

# DRINKKILISTA LEPAAN KARTANON TILAUSRAVINTOLALLE

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailun ala  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma  
Majoitustoiminnan suuntautumisopinnot  
Opinnäytetyö AMK  
Kevät 2011  
Miia Huupponen

Lahden ammattikorkeakoulu  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

HUUPPONEN MIIA, Drinkkilista Lepaan kartanon tilausravintolaan

Majoitustoiminnan opinnäytetyö 33 sivua, 27 liitesivua

Kevät 2011

TIIVISTELMÄ

---

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena on luoda drinkkilista sekä pieni henkilökunnan opasvihko toimeksiantajalleni Lepaan matkailupalveluille. Lista ja opas tulevat käyttöön Lepaan matkailupalveluiden tilausravintolaan, Lepaan kartanoon. Listaan tulevissa juomasekoituksissa hyödynnetään mahdollisimman paljon Lepaan viinitilan omia tuotteita sekä ravintolan tämänhetkistä tuotevalikoimaa. Opasvihko auttaa ravintolassa työskenteleviä tarjoilijoita juomasekoituksien valmistamisessa ja sisältää tarkempaa tietoa juomasekoituksien sisällöstä sekä Lepaan viinitilan tuotteista. Kohderyhmänä drinkkilistan suunnittelussa ovat 30–40-vuotiaat asiakkaat, jotka edustavat suunnilleen koko asiakaskunnan keskiarvoa.

Toiminnallinen opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta sekä toiminnallisesta työstä. Teoriaosuudessa käsitellään tuotekehitystä, aistinvaraista arviointia, miksologiaa sekä drinkkilistan suunnittelun teoriaa. Toiminnallisen osuuden tavoitteena on luoda toimiva drinkkilista, jonka avulla Lepaan viinitilantuotteet saisivat lisää tunnettuutta ja juomasekoitusten myynti ravintolassa kasvaisi. Vihkosen avulla tarjoilijat saavat lisätietoja listan juomasekoituksista.

Drinkkilistan juomasekoitukset päätettiin yhdessä seitsemän henkisen raadin kanssa. Toimeksiantajan toiveesta karsimme juomasekoitusten määrän 14:sta kahdeksaan juomasekoitukseen. Näistä kahdeksasta juomasekoituksesta kaksi on shotteja ja kaksi alkoholittomia, loput ovat pitkiä, alkoholillisia juomasekoituksia. Kaikki listan juomasekoitukset ovat helposti ja nopeasti valmistettavia. Ohjevihosta tuli tiivis ja kattava paketti, josta henkilökunnan on helppo ja nopea etsiä esimerkiksi asiakkaan makuun sopivaa juomasekoitusta. Ohjevihosta löytyy esimerkiksi vinkkejä baarityöskentelyyn sekä tunnettujen juomasekoitusten ohjeita.

Avainsanat: Tuotekehitys, drinkkilista, juomasekoitus, miksologia, aistinvarainen arviointi.

Lahti University of Applied Sciences  
Degree Programme in Tourism Management

HUUPPONEN MIIA, Drinklist to Lepaa manor restaurant

Bachelor's Thesis in Hospitality management. 33 pages, 27 appendices

Spring 2011

## ABSTRACT

---

The purpose of this functional thesis is to create a drink list and a guide booklet for Lepaa Travel. The goal is to create a drink list for a restaurant which is open only by prearrangement, but Lepaa Travel can also use the list in other restaurants in the area.

As requested by Lepaa Travel, the drinks have been created around Lepaa Wine Estates' own products to build up the brands. The guide booklet introduces the reader to the local products and gives advice on how to properly create the drinks. The drink list is targeted for 30-40 year-old customers as they represent an average customer.

The functional thesis consists of two parts; theory and functional. The theory part contains product development, mixology, sensory analysis and the theory of developing a drink list. The functional part covers the development of the drink list and the guide booklet.

The drink list was compiled with an evaluation group of seven people. On Lepaa Winery's request the amount of drinks was cut from fourteen to eight. Two of the drinks are shots and two non-alcoholic beverages. The rest are long alcoholic mixtures. All the drinks can be made easily and quickly. The guide booklet is a compact information package which helps the staff to search for a suitable drink for the customer. The guide booklet also gives advice on how to work in a bar and introduces the reader to some well-known mixtures.

Key words: product development, mixology, sensory analysis, drink list

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Työn tausta ja tavoitteet	1
1.2	Opinnäytetyön menetelmä	3
2	TOIMEKSIANTAJAN JA YHTEISTYÖKUMPPANIN ESITTELYT	4
2.1	Lepaan matkailupalvelut	4
2.2	Viinitila ja sen tuotteet	5
2.2.1	Hedelmä- ja marjaviinit	6
2.2.2	Hedelmä- ja marjaliköörit	8
2.2.3	Siiderit, tisleet ja limonadit	8
3	TUOTEKEHITYS	10
3.1	Käynnistäminen	13
3.2	Luonnostelu	14
3.3	Kehittäminen	15
3.4	Viimeistely ja tuotannon aloittaminen	16
4	AISTINVARAINEN ARVIOINTI	17
4.1	Aistinvarainen arviointi – olennainen osa tuotekehitystä	17
4.2	Kaikki aistit töissä	18
4.3	Menetelmät	18
4.4	Raadin valinta	19
4.5	Mieltymysten mittaaminen	20
5	DRINKKILISTAN LAATIMINEN	20
5.1	Lista liike-idean mukaan	21
5.2	Miksologia - taito sekoittaa juomia ja kehittää uusia makuja.	22
6	OPINNÄYTETYÖPROSESSIN KULKU JA TULOKSET	25
6.1	Tuotekehityksen vaiheet opinnäytetyössäni	25
6.2	Tulokset	26

7	YHTEENVETO JA ARVIOINTI	28
	LÄHTEET	30
	LIITTEET	33

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Työn tausta ja tavoitteet

Tarkoitukseni on tehdä toiminnallinen opinnäytetyö, jonka tuloksena syntyy drinkkilista ja pieni opasvihko juomasekoituksia tekeville. Drinkki-sana on yleisnimitys periaatteessa mille tahansa juomasekoitukselle, etenkin alkoholipitoiselle, ja drinkkilista voi olla esimerkiksi pieni vihko tai A4-paperi, jossa on esiteltynä kyseisen baarin juomavalikoima. Itse käytän tässä työssäni drinkki-sanaa vain drinkkilistan yhteydessä ja muuten kutsun drinkkejä yleisnimityksellä juomasekoitus.

Toimeksiantajani on Lepaan matkailupalvelut, ja drinkkilista tulee Lepaan matkailupalveluiden tilausravintolalle. Drinkkilista on tarkoitus tehdä hyödyntäen pääasiassa Lepaan viinitilan omia tuotteita sekä ravintolan tämänhetkistä juomavalikoimaa. Lisään listaan myös muutamia tunnettuja klassikkojuomasekoituksia.

Syy miksi tämä aihe minua kiehtoo, on drinkkilistan tarpeellisuus. Juomasekoitusten ja ylipäätään kaikkien alkoholijuomien menekki on kartanon tilausravintolassa tällä hetkellä vähäistä. Tavoitteena on listan avulla parantaa tuotemyyntiä niin tilausravintolassa kuin viinimyymälässäkin ja tehdä samalla juomasekoitusten avulla ihmisille tunnetummaksi Lepaan tuotteita ja niiden käyttömahdollisuuksia. Ihanteellista olisi, jos asiakas maistaisi juomasekoitusta ja haluaisi sen vuoksi ostaa itselleen tuotteen, jota kyseisessä juomassa on käytetty. Lepaan matkailupalveluiden tarkoituksena on myös markkinoida asiakkaille juomasekoituksia jo tilausvarausvaiheessa ja saada niitä sitä kautta myydyksi. Listaa on mahdollista kartanon lisäksi hyödyntää myös Lepaan alueen muissa juhla- ja kokoustiloissa. Lista on myös tärkeä myynninväline henkilökunnalle. Listan avulla he saavat selkeät ohjeet juoman valmistamiseen ja heidän on helpompi suositella asiakkaille erilaisia juomia, kun heillä on valmis lista, josta asiakkaan on mahdollista valita. Tilausravintolassa työskentelee paljon sellaisia henkilöitä joilla ei ole ravintola-

alan koulutusta, eikä heillä välttämättä ole kokemusta juomasekoitusten teosta ja myynnistä. Suurin osa ravintolassa työskentelevistä on suorittanut tai on suorittamassa matkailualan perustutkintoa, jossa baarissa työskentely ja juomasekoitukset käydään läpi vain pintapuolin.

Idean opinnäytetyön aiheesta sain kesällä 2010 työskennellessäni Lepaan matkailupalveluilla. Havaitsin, että alkoholijuomavalikoima on Lepaan kartanon tilausravintolassa laaja, mutta sitä ei osata hyödyntää ja siksi tuotteet eivät paljoa kulu. Pohdimme työkaverini kanssa, miten saisimme alkoholituotteita paremmin kaupaksi ja miten Lepaan viinitilan omia tuotteita voisi hyödyntää ja myydä asiakkaille. Keksimme, että ravintolasta puuttuu drinkkilista. Kypsyttelin aihetta hieman ja päätin, että teen aiheesta opinnäytetyöni. Yhdessä työkaverini kanssa tutkimme, millaisia juomasekoituksia on jo olemassa, ja pohdimme, mitkä Lepaan tuotteet sopisivat parhaiten juomasekoituksiin. Kesän loputtua päätimme, että teen listan kokonaan itse, sillä asumme eri paikkakunnilla ja tiedämme, että yhteistyön tekeminen olisi hankalaa.

Asiakaskunta tilausravintolassa on laaja, noin 25-vuotiaista 70-vuotiaisiin, mutta koska makumieltymykset saattavat olla hyvin erilaisia ikäjakautuksen eri päissä, olen päättänyt rajata kohderyhmäksi 30–40 -vuotiaat asiakkaat. Lista on tarkoitus tehdä mahdollisimman helppoja ja yksinkertaisia juomasekoituksia, jotta henkilökunnan on niitä helppo toteuttaa nopeasti ja baarissa, joka ei ole varusteltuun kovin monipuolinen. Esimerkiksi kaikki listan juomasekoitukset tulevat olemaan ravistettavia tai rakennettavia, sillä tilausravintolan baarissa ei ole mahdollista valmistaa juomasekoituksia, jotka tarvitsisivat koneellista ravistusta (Dominé 2009, 88–89). Juomasekoituksiin ei myöskään pääsääntöisesti tule koristeita, sillä niiden tekeminen ja säilyttäminen olisi baarissa hankalaa tilanpuutteen ja vähäisen menekin vuoksi. Ainoastaan etukäteen, esimerkiksi alkumaljoiksi tilattuihin juomasekoituksiin voidaan laittaa koriste. Silloinkin se on yksinkertainen limetin tai appelsiinin viipale. Kaikille juomasekoituksille on tarkoitus myös keksiä nimet, jotka jotenkin liittyvät Lepaaseen.

Tässä opinnäytetyössä kuvaan tuotekehitysprosessia, jonka tuloksena on siis drinkkilista asiakkaille ja pieni opasvihko, jossa on henkilökunnalle tarkempaa tietoa esimerkiksi listalla olevista juomasekoituksista ja niiden valmistamisesta.

## 1.2 Opinnäytetyön menetelmä

Vilka ja Airaksinen (2003, 9) muistuttavat, että toiminnallisen opinnäytetyön olisi hyvä olla muun muassa käytännönläheinen ja työelämälähtöinen. Toiminnallinen opinnäytetyö tavoittelee ammatillisessa kentässä jonkin käytännön toiminnan opastamista, ohjeistamista järjestämistä tai järjeistämistä. Työn tuloksena on aina toimeksiantajalle tehtävä, jokin konkreettinen tuotos, kuten esimerkiksi perehdyttämisopas tai tapahtuma, sekä kirjallinen raportti tuotoksen teosta. Tuotoksen toteutustapa voi kohderyhmästä riippuen olla esimerkiksi kansio, näyttely, vihko tai vaikkapa kirja. Tavoitteena kaikissa toiminnallisissa opinnäytetyöissä on kuitenkin se, että tavoitellaan ammatillisessa kentässä muun muassa käytännön toiminnan järjeistämistä, ohjaamista ja opastamista. (Vilka & Airaksinen 2003, 9.)

Toteutan opinnäytetyöni toiminnallisella opinnäytetyömenetelmällä, sillä tarkoitukseni on tuottaa konkreettinen lopputulos, drinkkilista ja ohjevihko. Aihe on työelämälähtöinen, ajankohtainen ja käytännönläheinen, sillä tällä hetkellä juomasekoituksia menee baarissa vähän ja asiaan pitäisi saada parannus. Asiakkaat kyselevät Lepaan tuotteista tehtyjä juomasekoituksia, mutta koska henkilökunta ei osaa niitä tehdä, joutuu asiakas tyytymään esimerkiksi siideriin tai olueen. Teen drinkkilistasta perinteisen paperisen version, josta asiakkaat voivat juomasekoituksia etsiä, sekä toisen paperisen version henkilökunnalle, jossa on tarkemmin selitetty esimerkiksi, miten juoma valmistetaan.

Maistatustilanteessa pyydän maistajia täyttämään kyselylomakkeen kustakin juomasekoituksesta, joten käytän apuna myös laadullista tutkimusmenetelmää. Laadullisen tutkimusmenetelmän avulla saan parhaiten kerättyä asiakkailta juurin sen tiedon, josta on minulle eniten hyötyä, sillä haluan kirjoittamatonta faktatietoa



asiakkailta. Toiminnallisessa opinnäytetyössä laadullisella tutkimusmenetelmällä hankittuja tietoja ei välttämättä tarvitse analysoida, vaan niitä voidaan käyttää lähteinä sellaisenaan. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 63–64.) Minä en analysoi saamiani tuloksia kovinkaan tarkkaan, sillä en tarvitse tietoa esimerkiksi siitä, miksi kukin raadin jäsenistä valitsi juuri tietyt juomasekoitukset, vaan saan tarvittavat tiedot helposti laskemalla, mikä juomasekoitus on saanut eniten ääniä.

