surullisen jyrkästi. Kuva alasta saattaa muodostua vain yhden viinin perusteella, vaikka tilaviinien kirjo on todella laaja. Isä Andreas uskoisi laatuluokituksen parantavan tilannetta.

”En vain puolla laatuluokitusta. Vaatisin sen pakolliseksi. Se nostaisi tilaviinien imagoa ja arvostusta.”

Tällä hetkellä laatuluokituksen hankkiminen on täysin vapaaehtoista, ja rahan lisäksi sen hankki-

minen maksaa vaivaa. Siitä on kuitenkin tullut vuosi vuodelta suositumpaa. Tuottajan etu on, että hän saa ulkopuolisen arvion viineistään.

Isä Andreaxsen päivä jatkuu viinien parissa, mutta illan hän pyhittää jumalanpalvelukselle ja rauhoittumiseen, lukemiseen, mietiskelyyn, musiikin kuuntelemiseen.

”Ja voi munkki silloin tällöin nauttia vähän itse tekemää viiniänsäkin”, Isä Andreas naurahtaa pilke silmäkulmassaan.

//Markus Maulavirran kainalojuttu//

Otsikko: Luvassa erityisiä elämyksiä

Ingressi: Monien viininystävien mielestä hedelmistä ja marjoista ei voi valmistaa hyvää viiniä. Toista mieltä on kuitenkin keittiömestari Markus Maulavirta, joka on harrastanut tilaviinejä jo vuosien ajan.

”Kun tilaviinit tulivat markkinoille 1995, suomalaiset lähtivät sankoin joukoin ostamaan erilaisia marja- ja hedelmäviinejä. Tuolloin ne olivat kuitenkin huonojen kotiviinien tasoisia, suorastaan kehoja. Nykyiset tilaviinit ovat kuitenkin laadukkaita ja kilpailevat samalla tasolla ulkomaisten viinien kanssa, vaikkakin omassa sarjassaan. Makuasiat ovat makuasioita, mutta kielteiset mielipiteet tilaviineistä johtuvat usein vain perehtymättömyydestä. Yhtä hyvin voisin väittää, ettei Suomessa ole yhtään hyvää oopperalaulajaa.

Viime vuosina useat tilaviiniä tuottaneet tilat ovat lopettaneet, ja jäljelle on jäänyt vain kourallinen parhaita tekijöitä. Heille edellinen kesä oli varsin hyvä, tilat ovat jopa kasvattaneet myyntiään. Suomalainen ruoka ja tunteikkaasti valmistettu tilaviini ovat mitä mainioimmat kumppanit illallispöydässä. Ne ovat myös omiaan puutarhajuhlissa tai boolin pohjana.

Itse tarjoan mielelläni vierailleni suomalaisia marjaviinejä. Niiden saatavuus on kuitenkin usein ongelma, sillä tilaviinejä valmistetaan vain maaseudulla. Viinien saamiseksi pitääkin nähdä hie-man vaivaa. Toisaalta, kun jotkut lähtevät pelaamaan tennistä, minä lähdän mieluummin ruoka-kauppamatkalle maakuntaan.

Tilaviinit tarjoavat jotain tavallisesta poikkeavaa ja omalaatuista suuriin kansainvälisiin rypäletuottajiin verrattuna. Tilaviini ei ole vain juoma, se on käsityötä, jossa maistuu raaka-aineen alkuperä. Suomalaiset viinit ovat hienoja tuotteita, joista jokaisen kannattaa etsiä omat suosikkinsa.”

//laatikko//

Mistä viinejä saa ostaa?

Valamon viinejä voi ostaa Valamon viinipuodista. Viinejä pääsee maistelemaan myös Valamon omassa ravintolassa luostarin tiloissa. Helsingissä Valamon tuotteita tarjoavat muun muassa ravintola Sipuli, Klaus K ja Lasipalatsi.

## 7.2 Toinen artikkeli

Tilaviinitilat huomisen murroksessa

Kun haastattelimme Markus Maulavirtaa, hän totesi etteivät suomalaiset tiedä tilaviineistä oikeastaan paljoakaan. Tilaviineistä puhuttaessa useat kertovat omista "tilaviinikokemuksistaan", vaikka kyseessä on vain onneton yritys valmistaa kotiviiniä. Kävimme myös Alkossa kyselemässä tilaviineistä, ja jopa nämä alan ammattilaiset pyörittelivät silmiään. Tilaviineinä he esittelivät suomaisten suuryhtiöiden tuotteita tietämättä laisinkaan koko tilaviinin määritelmää.

Suomalaiset liköörit sen sijaan ovat tutumpia niin kuluttajille, kuin Alkon henkilökunnallekin. Likööreissä maistuu raaka-aineiden alkuperä ja puhtaus. Suomalaiset liköörit eivät ole tunnettuja ainoastaan maamme sisällä, vaan ne ovat saaneet tilaa myös naapurimaidemme markkinoilla. Likööreitä löytyy suuri valikoima a:sta ö:hön miltei jokaisen Alkon hyllyltä. Sen sijaan tilaviinit eivät ole sinne tietään löytäneet.

Likööreitä voi tällä hetkellä myydä pulloittain ainoastaan Alkossa tai luvanhaltijalle suoraan viinitilalta. Tavallinen kuluttaja voi siis huoletta maistella likööreitä tilaviinitilalla, mutta omaa pulloa hän ei voi kotiin viemisiksi ostaa. Sen sijaan hänen tulee tilata pullo lähimpään Alkoon. Kuluttajalle ei tästä koidu lisäkuluja, mutta tilaviiniryttäjän kukkaroon se kolahtaa pahasti. Alkon kautta kuljetetut alkoholituotteet jättävät katetta tekijälleen vain nimellisen määrän. Toisaalta kuluttajakin hakee alinta rimaa. Harva viitsii nähdä paljon vaivaa likööripullonsa eteen, kun miltei vastaava löytyy Alkon hyllyltä pyytämättäkin.

Uudistus on kuitenkin jo ovella. Hallituksessa on valmisteilla lakimuutos, joka mahdollistaisi myös yli 13 prosenttia alkoholia sisältävien tuotteiden myymisen suoraan tilaviinitilalta. Näin ollen enintään 22 prosenttia alkoholia sisältäviä likööreitä voisi myydä myös suoraan tiloilta ilman, että niitä tulisi Alkon kautta kuljettaa kuluttajien baarikaappiin. "Lainmuutos loisi kehittymahdollisuuksia suomalaisista aromikkaista marjoista valmistetuille tuotteille", toteaa Keijonen Helsingin sanomien artikkelissa (Hs. 22.10.2009). Viinitiloilla olisi näin ollen mahdollisuus saada enemmän katetta ja tuottoa aikaiseksi, kun maukkaita likööreitä maistelleet turistit saisivat tuotteita suo-

raan tiloilta. Keijonen uskoo, että näin usea viinitila voisi saada lisäpotkua myyntiinsä ja usea jolla loppahtanut viinitila voisi saada mahdollisuuden aloittaa toimintansa uudestaan. Tällä hetkellä Suomessa on myönnetty oikeudet 70 viinitilalle, mutta vain 45 niistä toimii aktiivisesti.

Sisko Salon tekemän tutkimuksen mukaan viinitilallisille Alkon monopoli oli lähinnä harmittava asia, jota yli puolelle asiakkaista sai selventää. Ulkomaalaiset asiakkaat olivat eritoten hämmennyneitä, kun juuri viinituvassa maisteltua likööriä ei saanutkaan ostaa pulloittain kotiin. Osa asiakkaista tuntui jopa loukkaantuvan. Ulkomaalaisille oli hämmäntävää, että EU:n jäsenmaanakin Suomi on edelleen pitänyt Alkon monopolin hengissä. Osa suomalaistakin oli ihmeissään ja kummasteli tätä politiikkaa. (Salo 2008.)

