



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Olutopas myyjien osaamisen kehittämiseen

Case Alko Oy

Joutsen, Anniina
&
Mannermaa, Niina

2015 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Leppävaara

Olutopas myyjien osaamisen kehittämiseen
Case Alko Oy

Joutsen, Mannermaa
Hotelli- ja ravintola-alan liikkeen-
johto
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2015

Laurea-ammattikorkeakoulu
Leppävaara
Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohto

Tiivistelmä

Joutsen, Anniina; Mannermaa, Niina

Olutopas myyjien osaamisen kehittämiseen: Case Alko Oy

Vuosi 2015 Sivumäärä 92

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli laatia olutopas, jonka avulla pyrittiin lisäämään Alkon myyjien oluttietoutta. Oppaan tarkoituksena on lisätä oluen myyntiä ja mahdollistaa myyjien lisäkoulutus sekä myymälöissä että sisäisissä henkilöstökoulutuksissa. Toimeksiantajana oli Alko Oy. Alko Oy on Suomen valtion omistama alkoholijuomien vähittäiskauppa, jolla on yksinoikeus yli 4,7% alkoholijuomien myyntiin.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys sisälsi teoriaa oppaan kirjoittamisen vaiheista, osaamisen kehittämisestä, tuotetuntemuksesta ja oluesta. Keskeisinä alateemoina olivat oppaan kirjoittamiseen sisältyvät aiheet, kuten typografia ja värien merkitys, sekä henkilöstön koulutuksen tärkeys.

Opinnäytetyössä käytettyjä kehittämismenetelmiä olivat teemahaastattelu, netscouting ja benchmarking. Myyjille tehdyn teemahaastattelun avulla saatiin tietoa, millaiselle oppaalle myyjien mielestä olisi tarvetta. Tulosten perusteella pystyttiin rajaamaan aihetta, jotta oppaasta ei tulisi liian laaja eikä käsitelisi jo tiedossa olevia asioita. Olutoppaan asiasisältö rajattiin käsittelemään oluiden valmistuksessa käytettäviä humalia ja maltaita, sekä olutta ruuan valmistuksessa. Netscoutingin ja benchmarkingin avulla saatiin näkemys siihen, millainen oppaan ulkoasu tulisi olemaan, sillä oppaasta haluttiin samankaltainen värimaailmaltaan kuin Alkon omat julkaisut.

Tuotoksena saatiin opas, josta julkaistiin painettu word-muodossa oleva ja sähköinen powerpoint-muodossa oleva versio, jonka voi laittaa esimerkiksi sisäiseen viestintäkanavaan intranettiin. Opasta voidaan käyttää sisäisissä koulutuksissa ja myyjien apuna myymälöissä. Oppaan selaaminen on helppoa ja tietojen löytäminen käy nopeasti. Oppaasta löytyvien tietojen avulla asiakkaita voidaan palvella entistä paremmin. Toimeksiantajan mukaan valmis olutopas oli hyvin onnistunut tuotos. Oppaaseen oli kirjoitettu kaikki oleellinen tieto, ja opas oli selkeä.

Asiasanat: henkilöstökoulutus, olut, opas, tuotetuntemus

Laurea University of Applied Sciences
Leppävaara
Degree Programme in Hospitality Management

Abstract

Joutsen, Anniina; Mannermaa, Niina

Beer Guide Book to Improve the Knowledge of the Salespersons: Case Alko Oy

Year	2015	Pages	92
------	------	-------	----

The objective of this functional thesis was to create a beer guide book to increase Alko's salespersons' knowledge about beer. The purpose of the beer guide book is to increase beer sales and enable supplemental training for salespersons in shops and in-house personnel training. The commissioner was Alko Oy. It is the only retail in Finland that has the exclusive right to sell alcoholic drinks with over 4.7% alcohol. Alko Oy is owned by the Finnish government.

The theoretical section in this thesis focuses on writing a guide book, developing skills, product knowledge and beer. The main sub-themes were topics on writing a guide book, which includes typography, the meaning of pictures and the importance of personnel training.

The development methods used in this thesis were theme interview, netscouting and benchmarking. The theme interviews provided some ideas what kind of a guide book would be needed. The theme interview was important because the results helped to define the subject. The substance of the beer guide book depicts hops and malts used in beer production and how to use beer in cooking. Netscouting and benchmarking helped to decide what the layout of the beer guide book would be like. The objective was to create the same layout as Alko's own publications have.

The outcome of this thesis was a beer guide book in printed and digital version. The beer guide book can be used in in-house personnel trainings and also in shops to help the salespersons in their work. Reading the beer guide book is effortless and it is easy to quickly find the exact information needed. The salespersons can offer better customer service with the help of this beer guide book. The commissioner gave excellent feedback and thought that the beer guide book contains relevant information.

Keywords: beer, guide book, personnel training, product knowledge

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Alko Oy.....	7
3	Henkilöstön oluttuntemuksen kehittäminen oppaan avulla	9
3.1	Osaamisen kehittäminen.....	9
3.1.1	Oppiva organisaatio.....	10
3.1.2	Henkilöstökoulutus	11
3.2	Tuotetuntemus	12
3.3	Olut.....	13
3.4	Oppaan kirjoittaminen	16
3.4.1	Oppaan ulkoasu.....	17
3.4.2	Typografia	18
3.4.3	Kuva	18
3.4.4	Väri	19
3.4.5	Taitto.....	20
4	Olut-oppaan laatiminen.....	21
4.1	Netscouting.....	21
4.2	Benchmarking.....	24
4.3	Teemahaastattelu.....	24
4.3.1	Teemahaastattelun teoria	25
4.3.2	Teemahaastattelun toteutus	26
4.3.3	Teemahaastattelun tulokset	26
4.4	Olutoppaan sisällön suunnittelu, kirjoittaminen ja viimeistely.....	27
5	Johtopäätökset	30
	Lähteet	32
	Kuvat	34
	Kuviot	35
	Taulukot	36
	Liitteet.....	37

1 Johdanto

Olut on nousemassa trendiksi, sen kysyntä on lisääntynyt viime vuosina ja sen ennustetaan jatkuvan tulevaisuudessakin. Oluen arvostus on kasvanut pienpanimoiden ja erikoisolutiden lisääntymisen myötä. Lisäksi oluen suosio ruokajuomana on lisääntynyt ja esimerkiksi ravintoloissa tilataan ruuan kanssa yhä useammin olutta. (Ilkka 2015.)

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli laatia Alkon myyjille olutopas, jonka avulla pyrittiin lisäämään myyjien oluttietoutta. Oppaan tarkoituksena on lisätä oluen myyntiä ja mahdollistaa lisäkoulutus sekä myymälöissä että sisäisissä henkilöstökoulutuksissa. Lisäksi opasta voidaan käyttää sekä olutkoulutuksissa että itsenäisen opiskelun välineenä. Opas on käytännöllinen, sillä sen avulla Alkon myyjät pystyvät parantamaan oluttuntemustaan ja tätä kautta tarjoamaan asiakkailleen vieläkin monipuolisempaa palvelua kuin Alko jo tarjoaa.

Opinnäytetyöprojekti alkoi syksyllä 2014 yhteydenotolla Alkon tuotekoulutuspäällikköön ja tiedustelemalla, olisiko olutaiheiselle oppaalle käyttöä. Vastaukseksi saatiin, että humalista ja maltaista kertovalle oppaalle olisi tarvetta myyjien koulutuksissa ja asiakaspalvelutilanteissa.

Opinnäytetyötä ryhdyttiin tekemään toiminnallisena työnä, sillä opas on henkilöstökoulutuksessa käytettävä apuväline. Kehittämismenetelminä käytettiin teemahaastattelua, benchmarkingia sekä netscoutingia. Tietoperustassa keskeisiä käsitteitä olivat henkilöstökoulutus, olut, opas ja tuotetuntemus.

Opinnäytetyön teoreettinen tietoperusta etenee luvussa kolme osaamisen kehittämisen teorian kautta tuotetuntemukseen ja oluttietouteen, jossa esitellään oluttyypit ja oluen valmistamisprosessia. Luvun lopussa käydään läpi oppaan kirjoittamisen teoriaa. Luvussa neljä kerrotaan olutoppaan suunnittelusta kehittämismenetelmien avulla ja kuvataan oppaan kirjoitusprosessia. Viimeisessä luvussa viisi on esitetty valmiin oppaan arviointi ja johtopäätökset työstä.

