

This is an electronic reprint of the original article. This reprint may differ from the original in pagination and typographic detail.

Please cite the original version: Lehtinen, A. (2021) Naiset panimomaailmassa ennen ja nyt. Olutposti 1, 20-26.

Juhlissa naisetkin nauttivat olutta, mainitaanhan Kalevalassakin että olut "pani naiset naurusuulle, miehet mielelle hyvälle",



Vaikka olut koetaan edelleen usein miesten juomaksi ja useimmat julkisuudessa esiintyvät oluentekijät, olutvaikuttajat ja oluenkäyttäjät ovat miehiä, naisten rooli on ollut merkittävä historiassa sekä oluenpanijoina, oluenjuojina että oluttoimijoina.

NAISET PANIMOMAAILMASSA ENNEN JA NYT

SANAT ANIKÓ LEHTINEN,
KUVAT FINNA TAI ANIKO LEHTINEN



ITSE NAISENA OLUTMAAILMASSA nyt 20 vuotta toimineena, pohdin pitkään, kannattaako sukupuolikulmalla kirjoittaa aiheesta, ilman että siitä kuultaa läpi uhritutuminen tai valitus. On kuitenkin mielenkiintoista, miten oluessa on edelleen miehinen leima sekä sen kanssa toimiessa että sitä juotaessa.

Naiset ovat lisääntyneet niin oluentekijä-, ammattilais-, vaikuttaja- kuin harrastajapuolella, mutta naisten ääni on edelleen paljon kapeampi. Siksi tämä on aihe, mistä haluaa kirjoittaa ja ehkä vetää yhteen, miten naisten rooli olutmaailmassa on kehittynyt, kaventunut ja taas levinnyt aikojen saatossa.

Naiset ovat aina tehneet olutta

Olut on ennen, rautakaudelta ihan 1800-luvulle asti ollut osa jokapäiväistä ruokavaliotamme ja sen takia osa taloudenhoitoa. Sitä kautta oluenpano on ollut osa naisten töitä kaikissa niissä kulttuureissa, missä olut tehtiin kotona. Tutkittaessa taloustöitä tarkemmin huomataan, että vielä pyynti- ja keräilykulttuurissa miehet ja naiset huolehtivat taloustöistä tasaisemmin, mutta maanviljelyksen vakiintuessa, työt jakaantuvat miesten ja naisten välillä korostetummin, miehille jääden ulkotyöt ja naisille sisätyöt kuten ruuanvalmistus. Naiset ovat siis olleet vastuussa nimenomaan kotona valmistetusta oluesta. Tämä näkyy myös osana muinaistaruustoamme nojaavasta Kalevalasta, josta löytyy useita mainintoja osaaavista, jopa miehiä paremmista naisoluentekijöistä, hyvänä esimerkkinä runo, missä naispuolinen Osmotar valmistaa ensimmäisen oluen.

Suomessa missä katolinen uskonto ja luostarianimot eivät ikinä yleistyneet ja kaupungit olivat pieniä, olut jäi pitkälti 1700-luvun loppuun naisten valmistamaksi kotioloissa. Näin oluen ja naisten taloudenhoiton suhteesta löytyy paljon perimätietoa. Erilaisten lorujen mukaan jopa emännän luonteen saattoi määrittellä oluen avulla: lempeän emännän panema olut on makeaa ja kiukkuisen emännän olut maistui taas happamalta. Työnjakoa jo 1500-luvulla kuvaillut historioitsija Olaus Magnus määritteli naisten töiksi kehruun, kutomisen, leivonnan, oluenpanon, ruuanlaiton, siivouksen sekä lasten ja karjanhoidon. Tuntuu siis, että niin kauan kuin olut on ollut osa taloudenhoitoa, se on ollut pitkälti naisten käsissä. Tässä tosin on Suomen sisällä hieman eroja, Itä-Suomessa myös miehet ovat tehneet olutta kotona.