Uskomme, että liköörin myynnin vapauttaminen viinitiloilla voisi pönkittää merkittävästi viinitilojen myyntiä. Tällä hetkellä tilastot näyttävät siltä, ettei likööreitä myydä läheskään niin paljon, kuin viinejä tilalla. Tämän harhakuvan luo se, että viinien kohdalla on tilastoitu niin myymälässä myydyt viinit, kuin laseittain tarjottavat annoksetkin. Likööreitä ei saa vielä myydä pulloissa suoraan tilalta, joten myyntitilastot käsittävät vain laseittain myydyt liköörimäärät.

Ainut huolenaihe ja syy siihen, miksi likööreitä ei ole aiemmin saanut myydä viinitiloilta suoraan, on hallituksen huolestuneisuus suomalaisten alkoholinkäytöstä. Alkoholijuomien tuotantoa tutkinut erikoistutkija Kari Niilola toteaa kuitenkin Helsingin Sanomien artikkelissa, että niin viinien kuin liköörien valmistus on Suomessa "askartelua, jolla ei ole alkoholipoliittista merkitystä". Henkilökohtaisesti uskomme, ettei liköörinmyynnistä tulisi liian kirjavaa, vaan se lähinnä värittäisi suomalaista juomakulttuuria. Kaapinpohjalle voisi tiensä löytää siis maukas suomalainen likööri kossupullon sijaan.

Päivittäistavarakauppioiden yhdistys ei hyväksy, että viinejä tuottavat saisivat myydä suoraan tiloilta myös likööreitänsä. (HS. 26.1.09) He vetoavat siihen, että viinitilojen saadessa laajemmat myyntioikeudet tulisi myös kaupan oikeuksia laajentaa. Henkilökohtaisesti uskomme, että viinitiloille myönnetyt liköörien myyntioikeudet tuskin lisäisivät kulutusta merkittävästi. Sen sijaan maitotölkkin vierestä löytyvä viinipullo voisi nostaa merkittävästikin suomalaisten alkoholinkulutusta.

Tämä Alkon monopoli liköörinmyyntiasia kuohuttaa ja puhututtaa usealla viinitilalla. Suuri ongelma ei kuitenkaan pyöri ainoastaan liköörien kohdalla. Tilaviinitilojen omistajat harmittelevat usein Alkon tilaviinikielteisyyttä. Viinejä voi ostaa lähes poikkeuksetta vain tilausvalikoimasta, eikä hyllytilaa suomalaisille marjaviineille tarjota monessakaan Alkossa.

Toinen jatkuvasti viinitilalla puhuttava aihe on laatuluokitus. Laatuluokitus ei tällä hetkellä ole pakollinen, mutta useiden viinitilojen suosima. Laatuluokituksen avulla viinitilallinen voi helposti saada puolueetonta tietoa viiniensä laadusta. Lisäksi laatuluokitus on kuluttajalle oiva mittari viiniä ostettaessa. "Kun suomalainen maistaa punaviiniä, jonka maku ei miellytä, toteaa hän sen yhden punaviinin olevan pahaa. Tilaviinin kohdalla asia on jyrkempi: jos yksi tilaviini ei maistu, tarkoittaa se monelle suomalaiselle, että kaikki tilaviinit ovat yhtä huonoja", toteaa Isä Andreas Valamon viinitilalta. Hän on yksi heistä, jotka ehdottomasti vaativat laatuluokitusta pakolliseksi, jolloin niin sanotut sekundatekijät saisi karsittua markkinoilta. Näin tilaviinin imago pystyisi nostamaan ja kuluttajat saisi helpommin kokeilemaan useita viinivaihtoehtoja. Laatuluokituksella on kuitenkin nurja puoli. Sen lisäksi, että se maksaa rahaa, se maksaa myös vaivaa. Tämä onkin varmasti suurin syy, miksi usea viinitilallinen on pidättäytynyt laatuluokituksen hakemisesta.

Tänä päivänä jokaisen suomalaisen huulilla on sama sana: lama. Tämän sanan ympärillä eivät taistele vain irtisanomista pelkäävät suomalaiset, vaan eritoten yrittäjät. Valamon viinitilaa pyörittävä Isä Andreas uskoi jo keväällä, että lama vaikuttaisi myyntiin positiivisesti. Köyhtyneet suomalaiset eivät tahdo luopua kesälomamatkoistaan, mutta ne tehdään kalliimpien ulkomaan vaihtoehtojen sijaan kotimaassa. Näin ollen Isä uskoi, että lama toisi viinitilalle vain lisäpotkua myyntiin. Syksyllä mies oli yhä samaa mieltä: lama toi paikalle paljon sellaisia ihmisiä, joiden Rhodos-reissu oli vaihtunut tänä vuonna tilaviinimatkaksi. Ostokäyttäytyminen sen sijaan yksittäisen kuluttajan kohdalla on muuttunut. Kun ennen mukaan tarttui parikin pulloa viintä, nyt yksi riittänee. Tästä voimme todeta, että kasvava määrä turisteja kompensoi ostovoiman heikkoutta, ja lopputulos jää edellisvuoden tasolle.

Tilaviinitilojen tulevaisuus elää tällä hetkellä murrosaikaansa. Markus Maulavirta totesi haastattelussaan, että tulevaisuudessa pienet tilaviinitilat tulevat jäämään suurempien jalkoihin. Suurilla viinitiloilla on enemmän kapasiteettia markkinoida ja tiedottaa tuotteistaan. Näin ollen ne löytävät tiensä helpommin samaan pöytään hirvipaistin kanssa, kuin pienet tilalliset. Isoilla tiloilla on myös mahdollisuutta muun muassa laatuluokituksen kautta saatujen arvioiden mukaan kehittää tuotteitaan. Tilaviinitilojen suurin tuotto piilee harvoin vain alkoholijuomissa. Yhtä suuren palan kakusta vie muu matkailutoiminta tiloilla. Tähän etenkin suuremmilla tiloilla on enemmän varaa panostaa rahallisestikin.

Mielestämme suurin kompastuskivi alalla on tällä hetkellä kuluttajien epätietoisuus. Viinitilat eivät ole kovinkaan tunnettuja matkailukohteita muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta. Lisäjulkisuus tilaviinitiloille antaisi potkua myyntiin. Hyvin tärkeää on, että viinitilat verkostoituvat

etenkin samalla alueella toimivien yrittäjien kanssa. Maaseudulla sijaitsevat yritykset ovat usein paljoltikin verkostoitumisen varassa. Näin pienet alueen yritykset voivat kukin markkinoida toisiinsa ja saavuttaa laajempia markkinoita yhdessä toimien. Verkostoituminen näkyy selkeästi usealla viinitilalla, sillä ne sijaitsevat jonkin toisen matkailukeskuksen tai nähtävyyden läheisyydessä tehden yhteistyötä alueen muiden toimijoiden kanssa. Viinitilat, jotka eivät sijaitse minkään turistimagneetin vieressä, ovat usein joutuneet tekemään omasta tilastaan sellaisen. Ihannetapaus on sellainen, jossa kaksi yritystä elää käytännössä symbioosissa tarjoten molemmat toisilleen merkittävää etua. Hyvä esimerkki tästä on Kuopiossa sijaitseva Alahovin viinitila. Haastattelussa viinitilan isäntä Risto Hallman kertoi, kuinka yhteistyö paikallisen laivayhtiön kanssa on tuottanut merkittävää hedelmää. Risteilyalukset vierailevat myös viinitilalla. Näin Alahovin tila saa asiakkaita, ja risteilyalus oivan tavan markkinoida erilaista elämysteilyä.