2 Alko Oy

Huhtikuun 5. päivänä vuonna 1932 klo 10 ovensa avannut Alko on vastuullinen ja palveleva erikoisliike, jonka tavoitteena on olla Suomen paras asiakaspalvelija ja palvella kaikkia asiakkaitaan. Alkolla onkin yhteensä 350 myymälää sekä 99 tilauspalvelupistettä ympäri Suomea, aina Hangosta Nuorgamiin. Lisäksi Alko Oy:llä on lakisääteinen yksinoikeus väkevien alkoholijuomien myymiseen kaupanalalla Suomessa. Tästä on tehty kyselyitä, ja suurin osa suomalaisista pitää hyvänä asiana sitä, että Alko on saavuttanut monopoliasemansa. (Alko Oy 2015.)

Alko on Suomen valtion täysin omistava yhtiö. Sen toiminta perustuu säädettyyn alkoholiliikkiin ([1143/1994](#)), alkoholiyhtiön toimintaa koskevaan asetukseen ([243/2000](#)), osakeyhtiölakiin sekä yhtiöjärjestykseen. Myös sosiaali- ja terveysministeriö on vastuussa Alkon omistajaohjauksesta ja valvonnasta, koska Alko on saavuttanut yksinoikeuden alkoholijuomien myyntiin. Alkon organisaatioon kuuluvat johtoryhmä, hallitus sekä hallintoneuvosto. Ne kokoontuvat kerran vuodessa yhtiökokoukseen, jossa nähdään yhtiön vuosikatsaus ja mitä kehittämiskohteita yrityksellä mahdollisesti on.

(Alko Oy 2015.)

Alkon visio on olla vastuullisin ja toimivin Suomen vähittäiskauppa, ja missio on olla vastuullinen alkoholin myynnissä, samalla taaten erinomaisen asiakaspalvelun sekä taloudellisen tehokkuuden. Alkon strategia (kuvio 1) ja tavoitteet tukevat erittäin hyvin visiota ja missiota. Alko haluaa olla paras työpaikka, asiakaspalvelija ja samalla kuitenkin edistää vastuullista myyntiä. Alko panostaakin erittäin paljon omaan henkilöstöönsä ja näin ollen asiakaspalveluun. Henkilöstöä koulutetaan säännöllisin väliajoin niin myymälöissä kuin suuremmissa kouluksissa. (Alko Oy 2015.)

**Haluamme olla paras työpaikka ja asiakaspalvelija.
Ja lisäksi vastuullisin palveluyritys.**

**SUOMEN PARAS
ASIAKASKOKEMUS**

Suomen paras palveluyritys ketjuvertailussa.



**SUOMEN PARAS
TYÖPAIKKA**

Suomen paras suuri yritys Great Place to Work -tutkimuksessa.

**SUOMEN VASTUULLISIN
PALVELUYRITYS**

Suomen vastuullisin yritys kauppaa-, palvelu- ja finanssiryhmässä.



**TEHOKAS
ERIKOISLIKKEKETJU**

Kustannukset/liikevaihto -tunnusluku tavoitteellinen.

Panostamme erityisesti henkilöstöön ja sen myötä asiakaspalveluun.

Kuvio 1: Strategia (Alko 2015)

Alko uudistaa valikoimaansa useaan kertaan vuodessa. Sen tuotevalikoimaan kuuluu yli 2000 tuotetta ympäri maailman, sekä kausituotteet, jotka vaihtelevat kausittain, esimerkiksi joulua ja kesä. Alkon kokonaisvalikoima perustuu kuitenkin siihen, millaisia tuotteita asiakkaat tarvitsevat ja käyttävät. Jokainen myymälä pystyy laajentamaan valikoimaansa juuri oman asiakaskuntansa mukaisesti. Alko ottaa myös paljon luomu sekä eettisen kaupan tuotteita myyntiinsä, sillä niiden kysyntä kasvaa koko ajan. Lisäksi viinien menekki on kasvanut viime vuosina, nykyään puolet Alkon myynnistä on puna-, valko-, ja kuohuviinejä. (Alko Oy 2015.)

3 Henkilöstön oluttuntemuksen kehittäminen oppaan avulla

Ensimmäisessä aluvussa käsitellään osaamisen kehittämistä, joka sisältää teoriaosuudet op-
pivasta organisaatiosta ja henkilöstökoulutuksesta. Tämä aihe valittiin tietoperustaan, koska
opinnäytetyöstä syntyvän olutoppaan tarkoituksena oli Alkon myyjien osaamisen kehittäminen
henkilöstökoulutuksissa oppaan avulla. Toisena aiheena käsitellään tuotetuntemusta ja olutta,
sillä oppaan avulla pyritään Alkon myyjien tuotetuntemuksen lisäämiseen. Lopuksi käydään
läpi oppaan kirjoitusprosessiin liittyviä keskeisiä asioita.

3.1 Osaamisen kehittäminen

Osaamisen kehittämisessä tavoitteena on kehittää yksilöitä niin, että koko organisaatio oppii
ja hyötyy osaamisesta. Osaamisen kehittämisessä kyseenalaistetaan jo olemassa olevat toi-
mintatavat sekä tuetaan omaehtoista kehittämistä. Osaamista voidaan kehittää muun muassa
koulutuksien avulla. Niiden tavoitteena ei ole ainoastaan yksilön oppiminen, vaan koko orga-
nisaation toiminnan kehittäminen. Lisäksi kehityskeskustelut ovat tärkeä työväline osaamisen
kehittämisessä. Niitä voidaan käydä sekä yksilö- että ryhmätasolla. On myös tärkeää, että
organisaatio arvostaa kokemuksellista tietoa ja myös tukee tämän tiedon jakamista aktiivises-
ti. (Kesti 2005, 48-49, 63.)

Henkilöstön jatkuva koulutus on erittäin tärkeää. Kun henkilöstö pääsee oppimaan työssään
jatkuvasti, takaa se mielekkään työn lisäksi myös sen, että henkilökunta pysyy koko ajan ajan
tasalla oikeasta tiedosta. Ammatissa oppiminen takaakin työntekijän ammatti-identiteetin
löytymisen ja tätä kautta hyvän asiakaspalvelukokemuksen asiakkaalle. (Varila & Rekola 2003,
91-95.)

Henkilöstön jatkuva kouluttaminen luo mielenkiintoa työtä kohden. Lisäksi työntekijät pitävät
siitä, kun he saavat oppia uutta ja pääsevät hyödyntämään kykyjään. Ammatissa oppimisessa
työntekijät pääsevät itse kokeilemaan ja tulkitsemaan tilanteita, ja näin ollen oppivat luo-
maan omaa identiteettiään työssä sekä käyttämään omia taitojaan tehokkaasti. (Varila & Re-
kola 2003, 91-95.)

Alkon henkilöstökoulutuksessa käytetään hyvin paljon ammatissa oppimista, etenkin aistillista
koulutusta. Tämä koskee etenkin uusien tuotteiden tutustumiskoulutuksia. Näissä koulutuksis-
sa tuotetta haistellaan, maistellaan ja analysoidaan myös silmämääräisesti. Aistien käyttö
koulutuksissa on tärkeää, sillä näin saadaan todella tarkka havainto tuotteesta ja näin ollen
sitä pystytään paremmin myös esittelemään asiakkaalle. (Alko Oy 2015.)

3.1.1 Oppiva organisaatio

Oppivalla organisaatiolla on monta eri määritelmää. Oppiva organisaatio voi tarkoittaa ihmisläheisesti toimivaa organisaatiota tai se voi olla organisaatio, joka kouluttaa henkilöstöään. Toisaalta myös yliopisto, tietotekniikkayritys tai tuotekehitysorganisaatio voi olla oppiva organisaatio. Oppivalla organisaatiolla on erilaisia määrittelyjä, koska oppivaa organisaatiota tarkastellaan omasta näkökulmasta. Esimerkiksi työnantajat, työntekijät ja asiantuntijat määrittelevät oppivan organisaation omilla tavoillaan. (Moilanen 1999, 9.)

Oppimiseen panostaminen on erittäin tärkeää organisaatiossa, sillä yksilölle se merkitsee arvostusta. Kun työnantaja tarjoaa erilaisia mahdollisuuksia oppimiseen ja osaamisen kehittämiseen, yksilö tällöin kokee, että häntä pidetään tärkeänä ja että häneen luotetaan. Lisäksi yksilön luottamus omaan tulevaisuuteensa sekä kehittymiskykyynsä lisääntyy ja monitaitoisuus sekä työssä selviäminen paranevat. Oppiminen vaikuttaa myös työilmapiiriin sekä työssä jaksamiseen, sillä sen avulla rutinoituminen vähenee ja työn vaihtelevuus lisääntyy. Yksilöiden kehittäminen parantaa koko organisaation joustavuutta sekä toimintavarmuutta. (Moilanen 2001, 17.)

Oppivassa organisaatiossa opitaan erilaisia asioita organisaation strategioiden ja tarpeiden mukaisesti. Oppivan organisaation sisällä yksilöt oppivat asioita omien mahdollisuuksien ja tarpeiden mukaan. On siis tärkeää ottaa huomioon sekä organisaation että yksilötavoitteet ja pyrkiä saavuttamaan tasapaino näiden kahden välillä. (Moilanen 2001, 26.)