Toki tässäkin, niin kuin monesti, on myös poikkeuksia, niin Suomen kuin Euroopan tasolla. Keskiajalla ja sen jälkeen Euroopassa naiset ovat niin panneet olutta ja pitäneet olutkapakoitakin kautta aikain. Englannissa olutta tekeviä naisia kunnioitettiin ja kutsuttiinkin esim. brewstereiksi tai ale wifeiksi. Oluella naisten pystyivät tienamaan rahaa ja se oli elinkeinona hyvä varsinkin leskille tai muuten vaikeissa olosuhteissa. Varsinkin maissa, joihin katolinen uskonto ei pysyvästi kotiutunut, naisilla oli teollistumiseen asti iso rooli oluen valmistuksessa.

Olut on ollut osa naisten töitä jo niin muinaisessa Sumerissa, että Egyptissäkin, jossa laki jopa kielsi miehiä myymästä tai tekemästä olutta. Egyptissä oluenpano edisti myös tasa-arvoa, koska naiset saattoivat ostaa valmistamansa oluen myymisestä saamallaan rahoilla tavaroita siinä missä miehetkin. Olutvalikoima oli seinäkaiverrusten ja papyrus-kääröjen mukaan muinaisessa Egyptissä monipuolinen ja naisia kunnioitettiin oluenpanijoina.



Suomessa alkoholi ja seksuaalinen kanssakäyminen monesti on liitetty yhteen, josta tuloksena oli usein oluttammattia harjoittavan naisen epämääräinen maine. Samoja negatiivisia mainepaineita ei olutta myyviin tai valmistaviin miehiin liitetty.

Oluentuotanto teollistui – mihin katosivat naiset

Oluentuotannon teollistumisen aikaan naiset painuivat hieman unholaan oluentekijöinä. Ensimmäiset teolliset panimot rakentuivat

Suomeen 1700-luvun loppupuolella, kun olutta tarvittiin virkistykseen kaupunkien isoilla rakennustyömailla ja teollisuuslaitoksilla. Helsingissä Viaporin rakentaminen lukuisine sotilaineen toi tarpeen teolliselle oluenteolle ja näin panimoit-
denn perustaminen tuli ajankohtaiseksi.

Panimoiden mallia otettiin Euroopasta, ja yleensä panimon toimintaa johtamaan palkattiin ulkomaalainen panimomestari. Näin naisten rooli oluentekijöinä väheni, kun teollinen olut valtasi alaa, vaikkakin naisten rooli panimoissa oli edelleen suuri, pullottajina tai muun mekaanisen työn tekijöinä, miesten johtaessa panimotoimintaa ja toimiessa panimomestareina. Tähän osaltaan vaikutti myös yhteiskunnan rakenteen muutos ja kaupungistuminen.

Samaan aikaan väheni pikkuhiljaa oluenpano kotona kaupallisen oluen tullessa helposti saataville, joten 1800-luvun loppupuolella voidaan sanoa, että naisten rooli oli siirtynyt oluentekijöistä enemmän oluentekoa tukevaan rooliin teollisessa oluenteossa. Tästä poikkeuksena alueelliset oluttyylit, kuten sahti, jota tehtiin edelleen kotona. Sahdinvalmistus jatkoikin sitä kotona tehtävän oluen kehitystä, jossa pääosassa usein olivat naiset.

Oluentuotannon käytännössä pysähtyessä kieltolain aikaan, myös naiset katosivat hetkeksi oluenpanon puolelta. Sitten naisten rooli kasvoi panimoissa, mutta työtehtävät ovat olleet toiseen maailmansotaan asti enemmän tukevia töitä tai toimiston puolella, miesten toimiessa oluentalustuksen parissa. Osan tästä työrakenteesta selittää myös ruumiinrakenne, oluenteko on ollut ennen nykyisen tekniikan kehittymistä fyysisesti erittäin rankkaa ja siksi naiset ovat myös valikoituneet oluentekoa tukeviin tehtäviin, joissa fyysinen kuormitus ei ole niin kova. Täytyy tähän myös täsmentää, että suurin osa oluenpanoa johtavista panimomestareista oli Suomessa pitkälle 1900-luvulla vielä ulkomaalaisia, joten usein yhteistä kieltä ei olutpanimoissa työskentelevien naisten ja johdon välissä ollut, joka tietysti haittasi myös etenemistä.