Tärkeää olisi verkostoitua myös kaupungin tai kunnan kanssa. Heiltä saatavat palvelut ja avustukset voivat olla viinitilan selviytymisen kannalta merkittävässä osassa. Kunnat myös mielellään tukevat alueen matkailuyrityksiä, sillä se tuo kunnalle itselleen tuloja ja kasvattaa kunnan tunnettavuutta matkailukohteena.

Tilaviinitilojen murros elää sitä vaihetta, kun valta on päättäjillä. Liköörien myynnin vapautuminen toisi uusia mahdollisuuksia alalle, vaikkakin lähinnä vain myynnin kasvattamisen suhteen. Toisaalta myynnin vapautuminen voisi myös selventää kuluttajalle hänen ostomahdollisuuksiaan ja parantaa tilaviinitilojen imagoa. Kuitenkaan kaikkea vastuuta ei voi sysätä päättäjien syyliin. Viinitilallisilla on suuri haaste, kun he yrittävät luoda tilaviineistä vaihtoehtoa illallispöytään tai boolimaljaan. Tiedotus, markkinointi ja kattava verkostoituminen ovat lähes yksinomaan tilaviinitilallisten käsissä. Ilman jatkuvia toimia tilaviinien saattamiseksi kuluttajien tietoon, ei ala pysty kasvamaan, muuttuivat lakipykälät sitten suuntaan tai toiseen.

## 8 Viinilehden päätoimittajan arviointi

Lähetimme opinnäytetyömme tilaajalle ja pääyhteistyöhenkilöllemme, Satu Koivistolle, pyynnön saada palautetta opinnäytetyöosuudesta, joka on koskenut yhteistyötämme ja artikkeleita. Vaikka uskoimme journalistilla olevan sanat hallussa, emme kuitenkaan tahtoneet jättää palautetta vain avoimeksi, jonka takia rakensimme palautteen antamista varten valmiit, vaikkakin suhteellisen vapaamuotoiset kysymykset. Näin takasimme sen, että saimme varmasti vastaukset niihin kysymyksiin, jotka itse koimme tärkeäksi palautetta saadessamme.

Palautteessa pyrimme käsittelemään yhteydenpitoa, artikkeleiden rakentamista, lopullisia artikkeleita sekä yleistä mielipidettä työnä kokonaisuudessaan. Alla on esitetty yhteenvetoja ja pohdintoja saamastamme palautteesta. Palaute löytyy kokonaisuudessaan tämän opinnäytetyön liitteistä (liite 3).

Koivisto koki yhteydenpidon hyvinkin luontevaksi. Itse pelkäsimme välillä, että vain yksi kasvokkain tapaaminen ei olisi riittänyt. Toisaalta koimme, että saimme riittävästi tietoa vaihdettua sähköpostin välityksellä, joka olisi saattanut tehdä tapaamisesta turhan. Koivisto kommentoi asiaa myös siltä kantilta, että yleensä alalla on tapana vaihtaa sanat sähköisesti kahvikupposen sijaan.

Itse kirjoittamisosiosta saimme paljon huomautettavaa. Koivisto kuitenkin totesi ymmärtävänsä hankaluutemme, sillä kyseessä oli ensimmäinen artikkelimme. Kyseessä oli myös haastava lehti, sillä Viinilehden asiakaskunta on hyvin valikoitua, viimeistä kiinnostuneita henkilöitä, joka olisi pitänyt ottaa huomioon paremmin artikkeleita kirjoittaessamme. Toisaalta koimme, että välipalautetta antaessaan Koivisto myös kehui niitä artikkelin osioita, joissa pyrimme luomaan lukijalle tunnelmaa ja näkymiä tilanteesta. Koimme kuitenkin, että työemme onnistui suhteellisen hyvin, sillä Koivisto olisi valmis tekemään vastaavanlaisia projekteja myös vastaisuudessa, mikäli siihen liikenisi mahdollisuus.

Artikkelin kirjoitusprosessi oli meille hankala vaihe. Oli hyvin vaikeaa vastata kaikkiin Koiviston esittämiin kysymyksiin, joihin meillä ei ollut vastausta. Lisäksi tunsimme joissain vaiheissa, että itse paikalla olleina jokin asia tuntui meistä hyvin merkitykselliseltä, kun taas Koivistolle se oli sivuseikka. Toisaalta taas hän kyseli myös asioista, joiden emme itse uskoneet olevan merkityksellisiä jutun kannalta. Tämä johtui paljon myös siitä, ettei Koivisto osallistunut tiedonhakuun tai haastatteluihin, eikä hän ollut Valamoon yhteydessä projektin aikana. Näin ollen saimme noottia siitä, ettei kaikkiin toimituksen esittämiin kysymyksiin saatu vastausta. Toisaalta omaaloitteisuuttamme kehuttiin.

Vaikka Koivisto koki jatkuvan ohjauksen määrän suureksi ja myönsi sen vaatineen häneltä aikaa, hän myös toteaa, että ohjaaminen on osa jokapäiväistä journalistin elämää ja kuuluu alalle. Hän oli lähinnä tyytyväinen tiiviiseen kanssakäymiseen sen sijaan, että olisimme tyytyneet tekemään asioita oman mielemme mukaan häneltä kysymättä. Tämä olisi luonnollisesti teettänyt hänelle vieläkin enemmän töitä.



Koivisto toteaa palautteessaan, ettei aikaisempi osaamisemme tilaviineistä tai artikkelin kirjoittamisesta näkynyt prosessissa. Tämä harmittaa meitä varmasti eniten, sillä otimme hyvin kattavasti selvää tilaviineistä ja teimme asian eteen paljon töitä. Toisaalta taas ymmärrämme hänen näkökantansa, sillä meille kolmen kuukauden uurastus tuntuu paljolta, mutta hänen usean vuoden kokemusten ja näkemysten varjolla muutama kuukautemme jää mestarin varjoon. Viinilehden tasokkuus ja lukijakunnan tietoisuus aiheesta oli suurempi haaste, kuin todella osasimmekaan odottaa.

Kaiken kaikkiaan Koivisto arvioi työmme asteikolla 1 - 5 ( 1 = heikko, 5 = kiitettävä) numeroksi 4. Hän torui vielä meitä siitä, ettemme osanneet vastata kaikkiin hänen esittämiinsä kysymyksiin. Toisaalta Koivisto kehotti meitä kokeilemaan ja haastamaan itsemme. Hän kiitti vielä lopussakin hyvin sujuneesta kommunikoinnista ja etenkin siitä, että osoitimme hyvin vahvaa kiinnostusta projektin aikana.

## 9 Johtopäätökset

Jo kesällä 2008 päätimme, että teemme yhdessä opinnäytetyömme tilaviineistä. Aihe kiinnosti molempia, eikä meillä ollut aiheesta aikaisempaa tietoa. Yhdessä lähdimme etsimään tilaajaa työllemme ja rakentamaan raameja tilaviinejä koskevan opinnäytetyön ympärille.

Jo toisillemme tuttuina työpareina meidän oli helppo tehdä töitä yhdessä. Tunsimme toistemme työskentelymetodit, vahvuudet ja heikkoudet. Työnjako syntyi helposti. Päädyimme hyvin pian aloittamisen jälkeen opinnäytetyömalliin, jossa perinteisen tutkimuksen sijaan oli näkökulmana portfoliomainen työ.