Kaikki työyhteisöt ovat tavalla tai toisella asiakaspalvelijoita. Asiakkaita voi olla erilaisia, kuten esimerkiksi välittömiä asiakkaita, verkkoyhteyden päässä olevia asiakkaita, tiskiltä palveltavia asiakkaita tai vaikkapa yrityksen sisäisiä asiakkaita. Loppujen lopuksi kaikki organisaation jäsenet tekevät töitä sen eteen, että tietyn asiakasryhmän tarpeet saadaan tyydytettyä. Vaikka tuotettavan palvelun sisältö sekä asiakkaiden tarpeet vaihtelevat, organisaation täytyy kuitenkin jatkuvasti analysoida omaa osaamistaan asiakaspalvelun ydinalueilla sekä tiedostaa keskeiset elementit omassa palveluosaamisessaan. Organisaatiolle tärkeitä osa-alueita voivat olla esimerkiksi asiakastuntemukseen liittyvät asiat, kuten asiakastietojärjestelmät sekä ydinasiakkaiden syvällinen tunteminen, tai vaikkapa myyntikanavien ja mainostajien hallinta. (Moilanen 2001, 35-36.)

Yleisin oppimisen keino organisaatiossa on koulutus. Koulutusta voidaan antaa yrityksessä joko omin voimin tai sitä voidaan järjestää yrityksen ulkopuolelta. On kuitenkin tärkeää muistaa, että koulutus on vain yksi tapa lisätä oppimista organisaatiossa. Oppimisen keinovalikoima tulee olla monipuolinen ja laaja, jotta se mahdollistaa organisaatiossa jokaisen yksilön täysipainoisen oppimisen sekä kehittymisen. Tällaisia oppimisen keinoja ovat esimerkiksi sisäinen

tai ulkoinen koulutus, uudet erilaiset projektit tai työtehtävät, tekemällä oppiminen, kokeuksesta oppiminen, virheistä oppiminen, itsenäinen oppiminen sekä toisilta oppiminen. Oppimisen keinoina voidaan käyttää myös työhön liittyviä muutoksia, uusia hankkeita, kokeiluja, valmennuksia sekä työn vaihtamista. (Moilanen 2001, 95-96.)

Oppiva organisaatio arvostaa koulutusta ja siksi sitä tarjotaan kaikilla organisaation tasoilla. Yrityksessä voidaan järjestää sisäistä koulutusta talon sisällä tai tarjota mahdollisuus yrityksen ulkopuolella järjestettävään koulutukseen. Koulutuksessa käytettävät menetelmät vaikuttavat olennaisesti yksilöiden oppimiseen ja kehittymiseen. Tämän vuoksi koulutuksen järjestämiseen tulee kiinnittää erityistä huomiota. Koulutuksessa hyödynnetään osallistujien erilaisuutta ottamalla huomioon osallistujien erilainen koulutus- sekä kokemustausta. (Moilanen 2001, 97.)

3.1.2 Henkilöstökoulutus

Henkilöstökoulutus tarkoittaa erilaisia koulutuksen muotoja, joita yritys voi käyttää. Näitä ovat esimerkiksi yrityksessä järjestettävät koulutuspäivät, pitkäkestoiset koulutusjaksot sekä kurssit. Henkilöstökoulutus on työajalla tapahtuvaa opiskelua ja sen järjestämisestä vastaa työnantaja. (Ranki 1999, 100.)

Henkilöstökoulutus voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen henkilöstökoulutukseen. Sisäisellä henkilöstökoulutuksella tarkoitetaan joko yrityksen itse järjestämää tai yritykselle räätälöityä valmennusta, joka on tarkoitettu yleensä vain yrityksen henkilöstölle. Tällaiseen koulutukseen voi joissakin tapauksissa osallistua myös yrityksen yhteistyökumppaneita, kuten asiakkaita, toimittajia tai alihankkijoita. (Ranki 1999, 100.)

Sisäisellä henkilöstökoulutuksella parannetaan yrityksen yhteistoimintaa, kun koulutuksen osallistujat ovat yrityksen eri osista sekä tekevät erilaisia työtehtäviä. Tämä mahdollistaa sen, että asioita ja ongelmia pystytään tarkastelemaan useasta eri näkökulmasta. Jos koulutukseen osallistuu vain saman työtehtävän edustajia, hedelmällistä keskustelua ei saada aikaan eikä koulutuksesta ole tällöin hyötyä. (Ranki 1999, 100.)

On hyvin monia eri tapoja toteuttaa henkilöstökoulutusta. Toteutustavat riippuvat yrityksen tilanteesta sekä tarpeista. Toteutustapoja voivat esimerkiksi olla perinteinen teoriaopetus, itseopiskelu, videot tai tietokoneohjattu opiskelu, mentorointi, toimintaoppiminen sekä erilaiset simulaatiot ja pelit. (Ranki 1999, 100.)

Henkilöstökoulutuksen tavoite on, että koulutuksessa opittuja taitoja ja tietoja käytetään sekä hyödynnetään työtehtävissä. Tämän vuoksi koulutuksen vaikuttavuuden seuranta ja arvi-

ointi on erittäin tärkeää. Koulutuksen vaikuttavuuden seuranta kertoo jo itsessään sen, että yritys todella pyrkii parantamaan työn tulosta ja laatua. (Ranki 1999, 104.) Koulutuksen arvioinnin yksi ydinkysymyksistä on: ovatko koulutukseen osallistujat todella oppineet ja omaksuneet ne valmiudet, jotka koulutus pyrki tarjoamaan. (Rauste-von Wright & von Wright 2000, 189.)

3.2 Tuotetuntemus

Tuotteella tarkoitetaan esinettä, palvelua, toimintaa, organisaatiota tai aatetta, jolla on ominaisuuksia, joilla voidaan tyydyttää tarvetta tai halua. Tuotetietouden hallinnalla tarkoitetaan sitä, että myyjä on asiakkaan ongelmanratkaisija sekä tarpeen tyydyttäjä. Tämä edellyttää sitä, että myyjä tuntee tuotevalikoiman niin hyvin, että pystyy tarjoamaan asiakkaalle nimenomaan tälle sopivia tuotteita. Lisäksi myyjän tulee osata vertailla myynnissä olevia tuotteita eri ominaisuuksien, kuten esimerkiksi hinnan, suhteen. (Pekkarinen, Pekkarinen & Vornanen 2006, 11.)

Tuotteiden ominaisuuksien hallinnan lisäksi tärkeintä tuotetietoudessa on tuotetietouden esittely, vertailu sekä argumentointi eli perusteleminen. Myyjän tulisi kartoittaa asiakkaan tarpeita tuotteeseen liittyen ja sen jälkeen tarjota asiakkaalle perusteluita tuotteen valintaan. Se, mitä argumentteja myyjän kannattaa tuotteesta poimia, riippuu asiakkaan tarpeesta. Jos myyjä osaa kuunnella asiakasta ja ymmärtää tämän tarpeet, hänen ei tarvitse kertoa kaikista tuotteista kaikkea, vaan vain sen tiedon, minkä kyseinen asiakas tarvitsee. (Pekkarinen ym. 2006, 11-12.)

Usein tuotteiden valmistajat luottavat siihen, että itse tuote puhuu puolestaan. Tästä syystä ihmisten todelliset tarpeet jäävät usein taka-alalle. Lisäksi usein ongelmana on myös se, että valmistaja ei puhu tuotteen esitteessä samaa kieltä kuin asiakas. Tämän vuoksi on tärkeää, että myyjä osaa selventää tuotetiedot asiakkaalle ymmärrettävällä tavalla. Tuotetiedon hallinta on haasteellista, koska suomalaiset asiakkaat vaativat myyjiltä luotettavuutta ja luotettavuuden yksi tärkeimmistä kriteereistä on nimenomaan asiantuntemus. Vaikka myyjän asiantuntemukseen kuuluu monia asioita, sen pohjana on kuitenkin aina tuotetieto. (Pekkarinen ym. 2006, 12-13.)