Suomessakin löytyy useita mainintoja mm. kaupungeissa olutta myyvästä naisista ja olutkapakoiden naispitäjistä, jotka ovat useimmiten perineet liiketoiminnan miehiltään. Näitä uranaisia oli Helsingissä jo 1600-luvulta lähtien, sillä kaupungin kapakoista monet olivat jo silloin naisten pitämiä. Kapakoitsijan ammatti katsottiin olevan naisille sopiva, koska oluenpano oli ollut vanhastaan naisten työtä. Näin Suomessakin, olutta myyvä tai myyntiin valmistava nainen pystyi oluen avulla turvaamaan itsenäisyytensä, joka on minusta itse oluesta elävänä naisena kiehtova ajatus.

Kuitenkin, jos nainen teki tai myi Suomessa olutta osana liiketoimintaa, hänen kunniaansa voitiin pitää häilyvämpänä ja olettaa jopa, että hän on suostuvaisempi prostituutioon. Tämä on sinänsä mielenkiintoista, koska olutta kaupungeissa valmistavat tai myyvät miehet eivät kohdanneet samoja ennakkoluuloja. Alkoholia myivät Suomessa naimattomat tai leskinaiset, ja koska alkoholin tarjoaminen koettiin tänä aikana osana parisuhderiittä, niin tästä on tullut leima, joka vaikutti paljon myös naisten maineeseen yleensä. Toki, koska olutta ostivat miehet ja he kävivät myös pääsääntöisesti keskenään olutkapakassa, liiketoimintaansa harjoittava nainen oli yksin monen miehen kanssa, jota voitiin myös tulkita väärin. Englannissa on tutkittu, miten pubikulttuurin ja oluen myynnin ongelmat heijastettiin nimenomaan naisiin ja samankaltaisia viitteitä on nähtävissä Suomesta.

Näyttää siltä, että alkoholin haitat ja siihen liittyvät oheisilmiöt, kuten eräänlainen ”moraalin löystyminen” on laitettu nimenomaan alkoholin myyvän tai kaupallisesti tuottavan naisen harteille, samalla kun oletettiin miesten olevan humalassa kyvyttömiä kontrolloimaan itseään ja siksi alisteisessa asemassa. Naisten ei myöskään soveltunut käydä yksin kapakassa, joten vaikka sait myydä olutta ravintolanpitäjän, oman maineen kannalta ei ollut kannattavaa juoda olutta ravintolassa. Tämän jälki on näkynyt Suomessa yleisesti pitkään, koska naiset päästettiin yksin ravintolaan vasta 1960-luvulla ja silloinkin hyvin vastahakoisesti, koska pelättiin että yksin ravintolaan menevät naiset hakeutuvat miesten pöytiin prostituutiotarkoituksessa.

Naisten paluu panimoihin

Toisen maailmansodan jälkeen Suomi vaurastui kovaa vauhtia ja koulutusmahdollisuudet avautuivat myös naisille, joiden määrä lisääntyi panimoissa esimerkiksi laaduntarkkailu- ja kehitystyössä, joihin panimot panostivat enemmän kuin ennen. Samaan aikaan naisten itsenäisyys lisääntyi, naisen arvo ei ollut enää niin tiukasti sidottu avioliittoon, joten itsensä elättävien, työssäkäyvien naisten osuus kasvoi samaan aikaan kun oluen kulutus nousi. Hyvänä esimerkkinä tästä kehityksestä voidaan mainita Torniossa sijaitsevan Lapin Kullan panimo, jossa panimotoimintaa oli johtamassakin naisia.