## 2 TOIMEKSIANTAJAN JA YHTEISTYÖKUMPPANIN ESITTELYT

Hattulassa, Lepaalla, toimii Hämeen ammattikorkeakoulun Lepaan yksikkö. Lepaalla toimii puutarhaoppilaitoksen lisäksi muun muassa viini- ja puutarhamyymälä, jossa tuotetaan viinejä ja myydään Lepaan omia tuotteita viineistä omenapuihin, Lepaa golf, sekä Lepaan matkailupalvelut, joka tarjoaa mm. hostelitasoista majoitusta, pitopalvelutoimintaa sekä ohjelmapalveluita, kuten viininmaistatusta ja puutarhakierroksia. (HAMK 2010.)

Matkailupalvelut ja viinitila kuuluvat molemmat Hämeen ammatillisen korkeakoulutuksen kuntayhtymään. Lepaan matkailupalveluiden ja viinitilan työntekijät vastaavat pääasiassa viinitilasta ja sen yhteydessä olevasta myymälästä, Lepaa golfin caddiemasterista, matkailupalveluista, majoitustilojen siivouksesta, sekä Lepaan kartanon tilausravintolasta. (Vaalgamaa 2010.)

### 2.1 Lepaan matkailupalvelut

Lepaan matkailupalvelut pyörittää pääasiassa Lepaan kartanossa sijaitsevaa tilausravintolaa ja järjestää lisäksi erilaisia ohjelmapalveluita, kuten esimerkiksi viininmaistatusta ja puutarhakierroksia. Kaikki palvelut ovat suurilta osin toiminnassa myös talvisin, mutta tilausten ja tapahtumien pääpaino on kesällä. Kesäisin tilaisuudet kostuvat pääasiassa erilaisista ruokailuista, kahvituksista ja perhejuhlista, kun taas keväisin ja syksyisin tilaukset koostuvat erilaisista kokouksista ja yri-

tysjuhlista. Asiakkaiden ikäjakauma on hyvin laaja, mutta pääasiassa asiakkaat ovat iältään noin 25–70-vuotiaita.

Lepaan matkailupalveluiden tilausravintola sijaitsee alun perin 1300-luvulla rakennetussa kartanossa, Lepaan virran rannalla. Lepaan viimeinen yksityinen omistaja Karl Fredrik Packalén nai Heimbürgerin lesken ja sai itselleen Lepaan alueen ja samalla siis myös kartanon vuonna 1850. Heillä ei ollut lainkaan lapsia, joten Packalén testamenttasi tilan valtiolle sillä ehdolla, että Lepaalle perustetaan puutarhaoppilaitos. Valtion omistukseen Lepaan kartano ja sen maat siirtyivät vuonna 1902, ja puutarhaopetus alkoi vuonna 1912. Puutarhaoppilaitoksen aikana kartanossa on asunut rehtoreita ja yliopettajia perheineen. (HAMK 2010.)

2000-luvun alkupuolella kartano remontoitiin tilausravintolaksi. Kartanossa on viisi eri salia: buffet-sali, sininen antiikkisali, keltainen antiikkisali, keltainen kokoussali sekä vihreä kokoussali. Ruokailupaikkoja kartanolla on yhteensä noin 120 hengelle. Tarvittaessa kaikki salit saadaan yhtenäiseksi tilaksi avaamalla kaikki väliovet. Tämä mahdollistaa isojenkin juhlien järjestämisen.

## 2.2 Viinitila ja sen tuotteet

Viinitila on toiminut Lepaalla jo vuodesta 1995 lähtien, ja se on kunnostettu vanhaan navettarakennukseen. EU:n myötä pienimuotoinen, luvanvarainen ja kaupallinen hedelmä- ja marjaviinien sekä -liköörien ja tisleiden valmistus Suomessa tuli mahdolliseksi. Pääraaka-aineina Lepaan tuotteissa käytetään herukoita ja omenoita, mutta myös esimerkiksi vadelmista, variksenmarjoista ja puolukoista tehdään erilaisia tuotteita. Osa viinien raaka-aineista on Lepaan omaa tuotantoa, mutta osa ostetaan lähiseudulla olevilta tuottajilta. (HAMK 2010; Virtanen 2011.)

Tuotevalikoimaan kuuluu erilaisia hedelmä- ja marjaviinejä, siidereitä, liköörejä ja limonaadeja (liite 1). Tällä hetkellä viinituotantotilojen säiliökapasiteetti on noin 35 000 litraa, ja tuotteita on yhteensä yli 50. Kesällä 2010 myyntiin valmistettiin noin 20 erilaista tuotetta. Tulevaisuudessa, ehkä jo kesällä 2011, on tulossa myyntiin ainakin muutama uusi tuote, kuten esimerkiksi mesimarjalikööri ja calvados-tyyppinen tisle. Valikoima vaihtelee esimerkiksi raaka-aine saannin ja kysynnän

mukaan. Hämeen ammatti-instituutti kouluttaa Lepaalla myös viinituotannon ammattilaisia. Koulutuksessa käydään läpi esimerkiksi hedelmä- ja marjaviinien, siidereiden, liköörien sekä tisleiden valmistus. (HAMK 2010; Virtanen 2011.)

Lepaan hedelmä- ja marjaviinejä, siidereitä sekä virvoitusjuomia voi ostaa suoraan viinitilan myymälästä. Likööreitä ei lainsäädännöllisistä syistä saa viinitilalta myydä, mutta niitä pystyy ostamaan Hämeenlinnan Alkoista sekä muista Alkoista tilaustuotteena. Lepaan tuotteita toimitetaan rajoitetusti myös eräisiin helsinkiläisiin, suomalaiseen ruokakulttuuriin erikoistuneisiin ravintoloihin, kuten ravintola Nokkaan. (Vaalgamaa 2010.)

### 2.2.1 Hedelmä- ja marjaviinit

Niin Suomessa kuin monessa muussakin maassa viinirypäleiden kasvatusta on ilmastosta vuoksi hyvin hankalaa ja tämän vuoksi rypäleviinien teko ei ole mahdollista. Suomessa hedelmä- ja marjaviinien teko sen sijaan on mahdollista, sillä Suomessa kasvaa kymmeniä erilaisia luonnonmukaisia marjalajeja. Pääasiassa 16:tta lajia käytetään kaupallisiin ja kotitalouksien tarpeisiin. Alkoholiteollisuuden, eli pääasiassa hedelmä- ja marjaviinien sekä liköörien valmistukseen, marjoja menee noin 0,5 miljoonaa kiloa vuodessa. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005.)

Kansallinen asetus alkoholijuomista ja väkiviinasta (1344/1994, 1§) määrittelee hedelmäviinin seuraavasti:

*Hedelmäviinillä tarkoitetaan mietoa alkoholijuomaa, joka on valmistettu pääasiassa tuoreista tai kuivatuista marjoista tai hedelmistä tai niistä valmistetuista täysmehuista taikka täysmehutiivisteistä ja jonka aistinvaraiset ominaisuudet ovat pääasiallisesti peräisin valmistukseen käytetyistä raaka-aineista tai valmistuksessa käytetyistä aromiaineista.*

Hedelmä- ja marjaviinit valmistetaan samaan tapaan kuin rypälewiinitkin, mutta yleensä käymään laitettavaan mehuun lisätään sokeria, sillä hedelmät ja marjat ovat hyvin hapokkaita sokeripitoisuuteen verrattuna, ja tästä syystä ei riittävää alkoholipitoisuutta saavuteta ilman sokerin lisäystä. (Nylund 1984, 74.) Euroopan unionissa "viini" on juridisesti määritelty tarkoittamaan vain käynnyttä viinirypäleistä saatua mehua. Hedelmä- ja marjaviinejä ei saa kutsua sanalla viini, ilman että viini-sanana eteen on liitetty hedelmä- tai marjaviinin pääraaka-aine, esimerkiksi omenaviini. Jos tuotteella ei ole yhtä pääasiallista raaka-ainetta, voidaan raaka-aine korvata sanalla hedelmä tai marja, kuten esimerkiksi marjaviini. Myös tilaviini-sanana käytölle on tarkat perusteet. Esimerkiksi tuotteen alkoholipitoisuusprosentti saa olla enintään 13 ja raaka-aineista vähintään 50 %:n on oltava peräisin valmistusluvan haltijan omalta tai hänen hallitsemaltaan viljelyalalta. (Asetus alkoholijuomista ja väkiviinasta 1344/1994 2§.)

Kaikkien suomalaisten hedelmä- ja marjaviinien raaka-aineiden tulee olla suomalaisia. Viineissä ei ole keinotekoisia väriaineita tai aromeja, joten maku tulee puhtaasti raaka-aineista. (Tilaviini.fi 2007.) Osa viinien raaka-aineista on Lepaan omaa tuotantoa, mutta osa ostetaan lähiseudulla olevilta tuottajilta. (Virtanen 2011.)

Lepaalla valmistetaan myös kahta jälkiruokaviiniä, Mamsellin makeaa sekä Omenatarhaa, jotka ovat noin 13 % vol. ja joissa on sokeria noin 100 g per litra. Nämä jälkiruokaviinit on kehitetty liköörien ”tilalle”, sillä liköörien vähittäismyynti ei ole sallittua. Näitä tuotteita menee pääasiassa yhteistyöravintoloihin, mutta niitä on saatavilla myös viinitilalta. (Virtanen 2011.)

### 2.2.2 Hedelmä- ja marjaliköörit

Hedelmä- ja marjaliköörit valmistetaan nimensä mukaisesti hedelmistä ja marjoista saadusta uutteesta. Uutetta kypsytetään ja sille haetaan sopiva tasapaino. Lepaan likööreihin ei lisätä mitään lisäaineita eikä aromivahventeita, vaan maku tulee aidosti marjoista. Periaatteena Lepaalla onkin, että tuotteista tehdään mahdollisimman hyviä ja maukkaita, raaka-aineita säästelemättä. Lepaan liköörit säilyvät hyvinä vain noin vuoden, ja siksi valmistusmäärien tulee olla sellaisia, että tuotteet eivät seiso varastoissa liian kauan. (Virtanen 2011.)

Hedelmä- ja marjaliköörien alkoholilavuusprosentti voi vaihdella 15:stä 25 alkoholilavuusprosenttiin, mutta yleensä niiden alkoholilavuusprosentti on alle 22 ja ne kuuluvat siksi mietoihin alkoholijuomiin. Tästä syystä myös kaikki Lepaan liköörit ovat 21 % vol. Suomalaiset marjat eivät ole luonnostaan kovin makeita, ja siksi likööreihin yleensä lisätään sokeria happamuuden peittämiseksi. Yleensä yhdessä litrassa likööriä on vähintään 150 g sokeria, sillä laki vaatii niin, mutta joissain likööreissä sokeria voi olla jopa yli 500 g per litra. (Kuokkanen & Rohkea 2001, 79; Virtanen 2011.) Lepaalla valmistetaan pääasiassa kolmea erilaista likööriä, ja niiden sokerimäärät vaihtelevat 300:sta 540 grammaan per litra (Virtanen 2011). Suomessa on viinitilojen lisäksi muutama suuri hedelmä- ja marjaliköörin valmistaja (Kuokkanen & Rohkea 2001, 79), kuten Altia sekä Lignell & Piispanen (Alko 2010).

### 2.2.3 Siiderit, tisleet ja limonadit

Asetuksessa alkoholijuomista ja väkiviinasta (1344/1994 1§.) tarkoitetaan

*siiderillä hedelmäviiniä, joka on valmistettu tuoreista tai kuivatuista omenoista tai päärynöistä tai niistä valmistetuista täysmehuista taikka täysmehutiivisteistä ja jonka alkoholipitoisuus on enintään 8,5 tilavuusprosenttia.*

Espanjassa kehitettyä siideriä on valmistettu jo noin 1000-luvulta lähtien, mutta Suomeen siiderin valmistustaito rantautui vasta vuonna 1962. 1990-luvun alussa siideri nousi yllättävään suosioon, ja suosio jatkuu yhä edelleen. Suomessa suurin osa valmistettavista ja kulutettavista siidereistä on makeita ja maustettuja, kun taas esimerkiksi Ranskassa ja Iso-Britanniassa siiderit ovat kuivia ja pääosin maustamattomia. (Aho ym. 2009.)

Lepaan viinitilalla siideri valmistetaan Lepaan puutarhan omista omenoista puristetusta omenamehusta. Lepaan Liereä-siiderissä on nimensä mukaisesti käytetty vain Liereä-lajiketta, kun taas Punakaneli-siiderissä käytetään useita eri lajikkeita. Kun mehu on puristettu omenoista, tehdään mehusta omenaviini, jota sitten kypsytetään puolisen vuotta. Jos siideriä kypsytettäisiin kauemmin, sen maku saattaisi kärsiä. Kypsytyksen jälkeen siideri laimennetaan vedellä sopivan vahvuiseksi (Liereä 4,7 % ja Punakaneli 7,4 %). Vaikka Lepaan siiderit ovat kuivahkoja tai puolikuivia, lisätään niihin tässä vaiheessa hieman sokeria. Myös hiilihapot lisätään siideriin jälkikäteen. Lepaalla ei ole mahdollisuutta pullottaa hiilihapotettuja juomia, joten siideri pullotetaan Laitilan wirvoitusjuomatehtaalla. (Vanhatalo 2011.)