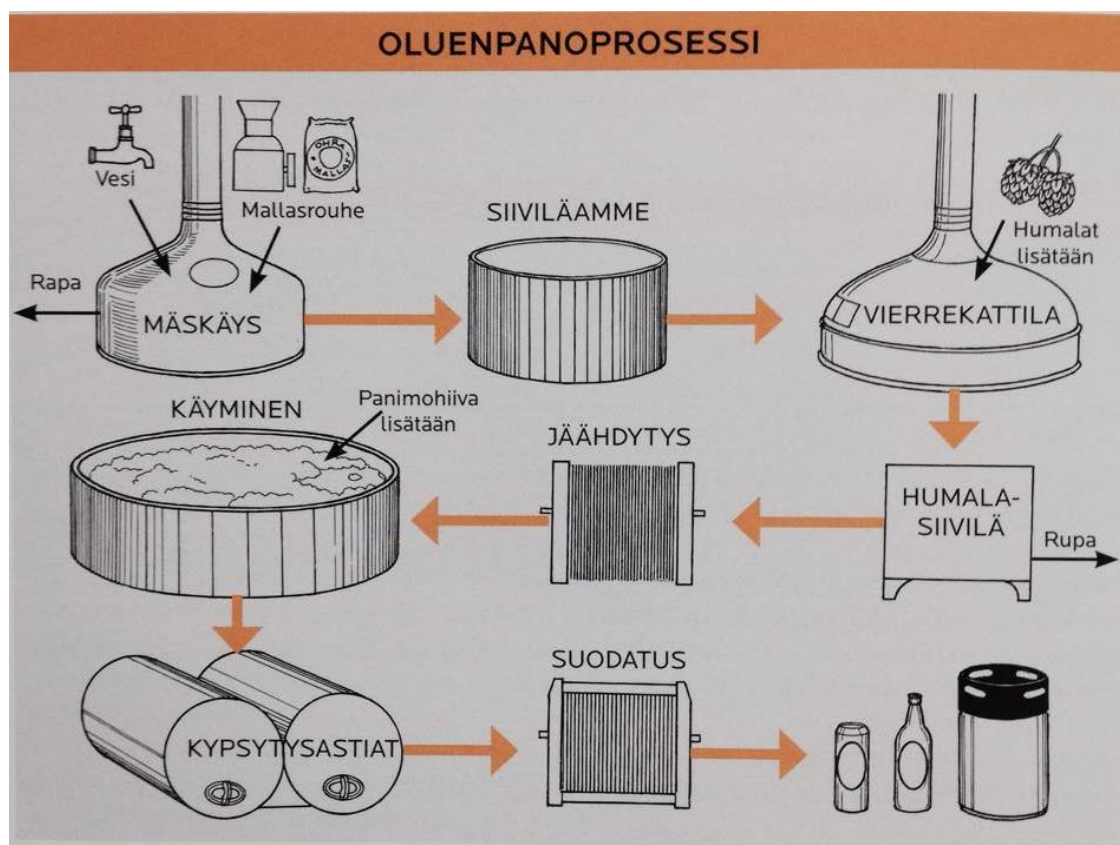
Voidakseen toimia menestyksekkäästi, myyjän pitää hallita oma asiakasryhmänsä sekä tuotteensa. Myyjän tulee tietää tuotteidensa tärkeimmät käyttäjät sekä heidän kokemuksensa. Lisäarvoa asiakkaalle tuo se, jos myyjä pystyy kertomaan asiakkaalle omista kokemuksistaan tuotteen käyttäjänä. Myyjän kannattaa myös tuntee tuotteidensa viimeisin kehitys, omien tuoteryhmien kausivaihtelut sekä tuotteen elinkaari. Lisäksi on erittäin tärkeää, että myyjä tuntee hyvin kilpailijansa sekä heidän tuotteidensa edut. Näin myyjä ymmärtää paremmin

oman tuotteen todelliset edut sekä pystyy vastaamaan paremmin asiakkaiden esittämiin kysymyksiin. (Pekkarinen ym. 2006, 13-14.)

Tuotteita koskevat vaatimukset saattavat muuttua tänä päivänä hyvinkin nopeasti. Tästä syystä myyjän tulee jatkuvasti kehittää omaa tuotetuntemustaan ja pysyä viimeisimmässä kehityksessä mukana. Aktiivinen myyjä hankkii itse tuotetietoutta muun muassa tuote-esitteistä, ammattijulkaisuista, käsi- ja ohjekirjoista sekä tavarantoimittajan tiedotuksista. Myyjän kannattaa myös haastatella asiakkaita ja tavarantoimittajia, tutkia tuotenäytteitä sekä käydä kilpailijoiden esittelyissä ja tällä tavoin kehittää tuotetuntemustaan. (Pekkarinen ym. 2006, 15.)

3.3 Olut

Oluen valmistamisessa käytetyt raaka-aineet ovat vesi, mallas, hiiva ja humala. Oluen valmistuksessa käytettävän veden on oltava hyvälaatuista ja puhdasta. Vedenlaatu vaikuttaa ratkaisevasti oluen valmistukseen. Esimerkiksi Suomessa saadaan erittäin hyviä lageroluita, sillä käytössä on pehmeä vesi, jossa on vähemmän suolaa ja mineraaleja. Englannissa oleva suolaisempi vesi taas on omiaan korostamaan Ale-oluiden katkeroaromia. Oluenpanoprosessi on kuvattu kuviossa 2. (Alkon tuoteaapinen 2014.)



Kuvio 2: Oluenpanoprosessi (Alkon tuoteaapinen 2014.)

Mallas antaa oluelle makua ja väriä. Oluen valmistuksessa käytetään pääsääntöisesti ohramalasta, sillä se antaa olueen sokeria. Toinen yleinen on vehnämallas, jota käytetään etenkin saksalaisissa weizen-oluissa. Lisää makua esimerkiksi stoutolueen saadaan kun käytetään paahdettua ohraa. (Alkon tuoteaapinen 2014.)

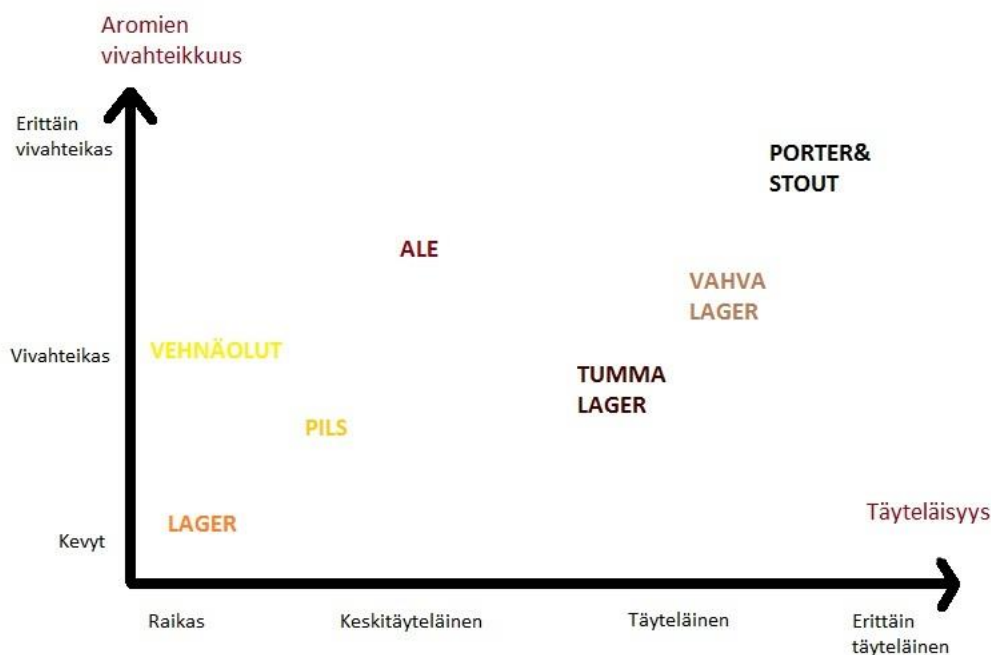
Hiiva puolestaan mahdollistaa oluen käymisen ja antaa siihen alkoholia. Erilaisilla hiivalajikkeilla saadaan erilaisia vivahteita oluisiin ja yleensä panimot kasvattavatkin omat hiivakantansa. Hiivat jaetaan kahteen päätyyppiin, jotka ovat pinta- ja pohjahiivat. Näiden tyyppien mukaan myös oluita pystytään luokittelemaan. (Alkon tuoteaapinen 2014.)

Humalasta olut saa katkeroarominsa, joilla tasapainotetaan maltaan antamaa makeutta. Lisäksi se antaa aromeja ja auttaa olutta sen säilyvyydessä. Oluen maustamisessa käytetään humalan emikukkia. Humalalajikkeita on kymmeniä erilaisia, ja jokaisella oluttyypillä on oma lajikkeensa (taulukko 1). Esimerkiksi Suomessa käytetään tšekkiläistä Saaz-lajiketta. (Alkon tuoteaapinen 2014.)

Esimerkkejä humalalajikkeiden aromeista	
Humalajike	Aromit
Saaz (Tsekki)	hienostunut katkeruus, herkkä kukkaisuus
Perle (Saksa)	Saazia jyrkempi, puhdas katkeruus
Cascade (USA)	greippi, sitrusmaisuus
Golding (Britannia)	hedelmäisyys

Taulukko 1: Humalan aromeja (Alkon tuoteaapinen 2014.)