Naisten määrä on nykyään kolmannes isojen panimoiden työvoimasta ja heitä työskentelee panimoissa hieman enemmän kuin elintarvikealalla yleensä. Isoissa panimoissa työskentelevät naiset ovat hyvin moninaisissa tehtävissä ja usein omaavat joko tekniikan, elintarvike- tai markkinointialan koulutuksen. Ehkä suurin ero omasta mielestäni vertaillen isoissa panimoissa työskenteleviä naisia ja pienpanimon naistyöntekijöitä, on sama kuin miehillä – monet isoissa panimoissa työskentelevät ammattilaiset ovat intohimoisia oman alansa ammattilaisia, kuten markkinointi tai vaikka taloudenhallinto, kun taas pienpanimoissa työn tekemisen intohimo liittyy nimenomaan olueen. Pienpanimoissa suoraan oluenpanon puolella työskentelee karkeasti noin parikymmentä naista.

Panimoalalla työskentelevillä naisilla on, kuten miehilläkin, hyvin moninainen koulutustausta, joka voi liittyä myös suoraan siihen tehtävään mitä panimossa tekee. Panimomestari-tutkinto, joka on tyypillinen ulkomailla suoritettava oluenvalmistukseen liittyvä tutkinto ei enää ole kovinkaan yleinen tutkinto Suomessa. Kaiken kaikkiaan Suomessa työskentelee myös 17 panimomestarin koulutuksen saanutta naista, joka on tällä hetkellä 35% kaikista suomalaisista panimomestarikoulutuksen suorittaneista. Jokaisessa suuressa panimossa on ainakin yksi naispanimomestari. Hartwallilla panimomestari Hannele Ala-Karhu johtaa koko tuotantoa ja Olvillä panimomestari Silja Hylkinen on jo toisen sukupolven mestareita. Panimomestari-tutkinnon hankkii Suomessa entistä pienempi määrä oluentekijöitä, mutta nykyään meillä saa hieman vastaaventyypistä koulutusta esimerkiksi Hämeen Ammattikorkeakoulusta, jossa naisopiskelijoiden määrä on lisääntynyt. Kiinnostusta alaan siis on.

Pienpanimopuolella naisia on edelleen hyvin pieni vähemmistö, johtuen luultavasti osaltaan siitä, että monet pienpanimot ovat taustaltaan kotioluentekijöitä, joka on ollut 1990-luvulta asti korostetusti miesten harrastus. Suurin osa pienpanimoissa työskenteleviä naisista on työllistynyt edelleen markkinointi- tai myyntipuolelle, johtuen ehkä osaltaan sekä kiinnostuksen kohteista, perinteestä sekä pienemmissä panimoissa myös työn fyysisyydestä. Monesti naiset ovat mukana pienpanimoissa parisuhteen kautta eikä meillä ole tälläkään hetkellä vielä täysin naisjohtoista pienpanimoa vielääkään, tosin muutama kiertolaispanimo jo löytyy. Pienpanimon perustaminen on sekä taloudellisesti että ajankäytöllisesti hyvin vaativa projekti, ja itse sitä henkilökohtaisestikin hyvin pitkälle miettineenä, voin sanoa, että monilla naisilla esteeksi nousee myös perhekohtaiset syyt.





Naiset oluen juojina

Suomessa olutta on juotu niin arjessa kuin juhlassa, mutta alkoholin käyttö yleisellä tasolla on ollut naisille hyvin paljon harvinaisempaan kuin miehille. Jo ennen paloviinan yleistymistä 1600-luvulla olut on ollut kyläilyjuoma, joka eristi miehet juomaan ja naiset taloustöihin tupaan. Hyvän emännän määritelmä oli tiukka ja siihen kuului raittius, humaltuminen juhlien ulkopuolella kuului lähinnä moraaliltaan kyseenalaisempia naisten tapaan. Suomessa naisten harvaan juomiseen on vaikuttanut myös köyhyys, monesti rahat piti säästää ja jos jos joku joi, se oli isäntä, ja hänkin lähinnä markkina- tai kylämatkoilla.