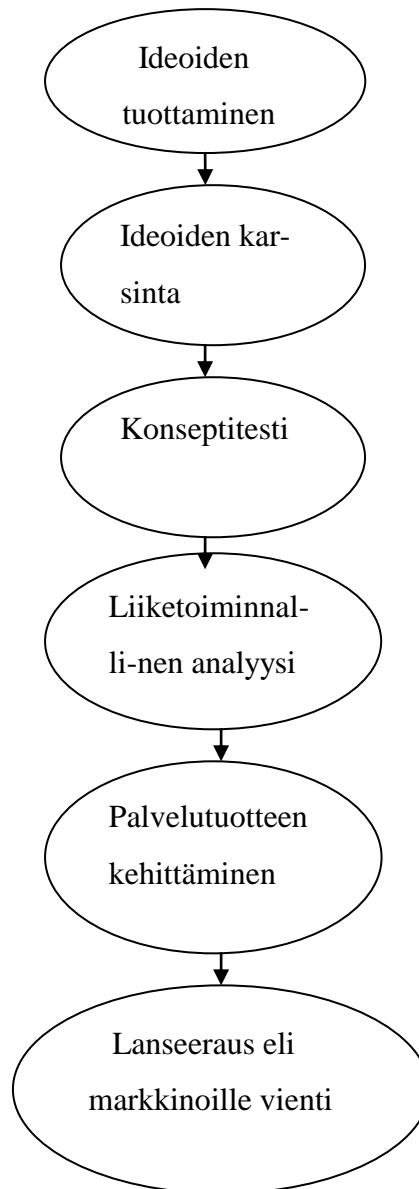
Lepaalla valmistetaan kahta eri tislettä, mansikkaa ja vadelmaa. Tisleet valmistetaan uuttamismenetelmällä. Tislettä käytetään vuosi, jonka jälkeen se laimennetaan. Keskitisle, josta tislettä aletaan laimentaa on noin 70 % vol. Tisle laimennetaan vedellä oikean vahvuiseksi tuotteeksi (mansikka 40 % vol. ja vadelma 41,5 % vol.). Tämän jälkeen tuote kylmähäkitellään, steriloidaan, suodatetaan ja pullotetaan. Aikaa kaikkeen tähän kuluu noin 1,5 vuotta. (Virtanen 2011.)

Lepaalla valmistetaan joka vuosi ainakin yhtä lajia limonadia. Kesällä 2010 se oli puolukkaa. Limonadi valmistetaan mehusta, joka selkeytetään ja käsitellään periaatteessa samalla tavoin kuin siiderikin, mutta ilman kypsytystä. Limonadia valmistetaan vuosittain vain noin 400–500 litraa ja se pullotetaan Viini Heilassa. (Vanhatalo 2011.)

### 3 TUOTEKEHITYS

Tuotekehitys on tuotesuunnitteluun liittyvää toimintaa, ja se tarkoittaa toimintaa, jonka tavoitteena on saada aikaiseksi uusi tuote tai parantaa jo olemassa olevaa tuotetta Tuotekehitystä tarvitaan kaikissa yrityksissä. Se on menestyksen yksi keskeisimmistä edellytyksistä, sillä jos tuotekehityksestä ei huolehdi, tuotteista tulee vanhentuneita, eivätkä tuotteet enää mene kaupaksi Tuotekehityksen avulla on mahdollisuus karsia pois tällaiset kilpailukykynsä menettäneet tuotteet. (Lampikoski & Lampikoski 2004, 219; Jokinen 2001, 9.) Tuotekehitysprosessin kulkua voi olla välillä vaikea ennustaa erilaisten yllättävien tapahtumien vuoksi, ja siksi on valmistauduttava siihen, että projektin lopputulos ei välttämättä ole juuri sellainen, kuin siitä suunniteltiin tulevan (Jokinen 2001, 18).

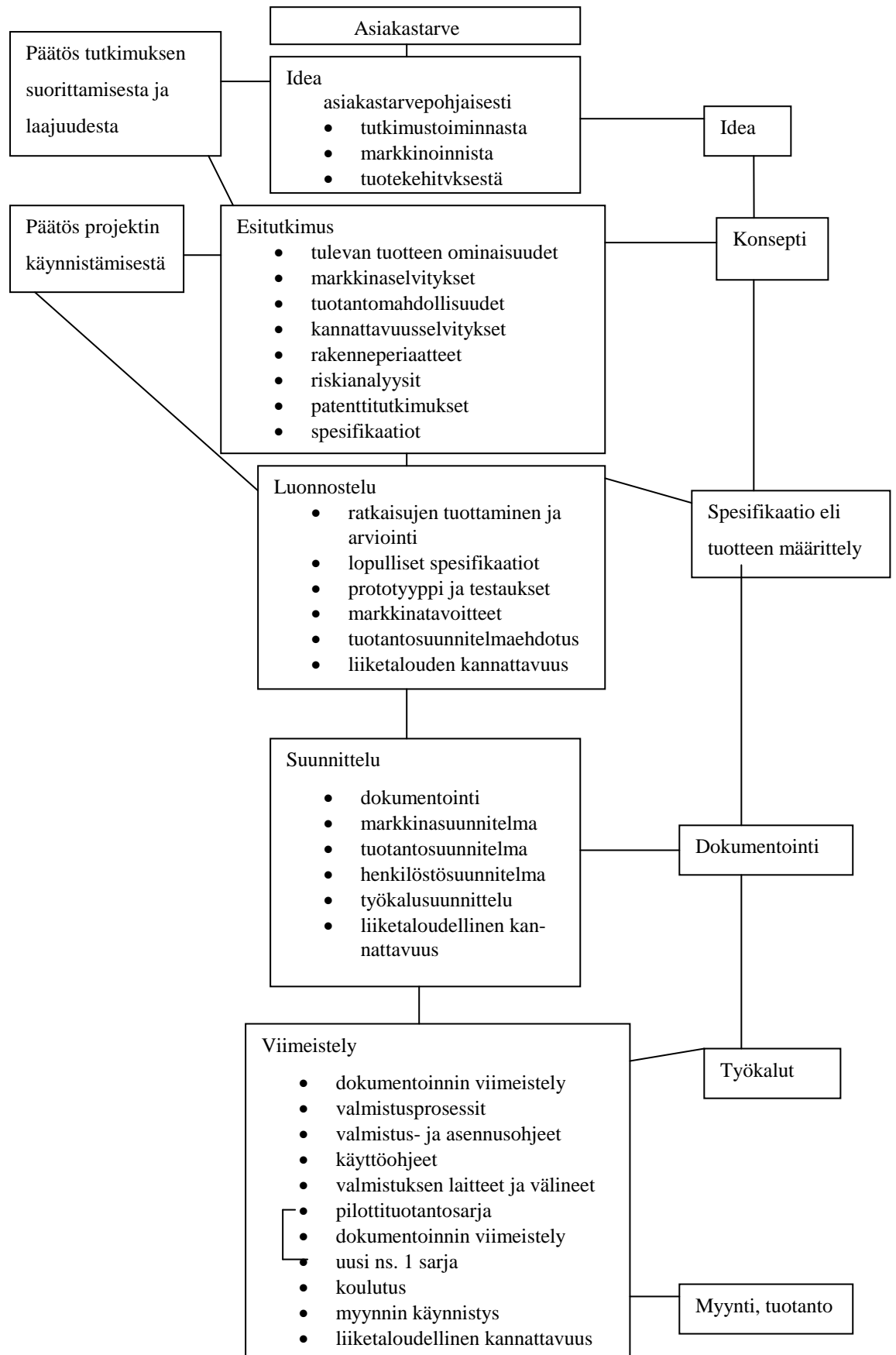
Tuotekehitysprosessimalleja on kehitetty monenlaisia ja moniin eri tarkoituksiin. Ylikosken esittelemässä kuusiportaisessa uuden tuotteen kehittämisprosessissa (kuvio 1) on ideana se, että ennen kuin kehitystyötä voidaan jatkaa, on uuden vaiheen läpäistävä aina edellinen vaihe (Ylikoski 1999, 249–250.) Vaikka kuvion 1 malli kuvaa lähinnä uuden palvelun kehittämistä, samaa mallia voisi hyvin hyödyntää myös minkä tahansa tuotteen kehittämisessä.



KUVIO 1. Uuden tuotteen kehittämisprosessi (Ylikoski 1999, 250)

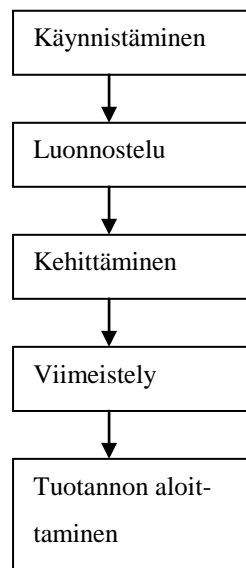
Myös Välimaa, Kankkunen, Lagerroos ja Lehtinen (1994, 25) esittelevät kuusivaiheisen prosessimallin, joka on lähtöisin asiakastarpeista. Siihen kuuluu varsinainen projektivaiheen lisäksi esitutkimusvaihe (kuvio 2). Tässä mallissa ideoiden kannattavuus määritetään esitutkimusvaiheessa, jossa myös tulevan tuotteen konsepti selvitetään ja tuote määritellään. Tämän jälkeen vasta voidaan käynnistää varsinainen tuotekehitysprojekti, mikäli sen tuntuu järkevältä.





KUVIO 2. Asiakaslähtöinen prosessimalli (Välimaa ym. 1994, 25)

Itse en valinnut niin sanottua valmista tuotekehitysmallia, sillä mikään niistä ei tuntunut sopivan suoraan tarkoitukseeni. Ne olivat kaikki liian laajoja ja moniosaisia minun työtäni varten. Pohdin, millaisia vaiheita työprosessini tarvitsee toteutuakseen, ja poimin erilaisista malleista omaan projektiini sopivimmat vaiheet. Niistä sain aikaiseksi oman, hieman yksinkertaisemman mallin (kuvio 3). Mallissa on kuvattu kaikki vaiheet, joita minun tuotekehitysprosessini tarvitsee.



KUVIO 3. Drinkkilistan kehittämisprosessi

### 3.1 Käynnistäminen

Tuotekehitysprosessin aloittamisen edellytys on uuden tuotteen tarve ja mielikuvasen toteutumismahdollisuudesta. On turhaa kehittää uutta tuotetta, jos sillä ei mahdollisuuksia toteutua. Uuden tuotteen tarpeen ja toteutumismahdollisuuden saattaa havaita systemaattisella hakutoiminnolla tai jopa hieman vahingossa. (Jokinen 2001, 18.) Tuotekehitys on siis aina asiakastarpeista lähtevä prosessi (Välilmaa ym. 1994, 25), ja siksi on tärkeää, että käynnistysvaiheessa kysytään mielipidettä niiltä, jotka tuotetta todennäköisimmin käyttävät eli asiakkailta (Tuorila, Parkkinen & Tolonen 2008, 120).

Vaikka idea tuotteen tarpeellisuudesta olisi löytynyt vahingossa, on lisätuoteideoita haettava yrityksen ulko- ja sisäpuolelta. Esimerkiksi yrityksen ulkopuolelta tietoa antavat kilpailijoiden tuotteiden analyysit ja asiakkaiden kyselyt ja tarjouspyynnöt. Sisältä tietoa antavat esimerkiksi käytettävissä olevat koneet ja laitteet, henkilökunnan tiedontaso ja yrityksen taloudelliset mahdollisuudet. Tuoteideoiden etsimisessä on tarkoitus selvittää ensin ne tuotealueet, joilla yrityksellä on suurimmat potentiaaliset mahdollisuudet. Minun tekemässäni tuotekehityksessä tuotealueelle tunnusomaisinta esimerkiksi on se, että tuotteet valmistetaan pääasiassa tietyistä raaka-aineista eli Lepaan viinitilan omista tuotteista, ja ne myös valmistetaan tietyillä valikoiduilla tavalla sekä markkinoidaan tietyille asiakaspiirille eli tilausravintolan asiakkaille.

Kun hyvä tuoteidea on löydetty, kannattaa siitä laatia kehitysehdotus. Kehitysehdotuksessa on

- kehitettävän tuotteen kuvaus
- tekniset vaatimukset
- taloudelliset vaatimukset (sallitut käyttö- ja valmistuskustannukset)
- käytettävissä oleva kehityspanos
- toteutusaikataulu. (Jokinen 2001, 21.)

### 3.2 Luonnostelu

Kehityspäätöksen jälkeen alkaa luonnosteluvaihe, jossa kehitellään tuotetta eteenpäin. Luonnosteluvaihe sisältää monia eri vaiheita, joissa on tarkoitus etsiä erilaisia ratkaisuluonnoksia kehitettävälle tuotteelle. Kehitettävää tuotetta myös analysoidaan, ja sille asetetaan tavoitteet ja vaatimukset. (Jokinen 2001, 21.) Luonnosteluvaiheessa myös esimerkiksi tuotteen markkinahintaa, markkinointimahdollisuuksia sekä kilpailutilannetta markkina-alueilla selvitetään (Välimaa ym. 1994, 29). Luonnosteluvaiheen lopuksi arvostellaan ja testataan ratkaisuluonnokset sekä valitaan sopivin luonnos, jota aletaan suunnitella konkreettiseksi, markkinoitavaksi tuotteeksi (Jokinen 2001, 89).

Juomasekoitusten luonnosteluvaiheessa listasin aluksi kaikki juomatuotteet, joita ravintolasta löytyi, ja pohdin, mitkä voisivat sopia yhteen. Listasin ruutupaperille noin 20 juomasekoitusta, joita lähdin kehittelemään. Heinäkuun lopussa maistatin sekoitukset ensimmäistä kertaa työkavereillani, ja he antoivat juomasekoituksista hyviä kommentteja ja kehitysehdotuksia. Osa sekoituksista ei ollut toimivia, osa toimi sellaisenaan, ja osaa piti hieman vielä hioa, jotta niistä saatiin toimivampia.