Oluet jaetaan kolmeen pääluokkaan, jotka ovat pintahiivaoluet, pohjahiivaoluet ja spontaanin käymisen oluet. Alko jakaa nämä kolme pääluokkaa vielä yhteensä kahdeksaan eri oluttyyppiin. Pintahiivaoluet jaetaan vehnäoluisiin, aleen sekä portteriin ja stoutiin. Pohjahiivaoluihin kuuluvat lager, tumma lager, pils ja vahvat lagerit. Lisäksi on vielä ryhmä erikoisoluita, joihin kuuluvat harvinaisemmat, jopa hieman haastavammat oluet. Oluet voidaan pilkkoa vielä kymmeniin näitä pienempiin luokkiin. Kuviossa 3 oluita on jaettu makutyypin mukaan. Makujen kriteereinä on aromien vivahteikkuus sekä oluen täyteläisyys. (Alkon tuoteaapinen 2014.)



Kuvio 3: Oluiden makutyypit (Alkon tuoteaapinen 2014.)

Lager-oluet ovat raikkaita, tasapainoisia ja erittäin helposti lähestyttäviä oluita. Lager on nykyisin maailman yleisin oluttyyppi. Lagereita on yli 90% kaikista oluista. Esimerkkejä lager-oluista ovat muun muassa vähä-alkoholiset oluet, light-oluet, pale sekä suomalaiset perusolut. Väriltään lagerolut ovat kullankeltaisesta kupariin. (Alkon tuoteaapinen 2014.)

Tumma lager on erittäin pehmeä oluttyyppi. Siinä yhdistyvät helppo lagermainen nautittavuus sekä makea maltaisuus, joka tulee tummasta maltaasta. Nämä oluttyypit ovat maultaan hennon karamellisia, jopa suklaisia. Väriltään tummat lagerit ovat tummasta meripihkasta mustaan. (Alkon tuoteaapinen 2014.)

Pils on maultaan aromaattinen sekä kuivahko pohjahiivaolut. Sen luonteelle on hyvin ominaista selvästi maistuva humalointi, mutta myös sen lisäksi kukkaiset ja mausteiset aromit. Pilsner-oluet ovat lagereiden kantaisiä. Pilsnereitä tulee etenkin Saksasta ja Tsekistä. Saksalaiset pilssit ovat yleensä raikkaampia ja tsekkiläiset taas maltaisia ja voimakkaampia. Väriltään pilssit ovat vaaleankeltaisesta kullanuskeaan. (Alkon tuoteaapinen 2014.)

Vahvan lagerin kotimaa on Saksa. Oluen maussa on makeutta sekä siinä on runsaammin alkoholia. Oluessa maistuvat karamellisuus, toffeisuus, aistittavissa on jopa luumua sekä kahvisuutta. Väriltään vahvat lagerit ovat vaaleankeltaisesta tummanruskeaan. Vahvojen lagerei-

den alkoholipitoisuus on huomattavasti suurempi kuin muissa oluissa, sillä se ylittää jopa 14%. (Alkon tuoteaapinen 2014.)

Vehnäolut on todella kesäinen ja hedelmällinen, kevyt olut. Aromiltaan niistä on aistittavissa banaania, sitrusta, vaniljaa ja mausteisuutta. Lähtöisin vehnäoluet ovat Saksasta Baijerin alueelta, mutta myös belgialaisilla vehnäoluilla on pitkät perinteet. Väriltään ne ovat vaaleankeltaisesta tumman sameaan. Alkoholipitoisuudeltaan vehnäoluet ovat kolmos- ja nelosoluen tasoa. (Alkon tuoteaapinen 2014.)

Ale-oluet ovat maultaan karamellisen hedelmäisiä ja erittäin aromikkaita. Ale-oluet ovat hyvin laaja ja perinteinen oluttyyppi. Ne tulevat etenkin Briteistä ja Belgiasta. Väriltään alet ovat vaaleankeltaisesta ruskeaan. Tunnetuimpina esimerkiksi IPA, eli Indian pale ale, sekä englantilainen, amerikkalainen ja belgialainen pale ale. Myös monet luostarioluet ovat ale-oluita. (Alkon tuoteaapinen 2014.)

Porter- ja stout-oluet ovat helposti erotettavissa muista oluista, sillä niiden värimaailma on tummanruskeasta mustaan. Niissä on käytetty tummia maltaita, mikä antaa värin lisäksi myös erittäin vahvan maun. Hyvin paahdetussa aromissa maistuu leipä, mämmi ja tumma suklaa. Sekä portterit että stoutit ovat kotoisin Iso-Britanniasta. Nämä oluet sopivat yleensä kokeneemman olutharrastajan suuhun, juuri vahvojen makujensa vuoksi. (Alkon tuoteaapinen 2014.)

Erikoisuudet ovat oluttyyppinä, joiden maku saattaa olla peruskuluttajalle hyvinkin haastava. Erikoisuuksiin lasketaan myös harrastajien erikoisolut sekä harvinaiset oluet. Esimerkiksi paljon huomiota saanut Päivi-olut lasketaan erikoisuuksiin. Erikoisolutien tyyli vaihtelee täydellisen makeista kirpeän raikkaisiin oluihin. Lisäksi erikoisuusoluihin kuuluvat muun muassa ginger beer sekä kirsikkaolut. (Alkon tuoteaapinen 2014.)

3.4 Oppaan kirjoittaminen

Oppaan tuloksellinen kirjoitustyö sisältää kolme vaihetta. Nämä vaiheet ovat määrittely ja suunnittelu, varsinainen kirjoitustyö sekä viimeistely. Paras mahdollinen lopputulos saadaan, kun näihin kaikkiin kolmeen vaiheeseen käytetään yhtä paljon aikaa. Lisäksi määrittely- ja viimeistelyvaiheissa kirjoittajan kannattaa käyttää ulkopuolista apua hyödyksi, jotta oppaaseen saadaan useita näkökulmia. (Alasilta 1999, 43.)

Kuten kaikessa muussakin kirjoittamisessa tulee myös oppaan kirjoittamisessa kiinnittää huomiota asioiden esittämisjärjestykseen. Aloitusta on tärkein osa tekstiä, sillä lukija muodostaa

käsityksen koko tekstistä aloituksen perusteella. Jos aloitus ei ole tarpeeksi kiinnostava ja informoiva, lukija saattaa jättää tekstin kokonaan lukematta. (Luukkonen 2004, 199-200.)

Kirjoittajan on hyvä panostaa aloituksen lisäksi myös viimeistelyvaiheeseen. Valmis tuotos kannattaa lukea läpi moneen kertaan ja jokaisella lukukerralla kiinnittää huomiota eri yksityiskohtiin. Esimerkiksi ensimmäisellä lukukerralla kirjoittaja voi kiinnittää huomiota asiasältöön ja sen johdonmukaisuuteen. Toisella kerralla huomiota voi kiinnittää kielioppiin ja sanajärjestykseen sekä kolmannella kerralla kirjoituksen tyyliin ja sävyyn. Lisäksi on hyvä tarkistaa vastaavatko otsikot asiasisältöä. (Luukkonen 2004, 199-200.)

3.4.1 Oppaan ulkoasu

Kuten Pesonen (2007, 2) kirjassaan mainitsee, ”visuaalinen suunnittelu on julkaisun perusta.” Julkaisun antamat eleet, ilmeet, äänensävy ja painotus perustuvat nimenomaan visuaaliseen suunnitteluun. Sen tarkoituksena on varmistaa, että julkaisun viesti menee perille. Visuaalisen suunnittelun avulla julkaisun elementit järjestetään niin, että julkaisun sanoma välittyy ulkoasun kautta. Julkaisun ulkoasun tarkoituksena on antaa kirjoittajan tekstille sen oma luonne ja persoonallisuus. (Pesonen 2007, 2.)

Opasta suunniteltaessa on tärkeää miettiä, kenelle opas on tarkoitettu ja mikä sen kohderyhmä on. Lisäksi kannattaa pohtia, minkälaisia ihmisiä kohderyhmään kuuluu, millainen koulutustaso heillä on, sekä missä ammatissa he toimivat. Kun kohderyhmä on tarkasti analysoitu, kirjoittajan on helppo lähteä suunnittelemaan opasta. Viestejä on sitä helpompi kohdistaa, mitä rajatumpi ja tarkempi kohderyhmä on. Kuitenkin tärkeintä kirjoittajalle on yrittää tuntea kohderyhmänsä ilman ennakkoluuloja, esimerkiksi hankkimalla tietoa samantyyppisistä julkaisuista. (Pesonen 2007, 3.)