Tietoa viineistä oli vaikea löytää. Jo alussa ymmärsimme, että meidän tuli ottaa aktiivisesti yhteyttä alalla toimineisiin tahoihin teorian kartuttamiseksi. Kentällä toimimisesta tuli opinnäytetyömme kulmakivi, ja vietimme aikaa niin koulussa, kuin matkoilla ympäri Suomea.

Vaikka matkustaessamme ja haastatteluja tehdessämme pääsimmekin tutustumaan ruohonjuuritason toimintaan, oli tämänkaltaisessa tiedonhaussa myös heikkoutensa. Tieto tuli suoraan ihmisten suista, eikä sitä ollut helppoa tarkistaa. Kriittisyys tietoa käsitellessä oli tärkeää.

Haastattelumme perustuivat lähinnä ihmisiin, jotka toimivat tiiviisti tilaviinien parissa ja saavat jopa elantonsa siitä. Ymmärsimme kuitenkin jo alkuvaiheessa, että valtiovallan syyttely ja Alkon

monopolin mollaaminen olivat osaksi hyvin katkeraa puhetta. Myös viinitilallisilla olisi parantamista toiminnassaan: tuotteiden mainostaminen on yksinomaan viinitilallisten käsissä, verkostoituminen oman alan ja muiden toimijoiden kanssa vain viinitilallisten päätöksen alla ja tuotteiden laatuluokituksen hakeminen vain tilan omistajan vaivan taakka.

Toisaalta tilaviinitilat ovat vasta nuoria. Kun viinejä on jo vuosikymmeniä valmistettu ja tutkittu maailmanlaajuisesti, ovat tilaviinit vasta alle 20-vuotias alavalloitus. Lapsen kengissä kävelevät viinit ovat vasta matkalla maineeseen ja suomalaisiin ruokapöytiin. Uskomme, että tilaviineillä kestää aikansa löytää oikeat asiakkaat markkinoilta, joita rypälewiinit vahvasti hallitsevat.

Toisaalta koimme todella mielenkiintoiseksi tutkia tätä kirjavaa alaa, joka on vasta kasvamassa kohti pysyvyyttä ja vakautta. Ensimmäiset viinitilat ovat jo jättäneet leikin sikseen ja suuremmat tilat ovat osoittaneet pystyvänsä kasvattamaan volyymiaan. Vuoden 2000 jälkeen on jyjä eroteltu akanoista ja vasta nyt viinitilat alkavat löytää paikkansa markkinoillaan.

Ala, joka elää näin nuorena vaiheessa, sisältää paljon hataraa tietoa ja uskomuksia. Tämä teki alan tutkimisesta haastavaa, mutta toisaalta taas mielenkiintoista. Valmistaa tietoa ei ollut tarjolla, joten oma kehitys asiantuntijana sai aivan uuden merkityksen. Kun tietoa ei voinut lukea jonnekin toisen tutkimana kirjasta, oli se rakennettava itse. Kriittinen tiedonhakumme kantoi hedelmää ja lopulta pystyimme esittäytymään jo alan asiantuntijoina.

On mielenkiintoista seurata, mihin tilaviinialan kehitys tulee johtamaan. Tilaviineillä on mahdollisuus olla tulevaisuudessa todella varteenotettava vaihtoehto illallispöydässä. Kaikki hyvätkään ideat eivät kuitenkaan toteudu ilman kattavia toimia monesta eri suunnasta. Kaikkien osa-alueiden yhdessä toimiminen on edellytys, jotta tilaviinit koskaan voivat menestyä tunnettuina, kotimaisina tuotteina jokaisen kuluttajan ostoslistalla.

Työn aikana pääsimme tutustumaan pintaraapaisuna meille täysin tuntemattomaan alaan - journalismiin. Ennen kaikkea tutuksi tulivat työvaiheet, joiden kautta artikkelin kirjoitus etenee. Artikkelin ei ole vain tekstiä, vaan pitkä prosessi, johon kuuluu paljon taustatyötä. Haastattelujen, asiantuntijalausuntojen ja omien kokemusten pohjalta onnistuimme kuitenkin rakentamaan artikkelin lehteen, jonka lukijakunta vaatii laatua. Hyvien arvostelujen saattamana voimme tyytyväisinä todeta, että hyppy journalistin saappaisiin onnistui suhteellisen hyvin. Vaikka kirjoitusprosessi vaati myös päätoimittajalta paljon ohjausta ja opastusta, niin loppujen lopuksi käteen jäänyt oppi oli kaiken työn arvoista.

## Lähteet

### Painetut teokset

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S, Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Kotilainen, L. 1990. Hyvä lehtijuttu: kirjoittajan opas. Kuopio: Minnapress.

Lehti, M. 1993. Tiedonhaun opas. Espoo: Valtion teknillinen tutkimuslaitos.

### Artikkelit

HS. 22.10.2009. Kotimaisia liköörejä voi pian ostaa suoraan tiloilta. Helsingin Sanomat.

HS. 16.3.2006. Viinitilat kaipaavat piristysruisketta. Helsingin Sanomat.

HS. 16.3.2006. Vuoden tilaviini 10 vuotta. Helsingin Sanomat.

Salonen, E. 16.3.2006. Luostari rohkaisee viinikurssille. Helsingin Sanomat.

Tehoseuran maataloustiedote 3/2000.

Tehoseuran maataloustiedote 7/2003.

Tulonen, H. 22.9.2008. Hallitus sallisi liköörin myynnin suoraan viinitilalta. Helsingin Sanomat.

### Internet-lähteet

Hasu, M & Opetushallitus. 1998. Tilaviinin valmistus. Viitattu 15.11.2009.  
<http://www.edu.fi/oppimateriaalit/tilaviinit/index.html>

Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä, N. Vesterinen. 2007. Maaseutumatkailun puoli vuosisataa - artikkeleita kehittämisen eri näkökulmista. Viitattu 10.12.2009.  
[http://www.maaseutupolitiikka.fi/files/48/YTR\\_4\\_07\\_web.pdf](http://www.maaseutupolitiikka.fi/files/48/YTR_4_07_web.pdf)

Maa- ja metsätalousministeriö & Hämeen ammattikorkeakoulu. 2005. Kansallinen laatujärjestelmä marja- ja hedelmäpohjaisille alkoholituotteille - hanke.  
[www.viinitilat.net/documents/loppuraportti1.93.doc](http://www.viinitilat.net/documents/loppuraportti1.93.doc)

MEK. 2009. Uusimmat, kuukausittain päivittyvät Tilastokeskuksen majoitusliikkeiden yöpymistilastot. Viitattu 10.12.2009.  
<http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/%28pages%29/Kuukausitilasto>

Opetushallitus. 2009. Lehtiverstas. Viitattu 10.12.2009.  
[http://www2.edu.fi/lehtiverstas/mika\\_lehtiverstas\\_on.php#tekijat](http://www2.edu.fi/lehtiverstas/mika_lehtiverstas_on.php#tekijat)

Sosiaali- ja terveysministeriö. 1995. SosTmp tilaviini-nimityksen käyttämisestä. Viitattu 15.11.2009.

[http://www.sttv.fi/Alkoholi/851\\_1995%20tilaviini%20nimituksen%20k%C3%A4ytt%C3%A4misest%C3%A4.pdf](http://www.sttv.fi/Alkoholi/851_1995%20tilaviini%20nimituksen%20k%C3%A4ytt%C3%A4misest%C3%A4.pdf)

Tilastokeskus. 2007. Elämyskulutus kiehtoo yhä useampia, samasta tuotteesta sekä hyötyä että elämystä. Viitattu 5.1.2010.