### 3.3 Kehittäminen

Kehittämisen päämääränä on kehitetyn tuotteen vahvistuspäätös. Kehittämisen vaiheessa muun muassa viimeistellään tuotteen yksityiskohtia ja tehdään tuotteesta prototyyppi testauksia varten (Välimaa 1994, 30). Tässä vaiheessa tuotetta testataan kehittäjän ja pienen raadin avulla, ja ennen kuin esimerkiksi elintarviketuote menee markkinoille, olisi hyvä taas kysyä kuluttajien mielipidettä tuotteesta. Prototyyppiä arvioidaan myös erilaisten teknisten ja taloudellisten kriteerien mukaan, joiden avulla pyritään poistamaan tuotteen heikot kohdat. Tämän jälkeen edessä on yksityiskohtien suunnittelu, jossa etsitään kohteita, joiden kehittäminen saattaisi vielä parantaa tuotteen arvoa. Kehittämisen vaiheessa saattaa olla tarpeellista tehdä myös aistinvaraisia sekä markkinointitutkimuksia.

(Jokinen 2001, 90–91; Tuorila ym. 2008, 120.)

Kehittelyvaiheessa tein kaikki jo kerran maistatut juomasekoitukset uudelleen muokaten niitä saamani suullisen palautteen perusteella. Tällä kertaa tein kaikki juomasekoitukset oikeisiin lasseihin, oikein mittasuhtein. Tässä vaiheessa en valitettavasti pystynyt maistattamaan juomia muilla, joten minun oli itse oltava kriittinen itselleni. Hylkäsin vielä muutaman juomasekoituksen ja kehitin niiden tilalle uudet.

### 3.4 Viimeistely ja tuotannon aloittaminen

Viimeistely on nimensä mukaisesti viimeinen vaihe ennen tuotteen valmistamisen aloittamista. Viimeistelyvaihe sisältää monia eri vaiheita, joiden tavoitteena on valmistella tuote valmistuskelpoiseksi. Vaiheita ovat esimerkiksi yksityiskohtien viimeistely, käyttöohjeiden laatiminen sekä piirustusten ja ohjeiden valmistus. (Jokinen 2001, 97.) Kuten jo aikaisemmin mainitsin, Välimaan ym. (1994, 30) mukaan prototyyppi tehdään jo kehittämissivaiheessa, kun taas Jokisen kaavion mukaan prototyypin valmistaminen tapahtuisi vasta viimeistelyvaiheessa. Jokinen (2001, 98) kuitenkin mainitsee, että käytännössä näin ei kuitenkaan usein tapahdu, vaan prototyyppi valmistetaan tapauksesta riippuen, useimmiten jo luonnosteluvaiheessa.

Viimeistelyvaiheessa pidän maistatustilaisuuden ja kutsun koemaistajia paikalle. Maistatan heillä juomasekoitukset, joita olen listaan suunnitellut. He saavat maistaa juomia ja antaa arvostelunsa sekä suullisesti että kirjallisesti. Tulosten perusteella muokkaan saman tien, tarpeen mukaan, juomasekoituksista asiakkaiden makuun sopivampia. Jos uudet versiot ovat parempia, vanhat voidaan hylätä.

Kun kehiteltävä tuote on viimeistely, edessä on tuotannon aloittaminen.

Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että tuotekehityksen voisi tämän tuotteen kohdalla lopettaa. Jos tuotteen halutaan pysyvän markkinoilla pitkään, on sitä kehitettävä jatkuvasti. (Jokinen 2001, 99.) Tuotannon alkaessa on tärkeää myös määrittää ja seurata tuotteen valmistuskustannuksia, seurata myynnin kehittämistä, investointeja ja voittoja sekä arvioida tulevaa liiketoimintaa (Välimaa ym.1994, 31).

Tekemäni tuotekehityksen kohdalla tuotannon aloittaminen tarkoittaa valmiin drinkkilistan käyttöönottoa ja siinä olevien juomasekoitusten valmistamista. Itse en ole näkemässä tätä hetkeä tai tekemässä jatkokehityksiä, mutta uskon, että listan tulevat käyttäjät kehittävät listaa ja sen tuotteita eteenpäin, yhä enemmän asiakkaiden toiveita vastaaviksi. On todennäköistä, että listaa joudutaan joka tapauksessa muokkaamaan melkein joka vuosi, sillä Lepaan viinitilan tuotevalikoima muuttuu hiukan vuosittain.

## 4 AISTINVARAINEN ARVIOINTI

Tässä luvussa kerron aistinvaraisesta arvioinnista, jonka avulla minun on tarkoitus päättää drinkkilistaan tulevat juomasekoitukset. Tarkoitukseni ei ole järjestää virallista aistinvaraisen arvioinnin tilaisuutta, vaan tarkoitukseni on mukailla mieltymysmenetelmien mukaista mittaustapaa.

### 4.1 Aistinvarainen arviointi – olennainen osa tuotekehitystä

Kun lähdetään kehittämään uutta elintarviketuotetta, aistinvarainen arviointi on tärkeä osa tuotekehitystä (Tuorila ym. 2008, 120). Myyntiin kehitettävien elintarviketuotteiden tulee olla muun muassa miellyttävän makuisia ja kilpailukykyisiä (Tuorila & Appelbye 2005, 17), joten mikä olisikaan parempi tapa arvioida elintarviketuotteita kuin kuluttajien aistit. Ennen aistinvaraisen arvioinnin kehittämistä aistittava laatu oli muun muassa viinien ja kahvin laadun ja hinnoittelun peruste ja riitti, että yksi tai muutama asiantuntija arvioi tuotteen (Tuorila ym.2008, 15).

Aistinvarainen arviointi on ollut olennainen osa elintarviketeollisuuden laadunvarmistusta jo 1900-luvulta lähtien (Tuorila & Appelbye 2005, 17), ja se perustuu useihin eri tieteisiin, kuten esimerkiksi psykologian sovelluksiin ja elintarvike- ja ravitsemustieteisiin (Tuorila ym. 2008, 15). Tuorilan ym. (2008, 15) mukaan aistinvaraista arviointia hyödynnetään muun muassa elintarvikevalvonnassa, elintarviketeollisuudessa ja ravitsemuspalveluissa sekä kaupan alalla. Aistinvaraisen arvioinnin avulla pystytään vastaamaan kysymyksiin muun muassa laadusta, eroista ja mieltymyksistä (Carpenter, Lyon & Hasdell 2000, 1). Aistinvaraista arviointimenetelmää voidaan hyödyntää myös silloin kun tahdotaan kehittää tuote, joka on samanlainen kuin jo olemassa oleva tuote (Carpenter ym. 2000, 7).

## 4.2 Kaikki aistit töissä

Aistinvaraisessa arvioinnissa käytetään nimensä mukaisesti kaikkia aisteja eli näköä, hajua, makua, tuntoa ja kuuloa. Havainnointia tapahtuu yleensä kaikissa seuraavista ominaisuusluokista:

- aromi eli haju (nuuhkaisemalla havaittu haju eli hedelmäinen, tunkkainen tms.)
- ulkonäkö (punainen, kiiltävä, suora tms.)
- flavori (maitto eli karvas, makea, kirpeä tms.)
- rakenne (havaittavissa tunto-, näkö- ja kuuloaistin avulla, esim. pehmeä, kova, kiinteä)
- lämpötila (kylmä, kuuma tms).

(Tuorila & Appelbye 2005, 20.)

Tuorila ja Appelbye (2005, 20) mainitsevat, että erilaisia elintarvikkeita tutkittaessa myös aistien tärkeysjärjestys muuttuu. Esimerkiksi juomia arvioitaessa aromi sekä flavori ovat hallitsevia ominaisuuksia, kun puolestaan esimerkiksi hedelmässä ulkonäkö on tärkeintä. Kuuloaistia taas tarvitaan esimerkiksi juuston ja jäätelön rakenteen selvittämisessä.

## 4.3 Menetelmät

Aistinvaraisessa arvioinnissa mittausmenetelmät voidaan jakaa kolmeen eri pääryhmään. Pääryhmiä ovat

- kuvailevat menetelmät, joita käytetään, kun halutaan esimerkiksi verrata useiden tuotteiden ominaisuuksia keskenään
- erotustestit, joilla mitataan esimerkiksi, onko tuotteiden välillä eroa ja missä ominaisuuksissa mahdolliset erot ovat
- mieltymysmenetelmät, joissa on tarkoituksena selvittää kuluttajien mieltymyksiä kyseiseen tuotteeseen esimerkiksi silloin, kun halutaan etsiä sopiva kohderyhmä tietylle tuoteryhmälle tai halutaan verrata omaa ja kilpailija tuotetta keskenään. (Tuorila ym. 2008, 77, 94.)

Minun työssäni on tarkoitus etsiä tietyille kohderyhmälle juuri heille sopiva tuote, joten aion työssäni soveltaa mieltymysmenetelmiä. Mieltymysmenetelmissä kuluttajista valittu raati arvioi tuotteen miellyttävyyttä tai siitä pitämistä sekä tekee samalla muitakin havaintoja tuotteesta. (Tuorila ym. 2008, 94.)

#### 4.4 Raadin valinta

Carpenterin ym. (2007, 53) mielestä aistinvaraisen arvioinnin raadissa, joka koostuu kokemattomista jäsenistä, tulisi olla vähintään 50 henkeä, ja Tuorilan ym. (2008, 95) mukaan sopiva määrä olisi vähintään 30–50 henkeä. Henkilömäärää täytyy tästäkin vielä kasvattaa, jos arvioijia täytyy vielä jakaa esimerkiksi iän tai sukupuolen mukaan. Arvointiraadin jäseniltä ei vaadita aikaisempaa kokemusta aistinvaraisesta arvioinnista, vaan he voivat olla keitä tahansa. Carpenterin ym. (2001, 53) mukaan jäsenten ei tarvitse olla edes kohderyhmään sopivia, sillä tällainen arviointi on vain suuntaa antavaa. Tuorilan ym. mielestä henkilöt pitäisi kuitenkin valita harkinnanvaraisesti ja sen mukaan, miten todennäköisesti he tuotetta käyttäisivät. Raadin jäsenet voidaan valita esimerkiksi yhteistyökumppaneista, työtovereista tai sattumanvaraisesti tavoitetuista henkilöistä, esimerkiksi ostoskeskuksissa. (Tuorila ym. 2008, 95-96.)

Itse valitsen raatiini noin seitsemän henkilöä, jotka ovat kaikki hieman eri-ikäisiä ja erilaisissa asemissa olevia miehiä ja naisia. Jokainen raatini jäsenistä, voisi mielestäni olla potentiaalinen Lepaan matkailupalveluiden asiakas. Vaikka aistinvaraisen menetelmän mukaan suositushenkilömäärä maistatusraatiin olisikin vähintään 30 henkeä (Tuorila ym. 2008, 95), päädyin pienempään määrään resurssien vuoksi.

Varsinainen kohderyhmäni on 30–40 -vuotiaat, mutta aion ottaa raatiini iältään 23–60 -vuotiaita jakaen heidät siten, että 23–29-vuotiaiden sekä 41–60 -vuotiaiden ryhmissä on kaksi henkilöä ja 30–40 -vuotiaiden ryhmässä on kolme henkilöä. Painopiste on kohderyhmässäni, mutta näin saan tietoa hieman myös siitä, millai-



sista juomasekoituksista varsinaisen kohderyhmän ulkopuolelle rajatut asiakkaat pitävät.

#### 4.5 Mieltymysten mittaaminen

Mieltymysten mittaamiseksi on tarjolla monia erilaisia mittareita, kuten esimerkiksi parivertailutesti, jossa selvitetään kahdesta tuotteesta miellyttävämpi, järjestystesti, jossa näytteet pannaan paremmuusjärjestykseen mieltymysten mukaan, sekä luokka-asteikot, jossa arvioidaan aina yhden tuotteen miellyttävyyttä kerrallaan. (Tuorila ym. 2008. 98–100.) Käytän juomasekoituksia arvioidessani luokka-asteikkoa, sillä se antaa parhaiten juuri ne tiedot, joita tarvitsen, eli kertoo mikä on asiakkaan mieltymys kyseiseen juomasekoitukseen.

Luokka-asteikko on yleensä 5-, 7-, tai 9-portainen asteikko, johon testaaaja merkitsee esimerkiksi rastittamalla oman mieltymyksensä tuotteeseen (Tuorila ym. 2008. 100). Asteikko voi olla joko pelkästään sanallinen, jolloin sanalliset ilmaisut kuvaavat mieltymyksen asteita, tai sitten asteikko voi olla sanallisen ja numeerisen asteikon yhdistelmä (Tuorila & Appelbye 2005, 212). Luokka-asteikko sopii tarkoitukseeni parhaiten, sillä tarkoitukseni on selvittää, mitkä juomasekoituksistani ovat asiakkaalle mieluisia, enkä esimerkiksi selvitä tuotteen ominaisuuden, esimerkiksi makeuden sopivuutta, kuten mieltymys suhteessa toivottuun - menetelmässä on tarkoitus (Tuorila & Appelbye 2005. 213). Käyttämäni arviointilomakkeeseen tulee 5-asteinen portaikko sekä kohta, jossa arvioija voi sanallisesti arvioida tuotetta ja sen ominaisuuksia.

## 5 DRINKKILISTAN LAATIMINEN

Tässä luvussa kerron, mitä kaikkea on otettava huomioon, kun drinkkilistaa aletaan suunnitella ja toteuttaa. Drinkkilistoja on olemassa monia erilaisia, mutta pääasiassa ne kaikki laaditaan samalla idealla. Tässä luvussa käsitellään myös miksologiaa eli juomasekoitusten sekoittamista ja kehittämistä. Miksologia on

kehitetty jo vuosisatoja sitten, mutta yhä tänäkin päivänä se on pohjana juomasekoituksia suunniteltaessa ja sekoitettaessa.