Naisilla oli kuitenkin omia, miehistä erillisiä humaltumislaisuuksia, josta mielenkiintoisin on lehmien lasku laiturille toukokuussa. Silloin naiset saattoivat alkoholin johdosta riehaantua kovastikin, useita merkintöjä löytyy siitä miten humaltuneet emännät ovat nipistelleet miehiä lehmien laiturille laskun yhteydessä ja paljastaneet sukupuolielimiään kylällä. Samoin jouluna katsottiin, että syöminen ja juominen

koskee kumpaakin sukupuolta ja silloin myös perinteisesti seksuaalikäyttäytyminen oli hetken vapaampaa.

Perinnetietoa ja folkloristiikkaa tutkiessa itsestäni tuntuu, että naisilla alkoholin ja seksin yhteys koettiin voimakkaampana kuin miehillä. Alkoholin käyttävä nainen koettiin seksuaalisesti aktiivisempänä ja toki tämä näin välillä olikin. Miesten juomakäyttämiseen ei kuitenkaan liitetä niin vahvoja seksuaalikäyttäytymisen malleja, vaikka samanlaista käytöstä voidaan todistetusti olevan myös miesten puolella. Tämä ehkä edelleen peilaantuu myös erilaisissa panovitseissä ja naisiin kohdistuneessa ennakkoluuloissa alkoholialalla.

Naiset ovat aina juoneet olutta, mutta kun kauppoihin ja ravintoloihin ilmestyi laajasti saataville myös viinejä, siidereitä, lonkeroita ja juomasekoituksia 1960-luvulta lähtien, oluesta tuli maineeltaan enemmän miesten juoma, koska samalla oluen maku pysyi ja vakiintui vaaleaksi lageriksi. Vielä kolmen vuotta sitten tehdyssä Taloustutkimuksen kyselyssä 49% naisista sanoi, ettei pidä vaalean lagerin mausta, kun



Katso mitä kaikkea suomalaiset olutnaiset tekevät:
<https://olutposti.fi/naiset-olutmaailmassa/>

taas miehistä vain 16% vierasti oluttyylin makua. Siksi itse pidän nimenomaan olutmakujen laajentumista ”perinteisen” maltaan ja katkeron mauista pois päin naisten oluenkulutuksen kasvun syynä. Sinänsä miehinen pienpanimobuumi on tuonut naisten oluttuville oluet, jotka itse asiassa maistuvat samalta kuin erilaiset siiderit, juomasekoitukset tai vaikka lonkerot. Nyt siis löydämme oluita, jotka ovat mahdollisimman kaukana vaaleasta lagerista.

Naisilla on tutkitusti keskimäärin herkempi makuaste kuin miehillä ja siksi usein se olut, jota miespuolinen kumppani juo, ei välttämättä maistu naisille. Oluessa varsinkin katkero on suussa kertautuva maku, ja siksi useat naiset vierastavat sitä. Tämän takia olutvalikoiman voimakas laajeneminen on vahdittanut oluen suosiota myös naisilla. Nuoremmat, nyt kaksikymppiset naiset ovat jo kasvaneet moninaisen oluttyylilajien maailmaan ja on hauska huomata, ettei heillä edes välttämättä ole samanlaisia ennakkoluuloja oluen suhteen kuin vaikka yli neljäkymppisillä kanssaisarillaan. Erilaiset, oluttyylien osalta räätälöidyt oluttapahtumat ovat myös lisänneet tietoisuutta erilaisista oluista ja niissä on helppo myös saada ensikosketusta erilaisiin oluisiin. Naiset viihtyvätkin entistä enemmän myös keskenään oluttapahtumissa.

Toinen asia, joka on tuonut mielestäni naiset lähemmäksi oluita, on pienentynyt annoskoko. Oman kokemukseni mukaan olut ostetaan mieluummin, kun sitä saa vähemmän, varsinkin jos kysymyksessä on hieman vieras olut. Kaunis lasi tuntuu myös olevan naisille juomistilanteessa hieman tärkeämpi, ja tämän oman mielipiteeni vahvistivat monet olutravintoloissa työskentelevät ammattilaiset.