[http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art\\_2007-09-10\\_004.html?s=0](http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-09-10_004.html?s=0)

Tilaviini.fi. 2007. Elämyksiä suomalaisista tilaviineistä. Viitattu 15.11.2009.

<http://www.tilaviini.fi/>

Tilastokeskus. 2009. Matkailutilasto. Viitattu 10.12.2009.

<http://www.stat.fi/til/matk/index.html>

Valamon Viiniherman Oy. Viinit. Viitattu 15.11.2009.

<http://www.valamo.fi/viiniherman/index.php>

#### Haastattelut

Hallman, R. Tilaviinitilallisen haastattelu. 7.5.2009. Alahovin Viinitila, Kuopio.

Isä Andreas. Tilaviinitilallisen haastattelu 1. 6.5.2009. Valamon Luostari, Heinävesi.

Isä Andreas. Tilaviinitilallisen haastattelu 2. 24.8.2009. Valamon Luostari, Heinävesi.

Koivisto, S. Viinilehden päätoimittajan haastattelu. 17.3.2009. Viinilehden toimitilat. Helsinki.

Maulavirta, M. Tilaviiniasiantuntijan haastattelu artikkelia varten. 19.8.2009. Puhelinhaastattelu.

#### Julkaisemattomat lähteet

HAMK. Lento, S. Tilastotietoja viineistä. Email [sanna.lento@hamk.fi](mailto:sanna.lento@hamk.fi) 17.04.2009.

Salo, S. 2008. Viinitilat Suomessa. Helsingin yliopisto. Maatieteen laitos. Pro gradu - tutkielma.

Sievers, K. 2009. Elämyksistä Euroja - Power Point - esitys. Yritysmessut 2009. Helsinki.

Valvira. Laakkonen, A. Tilastotietoja 2009. Email [ari.laakkonen@valvira.fi](mailto:ari.laakkonen@valvira.fi) 04.05.2009.

## Kuvaluettelo

Kuva 1: Viinien valmistussammiot.....	8
Kuva 2: Valamon kirkko .....	17
Kuva 3: Tuotteen jalostus vaikuttaa hintaan.....	19

## Taulukkoluetelo

Taulukko 1: Valmistusvaiheet.....	8
Taulukko 2: Toimintaa harjoittavat viinitilat (helmikuu 2009). ....	11
Taulukko 3: Viinitilojen tarjoamat palvelut.....	16
Taulukko 4: SWOT -analyysi 1.....	26
Taulukko 5: SWOT -analyysi 2.....	27

## Kaavioluettelo

Kaavio 1: Tilaviinitilat vuodesta 1995 vuoteen 2008.....	10
Kaavio 2: Tilaviinien myyntitilastot (Valvira 2009).....	13
Kaavio 3: Vuosimyynti tilaviinimyymästä (Valvira 2009).....	13

## Liitteet

Liite 1: Ensimmäinen versio artikkelista viinilehdelle Koiviston korjausehdotuksilla	48
Liite 2: Kolmas versio artikkelista viinilehdelle Koiviston korjausehdotuksilla .....	52
Liite 3: Koiviston arviointi yhteistyöstämme, artikkelin kirjoittamisesta ja artikkelin kirjoituksen prosessista .....	55
Liite 4: Valamon haastattelua varten valmistetut kysymyspohjat. . . . .	.58



Liite 1: Ensimmäinen versio artikkelista viinilehdelle Koiviston korjausehdotuksilla

Yleisiä huomiota:

- \* Vähentäisin mina ja me-muotoa. Se on toimiva tyylikeino, mutta sitä kannattaa käyttää harkiten :)
- \* Lisää haastateltavan sitaatteja. Ne tuovat tällaiseen juttuun rytmiä, eloa, sympatiaa, hauskuutta).
- \* Rakenne: Olkaa tarkkana, että teksti etenee loogisesti. Jos viininvalmistusastioista on jo puhuttu, seuraavassa kappaleessa ei voi lähteä katsomaan niitä.
- \* Juttu alkaa kuvailulla paikasta, olisi hyvä, jos se myös päättyisi kuvailuun.

//juttu alkaa//

Heinävedelle saapuessamme tuntuu, kuin Helsingin aamuruuhkat ja hulinat olisivat vain kaukainen ajatus. Missään ei näy kirjaimellisesti ristin sielua. Ilma on niin kylmä, ettei uskoisi kesän olevan pian ovella. Olemme saapuneet Valamon luostariin. Tämä hiljaisuuden ja rauhallisuuden tyysija ei ole vain yksi Suomen suosituimmista matkailukohteista, vaan myös suurin tilaviinin tuottaja.

Juttu tulee 21.10. ilmestyvään lehteen, joten tässä ei kannata puhua kesän olevan ovella.

Kaipaisin enemmän kuvailua paikasta. Minkä näköisiä rakennukset ovat? Mitä ympäristössä näkyy, kasveja, puita, vettä, mitä? Näkykö jostakin, että kyseessä on yksi Suomen suosituimmista matkakohteista? Minkälainen matka luostariin pita taittaa, pääseekö autolla perille asti?

Hunajantuoksuissa (hyvä huomio!) viinipuodissa meidät ottaa vastaan mustaan munkkikaapuun pukeutunut, vanha mieshenkilö kätellen meitä arvokkaasti. Isä Andreaksen olemus huokuu arvostusta, vaikka samalla tämä vanha mies herättää meissä hiukan pelkoa. Kahvia nauttiessamme meistä kuitenkin katoaa kaikki pelko ja epäily. Harmaan parran ja kirkkaiden silmien takaa loistaa vuosien kokemus ja näkemys.

Kahvinjuonti tuntuu vähän irralliselta. Ehkä punaiseksi langaksi kannattaisi ottaa tilalla käyskentely ja eri tilat ja kuljettaa viiniasiaa sen lomassa?

Kun kysymme Isä Andreakselta siitä, miten hän päätyi luostariin, odotamme kuulevamme tarinan Kristuksesta ja valaistumisesta. Isä kuitenkin tyyneästi kertoo, että tämä pitkän harkinnan tulos ei

ollut hänelle vain hengellinen herätys, vaan yksinkertaisesti "tapa tehdä jotakin". Toimitusjohtajan pallilta munkkiluostariin päätenyt mies kertoo, että luostari tuntuu nyt hänelle oikealta valinnalta. Tämän elämänmuutoksen kautta hän lähti hakemaan uusia haasteita elämäänsä. Päätös luostariin siirtymisestä oli aikanaan kova paikka Isä Andreaxen perheelle, mutta nyt he ovat onnellisia hänen puolestaan. Hän on löytänyt paikkansa.

**Miehen tausta kiinnostaa! Millä alalla oli toimitusjohtajana, miksi halusi luostariin. Kuinka kauan on ollut luostarissa?**

Isä Andreas ei ole vain uskonnollinen isä, vaan myös Valamon viinien luoja. "Yhden miehen aivo-riihistä tämä lähti" toteaa Isä Andreas, kun hän kertoo Valamon viinien synnystä ja hörppää mustaa kahvia. Tuolloin taloudenhoitajana toiminut Isä oli joutunut tilanteeseen, jossa piti miettiä rahanlähteitä köyhtyvälle luostarille. Kirkolliskokous hyväksyi Isä Andreaxen idean lähteä tuottamaan tilaviiniä luostarin tiloissa. Kirkko ja viini ovat jo läpi historian kulkeneet käsi kädessä, mutta tilaviinien valmistus oli uusi valloitus. Avukseen Isä Andreas sai Timo Kettusen, toisen polven viinimestarin, jonka kanssa he yhdessä loivat Valamon viinit. Vaikka Isällä oli käytössään vuosien kokemuksen omaava mestari, niin kantapään kautta on viinivalmistus Valamossakin opittu.