### 5.1 Lista liike-idean mukaan

Drinkkilistaa kannattaa lähteä suunnittelemaan selvittämällä ensin, millaisia kyseisen paikan liike-idea, yleisilme ja asiakaskunta ovat, sillä ne määrittelevät pitkälti, millaisia drinkkejä listaan kannattaa laittaa. Jos kyseessä on esimerkiksi suuri yökerho, johon tullaan juhlimaan ja tanssimaan, eivät ihmiset halua viettää aikaa baaritiskillä jonottaessa, vaan he haluavat yksinkertaisia ja nopeita juomia. Jos taas on kyse esimerkiksi jostain teemabaarista, juomien olisi hyvä olla teeman mukaisia niin maultaan, nimiltään kuin ainesosiltaan. (Aho ym. 2009, 111.)

Lepaalla asiakaskunta koostuu pääasiassa kokous- ja juhlavieraista. Tilausravintolassa on hyvin pieni baaritiski, jossa mahtuu työskentelemään juuri ja juuri kaksi henkilöä. Asiakkaita saattaa olla kerrallaan tiskillä kymmeniä, joten erikoisien ja aikaa vievien juomasekoitusten tekeminen on aika mahdotonta. Aho ym. (2009,113) mukaan myös henkilökunnan ammattitaito kannattaa listaa laadittaessa ottaa huomioon, ja heidän mukaansa henkilökunta tulisi kouluttaa huolellisesti ja asianmukaisesti ennen listan julkaisua. Minulla ei ole mahdollisuutta kouluttaa listani tulevia käyttäjiä, joten myös tästä syystä suunnittelen kaikki listan juomasekoitukset sellaisiksi, että niiden valmistaminen ei välttämättä tarvitse aikaisempaa kokemusta juomasekoitusten valmistamisesta.

Drinkkilista voidaan koota joko perinteisellä tai modernilla tavalla. Perinteisessä listassa edetään juomalistasuunnittelun gastronomisen järjestyksen mukaisesti, eli esimerkiksi kylmät juomasekoitukset on listattu ennen kuumia ja lyhyet ennen pitkiä ja ainesosien listausjärjestys on tarkoin määritelty. Modernissa versiossa ei juomien järjestyksellä ole niin tarkkaa merkitystä, mutta asiakkaan valintaa helpottaakseen kannattaa juomasekoitukset jaotella esimerkiksi erilaisiin teemoihin kuten esimerkiksi klassikot ja talon erikoisuudet. (Aho ym. 2009, 112.) Minun

drinkkilistassani juomasekoitukset on jaettu kolmeen ryhmään: pitkät juomat, shottit, sekä alkoholittomat juomat.

Ahon ym. mukaan erilaisilla drinkkilistoilla voidaan vaikuttaa jopa asiakkaiden ostokäyttäytymiseen. Listan ulkonäkö riippuu siis hyvin paljon paikasta, jossa lista on käytössä. Drinkkilista voi olla esimerkiksi kirjoitettuna liitutaalulle baaritiskin yläpuolella, pöytätelineessä, tai se voi olla jopa pieni kirjanen, jossa on juomasekoitusten kuvat ja tiedot. Oli listan ulkonäkö millainen tahansa, olisi hyvä jokaisen juomasekoituksen kohdalla kuitenkin maininta ainakin kyseisen juoman sisältämät ainesosat, juoman pituus sekä onko kyseessä hapan, makea vai jonkun muun makuinen juomasekoitus. Näin asiakkaan on helpompi valita oman mieltymyksensä mukainen juoma. (Aho ym. 2009, 113.)

## 5.2 Miksologia - taito sekoittaa juomia ja kehittää uusia makuja.

Regan (2003, 22) on sitä mieltä, että 1800-luvun taitavat ja kekseliäät baarimikot loivat juomasekoitusten valmistamiselle perustan, miksologian, joka on pätevä vielä tänä päivänäkin. Nykyisin baarimikot ja -mestarit voivat esitellä taitojaan ja kehittämiään juomasekoituksia perinteisten baarien lisäksi erilaisissa, ympäri maailmaa järjestettävissä kilpailuissa. Suomen baarimestarien ja kannattajien kerho (FBSK) järjestää suomessa vuosittain erilaisia baarimestareille suunnattuja kilpailuita ja muita tapahtumia, joissa koetellaan baarimestareiden mielikuvitusta. (FBSK 2011.)

Erilaisia juomasekoituksia on maailmassa tuhansia, ja siksi on täysin selvää, että samaa juomasekoitusta voidaan tarjota monella eri nimellä ja ainesosilla ympäri maailmaa. Vaikka erilaisia alkoholipitoisia juomasekoituksia on tuhansia, jokaisessa juomasekoituksessa on yleensä sama perusrakenne: pohjana juomassa on alkoholi, kuten esimerkiksi vodka, viski tai gin, ja pidentäjänä esimerkiksi viini, likööri tai hedelmämehu. (Regan 2003, 70–71.) Miksologiaa voi Reganin (2003, 71) mukaan verrata ruoanlaittoon, toisaalta reseptiä voi soveltaa ja kehitellä oman

maun mukaiseksi ruoaksi tai juomaksi, mutta välillä on seurattava ohjeita tarkkaan, että mausta ei tule esimerkiksi liian tulista.

Ahon ym. (2009,144) mielestä käytettävistä tuotteista tulisi tietää suunnilleen seuraavat asiat, ennen kuin juomasekoituksia voi alkaa kehittää:

1. kategoria, johon alkoholituote kuuluu (likööri, viski tms.)
2. maku (hapan, makea tms.)
3. tuotteen alkoholin tilavuusprosentti
4. raaka-aine (marja, hedelmä tms.)
5. alkuperäismaa
6. valmistustapa (käyminen, tislauk tms.)
7. brändin historia ja yksityiskohdat.

Jokaisella ihmisellä on yksilöllinen maku, joka kehittyy iän myötä ja muuttuu esimerkiksi sukupuolen ja tottumusten mukaan. Tästä syystä on muistettava, että vaikka juomasekoitus maistuisi tekijälle, se ei välttämättä maistu asiakkaalle. Asiakkaalta voi siis rohkeasti kysyä, millainen juomasekoitus on hänen makunsa mukainen. Juoman makuun vaikuttaa, monien muiden seikkojen lisäksi, juomasekoituksen tarjoilulämpötila. Jos juoma on liian lämmintä, saavat sen aromit ja hennot maun haihtua liian nopeasti, kun taas liian kylmässä juomassa aromit peittyvät kylmyyden alle. (Aho ym. 2009, 145-146; Regan 2003, 73.)

Juomasekoituksia suunnitellessa on otettava huomioon myös juomasekoituksen tärkein asia, balanssi eli makujen suhde toisiinsa (Regan 2003, 72). Aho ym. viittaa vanhaan karibialaiseen sanontaan: ”One of sour, two of sweet, three of strong and four of weak.” Tämä sanonta on hyvä ohjenuora makujen yhdistämiseksi. Sour tarkoittaa sitruuna- tai limemehua, sweet sokeria tai maustettua sokerisiirappia, strong alkoholia ja weak vettä, mehua tai virvoitusjuomaa. Nykyisin tosin raaka-aineet ovat hieman erilaisia ja makeampia kuin sanonnan syntymisen aikaan, joten parempi sanonta nykyisin olisi ”one of sweet, two of sour, three of strong, four of weak”. (Aho ym. 2009, 147-148.)

Juomasekoituksesta on yleensä löydettävissä kolme erilaista makua: päämaku, toissijainen maku sekä sivumaku. Päämaun tulisi aina olla mahdollisimman tuore, kuten esimerkiksi tuore mansikka tai minttu. Toissijainen maku syntyy yleensä ainesosista, jotka on käsitelty jotenkin, kuten esimerkiksi säilykehedelmistä ja makusiirapeista. Sivumaut ovat samoja makuja kuin muutkin, mutta ne on prosessoitu uuttamalla tai tislaamalla, kuten esimerkiksi erilaiset hedelmäliköörit ja -viinat. (Aho ym. 2009, 148.)

Yksi juomasekoituksen tärkeimpiä elementtejä on sen väri. Värin tarkoituksena on luoda juomasekoituksesta houkuttelevan ja herkullisen näköinen sekä antaa juomalle loppusilaus. Värin lisäksi myös oikea lasivalinta edesauttaa visuaalista ilmettä. (Aho ym. 2009, 148.) Kehittämäni, listaan tulevat juomasekoitukset ovat valitettavasti väreiltään hyvin samankaltaisia, sillä niihin käytetyt pidentäjät ovat pääasiassa väreiltään punaisia, kellertäviä tai värittömiä, ja siksi juomasekoituksistakin tulee joko punertavia tai kellertäviä.

En tarkoituksella käsittele tässä työssä koristelutapoja tai lasin valintaan liittyviä seikkoja, sillä koristeita listan juomasekoituksiin tulee vain silloin, jos juomat on etukäteen tilattu, esimerkiksi alkumaljoiksi. Tällöinkin koriste on yksinkertainen limetin tai appelsiinin viipale lasin reunalla. Lasivalikoima puolestaan on kyseisessä baarissa niin suppea, että lasin valintaan ei paljon pysty vaikuttamaan. Toki siellä on olemassa esimerkiksi shottilaseja, grogilaseja sekä erilaisia yleislaseja, joihin juomasekoituksia pääasiassa tehdään, mutta esimerkiksi cocktaillaseja ei ravintolassa ole, eikä niitä voi sinne resurssisyydestä hankkia. Suunnittelemani juominen saaminen houkuttelevan näköiseksi ilman koristeita ja laajaa lasivalikoimaa on haastavaa, mutta en ota siitä paineita, sillä baarin asiakkaille on todennäköisesti ulkonäköä tärkeämpää juoman hyvä maku ja nopea valmistus.

## 6 OPINNÄYTETYÖPROSESSIN KULKU JA TULOKSET

### 6.1 Tuotekehityksen vaiheet opinnäytetyössäni

Työskentelin kesällä 2010 Lepaan matkailupalveluilla ja ehdotin, että voisin tehdä opinnäytetyönäni drinkkilistan heidän tilausravintolaansa. He suostuivat toimeksiantajakseni, ja sain vapaat kädet listan toteuttamiseksi. Prosessin käynnistämisen jälkeen siirryin tuotekehitysprosessin seuraavaan osaan eli luonnosteluun. Suunnittelin erilaisia juomasekoituksia ruutupaperille ja testasinkin joitain niistä työka-vereillani, mutta päätin jättää ne hautumaan ja kirjoittaa ensin teoriaosuuden. Teoriaosuuden kirjoittaminen oli haastavampaa kuin olin kuvitellut, sillä hyvää ja luotettavaa lähdemateriaalia oli vaikea löytää.

Kun teoriaosuus oli melkein valmis, siirryin tuotekehityksen seuraavaan osaan eli kehittämiseen. Kokeilin luonnostelemani juomasekoitukset uudelleen muokaten niitä saamani palautteen pohjalta. Kehitin samalla muutaman uuden juomasekoituksen. Hyviä vinkkejä juomasekoitukseen sain KIPPIS-kotimaista!

–drinkkivihosta, jonka on tehnyt vuonna 2005 Hämeen ammattikorkeakoulu yhdessä ALMA-alueen ja Suomen viiniryttäjät ry:n kanssa. Vihossa esitellään kaikki vuonna 2005 KIPPIS-kotimaista! -drinkkilpailuihin osallistuneet drinkit.

Raaka-aineina drinkeissä käytetään vain suomalaisten tilaviiniryttäjien tuotteita. Vihkossa on yhteensä 24 drinkkiä, ja niissä on käytetty noin 40:tä erilaista tilaviinituotetta 11:lta eri tilaviinirytykseltä. Lepaan viineistä mukana oli Ribes valkoherukka, siidereistä Lepaan Liereä, likööreistä Lepaan vadelmainen ja ruusuinen sekä tisleistä Vadelmatische.

Kehitysprosessin seuraavassa vaiheessa eli viimeistelyssä järjestin maistatustilaisuuden Lepaan kartanolla. Raatini koostui kuudesta 23–60 -vuotiaasta henkilöstä. Maistatin heillä 14 kehittelemääni juomasekoitusta ja heidän antamansa palautteen perusteella muokkasin juomasekoitukset viimeiseen muotoonsa. Raati antoi palautetta arviointilomakkeella (liite 2) numeerisesti ja kirjallisesti, jonka lisäksi he

antoivat suullista palautetta. Toimeksiantajan toive oli, että listaan tulisi noin kuusi erilaista juomasekoitusta.

## 6.2 Tulokset

Karsimme raadin kanssa juomasekoituksia siten, että listassa on kuusi alkoholipitoista ja kaksi alkoholitonta juomasekoitusta (taulukko 1). Päädyimme kahdeksaan juomasekoitukseen, koska nämä kaksi ylimääräistä ovat alkoholittomia juomasekoituksia, joita varten ei tarvitse erikseen hankkia aineita. Listaan tulevat juomat 2, 3, 5, 7, 8 (versio 2), 10, 12 ja 13, jotka saivat raadilta eniten ääniä (liite 3).

Kahdessa listaan listan juomasekoituksessa, Vanajan pohjamudassa ja Kartanon kirpeässä, ei ole käyetty Lepaan viinitilan omia tuotteita. Vanajan pohjamuta sai jo ensimmäisessä maistauksessa maistajien hyväksynnän ja hauskan nimen, joten en halunnut jättää sitä listasta pois. Kartanon kirpeässä en puolestaan halunnut käyttää samaa, Lepaan viinitilan ainoaa, alkoholitontatuotetta kuin Kesäinen Lepajuomasekoituksessa. Viimeistelyvaiheessa keksin myös kaikille listaan tuleville juomille Lepaaseen sopivan nimen.