Oppaan suunnitteluvaiheessa tulee ottaa huomioon, mikä on julkaisun tarkoitus sekä keskeinen viesti. Kirjoittajan täytyy tietää mihin julkaisulla pyritään, onko kyseessä esimerkiksi markkinointi, tiedon välittäminen vai imagon vahvistaminen. Lisäksi on hyvä pohtia, millä tavalla lukija reagoi julkaisuun ja muuttaako hän toimintaansa sen pohjalta. (Pesonen 2007, 3.)

3.4.2 Typografia

Typografialla tarkoitetaan graafista ulkoasua. Typografinen suunnittelu sisältää kirjainten valinnan, ladelman muotoilun, vierusten määrittelyn sekä paperin värin ja kuvituksen valinnan. Typografia vaikuttaa olennaisesti siihen, meneekö julkaisun sisältämä viesti perille. Lisäksi sen avulla saadaan herätettyä lukijan mielenkiinto, jonka jälkeen lukija mahdollisesti myös perehtyy julkaisuun. Hyvä ja onnistunut typografia on esteettisesti kaunista, ja lisäksi se tekee lukemisesta helppoa ja miellyttävää. (Loiri & Juholin 1998, 32.)

Typografia kannattaa suunnitella julkaisun vastaanottajien eli kohderyhmän mukaan, kuitenkin julkaisun omaa tyyliä unohtamatta. Suunnitteluvaiheessa on tärkeää muistaa, minkälaiseen tilanteeseen ja kenelle julkaisu on tarkoitettu. Lisäksi on huomioitava, minkä tyylinen julkaisu on kyseessä. Typografia vaihtelee sen mukaan, onko kyseessä esimerkiksi kirja, juliste, esite, luettelo tai vaikka uutislehti. (Loiri & Juholin 1998, 33.)

Typografia on visuaalisesti voimakas elementti, jolla voidaan välillä jopa korvata kuvia. Yleensä kuva on kuitenkin typografiaa visuaalisempi ja voimakkaampi tapa ilmaista asioita. Toisaalta jos kuva ei ole kovin informatiivinen, typografian avulla pystytään parantamaan ja lisäämään viestin painoarvoa. Parhaimmassa tapauksessa typografia ja kuva toimivat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa ja näin ollen tukevat toinen toisiaan. (Loiri & Juholin 1998, 33.)

3.4.3 Kuva

Toisinaan hyvällä kuvalla voidaan korvata tuhat sanaa, mutta joskus taas voimakas teksti tehoaa kuvaa paremmin. Yleensä viestin saa kuitenkin parhaiten perille käyttämällä kuvaa ja tekstiä yhdessä, jolloin ne selittävät toisiaan. Kuvan antama viesti on helpompi vastaanottaa kuin sanallinen viesti, koska sen ymmärtäminen ei vaadi niin paljon aktiivisuutta eikä siihen tarvita esimerkiksi kielitaitoa. Yhdellä kuvalla voidaan myös kertoa monta eri viestiä tai se voi sisältää monta eri merkitystä. Toisaalta kuva voi sisältää sellaisia merkityksiä, joita kaikki eivät ymmärrä. (Loiri & Juholin 1998, 52.)

Kuvan tarkoituksena on selittää ja selventää asioita, joita käsitellään tekstissä. Kuvan tehtävänä on myös julkaisun kokonaisilmeen eli taiton jäsentäminen. Lukijan on helppo hahmottaa kokonaisuus, kun kuva jakaa julkaisun eri osiin. Lisäksi kuvan tehtävänä taitossa on ikään kuin ”pysäyttää” lukija ja kiinnittää hänen huomionsa julkaisun aiheeseen. (Loiri & Juholin 1998, 53.)

Kuvan avulla voidaan vahvistaa tekstin vaikutusta, jolloin kuvan luonne on aihetta korostava tai täydentävä. Kuva voi olla esimerkiksi jokin tietty yksityiskohta jostain kokonaisuudesta, jos halutaan korostaa jonkin osatekijän merkitystä julkaisussa. Joskus kuva saattaa olla koko julkaisun pääasia, kuten vaikka henkilöhaastattelussa, jossa mielenkiintoinen kuva lisää huomattavasti julkaisun informaatioarvoa. Kuvan luonne on symbolinen silloin, kun kuvalla ei jatketa tekstin sisältöä, vaan sillä tuodaan tekstiin uusi näkökulma. Symbolikuvan tavoitteena on antaa lukijoille ajattelemisen aihetta, tunnelmia sekä lisämakua. Auringonlaskut sekä taivaalla liitelevät linnut ovat klassisia esimerkkejä symbolikuvista. Ne eivät varsinaisesti kuulu tekstiin, mutta silti ne herättävät ajatuksia lukijassa. Lisäksi kuvan luonne voi olla julkaisun taittoa tai visuaalista ilmettä täydentävä, eli kuva ei liity tekstin sisältöön välittömästi. Tällaisessa tapauksessa käytetään yleensä asia- tai symbolikuvitusta. (Loiri & Juholin 1998, 53-54.)

Kuvaa tai kuvitusta valittaessa on hyvä muistaa jutun idea, eli kuvan on liityttävä julkaisuun. Kuvan ei ole tarkoitus olla pelkkä koriste, vaan sillä on oltava jokin viesti, joka välitetään lukijalle. Välitettävä viesti ei kuitenkaan saa olla liian vaikea, niin ettei lukija ymmärrä sitä. Julkaisun kuvat sekä kuva-aiheet täytyy valita huolella, jotta kuvitus todella toimii ja täyttää tavoitteensa. Kuvavalinnassa kannattaa mieluiten käyttää ammattikuvittajia tai -kuvaajia. Jos resurssit eivät riitä laadukkaaseen kuvitukseen, kannattaa kuvituksen sijasta käyttää esimerkiksi tehokasta typografiaa. (Loiri & Juholin 1998, 54.)

Kuvan rajaaminen on erittäin tärkeää, jotta kuvan informaatio ja taitto toimivat oikealla tavalla. Usein valokuvat sisältävät julkaisun viestin ja informaation kannalta täysin turhia ja joskus myös häiritseviä yksityiskohtia. Tällaisia yksityiskohtia kannattaa rajata tai jopa poistaa kokonaan, jotta julkaisun viesti ei kärsi. Kuvan rajaamisella pystytään lisäämään kuvan dramatiikkaa tai tehoa tai terävöittämään kuvan informaatiota. Rajaamisella voidaan poistaa kuvasta sellaista ylimääräistä materiaalia, joka saattaa muuttaa kuvan luonnetta, tehoa tai tunnelmaa. (Loiri & Juholin 1998, 57-58.)

3.4.4 Väri

Kun puhutaan keltaisesta esineestä, sen keltaisuus tulee valosta, joka ensin osuu esineeseen ja heijastuu siitä sitten takaisin. Väri on siis valon ominaisuus. Värit heijastuvat pinnoilta päivänvalossa sekä keinovalossa. Valoa arvioidaan taajuuskoostumuksen eli aallonpituuksien mukaan. (Loiri & Juholin 1998, 108.)

Esineen tai pinnan värin sävy riippuu valaistuksesta ja se vaihtelee sen mukaan, onko kyseessä auringonvalo vai keinovalo. Auringonvalo on virheettömin valo, sillä se sisältää kaikki värisävyt. Valon merkityksen huomaa vaikkapa katsomalla lomakuvia. Aurinkoisina päivinä ote-

tut valokuvat eroavat värisävyiltään pilvisinä päivinä otetuista kuvista. (Loiri & Juholin 1998, 108.)

Ihmisen erilaisia aistimia värejä kutsutaan värivivahteiksi. Värisävyt ovat kaikki spektrin näkyvät värit, jotka ihminen kykenee erottamaan. Yleensä ihmiset eivät koe väreinä valkoista, mustaa tai harmaata. Valkoinen sisältää kuitenkin kaikki värit, koska se heijastaa ne takaisin. Musta ei heijasta värejä lainkaan, joten se ei siis sisällä mitään värejä. Harmaaväriasteikko syntyy, kun valkoinen ja musta järjestellään sävyasteikoksi niin, että asteikon toisessa päässä on puhdas valkoinen ja toisessa päässä puhdas musta. Nämä muodostuneet harmaan sävyt ovat valöörejä. (Loiri & Juholin 1998, 108-109.)

Värien koetaan vaikuttavan ihmisten mieleen. Punaisen värin koetaan lämmittävän, sinisen viilentävän ja sairaaloissa käytettävä vihreä väri rauhoittaa. Eri kulttuureissa väreillä on kuitenkin erilaisia merkityksiä, joten värien merkitystä ei voida pitää yleismaailmallisena. (Loiri & Juholin 1998, 111.)