Naisten oluenjuomisen lisääntymisen kolmas oluttuvuus on ruoka. Suomessa ruoka ja juoma ovat aina kietoutuneet yhteen, mutta viinin yleistyessä 1980-luvulla, olut jäi yhdisteltäväksi vain lähinnä perinnerukiin ja hampurilaisiin. Nyt olut ja ruoka elää hienoista kasvua ja itse monia olut-tastingeja pitäneenä, voin sanoa, että naiset saavat houkutteltua paikalle nimenomaan ruualla. Oman kokemukseni mukaan, olut-tastingin yleisö on yleensä miehiä, paitsi jos maistettavana on jotain mielenkiintoista hyvää oluen kera. Olut irtokarkkien, kakkujen, juuston tai tapasten kanssa ovat tasting-teemoja, joilla naiset saavat liikkeelle.

Kaiken kaikkiaan voidaan sanoa, että sekä naisten kiinnostus olutkulttuuriin että naisten oluenjuonti on lisääntynyt ja se on nimenomaan oluen moninaisuuden kasvun ansiota.



Kansikuvana isämme ovat kaikki Fat Lizardin henkilökuntaa. Panimolla työskentelee naisia jokaisella osastolla. Katso miten he ovat löytäneet oluen ja mitä he panimolla tekevät?

<https://olutposti.fi/fat-lizardin-panimonaiset/>

Olutharrastajanaiset

Olutta harrastetaan paljon, onhan se ihmisiä yhteen keräävä, makuja antava ja suhteellisen halpa harrastus. Olutharrastajapuolella naisten osuus on kasvanut, mutta jos tarkastellaan erilaisia olutharrastajatahtumuksia, sosiaalisen median keskusteluja ja olutseurojen toimintaan, niin miehet ovat edelleen pääosassa sekä keskustelunaloittajina että osallistujina. Muutos on kuitenkin havaittavissa, ja uskon että se on molempien sukupuolien etu, koska oluestahan on ilo keskustella kaikkien kanssa.

Tällä hetkellä yhä suurin osa kotiolutharrastajista on miehiä, se näkyy mm. kaikkien kotiolutkilpailujen osallistujista, mutta naisten määrä on lisääntynyt nimenomaan parien yhteisenä harrastuksena. Itse kotiolutkilpailuiden tuomarina toivoisin kovasti että, naisten oluita tekemiä kotioluita ilmestyisi entistä enemmän myös näihin harrastuskilpailuihin, voisihan kilpailumenestys jopa innoittaa jotain naisosallistujaa miesten tapaan jopa perustaa oman panimon.

Oluella voi ansaita elantonsa

Itse olen ollut niin onnellisessa asemassa, että olen pysynyt ansaitsemaan elantoni pääsääntöisesti olutalalla jo parikymmentä vuotta, niin markkinoinnin, koulutuksen kuin toimittajatyön saralla. Samalla olen huomannut että media- ja vaikuttajapuolella 2000-luvun alussa hyvin miehille alalle on tullut paljon naisia, varsinkin median puolella. Suurin osa varsinaisista oluttoimittajista on tuki edelleen miehiä, mutta nykyään oluesta kirjoittavat myös yhä enemmän alalle tulleet naiset.

Entistä useampi nainen ansaitsee elantonsa oluella joko oluentekijänä, myynnin tai markkinoinnin parissa, kirjoittaen tai luennoiden tästä oivasta juomasta. Olen tästä kehityksestä erittäin onnellinen, koska olutnaistekijöiden esiinmarssi näkyy myös oluentekijälle ja toivottavasti tuo uusia kuluttajia oluen pariin niin nais- kuin miespuolelta.

Lähteet: Artikkelia laadittaessa on käytetty lukuisia viime vuosina olutalan naisten ja miesten kanssa käytyjä keskusteluja, haastatteluja ja artikkeleita. Kaikki johtopäätökset ovat kirjoittajan omia.