Numero	Nimi	Aineet	Maku
2	Lepaan lumous	Absolut vanilia, Smirnoff, omenamehu ja Lepaan puolukkalimu	Vanilijainen, omenainen, makeahko
3	Omenakellarin yllätys	Lepaan liereä, omenamehu ja tonic	Omenainen, raikas, suht hapan
5	Rouva Packalén	Smirnoff, Lepaan lakkalikööri, sprite	Makea, raikas, lak-kainen
7	Herra Packalén	Gin, Lepaan puolukkalimu, omenamehu	Hapan ja raikas. Gin maistuu
8	Lepaalta viidakkoon	Lepaan vadelmainen ja banaanilikööri	Makea, banaanin jälkimaku
10	Vanajan pohjamuta	Salmiakkikoskenkorva ja Baileys	Makea, täyteläinen
12	Kesäinen Lepaa	Omenamehu ja Lepaan puolukkalimu	mahdollisuus valita haluaako makeamman vai happamamman
13	Kartanon kirpeä	Karpalomehu ja sprite	hapan, raikas

Taulukko 1. Drinkkilistaan tulevat juomasekoitukset

Drinkkilistasta hahmottelin erilaisia versioita, kunnes päädyin mielestäni parhaaseen vaihtoehtoon (liite 4). Listasta piti tulla A5-kokoinen, pieni kirjanen, mutta toimeksiantajan toiveesta listan juomasekoituksista tehdään kustakin oma A5-lappunen ja siihen liitetään viereen kuva kyseisestä juomasekoituksesta. Näin juomasekoituksia voidaan mainostaa kutakin erikseen, esimerkiksi sen hetkisen juomavalikoiman mukaan. Hintoja en myöskään toimeksiantajan toiveesta listaan laita, sillä silloin niitä on helpompi muokata tarpeen mukaan.

Samalla viimeistelin opasvihon, jota olin kirjoitellut muiden osien ohessa.

Opasvihossa on ensin pieniä vinkkejä, miten baarissa kannattaa ylipäättään toimia ja mitä Lepaan baarissa tulee erityisesti ottaa huomion. Seuraavaksi vihossa esitellään juomasekoitusten valmistustapoja. Olen tarkoituksella kuvannut vihossa vain ne tavat, joilla Lepaalla voi drinkkejä valmistaa ja ne ovat ravistaminen, sekoittaminen ja rakentaminen. Seuraava osuus on lasit. Siinä osuudessa kuvailen muutamia peruslaseja, joita Lepaan baarissa on, ja kerron, minkälaisiin juomiin niitä kannattaa käyttää. Opasvihko sisältää myös luettelon kesällä 2010 Lepaalla valmistetuista juomista. Luettelossa on kerrottu tarkemmin esimerkiksi tuotteiden raaka-aineista ja ominaisuuksista. Vihossa on myös kopio drinkkilistasta, tarkemat kuvaukset juomasekoituksista sekä ohjeet niiden valmistamiseen. Viimeisenä



vihossa on tunnettujen juomasekoituksen ohjeita. Opasvihosta (liite 5) tulee A4-kokoinen vihkonen, joka on nidottu kulmasta kiinni.

## 7 YHTEENVETO JA ARVIOINTI

Opinnäytetyöni tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa drinkkilista Lepaan kartanon tilausravintolaan. Sopivan teoriapohjan löytäminen työhöni oli suuri haaste. Lopulta ohjaajan kanssa keskusteltuani löysin mielenkiintoisia näkökulmia aiheeseen ja valitsin sieltä kiinnostavimmat. Kun idea opinnäytetyöstäni ja sen teoriapohjasta selkeytyi, ajattelin työn olevan ihan helppo juttu. Valitettavasti erehdyin, sillä seuraavaksi haasteeksi osoittautui lähdemateriaalien vähyys. Drinkkilistan suunnittelusta ei ole kirjoitettu paljoakaan suomenkielisiä teoksia, eikä vieras-kielisiä teoksia juuri ole saatavilla kirjastoista. Aistinvaraisesta arvioinnista löytyneet lähteet olivat mielestäni yksipuolisia, sillä molemmissa kirjoissa, jotka löysin oli mukana sama tekijä. Osa löytyneistä lähteistä oli liian vanhoja, ja niiden luotettavuus on saattanut kärsiä. Valitsin kuitenkin tietoisesti muutaman vanhemmankin lähteen, jotka mielestäni olivat luotettavia, sillä lähteen käsittelemät asiat eivät olleet vuosien saatossa muuttuneet.

Vaikka opinnäytetyöprosessini oli välillä raskas ja asettamani aikataulutavoite ylittyi, olen tyytyväinen. Sain aikaiseksi sen mitä oli tarkoituskin ja samalla opin omasta opiskelustani ja työskentelystäni paljon. Välillä tuntui, että olen ottanut itselleni liian vaikean aiheen, sillä kuten jo aikaisemmin mainitsin, lähdemateriaalia oli hyvin vaikea löytää. Mutta kun aiheesta on kiinnostunut, jaksaa asiaan kummasti paneutua.

Listan suunnittelua ja valmistamista hankaloitti myös se, että toimeksiantajani supisti toimintojaan, enkä tästä syystä voinut hankkia mitään uusia tavaroita tai tuotteita ravintolaan. Tästä syystä minun piti hieman soveltaa jo keksimiäni juomasekoituksia. Olisin myös halunnut panostaa enemmän juomasekoitusten ja listan ulkonäköön, mutta toimintojen supistamisen vuoksi myös se oli mahdotonta. En myöskään lisännyt listaan kansainvälisiä juomasekoituksia, sillä toimek-

siantajan toiveena oli, että lista pidettäisiin mahdollisimman pienenä. Laitoin klassikkojuomasekoitusten ohjeita kuitenkin henkilökunnalle tehtyyn opasvihkoon, sillä silloin henkilökunta tietää, mistä etsiä asiakkaille lisää juomasekoituksia.

Toivon, että opinnäytetyöstäni olisi hyötyä toimeksiantajalleni sekä Lepaan kartanon henkilökunnalle ja asiakkaille. Olisi hienoa päästä näkemään, miten lista käytännössä toimii ja pystytäänkö sen avulla toteuttamaan tavoitteet, jotka olen listalle asettanut. Olisi ollut hyvä jos olisin voinut itse seurata yhden kesän ajan tuotteiden menekkiä ja arvioida sen avulla tavoitteiden toteutumista, mutta opiskeluaikataulustani johtuen se ei ole ollut mahdollista.

Mielenkiintoinen tutkimuksenaihe tämän opinnäytetyön pohjalta voisi olla drinkkilistan vaikutuksien kartoittaminen. Tutkimuksessa voitaisiin asiakaskyselyiden ja myyntilukujen avulla selvittää vaikuttaako juomasekoitusten myynti Lepaan viinitilan tuotteiden myyntiin ja/tai tunnettavuuteen.

## LÄHTEET

### Elektroniset lähteet

Alko Oy. 2007. Liköörit. [Viitattu 11.1.2011] Saatavissa:

<http://alko.fi/tuotteet/hakutulos>

Asetus alkoholijuomista ja väkiviinasta 1344/1994. 1994. [Viitattu 28.10.2010]

Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19941344>

FBSK. 2011. Kilpailuja. [Viitattu 27.1.2011] Saatavissa:

[http://www.fbsk.info/fi/741/BaariMikko\\_2011\\_kutsu/?projekti=2](http://www.fbsk.info/fi/741/BaariMikko_2011_kutsu/?projekti=2)

HAMK. 2010. [Viitattu 29.10.2010] Saatavissa:

<http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/HAMK/>

Suomen luontoyrittäjyysverkosto 2005. Marjat. [Viitattu 4.1.2011] Saatavissa:

<http://www.luontoyrittaja.net/57.html>

TILAVIINI.fi. 2007. Elämyksiä suomalaisista tilaviineistä. [Viitattu 28.9.2010]

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

### Suulliset lähteet

Vaalgamaa, L. 2010. Palvelupäällikkö. Lepaan matkailupalvelut. Haastattelu

9.11.2010.

Vanhatalo, P. 2011. Tutkimusassistentti. Lepaan viinitila. Haastattelu. 1.2.2011.

Virtanen, J. 2011. Tuotantopäällikkö/Liköörimestari. Lepaan viinitila. Haastattelu.

1.2.2011

## Kirjalliset lähteet

Aho, K., Autti, N. & Siitonen, T. 2009. Mikosta mestariksi -baarityön käsikirja. Helsinki: Restamark Oy.

Cagan, J & Vogel, C, M. 2003. Kehitä kärkituote, ideasta innovaatioksi. Suom. Tillman, M. 2003. Jyväskylä: Gummerus.

Carpenter, R, P., Lyon, D, H. & Hasdell, T, A. 2000. Guidelines for sensory analysis in food product development and quality control. Second edition. Maryland: Aspen Publishers, Inc.

Dominé, A. 2009. Suuri baarikirja, alkoholin ja cocktailien maailma. Suomentanut Mustonen, M. 2009. Königswinter: Ullmann.

Jokinen, T. 2001. Tuotekehitys. 6. korj. painos Helsinki: Otatieto.

Kuokkanen, J & Rohkea A. 2001. Väkevät alkoholijuomat. Helsinki: Restmark.

Lampikoski, K. & Lampikoski T. 2004. Kehitä ideasi innovaatioksi. Vantaa: Dark Oy.

Nylund, M. 1984. Alkoholijuomaopas. Vantaa: Oy Alko Ab.

Regan, G. 2003. The joy of mixology, the consummate guide to the bartender's craft. New York: Clarkson Potter.

HAMK. Kippis-kotimaista! –drinkkivihko. Suomalaisista tilaviinituotteista valmistettuja juomasekoituksia. Suomen viiniryttäjät ry,

Tuorila, H & Appelby U. Elintarvikkeiden aistinvaraiset tutkimusmenetelmät. 2005. Helsinki: Yliopistopaino.

Tuorila, H., Parkkinen, K. & Tolonen, K. 2008. Aistit ammattikäyttöön. Helsinki: WSOY.

Vilka, H & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

Välimaa, V., Kankkunen, M., Lagerroos, Olle. & Lehtinen, M. 1994. Tuotekehitys -asiakastarpeesta tuotteeksi. Helsinki: Painatuskeskus Oy.

## LIITELUETTELO

LIITE 1 Lepaan viinitilan tuotteita

LIITE 2 Kyselylomake

LIITE 3 Juomasekoitukset ja niiden saamat pisteet

LIITE 4 Lepaan drinkkilista

LIITE 5 Pieni opas baarissa työskenteleville

## Lepaan viinitilan tuotteita

## LEPAAN ANNA

Puolimakea vaalea hedelmäviini. alk. 11 % vol. 0,75 l

Lepaan Anna saa raikkaan makunsa pääraaka-aineestaan omenasta. Maun ja aromien täydentämiseksi perusraaka-aineeseen yhdistetään valkoista viinimarjaa.

Anna on tyypiltään seurusteluviini, joka sopii myös täyteläisten ruokien kanssa tarjottavaksi; tarjoilu viileänä 12-14 C.

Hinta: 9,50 € / 75 cl

## LEHTORIN OMENAVIINI

Kuiva vaalea hedelmäviini, alk. 11 % vol. 0,75 l

Lehtorin omenaviini on kevyt ja raikas ruoka- tai seurusteluviini omenasta. Tarjoillaan viilennettynä, 12-15 C.

Hinta 9,50 € / 75 cl

## PACKALÉN aronia-variksenmarjaviini (tulossa jouluksi)

Kuiva punainen marjaviini. alk. 12 % vol. 0,75 l

Pehmeä, punaviinimäinen ruokaviini, jossa variksenmarjan hentoa aromia ryhdistää aronian parkkisuus. Sopii laatikko- ja liharuuille. Tarjoillaan punaviinin tapaan noin 18 asteisena.

Hinta: 10,30 € / 75 cl

## RIBES VALKOHERUKKA

Puolikuiva vaalea marjaviini. alk. 11 % vol. 0,75 l

Ribes Valkoherukka on viinillinen, keskitäyteläinen marjaviini, joka on valmistettu valkoisista viinimarjoista. Ribes Valkoherukka on parhaimmillaan 10-12 C, kala- ja siipikarjaruokien kanssa tarjoiltuna.

Hinta: 10,30 € / 75 cl

## RIBES VIHHERHERUKKA

(Scholavin Agria 2001, kansainvälinen 9 maan viinikilpailu – hopeamitali)

Puolimakea vaalea marjaviini. alk. 12 % vol. 0,75 l

Ribes Viherherukan maku on voimakas, tuore ja harmoninen, tuoksu on runsas, kukkamainen, kehittynyt, väri on syvän keltainen. Sopii seurustelu- ja ruokaviiniksi, tarjoillaan 12-14 C lämpötilassa.

Hinta: 10,30 € / 75 cl

## RIBES MUSTAHERUKKA

Puolimakea punainen marjaviini. alk. 11,5 % vol. 0,75 l

Viini soveltuu hyvin ruokaviiniksi, seurusteluviiniksi ja juustojen kanssa nautittavaksi; tarjoilu huonelämpötilassa tai hieman viilennettynä.

Hinta: 10,30 € / 75 cl

## LEPAAN LÄMMIN (sesonkituote, saatavilla joulun aikaan)

Makea mustaherukkaviini. alk. 11 % vol, 0,75 l

Lepaan Lämmin on mustaherukasta valmistettu makea, punainen marjaviini, joka on maustettu Lepaan yrteillä. Parhaimmillaan lämpimänä glögityyppisesti tarjoiltuna.