Jotkut värit synnyttävät ihmisissä tiettyjä miellelyhtymiä. Esimerkiksi punainen voi merkitä ihmisille rakkautta, tulta ja intohimoa sekä vallankumousta. Lisäksi se toimii myös eräänlaisena huomiovärinä ja merkitsee usein varoitusta. Keltainen tuo usein mieleen auringonvalon, lämmön sekä läheisyyden. Toisaalta keltainen väri voidaan yhdistää esimerkiksi keltaiseen lehdistöön, jolloin värin merkitys on negatiivinen. Vihreää pidetään luonnon värinä, joka rauhoittaa. Vihreä mielletään metsän ja meren voimaksi, joka symboloi uuden syntyä. Sinistä pidetään keveänä ja etäisenä värinä ja siihen yhdistetään yleensä vesi, jää, taivas sekä hange. Musta koetaan sekä juhlan että surun väriksi ja siihen yhdistetään laatu, arvokkuus ja tyylikkyys. Valkoinen viittaa myös juhlaisuuteen, mutta ennen kaikkea puhtauteen sekä neitseellisyyteen. (Loiri & Juholin 1998, 111-112.)

Koska väreihin liittyy paljon erilaisia tunnelmia, tuntemuksia sekä symboliikkaa, väreillä on helppo vaikuttaa ihmisiin. Ihmiset ovat tottuneet siihen, että tietyt asiat ovat tietynvärisiä, kuten että mansikat ovat punaisia ja maito valkoista. Värikokemukset ovat tarttuneet myös suomen kieleen: viininpunainen ja taivaansininen ovat kaikille tuttuja sanoja. Jossain määrin värit ovat kuitenkin aina henkilökohtaisia aistimuksia. Eri henkilöt saattavat määrittellä esimerkiksi myrkyinvihreän aivan eri tavoilla. (Loiri & Juholin 1998, 112.)

3.4.5 Taitto

Taiton avulla saatetaan yhteen toimituksellinen teksti ja visuaaliset eli typografiset osatekijät. Taitolla lopputuloksesta pyritään saamaan mahdollisimman mielenkiintoinen, helposti

luettava, informatiivinen sekä puhutteleva julkaisu. Taiton tehtävänä on saada julkaisu erottumaan edukseen sekä ympäristöstään että kilpailijoistaan. (Loiri & Juholin 1998, 70.)

Taitto on tiedon ja sanoman saattamista lukijoille mahdollisimman miellyttävällä ja tehokkaalla tavalla. Toimivassa julkaisussa kuvat ja teksti ovat vuorovaikutuksessa keskenään sekä mahdollisimman houkuttelevasti tasapainossa. Hyvällä taitolla taataan julkaisun informatiivisuus sekä se, että julkaisun sisältö on sopusoinnussa visuaalisen tyylin kanssa. (Loiri & Juholin 1998, 70.)

Koska taittaminen on toimituksellista työtä, olisi erittäin tärkeää, että taittaja osallistuisi julkaisun tekemiseen jo suunnitteluvaiheen alusta lähtien, ennen kuin haastatteluja tai muuta aineistoa ehditään kerätä. Näin ollen taittaja pystyy tekemään kuvitus suunnitelman jo etukäteen. Lisäksi myös kuvituksen suunnittelijan sekä kuvaajan on tärkeää perehtyä julkaisuun, jotta kuvituksesta tulee onnistunut. Taittamisessa on huomioitava myös mahdolliset rajoitukset, joita saattaa tulla vastaan. Tällaisia rajoituksia voivat olla esimerkiksi taloudelliset, painotekniset tai aikatauluun kohdistuvat rajoitukset. (Loiri & Juholin 1998, 76-77.)

4 Olut-oppaan laatiminen

Opinnäytetyö oli toiminnallinen kehittämistyö. Olutoppaan laatimisen prosessissa käytettiin kehittämismenetelminä benchmarkingia, netscoutingia ja teemahaastattelua. Ensimmäisenä käytettiin netscoutingia ja benchmarkingia, joista saatujen tulosten pohjalta suunniteltiin ja toteutettiin teemahaastattelu.

4.1 Netscouting

Netscouting-menetelmä tarkoittaa lyhykäisyydessään tiedon etsimistä internetistä. Tutkimusta tehdessä kannattaa netscoutingia käyttää jo heti tutkimuksen alkuvaiheessa, jotta saadaan mahdollisimman paljon näkökulmia ja tietoa asiasta. Menetelmää käytettäessä tulee kuitenkin muistaa, että jokaisen internetistä löytyneen artikkelin lähteet tulee tarkistaa, jotta nähdään ovatko artikkelit luotettavia. Netscoutingia käytettäessä tulee muistaa rajata aihealueensa tarkasti, sillä internet on täynnä artikkeleita, jotka eivät välttämättä liity omaan aiheeseen. (Moritz 2005, 194.)

Netscouting-menetelmää käytettiin 16.2.2015 tiedon etsimiseen oluesta Alkon internetsivuilta. Netscoutingin kohteena oli tutkia, millaista tietoa oluesta sekä sen valmistuksesta löytyi sivustoilta. Tulokseksi saatiin, että internetsivuilla oli tietoa oluttyypeistä ja niiden ominaisuuksista. Ominaisuuksista saatua tietoa olivat esimerkiksi yleinen kuva siitä, millaista olut on, oluen alkoholipitoisuus sekä kuvaus oluen väristä. Lisäksi oluen valmistuksesta oli hieman tietoa. Internetsivuilla kerrottiin oluen valmistuksen eri vaiheet pääpiirteittäin, sekä kerrottiin miten maltaat, vesi, hiiva ja humala vaikuttavat valmistusprosessiin. Kuviossa 4 on Alkon internetsivuilta otettu kuvio, jossa on lajiteltu oluet päätyypittain.



Kuvio 4: Oluttyypit (Alko 2015.)

Alkon kotisivuilla oli lisäksi pieni juomaopas (kuvio 5), jossa olutta käsitellään. Oppaassa oli esimerkiksi jaottelu olutlaaduista, ja klikkaamalla mitä tahansa olutlajia, pääsi sivustolle, jossa oli perustietoa kyseisestä oluttyypistä. Sivulla oli myös olutsanasto, jossa kerrottiin oluiden luonnehdinnassa käytetyille sanoille selitykset.

Pieni juomaopas

VIINIT

PANIMOTUOTTEET

Oluttyypit

Oluen valmistus

Olutsanasto

VÄKEVÄT

TIETOA TUOTTEISTA

TUOTERYHMÄ

long drink (3)

olut (69)

siideri (10)



TIETOA TUOTTEISTA

Panimotuotteet

Oluet

Oluen uskotaan olevan maailman vanhin alkoholijuoma. Sen raaka-aineet ovat mallas, humala, hiiva ja vesi.

Oluet jaetaan perinteisesti kolmeen pääluokkaan: pintahiivaoluisiin, pohjahiivaoluisiin ja spontaanikäymisoluisiin.

[Tutustu monipuoliseen olutvalikoimaamme](#)

Kuvio 5: Pieni juomaopas: Panimotuotteet (Alko 2015.)

Netscoutingin pohjalta koottiin muutamia tarkentavia kysymyksiä, jotka lähetettiin sähköpostilla 18.2.2015 tuotekoulutuspäällikölle (liite 1). Hän kertoi Alkon sisäisistä koulutuksista, jotka käsittelevät olutta. Lisäksi saatiin selville, että myyjien olutosaaminen vaihteli esimerkiksi johtuen siitä, onko henkilö olutharrastaja vai ei.

Olutta aiheena käsiteltiin jokaisessa kuukausikoulutuksessa ja pruuvaamalla, eli myyjät kävivät läpi ja maistelivat uutuuksia myymälöissä. Alko järjesti uusille alkolaisille starttipäivän, jossa käydään olut läpi muutamien esimerkkien avulla. Taloon pidemmäksi aikaa jäävät osallistuvat peruskurssille, jossa olutta käsitellään noin kolme tuntia. Myöhemmin on mahdollista osallistua myös jatkotason olutkurssille. Jokainen alkolainen saa itselleen tuoteapisen, jossa oluesta kerrotaan asioita yksityiskohtaisemmin kuin internetsivuilla, esimerkiksi tuotekuvaus on tarkempi.

Tuotekoulutuspäälliköltä saaduista tiedoista kävi ilmi, että humalasta ja maltaista kaivataan lisää tietoa etenkin koulutuksiin. Lisäksi koulutusoppaaseen toivottiin lisää tietoa ruuista, joihin olutta voi yhdistää tai joiden valmistuksessa olutta voi käyttää. Näin saadaan lisäarvo asiakkaille, jotka kaipaavat tietoa maltaista ja humalista, mutta myös asiakkaille, jotka ovat kiinnostuneita oluen käytöstä ruuanlaitossa.