**Edelleen miehen tausta kiinnostaa. Mikä suhde hänellä oli aiemmin viineihin. Oliko viini-ihmisiä ennen luostariin siirtymistään? Oliko hänellä viinisuosikkeja? Luterilainen helposti ajattelee, ettei kirkonmies saa maistella viinejä, näin ei ilmeisesti olekaan?**

Kaikki Valamon viinien reseptit ovat alkuperäisiä. Viinivalmistus aloitettiin Valamossa marraskuussa 1997, vain muutama vuosi sen jälkeen, kun viinivalmistus oli vapautunut lain nojalla. Ensimmäinen tuote, Valamon Punainen, on yhä Valamon myydyimpiä tuotteita. Se saa oman makuvivahteensa viinikellarin tammitynnyreissä, joissa home ja kosteus kertovat tynnyrien (Nyt en ymmärrä, ovatko siis tynnyrit homeessa? Kuvailua ja konkretiaa myös tähän lisää)- ei heikkoudesta, vaan hyvästä laadusta, kun tynnyrit hengittävät. Pihaa koristaa valtava, yli 10 000 litran tammitynnyri, jota Isä Andreas nimittää "joka pojan unelmaksi". (Mitä sillä on aiemmin tehty?) Tämä poikien unelma ei kuitenkaan enää ole toiminnassa, sillä suurin osa viineistä valmistetaan nykyään teräksisissä sammioissa. Vaikka kaikki viinivalmistuksen vaiheet on koneellistettu, niin Isä Andreas pitää silti tilaviinien valmistusta puhtaana käsityönä. "Viinin teko on taidetta. Se ei kypsy, se pitää kypsytää" toteaa Isä ja haroo mielteliäänä harmaata partaansa (Tässä on hienoa kuvailua).

Kahvittelun jälkeen Isä Andreas johdattaa meidät katsomaan valtavia viinisammioitaan. Matkalla huomamme, miten virallisen munkkikaavun alta paljastuvat, mitkäs muutkaan, kuin miltei jokaisen suomalaisen jalassa vilisevät crocsit. Isä Andreas naurahtaa. "Onhan näitä jo muutamat puhki kävelty". (Tässä on hienoa kuvailua!) Muutenkin hänen olemuksensa on rento ja hymykin pilkkaa usein miehen kasvoille hänen puhuessaan viineistä.

"Tämä paikka on viininteon sydän. Täältä kaikki alkaa ja tänne kaikki päättyy" toteaa Isä, ja osoittaa valtavia teräksisiä, viiden tuhannen litran viinisammioita ja varastoa tuhansine lasipulloineen. Tämän varaston kautta kulkee nykyisin vuosittain jopa 40 000 litraa viiniä. Isä Andreas kertoo meille tarkkaan viinin polun marjapelloilta pulloon. Valamon viinit valmistetaan puristetusta mehusta. Sillä marjan oma hiiva ei riitä, on hiivaa lisättävä. Sokeria lisätään maun takaamiseksi. "Jälkiruokaviinejä voi valmistaa oikeastaan mistä vain, sillä ne ovat niin sokerisia. Ruokaviinit sen sijaan, ne ovat todellista taidetta".

(Lisää tietoa: Onko omat marjaviljelykset, mitä marjoja, koska marjat poimitaan, koska viininteossa kiireisin aika, käytetäänkö mehua kuten tavallistakin viiniä - tämä kaikki kiinnostaa lukijaa, joka ei tiedä marjaviinien valmistamisesta mitään)

Isä Andreaksen työnkuva ei oikeastaan ole vuodanajoista riippuvainen. Päivärytmi tuntuu meistä jopa rankalta. Jo ennen kukonlaulua (eli mihin aikaan) Isä Andreas nousee vuoteesta ja osallistuu munkkien aamuisiin jumalanpalveluksiin. Päiväsaikaan hän hääriä viinien parissa. (eli mitä tekee?) Ilta päättyy jumalanpalvelukseen ja omaan rauhoittumiseen, jota Isä Andreas pitää tärkeänä osana päivärutiinejaan. (mitä rauhoittuminen käytännössä tarkoittaa, mietiskelyä, lukemista?) Nukkumaan hän pääsee usein vasta puolen yön maissa. Vaikka Isä johtaakin viinituotantoa, niin hän tunnustaa olevansa "joka paikan höylä", hoitaahan kaikkea viinin valmistuksesta markkinointiin. Aivan yksin ei Suomen suurinta viinivilaa pysty edes Isä Andreas pyörittämään. Apunaan hänellä on muutamia palkattuja työntekijöitä erilaisissa tehtävissä (kuinka monta työntekijää, tekemässä mitä ihan käytännössä?).

Isä Andreaksen mukaan ihmiset ovat ehkä liiankin skeptisiä tilaviinien suhteen. Kuva tilaviineistä saattaa muodostua vain yhden viinin perusteella, vaikka tilaviinien kirjo on todella laaja. Laatu- luokituksesta kysyttäessä Isä Andreas osoittaa tiukkuuttaan. Hän ei vain puolla laatuluokitusta, vaan jopa vaatisi sitä pakolliseksi. Jos jokainen tilaviinin valmistaja hakisi laatuluokitusta tuotteilleen, olisi mahdollista nostaa tilaviinien imagoa ja arvostusta.

(tämä on tosi kiinnostavaa, tästä haluaisi kuulla enemmänkin. Mikä laatuluokitus, kuka valvoisi, mitä käytännössä tarkoittaisi?)

Lama on ollut lähiaikoina jokaisen ihmisen huulilla. Isä Andreakselle se ei kuitenkaan ole kirošana, vaan jopa mahdollisuus. Hän uskoo, että laman myötä kotimaan matkailulla on oivalliset mahdollisuudet kasvuun. Matkailu onkin Valamon pääelinkeino ja 80 % turisteista on suomalaisia. Suomen sisällä kilpailu turisteista on kasvanut ja panokset ovat kovemmat. Isä Andreas uskookin, että tulevaisuudessa pienillä tilaviinitaloilla on heikot mahdollisuudet selviytyä, kun kilpailu yhä entisestään kiristyy. Hänen mukaansa tilaviinitalat voivat vielä kasvattaa volyymiaan, mutta uusia tiloja syntyy yhä entistä vähemmän.

Kysyessämme Isä Andreas tunnustautuu itsekin suureksi viinin ystäväksi. Pieni pilke silmäkulmassa hän toteaa, etteivät viinit ole hänelle ainoastaan ammatti. Isän jäyhän arvokkaan olemuksen ja lempeän katseen takana piilee vuosien tuoma järki ja kokemus, jotka kiteytyvät hänen käsissään Valamon viineihin.

**(Kiinnostavaa! Konkretiaa, mistä viineistä pita, juoko ollenkaan enää ulkomaisia rypäleviinejä)**

Liite 2: Kolmas versio artikkelista viinilehdelle Koiviston korjausehdotuksilla

[Otsikko]

[Ingressi]

[Toimittaja ja kuvaaja]

//juttu alkaa//

Olemme saapuneet Valamon luostariin Heinävedelle. On vaikeaa uskoa, että tämä hiljaisuuden ja rauhallisuuden tyyssija on yksi Suomen suosituimmista matkailukohteista, sillä aamuvarhaisella paikka näyttää varsin autiolta. [Voisiko tässä kuvailla maisemaa ja rauhallista tunnelmaa muutamalla sanalla?] Missään ei näy ristin sielua.