Hinta: 11,60 € / 75 cl

**POMOLOGI B.W. HEIKELIN ROSÉKUOHUVIINI**

(Scholavin Agria 2001, kansainvälinen 9 maan viinikilpailu - hopeamitali ja erikoispalkinto)

Puolikuiva marjakuohuviini. alk. 11% vol. 0,75 l

Rosékuohuviinin valmistukseen on käytetty punaisia viinimarjoja, jolloin lopputulos on pirteän raikas. Valmistetaan klassisella pullokäymismenetelmällä. Tarjoilu 7-9 C.

Hinta: 19,65 € / 75 cl

**POMOLOGI B.W. HEIKELIN VIHHERHERUKKAKUOHUVIINI**

(Scholavin Agria 2002 ja 2003, kansainvälinen 9 maan viinikilpailu – pronssimitalit + erikoispalkinto 2003)

Kuivahko marjakuohuviini. alk. 11 % vol. 0,75 l

Raikkaan viherherukkainen ja tasapainoinen viherherukkakuohuviini valmistetaan klassisella pullokäymis-menetelmällä ja sen aromit tulevat parhaiten esille, kun se tarjoillaan 7-9 C.

Hinta: 19,65 € / 75 cl

**MAKEA OMENATARHA**

Makea jääviinityyppinen vaalea hedelmäviini. alk. 11 % vol. 0,35 l

Makea Omenatarha on jälkiruokaviini, joka on valmistettu Lepaan Liereä ja Antonovka –omenalajikkeista. Maultaan täyteläisen makea ja omenainen, parhimmillaan hieman viilennettynä 12-15 C.

Hinta: 11,60 € / 35 cl

**LEPAAN LIEREÄ – SIIDERI**

Puolikuiva omenasiideri. alk. 4,7 % vol. 0,33 l

Lepaan Liereä omenasiideri valmistetaan 'Lepaan liereä' –omenalajikkeesta. Liereä on pirteähappoinen, vihreän raikas, aito omenasiideri. Tarjoillaan jäähdytettynä.

Hinta: 3,00 € / 33 cl

**PUNAKANELI – SIIDERI**

Kuivahko omenasiideri. alk. 7,5 % vol. 0,33 l

Punakaneli-omenasta valmistettu vahvempi siideri.

Hinta: 3,60 € / 33 cl

**LEPAAN VADELMAINEN**

Marjalikööri. alk. 21 % vol. 0,5 l

Lepaan vadelmainen on valmistettu nimensä mukaisesti Lepaan omista vadelmistä. Vadelmainen on perinteikäs, kauniin punainen, erittäin marjaisa likööri.

**LEPAAN RUUSUINEN**

Hedelmälikööri. alk. 21 % vol. 0,5 l

Lepaan Ruusuinen on ruusukvittenin hedelmistä valmistettu kullankeltainen, täyteläinen likööri.



LEPAAN LAKKALIKÖÖRI

Marjalikööri. alk. 21 % vol. 0,35 l

Lepaan Lakkalikööri on voimakasarominen, tammitynnyrissä kypsytetty tuote.

Tässä liköörissä maistuu ja tuoksuu aito marja.

LEPAAN PUOLUKKA LIMONADI

## Kyselylomake

Ympyröi mielestäsi sopivin vaihtoehto.

1.tosi huono 2. huono 3.ihan ok 4.hyvä 5.tosi  
hyvä

Nro 1.

Maku 1 2 3 4 5  
Ulkonäkö 1 2 3 4 5  
Tuoksu 1 2 3 4 5  
Kokonaisarvosana 1 2 3 4 5

hyvää oli... / kehitysehdotukseni:

---

---

---

---

Nro 2.

Maku 1 2 3 4 5  
Ulkonäkö 1 2 3 4 5  
Tuoksu 1 2 3 4 5  
Kokonaisarvosana 1 2 3 4 5

hyvää oli... / kehitysehdotukseni:

---

---

---

---

Nro 3.

Maku 1 2 3 4 5  
Ulkonäkö 1 2 3 4 5  
Tuoksu 1 2 3 4 5  
Kokonaisarvosana 1 2 3 4 5

hyvää oli... / kehitysehdotukseni:

---

---

---

---

Nro 4.

Maku 1 2 3 4 5  
Ulkonäkö 1 2 3 4 5  
Tuoksu 1 2 3 4 5  
Kokonaisarvosana 1 2 3 4 5

hyvää oli... / kehitysehdotukseni:

---

---

---

---

Nro 5

Maku 1 2 3 4 5  
Ulkonäkö 1 2 3 4 5  
Tuoksu 1 2 3 4 5  
Kokonaisarvosana 1 2 3 4 5

hyvää oli... / kehitysehdotukseni:

---

---

---

---

Nro 6.

Maku 1 2 3 4 5  
Ulkonäkö 1 2 3 4 5  
Tuoksu 1 2 3 4 5  
Kokonaisarvosana 1 2 3 4 5

hyvää oli... / kehitysehdotukseni:

---

---

---

---

Nro 7.

Maku 1 2 3 4 5  
Ulkonäkö 1 2 3 4 5  
Tuoksu 1 2 3 4 5  
Kokonaisarvosana 1 2 3 4 5

hyvää oli... / kehitysehdotukseni:

---

---

---

---

Nro 8.

Maku 1 2 3 4 5  
Ulkonäkö 1 2 3 4 5  
Tuoksu 1 2 3 4 5  
Kokonaisarvosana 1 2 3 4 5

hyvää oli... / kehitysehdotukseni:

---

---

---

---

Nro 9.

Maku 1 2 3 4 5  
Ulkonäkö 1 2 3 4 5  
Tuoksu 1 2 3 4 5  
Kokonaisarvosana 1 2 3 4 5

hyvää oli... / kehitysehdotukseni:

---

---

---

---

Nro 10.

Maku 1 2 3 4 5  
Ulkonäkö 1 2 3 4 5  
Tuoksu 1 2 3 4 5  
Kokonaisarvosana 1 2 3 4 5

hyvää oli... / kehitysehdotukseni:

---

---

---

---

**Alkoholittomat**

Nro 11.

Maku 1 2 3 4 5

Ulkonäkö 1 2 3 4 5

Tuoksu 1 2 3 4 5

Kokonaisarvosana 1 2 3 4 5

hyvää oli... / kehitysehdotukseni:

---

---

---

---

Nro 12.

Maku 1 2 3 4 5

Ulkonäkö 1 2 3 4 5

Tuoksu 1 2 3 4 5

Kokonaisarvosana 1 2 3 4 5

hyvää oli... / kehitysehdotukseni:

---

---

---

---

Nro 13.

Maku 1 2 3 4 5

Ulkonäkö 1 2 3 4 5

Tuoksu 1 2 3 4 5

Kokonaisarvosana 1 2 3 4 5

hyvää oli... / kehitysehdotukseni:

---

---

---

---

Nro 14.

Maku 1 2 3 4 5

Ulkonäkö 1 2 3 4 5

Tuoksu 1 2 3 4 5

Kokonaisarvosana 1 2 3 4 5

hyvää oli... / kehitysehdotukseni:

---

---

---

---

Juomasekoitukset ja niiden saamat pisteet

**Pitkät juomat**

**1.**

2cl Lepaan vadelmainen

2cl mansikkatisle

maito

Ääniä: 0/6

**2.**

2cl Absolut vanilia

2cl Smirnoff

omenamehu

puolukkalimu

**Ääniä: 6/6**

**3.**

8cl Lepaan Liereä

omenamehu

tonic

**Ääniä: 5/6**

**4.**

8cl Ribes valkoherukkaviini

sprite

Ääniä: 0/6

**5/1.**

2cl Lepaan lakkalikööri

2cl Absolut kurant

vichy

Ääniä: 6/6, mutta kehitettävä edelleen

**5/2**

3cl Lepaan lakkalikööri

1cl Absolut kurant

Ääniä: 0/6

**5/3**

2cl Smirnoff

2cl Lepaan lakkalikööri

sprite

**6.**

2cl Makea omenatarha

8cl Lepaan Liereä

omenamehu

Ääniä: 4/6

**7.**

4cl gin

Lepaan puolukkalimu

Omenamehu

**Ääniä: 4/6**

**Shotit****8/1.**

2cl Lepaan vadelmainen

2cl banaanilikööri

Ääniä: 2/6

**8/2**

3cl Lepaan vadelmainen

1cl banaanilikööri

**Ääniä 5/6**

**9.**

1cl salmiakkikorkenkorva

3cl Lepaan vadelmainen

Ääniä: 1/6

**10.**

1cl salmiakkikoskenkorva

3cl baileys

**Ääniä: 5/6**

**Holittomat****11.**

2/3 karpalomehu

1/3 omenamehu

Ääniä: 0/6

**12.**

2/3 karpalomehu

1/3 sprite

**Ääniä: 3/6**

**13.**

1/3 omenamehu

2/3 puolukkalimu

**Ääniä: 3/6**

**14.**

2/3 omenamehu

1/3 tonic

Ääniä 0/6

# *Lepaan Drinkkilista*



*Lepaan omat drinkit*

*Lepaan lumous*

*2cl Absolut vanilia*

*2cl Smirnoff*

*Omenamehu*

*Lepaan puolukkalimu*

*Omenakellarin yllätys*

*8cl Lepaan Liereä*

*Omenamehu*

*Tonic*



*Rouva Packalén*

*2cl Smirnoff*

*2cl Lepaan lakkalikööri*

*Sprite*

*Herra Packalén*

*4cl Gin*

*Lepaan puolukkalimu*

*Omenamehu*

*SHOTIT*

*Lepaalta viidakkaan*

*3cl Lepaan vadelmainen*

*1cl Banaanilikööri*

*Vanajan pohjamuta*

*1cl Salmiakkiroskenkorva*

*3cl Baileys*

## *ALKOHOLITTOMAT*

### *Kesäinen Lepaa*

*1/3 Omenamehu*

*2/3 Lepaan puolukkalimu*

### *Kartanon kirpeä*

*2/3 Karpalomehu*

*1/3 Sprite*

# PIENI OPAS BAARISSA TYÖSKENTELEVILLE



**JUOMASEKOITUSTEN OHJEITA JA TIETOA LEPÄÄN TUOTTEISTA**

## SISÄLLYS

1. Vinkkejä baarityöskentelyyn	3
2. Valmistustavat	4
2.1 Rakentaminen	4
2.2 Sekoittaminen	4
2.3 Ravistaminen	4
3. Lasit	5
3.1 Grogilasi/(Highball-lasi)	5
3.2 Yleislasi	5
3.3 Shottilasi/(Snapsilasi)	6
4. Lepaan viinitilan tuotteita	7
4.1 Viinit	7
4.2 Kuohuviinit	9
4.3 Siiderit	9
4.4 Liköörit	10
4.5 Tisleet ja Limonaadi	10
5. Drinkkilistan juomasekoitukset	11
5.1 Pitkät juomat	11
5.2 Shotit	12
5.3 Alkoholittomat	12
6. Tunnettuja drinkkejä	13

## 1. Vinkkejä baarityöskentelyyn

Tutustu baarin tuotteisiin ja tavaroihin, sekä niiden paikkoihin ja hintoihin ennen kuin alat myymään. Sinun on helpompi työskennellä, kun tiedät mitä myyt, miten myyt ja missä tuotteet sijaitsevat. Tarkista, että kaikkia tuotteita on jääkaapeissa tarpeeksi, ja täytä kaapit tarpeen mukaan.

Muista aina huuhdella työvälineet heti käytettyäsi niitä. Jos tiedät että työvuorosi aikana menee paljon esimerkiksi viinejä tai konjakkia, voit merkata niille tietyt mitat joita käytät tietylle juomalle koko illan. Näin ei haittaa jos mitta vahingossa unohtuu välillä huuhdella. Juomasekoituksia tehdessä hyvä keino mitan puhdistamiseksi on kaataa liköörin yms. tahmaiset aineet ensin ja vasta viimeiseksi väkevä viina. Näin mitta ei jää tahmaiseksi.

Palauta käyttämäsi tavarat ja pullot paikoilleen heti käytön jälkeen. Sulje myös pullojen korkit. Baari on ahdas ja siksi on helpompi työskennellä kun tavarat ovat omilla paikoillaan ja roskat roskissa. Tarkasta myös säännöllisesti avatut viinit, mehut yms. jotta asiakkaalle ei tarjoilla vanhentuneita tuotteita.

Muista, että vaikka tiskillä on ruuhkaa, sinulla on vain kaksi kättä, joten tee hommat ripeästi, mutta älä hätäile. Asiakkaat eivät aina tunnu ymmärtävän, että yksi ihminen ei pysty tekemään useampaa asiaa yhtä aikaa. Voit sanoa asiakkaille reilusti, mutta ystävällisesti, että pieni hetki, olen tässä yksin ja teen asiat sitä mukaan kun ehdin.

## **HUOM: muista alkoholilainsäädäntö!**

**esim:**

- kysy rohkeasti paperit, jos epäilet asiakkaan ikää
- jos asiakas on mielestäsi liian humalassa, älä tarjoile hänelle enää  
**Kerro se ystävällisesti asiakkaalle, sekä muille tarjoilijoille**
- muista myös viralliset alkoholimäärät
  - 4cl. väkevää alkoholia, eli **EI** tuplia!

## 2. Valmistustavat

### 2.1 Rakentaminen

- Rakentamalla valmistetaan juomia, joissa on helposti keskenään sekoittuvia ainesosia. Tällaisia ainesosia ovat esimerkiksi mehut ja vahva alkoholi.
- Jäät, sekä juoman kaikki ainesosat kaadetaan lasiin
  - Juomasekoitus annetaan asiakkaalle ilman sekoittamista, jolloin hän saa erikoisen näköisen juoman.
- Rakentamalla voi tehdä myös kerroksittain jääviä juomasekoituksia, kuten B-52 ja Irish Coffee. Tällöin kannattaa kerrosten kasaamisen apuna käyttää baarilusikkaa, jonka avulla neste valutetaan edellisen päälle.