OLUENTEKIJÄNAISIA SUOMESSA:

Hannele Ala-Karhu panimomestari, Hartwall
Silja Hylkinen, panimomestari, Olvi
Paula Hantula, panimomestari, Sinebrychoff
Riitta Sulkama, panimomestari, Nokian Panimo
Sirpa Kääriäinen, sahdintekijä, Lammin Sahti
Helena Kangasluoma, oluentekijä, Hopping Brewsters
Teija Tuovinen-Laiho, oluentekijä, Panimoravintola Koulu
Elisa Laine ja Carita Vilkmán, oluentekijöitä, Pyykin Käsityöläispanimo
Jaana Marttala, oluentekijä, Mallaskosken Panimo
Tiia Pippuri, oluentekijä, Fiskarsin Panimo
Jenni Kehusmaa, oluentekijä, Saimaa Brewing Co.
Maija Järvinen & Johanna Liimatainen, oluentekijöitä, Malmgårdin Panimo
Elisa Koivusipilä, oluentekijä, Tornion Panimo
Marjokaisa Piironen, "Sahtikaisa", sahdintekijä
Greta Mäkinen, oluentekijä, Fat Lizard Brewing Co.
Laura Weckström ja Linda Silvanen, oluentekijöitä, kiertolaispanimo Brewcats

Suomalaiset naisolutammattilaiset kerääntyivät jo kolmatta kertaa tekemään olutta Kansainvälisen naistenpäivän 8.3. kunniaksi Fat Lizard –panimolle. Tällä vuosittaisella kansainvälisellä Pink Boots Collaboration Brew Day -tempauksella halutaan nostaa naisten roolia olutmaailmassa ja kerätä varoja naisten aseman ja koulutuksen parantamiseksi panimomaailmassa. Vuonna 2020 suomalaiset olutnaiset tekivät Nakku Oluen Tornion panimolla ja sitä ennen naistenpäivän olutta tehtiin RPS Brewingillä.

Pink Boots Collaboration Brew Day -yhteistyöoluen tekoon kuuluu, että olutmaailmassa työskentelevät naiset panevat yhdessä olutta Naistenpäivän kunniaksi ympäri maailmaa samana päivänä. Pink Boots Societyn päätöksentekopöras päättää vuosittain, mitä humalalajikkeita oluen käytetään, ja osastot toteuttavat oluensa omine versioineen. Humalat tilataan järjestön määrittämältä tuottajalta, joka puolestaan lahjoittaa osan tuotoistaan järjestölle.

Tänä vuonna Suomen Pink Boots Collaboration Brew Dayn pääpanijana toimi Fat Lizard Brewing Co:n oluentekijä Greta Mäkinen, mukana Espoosta olivat myös mm. panohenkilö Laurea Kanninen upouudesta Masis Brewerystä, 8-Bit Brewingin Elina Wolford ja Olarin Panimon Hanna Montonen sekä järjestäjinä oluttoimittajat Anikó Lehtinen ja Maria Markus. Tapahtuma oli koronan takia rajattu, mutta virtuaalisesti avoin kaikille seurattavaksi. Espoossa tehdyn oluen tyyli on nyt trendikäs NEIPA ja sitä pääsee maistamaan huhtikuun puolella.

Pink Boots Society on järjestö olutmaailmassa työskenteleville naisille. Jäsenistöön kuuluu esimerkiksi panimoiden, olutravintoloiden ja olutkauppojen omistajia, panimomestareita ja olutkirjoittajia. Yhteistä kaikille jäsenille on se, että he ovat naisia ja ansaitsevat ainakin merkittävän osan toimeentulostaan oluen parissa. Pink Boots Societyn tavoitteena on edistää alalla toimivien naisten urakehitystä sekä keskinäistä verkostoitumista. Näiden ohella järjestö haluaa houkutellessa lisää naisia nauttimaan oluesta.