Emme ole kuitenkaan ajaneet Heinävedelle asti ihastellaksemme Valamon luostarin rauhaa vaan maistellaksemme sen viinejä. Valamo on Suomen suurin tilaviinien tuottaja.

Hunajantuoksuissa viinipuodissa meidät ottaa vastaan mustaan munkkikaapuun pukeutunut arvokas herra, jonka harmaan parran ja kirkkaiden silmien takaa loistaa vuosien kokemus ja näkemys. Pelonsekaisin tuntein pohdin, että Isä Andreaxsen katseen viisaus ja hehku on voinut syntyä vain suuresta hengellisestä valaistumisesta, mutta yllätyksekseni Isän tarina onkin hieman toisenlainen. Arkisempi.

”Luostariin siirtyminen ei ollut minulle vain hengellinen herätys vaan pitkän harkinnan tulos, yksinkertaisesti ’tapa tehdä jotakin’. Päädyin luostariin yli kymmenen vuotta sitten toimitusjohtajan palliilta, [miksi halusi jättää toimitusjohtajan työn?], Isä juttelee rauhallisesti.

Elämänmuutoksen kautta ja uusien haasteiden etsimisen myötä entisestä markkinoinnin ammattilaisesta tuli munkki. Isä Andreas löysi luostarista oman paikkansa.

Isä Andreas ei ole vain uskonnollinen isä vaan myös Valamon viinien luoja.

”Yhden miehen ideasta tämä lähti liikkeelle”, Isä Andreas kertoo johdattaessaan meitä pihamaan poikki kohti viinikellaria.

Tuolloin [koska?] taloudenhoitajana toiminut Isä Andreas oli joutunut tilanteeseen, jossa piti miettiä rahanlähteitä köyhtyvälle luostarille. Kirkolliskokous hyväksyi Isän idean lähteä tuotta-

maan tilaviiniä luostarin tiloissa. Kirkko ja viini ovat läpi historian kulkeneet käsi kädessä, mutta tilaviinien valmistus oli sille uusi valloitus. Avukseen Isä Andreas sai Timo Kettusen, toisen polven viinimestarin [mistä Timo Kettunen tuli, oliko hänellä kokemusta tilaviinien tekemisestä vai rypäleviineistä], jonka kanssa hän lähti kehittämään luostarin omia viinejä.

Valamon viinien herukat tulevat lähinnä omilta pelloilta, joilta ne koneellisesti kerätään. Muut marjat ostetaan lähialueen tuottajilta. Kerätyt marjat pakastetaan homehtumisen estämiseksi ja mehustetaan. Kaikki Valamon tilaviinit valmistetaan puristetusta mehusta. Hiivaa lisätään, sillä marjan oma hiiva ei riitä käymiseen. Sokeria lisätään maun takaamiseksi.

”Jälkiruokaviinejä voi valmistaa oikeastaan mistä vain, sillä ne ovat niin sokerisia. Ruokaviinien tekeminen on sen sijaan todellista taidetta.”

Lopulta viinivalmistus on hyvin samankaltaista kuin rypäleviinienkin.

Vaikka Isällä oli apunaan vuosien kokemuksen omaava mestari, opittiin viinivalmistus Valamos-sakin kantapään kautta [mitä mutkia matkan varrella on ollut?]. Yhden valmiin reseptin hinta käy niin korkeaksi, ettei turhille virheille ole varaa [mitä tämä käytännössä tarkoittaa?]. Valmistusvaiheet kirjataan aina vaihe vaiheelta ylös, ja raaka-aineet mitataan tarkasti. Kaikki Valamon viinien reseptit ovat alkuperäisiä [mitä alkuperäisellä tässä tarkoitetaan?]. [Tämä koko kappale jää vähän hämäräksi ja ympäripyöreäksi, tähän pitäisi saada konkretiaa ja esimerkkejä mukaan.]

Viinivalmistus aloitettiin Valamossa marraskuussa 1997, vain muutama vuosi sen jälkeen, kun viinivalmistus tuli Suomessa lailliseksi. Ensimmäinen tuote, Valamon Punainen, on yhä luostarin myydyimpiä tuotteita. Se saa oman persoonallisen makunsa viinikellarin tammitynnyreissä. Puun pinnalla riehuvat home ja kosteus kertovat tynnyrien laadusta eli niiden hengittävytydestä. [Voisiko viiniä kuvailla vähän tarkemmin? Väri, tuoksu, maku? Mitä siitä tulee mieleen?]

[Tietoa muista viineistä?]

Vaikka kaikki viinivalmistuksen vaiheet on koneellistettu, pitää Isä Andreas tilaviinien valmistusta puhtaana käsityönä. [Mitä tämä tarkoittaa käytännössä?]

”Viinin teko on taidetta. Viini ei kypsy, se pitää kypsyttää [mitä tämä tarkoittaa käytännössä?].”

Viinikellarista jatkamme matkaa kohti varastorakennuksia. Pihaa koristaa valtava, yli 10 000 litran tammitynnyri, jota Isä Andreas nimittää ”joka pojan unelmaksi”. Tämä poikien unelma, jossa aikanaan viiniä valmistettiin, ei kuitenkaan enää ole käytössä, sillä suurin osa viineistä valmistetaan nykyään terästankeissa.

”Tämä paikka on viininteon sydän. Täältä kaikki alkaa, ja tänne kaikki päättyy”, Isä sanoo osoittaen 5 000 litran viinisammioita ja tuhansia varastossa lepäviä lasipulloja.

Varastorakennus on suuri muttei riittävä, sillä Valamon varaston kautta kulkee nykyisin vuosittain jopa 40 000 litraa viiniä. Vähintään toiselle samanlaiselle tilalle olisi jo tarvetta.

Lama on ollut lähiaikoina kaikkien huulilla. Kotimaan matkailulle se tarjoaa toisaalta mahdollisuuden, samoin kuin Valamon luostarille, jonka vieraista 80 prosenttia on suomalaisia. Toisaalta kotimaan sisäinen kilpailu turisteista tulee heikentämään pienten tilaviinitilojen selviytymismahdollisuuksia entisestään. Isän mukaan tilaviinitilat voivat vielä kasvattaa volyymiaan, mutta uusia tiloja syntyy valitettavasti yhä vähemmän.

Isä Andreaxsen mukaan ihmiset ovat ehkä liiankin skeptisiä tilaviinien suhteen. Kuva tilaviineistä saattaa muodostua vain yhden viinin perusteella, vaikka tilaviinien kirjo on todella laaja. Laatu-  
luokitusten suhteen Isä Andreas pysyy tiukkana.

”En vain puolla laatuluokitusta. Vaatisin sen pakolliseksi” .

Isä Andreaxsen mukaan tilaviinien imagoa ja arvostusta olisi mahdollista nostaa, jos jokainen tilaviinin valmistaja hakisi tuotteilleen laatuluokituksen.

Tällä hetkellä laatuluokituksen hankkiminen on täysin vapaaehtoista, ja rahan lisäksi sen hankkiminen maksaa vaivaa. Vuosi vuodelta laatuluokituksen hakeminen on kuitenkin tullut suositummaksi, sillä se on myös yrittäjälle oiva tapa saada puolueetonta tietoa viiniensä laadusta.

Viinien ja jumalanpalvelusten yhdistäminen ei taida olla Suomessa ihan tavallista, mutta millaista on munkin tavallinen arki suomalaisella viinitilalla?

Isä Andreaxsen työnkuva ei oikeastaan ole vuodanajoista riippuvainen. Viiniä valmistetaan kaikkina vuodenaikoina. Vaikka Isä johtaakin viinituotantoa, hän tunnustaa olevansa ”joka paikan höylä”, joka hoitaa kaiken viinin valmistuksesta markkinointiin. Aivan yksin ei Isä Andreas pysty Suomen suurinta viinitilaa pyörittämään. Apuna on muutamia palkattuja työntekijöitä viinipuodissa sekä viininvalmistuksen eri vaiheissa.