### 2.2 Sekoittaminen

- Sekoittaminen tapahtuu muuten samalla tavalla kuin rakentaminen, mutta kun ainekset on kaadettu lasiin, sekoitetaan juomaa varovasti baarilusikalla.
- Sekoittaminen tapahtuu laittamalla lusikka lasin pohjalle ja nostamalla sitä muutaman kerran varovasti ylöspäin.



### 2.3 Ravistaminen

- Ravistamalla valmistetaan juomia, joiden ainesosat eivät sekoitu helposti keskenään. Tällaisia aineita ovat esimerkiksi siirapit ja liköörit.
- Ravistaminen tapahtuu shakerilla tai tehosekoittimella (Lepaalla shakerilla).
- Shakeriin laitetaan enintään kahden juomasekoituksen ainesosat sekä jäät.



- **ÄLÄ KOSKAAN LAITA SHAKERIIN HIILIHAPOLLISIA AINESOSIA!**
- Tarkista, että shakerin kansi on kunnolla kiinni, ota shakerista kiinni molemmin käsin ja ravista pystysuunnassa voimakkaasti n. 5-10 sekuntia, kunnes shaker tuntuu kylmältä.
- Muista suunnata kansiosa pois päin asiakkaasta, siltä varalta että kansi aukeaa.

### 3. Lasit

#### 3.1 Grogilasi/(Highball-lasi)

- Grogilasi on yksi baarin tarpeellisimmista lasista. Se on korkea, paksu ja tasaleveä.
- Vetoisuus on n. 24cl.
- Tähän lasiin tehdään suurin osa baarin pidennetyistä juomasekoituksista kuten esimerkiksi
  - Sininen enkeli
  - Ville Vallaton
  - Marianne



#### 3.2 Yleislasi

- Yleislasi voi olla oikeastaan minkäläinen lasi tahansa, mutta Lepaalla lasi on jalallinen, ylöspäin kapeneva, hieman tulppaania muistuttava lasi.
- Vetoisuus on n. 38cl.
- Yleislasista voi tarjoilla erilaisten juomasekoitusten lisäksi esimerkiksi olutta, siideriä tai virvoitusjuomia.





### 3.3 Shottilasi/(Snapsilasi)

- Shottilasi on kooltaan hyvin pieni ja ylöspäin ja hieman levenevä. Snapsilasi muuten samanlainen kuin shottilasi, mutta se on suorakoko matkan.
- Vetoisuus shottilasilla on n. 5-6cl ja snapsilasilla n. 4 cl.
- Shottilasiin rakennetaan yleensä erilaisia juomasekoituksia kuten esimerkiksi:
  - mustikkashotti
  - B-52
  - Hot Shot
- Snapsilasista juoma nautitaan yleensä sellaisenaan kuten esimerkiksi
  - Jägermeister
  - Koskenkorva
  - Tequila



## 4. Lepaan viinitilan tuotteita 2010

HUOM!! Tarkasta tämän hetkinen tilanne!!

### 4.1 Viinit

#### LEPAAN ANNA

Puolimakea vaalea hedelmäviini. alk. 11 % vol. 0,75 l

Lepaan Anna saa raikkaan makunsa pääraaka-aineestaan omenasta. Maun ja aromien täydentämiseksi perusraaka-aineeseen yhdistetään valkoista viinimarjaa.

Anna on tyypiltään seurusteluviini, joka sopii myös täyteläisten ruokien kanssa tarjottavaksi; tarjoilu viileänä 12-14 C.

Hinta: 9,50 € / 75 cl

#### LEHTORIN OMENAVIINI

Kuiva vaalea hedelmäviini, alk. 11 % vol. 0,75 l

Lehtorin omenaviini on kevyt ja raikas ruoka- tai seurusteluviini omenasta. Tarjoillaan viilennettynä, 12-15 C.

Hinta 9,50 € / 75 cl

#### PACKALÉN aronia-variksenmarjaviini (tulossa jouluksi)

Kuiva punainen marjaviini. alk. 12 % vol. 0,75 l

Pehmeä, punaviinimäinen ruokaviini, jossa variksenmarjan hentoa aromia ryhdistää aronian parkkisuus. Sopii laatikko- ja liharuuille. Tarjoillaan punaviinin tapaan noin 18 asteisena.

Hinta: 10,30 € / 75 cl

#### RIBES VALKOHERUKKA

Puolikuiva vaalea marjaviini. alk. 11 % vol. 0,75 l

Ribes Valkoherukka on viinillinen, keskitäyteläinen marjaviini, joka on valmistettu valkoisista viinimarjoista. Ribes Valkoherukka on parhaimmillaan 10-12 C, kala- ja siipikarjaruokien kanssa tarjoiltuna.

Hinta: 10,30 € / 75 cl

**RIBES VIHHERHERUKKA**

(Scholavin Agria 2001, kansainvälinen 9 maan viinikilpailu – hopeamitali)

Puolimakea vaalea marjaviini. alk. 12 % vol. 0,75 l

Ribes Viherherukan maku on voimakas, tuore ja harmoninen, tuoksu on runsas, kukkamainen, kehittynyt, väri on syvän keltainen. Sopii seurustelu- ja ruokaviiniksi, tarjoillaan 12-14 C lämpötilassa.

Hinta: 10,30 € / 75 cl

**RIBES MUSTAHERUKKA**

Puolimakea punainen marjaviini. alk. 11,5 % vol. 0,75 l

Viini soveltuu hyvin ruokaviiniksi, seurusteluviiniksi ja juustojen kanssa nautittavaksi; tarjoilu huonelämpötilassa tai hieman viilennettynä.

Hinta: 10,30 € / 75 cl

**LEPAAN LÄMMIN (sesonkituote, saatavilla joulun aikaan)**

Makea mustaherukkaviini. alk. 11 % vol, 0,75 l

Lepaan Lämmin on mustaherukasta valmistettu makea, punainen marjaviini, joka on maustettu Lepaan yrteillä. Parhaimmillaan lämpimänä glögityyppisesti tarjoiltuna.

Hinta: 11,60 € / 75 cl

**MAKEA OMENATARHA**

Makea jääviinityyppinen vaalea hedelmäviini. alk. 11 % vol. 0,35 l

Makea Omenatarha on jälkiruokaviini, joka on valmistettu Lepaan Liereä ja Antonovka –omenalajikkeista. Maultaan täyteläisen makea ja omenainen, parhaimmillaan hieman viilennettynä 12-15 C.

Hinta: 11,60 € / 35 cl

## 4.2 Kuohuviinit

### POMOLOGI B.W. HEIKELIN ROSÉKUOHUVIINI

(Scholavin Agria 2001, kansainvälinen 9 maan viinikilpailu - hopeamitali ja erikoispalkinto)

Puolikuiva marjakuohuviini. alk. 11% vol. 0,75 l

Rosékuohuviinin valmistukseen on käytetty punaisia viinimarjoja, jolloin lopputulos on pirteän raikas. Valmistetaan klassisella pullokäymismenetelmällä. Tarjoilu 7-9 C.

Hinta: 19,65 € / 75 cl

### POMOLOGI B.W. HEIKELIN VIHHERHERUKKAKUOHUVIINI

(Scholavin Agria 2002 ja 2003, kansainvälinen 9 maan viinikilpailu – pronssimitalit + erikoispalkinto 2003)

Kuivahko marjakuohuviini. alk. 11 % vol. 0,75 l

Raikkaan viherherukkainen ja tasapainoinen viherherukkakuohuviini valmistetaan klassisella pullokäymis-menetelmällä ja sen aromit tulevat parhaiten esille, kun se tarjoillaan 7-9 C.

Hinta: 19,65 € / 75 cl

## 4.3 Siiderit

### LEPAAN LIEREÄ – SIIDERI

Puolikuiva omenasiideri. alk. 4,7 % vol. 0,33 l

Lepaan Liereä omenasiideri valmistetaan 'Lepaan liereä' –omenalajikkeesta. Liereä on pirteähappoinen, vihreän raikas, aito omenasiideri. Tarjoillaan jäähdytettynä.

Hinta: 3,00 € / 33 cl

**PUNAKANELI – SIIDERI**

Kuivahko omenasiideri. alk. 7,5 % vol. 0,33 l

Punakaneli-omenasta valmistettu vahvempi siideri.

Hinta: 3,60 € /33 cl

**4.4 Liköörit****LEPAAN VADELMAINEN**

Marjalikööri. alk. 21 % vol. 0,5 l

Lepaan vadelpainen on valmistettu nimensä mukaisesti Lepaan omista vadelpaisista. Vadelpainen on perinteikäs, kauniin punainen, erittäin marjaisa likööri.

**LEPAAN RUUSUINEN**

Hedelmälikööri. alk. 21 % vol. 0,5 l

Lepaan Ruusuinen on ruusukvittenin hedelmistä valmistettu kullankeltainen, täyteläinen likööri.

**LEPAAN LAKKALIKÖÖRI**

Marjalikööri. alk. 21 % vol. 0,35 l

Lepaan Lakkalikööri on voimakasarominen, tammitynnyrissä kypsytetty tuote.

Tässä liköörissä maistuu ja tuoksuu aito marja.

**4.5 Tisleet ja Limonaadi**

Vadelpatisle 41,5 % vol.

Mansikkatisle 40 % vol.

Puolukkalimonaadi 0,33dl.

## 5. Drinkkilistan juomasekoitukset

### 5.1 Pitkät juomat

#### **Lepaan lumous** (makeahko)

2cl Absolut vanilia

2cl Smirnoff

Omenamehu

Lepaan puolukkalimu

Valmistustapa: sekoitetaan

Lasi: yleislasi

#### **Omenakellarin yllätys** (suht hapan)

8cl Lepaan Liereä

Omenamehu

Tonic

Valmistustapa: rakennetaan

Lasi: yleislasi

#### **Rouva Packalén** (makea)

2cl Smirnoff

2cl Lepaan lakkalikööri

Sprite

Valmistustapa: sekoitetaan

Lasi: yleislasi

#### **Herra Packalén** (hapan)

4cl Gin

Lepaan puolukkalimu

Omenamehu

Valmistustapa: rakennetaan

Lasi: grogilasi

**5.2 Shotit****Lepaalta viidakkoon** (makea)

3cl Lepaan vadelmainen

1cl Banaanilikööri

Valmistustapa: rakennetaan

Lasi: shottilasi

**Vanajan pohjamuta** (makea)

1cl Salmiakikoskenkorva

3cl Baileys

Valmistustapa: rakennetaan

Lasi: shottilasi

**5.3 Alkoholittomat****Kesäinen Lepaa** (makeahko)

1/3 Omenamehu

2/3 Lepaan puolukkalimu

Valmistustapa: sekoitetaan

Lasi: yleislasi

**Kartanon kirpeä** (hapan)

2/3 Karpalomehu

1/3 Sprite

Valmistustapa: rakennetaan

Lasi: grogilasi

## 6. Tunnettuja drinkkejä

### Orange Blossom

- 4 cl gin  
 - 8 cl appelsiinimehu  
 Valmistustapa: rakennetaan  
 Lasi: grogilasi

### Cuba Libre

- 4 cl rommia  
 - 1-2 cl puristettu sitruuna/limemehua  
 - cola  
 Valmistustapa: rakennetaan

### Tequila Sunrise

-4 cl tequila  
 -8 cl appelsiinimehu  
 -1 cl grenadine  
 Valmistustapa: rakennetaan  
 Lasi: grogilasi

### Vadelmadrinkki

-2 cl vadelmalikööri/kvitten/lakka  
 -2cl vodka (vanilja, mustaherukka tms.)  
 maito (tai sprite)  
 Valmistustapa: rakennetaan  
 Lasi: grogilasi

### Akkuhappo

-4 cl Jägermeister  
 -12 cl Battery  
 Valmistustapa: rakennetaan  
 Lasi: grogilasi

### Virtanen

-4cl Koskenkorva  
 -12 cl Battery  
 Valmistustapa: rakennetaan  
 Lasi: grogilasi

### Blue Car

-3 cl gin  
 -1 cl Parfait Amour-likööri  
 -2 cl sitruunamehu  
 Valmistustapa: rakennetaan  
 Lasi: grogilasi

### Bacardi Special

-3 cl Bacardi  
 -1 cl gin  
 -1 cl grenadiini  
 -1 cl sitruunamehu  
 Valmistustapa: rakennetaan  
 Lasi: grogilasi

### Vihreä kuulas

-4cl vermuttia  
 - omenamehua  
 Valmistustapa: rakennetaan  
 Lasi: grogilasi

### Sininen Enkeli

-2 cl vodka  
 -2 cl Parfait Amour-likööri  
 -12 cl srpite  
 Valmistustapa: rakennetaan  
 Lasi: grogilasi

### B-52

-2 cl kahvilikööri  
 -2 cl Bailey's-likööri  
 -1 cl Cointreau (Triple Sec)  
 Valmistustapa: rakennetaan  
 Lasi: shottilasi

### Kyllikki Saari

-2 cl Bailey's-kernalikööri  
 -2 cl Pisang Ambon-banaanilikööri  
 Valmistustapa: rakennetaan  
 Lasi: shottilasi

### Kir Royal

2 cl mustaherukkalikööri (tai vadelma!)  
 8 cl sampanja/kuohuviini.  
 Valmistustapa: rakennetaan.  
 Lasi: kuohuviini



**Kesähäät -boolin ainekset**

- 2,25 l puolikuiva roseeviini
- 0,7 l vadelmalikööri
- 1,32 l siideri

**Pukin ystävyys-glögin ainekset**

- 2 cl viskiä
- 4 cl makeaa punaviiniä
- 2 dl glögi- tai mustaherukkamehua

Lisää drinkkejä mm.

[www.fbsk.com](http://www.fbsk.com)

<http://drinkkiopas.blogspot.com/>

[www.baarikaappi.net](http://www.baarikaappi.net)