Joka päivä kello viiden jälkeen Isä nousee vuoteesta ja osallistuu munkkien aamuisiin jumalanpalveluksiin. Päiväsaikaan hän hääää viinien parissa. Ilta päättyy jumalanpalvelukseen ja rauhoittumiseen, jota Isä Andreas pitää tärkeänä osana päivärutiinejaan. Rauhoittuminen on Isän omaa aikaa, jonka hän pyhittää lähinnä lukemiseen, mietiskelyyn ja musiikin kuunteluun. Nukkumaan hän ehtii usein vasta puolen yön maissa. Ja voi munkki silloin tällöin nauttia vähän viiniäkin.

[Saisiko jutulle uuden fiilistelylopun, joka ei olisi niin Helsinki-painotteinen?]

Liite 3: Koiviston arviointi yhteistyöstämme, artikkelin kirjoittamisesta ja artikkelin kirjoituksen prosessista

Palaute

Henna-Riikka Honkanen ja Erika Rönnblad

1. Oliko yhteydenpito luontevaa?

Kyllä / ei. Miksi?

Henna-Riikka ja Erika ottivat alkujaan tammikuussa yhteyttä sähköpostilla, minkä jälkeen tapasimme kerran, helmikuun alussa. Muu viestintä hoidettiin sähköpostilla, kuten alalla yleensäkin on tapana. Minusta kaikki sujui luontevasti.

2. Vastasiko artikkeli tehtävänantoon?

Kyllä / ei. Miksi?

Pääpiirteissään kyllä. Henna-Riikka ja Erika olivat tehneet jo jutun ensimmäiseen versioon kaikki osaset, jotka tuohon juttutyyppiin kuuluvat ja joista oli sovittu. Täytyy kuitenkin muistaa, että Viini-lehti on erikoislehti ja lukijat hyvin perehtyneitä aihepiiriin. Vaadimme myös itse tekstiltä paljon. Paitsi että jutun pitää antaa tietoa, sen täytyy myös viihdyttää ja luoda tunnelmia. Jutun ensimmäisistä versioista näki, etteivät kirjoittajat olleet kirjoittamisen ammattilaisia, mikä tietenkin on luonnollista, mutta vaati meiltä toimituksessa paljon editointityötä.

3. Tekisitkö uudestaan yhteistyötä Laurean opiskelijoiden kanssa tähän työhön perustuen?

Kyllä / ei. Miksi?

Miksipä ei, sillä innokkaiden nuorien opiskelijoiden kanssa on opettavaista työskennellä. Suomisarja kuitenkin päättyy, ja muut toimituksen ulkopuolelta tilattavat jutut tekevät viinialan ammattilaiset. Meillä ei ole ensi vuonna juttutyyppejä, joka sopisi samankaltaiseen projektiin.

4. Olitko tyytyväinen artikkelin kirjoituksen prosessiin kokonaisuutena?

Kyllä / ei. Miksi?

Olin iloinen, että Henna-Riikka ja Erika ottivat rohkeasti ja oma-aloitteisesti yhteyttä useamman kerran prosessin aikana tarkennuksia kysyäkseni. Olisin kuitenkin toivonut, että editointivaiheessa toimituksen tekstin lomaan lisättyihin kysymyksiin olisi vastattu. Toimittajan työssä on aivan tavallista tarkentaa haastateltavilta faktoja useammankin kerran kirjoitustyön lomassa.



5. Tunsitko, että opiskelijoita tuli ohjailla paljon projektin edetessä?

Kyllä / ei. Miksi?

Kyllä, tietenkin, mutta se on tavallista. Toimituskulttuurimme perustuu sekä ennakoivaan editointiin ja varsinaiseen editointiin. Tämän vuoksi käymme ohjaavaa keskustelua myös vakituisten avustajiemme kanssa.

6. Oliko aikataulu toimiva? Valmistuiko kaikki ajallaan?

Kyllä / ei. Miksi?

Alkujaan olimme sopineet tilavierailun tapahtuvan 6.8., mikä viivästyi kolme viikkoa. Tekstin ensimmäinen versio kuitenkin tuli ajallaan, joten editointi toimituksessa pääsi alkamaan ajallaan.

7. Näkyikö mielestäsi opiskelijoiden aikaisempi osaaminen tilaviineistä tai artikkelin kirjoitukselta Viinilehden artikkelinkirjoitus prosessissa?

Kyllä / ei. Miksi?

Valitettavasti yllättävän vähän. Koska Viini-lehteä lukevat viiniharrastajat, he kaipaavat tietoa viininteon teknisestä puolesta ja sitä olin odottanut artikkelissa olevan enemmän. Kun editointivaiheessa tekstin lomaan lisättiin kysymyksiä tarkennettavaksi, niihin ei osattu vastata.

8. Kokonaisarvosana asteikolla 1-5 (1 = välttävä, 5 = kiitettävä) perusteluineen.

Artikkelista

4. Jutun tietopuoleen panostaminen olisi nostanut arvosanaa.

Yhteistyöstä kokonaisuudessaan

4. Yhteistyö oli luontevaa, opiskelijat olivat kiinnostuneita ja innostuneita. He ottivat aktiivisesti yhteyttä ja kysyivät tarkennuksia artikkeliin. Arvosanaa olisi vielä nostanut, jos pyydettyihin tarkennuksiin olisi etsitty vastaukset.

9. Vapaa sana:

Jos Henna-Riikka ja Erika ovat kiinnostuneita lehtityöstä, suosittelen harjoittelua tai muunlaista yhteistyötä alkuun esimerkiksi paikallislehdessä. Pienten uutisjuttujen kirjoittaminen kehittää ilmaisua ja auttaa hahmottamaan asioista lukijan kannalta olennaisimman.

#### Liite 4: Valamon haastattelua varten valmistetut kysymyspohjat

##### Kysymykset Valamon viinitilalle, haastattelu 1:

- Kuinka paljon viiniä tuotetaan vuositasolla?
- Miten myynti jakaantuu? (suoraan tilalta myytävät, Alkon kautta tilatut, ravintoloille tilatut, kirkoille tilatut)
- Miten viininvalmistusprosessi toimii?
- Mistä tulevat raaka-aineet?
- Mitä eettisiä arvoja Isä Andreas näkee omassa työssään ja viininvalmistuksessa?
- Mistä viininvalmistusidea sai alkunsa?
- Kuinka paljon sato vaikuttaa tuotannon laajuuteen?
- Minkälaiset tulevaisuudennäkymät alalla on?
- Kuinka tärkeäksi Isä kokee matkailun ja sen vaikutuksen alalla?
- Miten uskoo laman vaikuttavan myyntiin ja matkailuun?
- Mitä uhkia viinitilallisella on tänä päivänä? Onko kilpailua paljon?

##### Kysymykset Valamon viinitilalle, haastattelu 2 :

- Mitä tehdään eri vuodenaikoina?
- Millainen on Isä Andreaxen "normi" päivä?
- Mikä oli ensimmäinen tilaviinituote? Mikä on myydyin tuote?
- Mitä erilaisia myyntikikkoja Valamo hyödyntää vai myykö tuote itse itseään?
- Miksi? Mikä tekee viininvalmistuksesta vaivan arvoista?
- Mielenpide laatuluokituksesta?
- Mille alueelle kirkkoviini tehdään ja mistä rypäleestä?
- Missä kaikkialla myydään Valamon viinejä?