4.2 Benchmarking

Benchmarking -menetelmä tarkoittaa sitä, kun verrataan omaa toimintaa johonkin toiseen samasta aiheesta olevaan toimintaan. Benchmarkingin idea onkin toisista mallin ottaminen omaan työhön. Menetelmää käyttämällä löydetään uusia näkökulmia omaan työhön ja tätä kautta päästään kehittämään siitä paras mahdollinen tuotos. (Moritz 2005, 186.)

Benchmarking on hyödyllinen menetelmä, kun tarkoituksena on kehittää organisaation toimintatapoja ja kun halutaan saavuttaa parempia tuloksia. Benchmarkingin avulla voidaan esimerkiksi parantaa organisaation vuorovaikutusta, kehittää liiketoimintaa, tunnistaa heikkouksia sekä lisätä ymmärrystä organisaation sisällä. Benchmarking-menetelmä on yksinkertainen, mutta tehokas tapa mitata yrityksen toimintakykyä sekä sen kuluja. (Housley 1999, 74-79.)

Benchmarking tehtiin 25.2.2015 ja se kohdistui Alkon tuoteaapiseen, jotta saatiin ideoita olutoppaan suunnitteluun. Benchmarkingin kohteena oli selvittää, minkälaista tietoa oluesta ja sen valmistuksesta oli kirjoitettu, sekä minkälaisia värejä ja kuvia tuoteaapisessa oli käytetty. Tuoteaapisessa oli tietoa oluesta sekä erilaisten oluiden määritelmiä. Lisäksi tuoteaapinen sisälsi oluen historiaa, oluiden luokitteluperusteet sekä oluttyypit samoilla värikoodeilla kuin Alkon kotisivuilla (kuvio 6). Oluttyyppien jälkeen tuoteaapisessa käytiin läpi oluenvalmistus ja raaka-aineet yksityiskohtaisesti. Väriiltään olutkappale oli oranssinsävyinen.

4.3 Teemahaastattelu

Haastattelut ovat kaikkein yleisimpiä tiedonkeruuvälineitä. Nykyään etenkin vapaamuotoiset haastattelut ovat saaneet paljon suosiota. Niistä saatu tieto ei ohjaa vastaajaa mihinkään suuntaan niin helposti kuin strukturoitu, ja näin ollen saadaan tarkempi ja kattavampi kuva haastatteluun vastaavilta. Haastattelut sopivat todella moniin tutkimuskohteisiin, sillä siinä ollaan suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa haastateltavan kanssa. Näin voidaan samalla tulkita kehonkieltä ja saada haastateltavalta suoria vastauksia kysymyksiin. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 34.)

Haastattelun suurin etu verrattuna muihin aineistonkeruumenetelmiin on se, että siinä voidaan joustavasti säädellä aineiston keruuta vastaajia myötäillen sekä tilanteen edellyttämällä tavalla. Haastattelussa on mahdollista säädellä haastatteluaiheiden järjestystä sekä tulkita vastauksia enemmän kuin esimerkiksi postikyselyssä. Toisaalta haastattelu vie paljon aikaa ja sen teko vaatii huolellista suunnittelua. Lisäksi haastattelun luotettavuutta voi esimerkiksi heikentää se, että haastattelussa on yleensä taipumus antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia. (Hirsjärvi ym. 2006, 194-195.)

4.3.1 Teemahaastattelun teoria

Kvalitatiivisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmistä yleisin on teemahaastattelu. Teemahaastattelu on mahdollista toteuttaa yksilö- tai ryhmähaastatteluna. Yksilöhaastattelussa kohteena on yksi haastateltava. Ryhmähaastattelussa haastatellaan useampia havaintoyksilöitä kerralla. Tämä säästää haastattelijan aikaa ja lisäksi ryhmähaastattelun avulla saadaan tiivistettyä tietoa. Toisaalta yksilöhaastattelut tuottavat tarkempaa ja luotettavampaa tietoa. Haastatteluun valitaan ne henkilöt, joita tutkimuksen ilmiö koskettaa. Tämä valinta saattaa olla joskus hankalaa ja se voi vaatia oman tutkimuksensa. (Kananen 2010, 53-54.)

Teemahaastattelu, eli puolistrukturoitu haastattelu, tarkoittaa sitä että haastattelu suunnataan tietyille henkilöille, jotka ovat kokeneet tietyn tilanteen tai ovat tietoisia tietystä asiasta. Heillä siis ennestään on jo kokemusta asiasta, josta heitä haastatellaan. Teemahaastattelun ideana on se, että haastattelu etenee tiettyjen teemojen varassa, ei niinkään se että tarkoituksena olisi päästä syvälle haastattelussa. Tämä tekee mahdolliseksi sen, että haastattelu vapautuu tutkijan näkökulmasta ja antaa vapauden haastatteleville tuoda omia näkökulmiaan. Teemahaastattelu mahdollistaa haastateltavien näkemysten tuomisen pinnalle. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 47-48.)

Teemahaastattelu on lähempänä strukturoimatonta haastattelua. Se on puolistrukturoitu siksi, että siinä on yksi keskeinen teema ja aihe-piiri joka on kaikille haastateltaville sama. Kuitenkaan kaikki kysymykset eivät ole täysin samat kaikille haastateltaville. Teemahaastattelusta puuttuukin lomakehaastattelulle ominainen kysymysten tarkka järjestys, mutta se ei ole myöskään yhtä vapaa kuin syvähaastattelu. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 47.)

Teemahaastattelu on hyvä tallentaa, jotta haastattelu sujuu nopeasti ilman katkoja. Nauhoituksen avulla haastattelutapahtumasta saadaan säilytettyä tärkeitä seikkoja ja vivahteita, kuten äänenkäyttöä, johdattelua sekä taukoja. Tallennettu aineisto voidaan purkaa kahdella tavalla. Litterointi eli sanasanainen puhtaaksikirjoitus tehdään esimerkiksi koko haastattelu-dialogista tai vain haastateltavan puhevuoroista. Toisessa tavassa aineistoa ei kirjoiteta tekstimuotoon vaan tallennetusta aineistosta tehdään suoraan päätelmiä. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 92-138.)

Haastattelussa kerättyyn aineistoon käytetään sekä analyysiä että synteesiä. Analyysin avulla kerättyä aineistoa eritellään, kuvaillaan sekä luokitetaan. Synteesin avulla luodaan kokonaiskuva ja lisäksi tutkittava ilmiö esitetään uudessa perspektiivissä. Analysointivaiheen jälkeen esitetään haastattelun tulokset. Haastatteluaineiston tulokset on mahdollista esittää monella tavalla, esimerkiksi tekstinä, kuvina, kuvioina tai numeroina. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 143-169.)

4.3.2 Teemahaastattelun toteutus

Teemahaastattelun kohteeksi valittiin Alkon myyjät, koska heiltä saadut tiedot ja mielipiteet auttoivat saamaan oppaasta mahdollisimman informatiivisen sekä hyödyllisen asiakaspalvelutilanteissa. Teemahaastatteluja suunniteltiin tehtävän 1-2 myymälässä. Tarkoituksena olisi saada näkemyksiä 4-5 myyjältä.

Teemahaastattelut suoritettiin Alkon myyjille 11.3.2015. Teemahaastattelussa käytetyt teemat olivat oppaaseen tuleva asiasisältö ja oppaan ulkoasu (liite 2). Teemojen ja apukysymysten suunnittelussa käytettiin apuna teoreettisen tietoperustan asiasisältöä.

Teemahaastatteluun valittiin hieman eri-ikäisiä ja erimittaisia jaksoja työskennelleitä henkilöitä, jotta saatiin kattava käsitys myyjien mielipiteistä koskien oluttietoutta. Haastattelut suoritettiin yksilöhaastatteluina Alkon myymälöissä myyjien työpäivän aikana. Teemahaastatteluun osallistui neljä myyjää. Haastattelut nauhoitettiin ja tallennetusta aineistosta tehtiin suoraan päätelmiä, jotka tiivistettiin tuloksiksi teemoittain.

4.3.3 Teemahaastattelun tulokset

Haastateltavilta kysyttiin mielipidettä Alkon tuoteaapisen asiasisällöstä, sekä millaiseksi he kokevat tuoteaapisen olutosion sisällön asiakaspalvelutilanteessa. Vastauksiksi saatiin, että tuoteaapisesta oli todella paljon käytettävää tietoa, mutta enemmän saisi olla pikkutarkkoja tietoja, esimerkiksi valmistustekniikoista ja raaka-aineista. Asiakaspalvelutilanteessa tuoteaapisen olutosio koettiin hyväksi avuksi ja perustiedot löytyivät tuoteaapisesta. Kuitenkin, jos asiakas kysyy vaikeampia kysymyksiä, esimerkiksi humalista tai reseptiikasta, tulee informaatio selvittää jostain toisesta lähteestä.

Seuraavaksi kysyttiin kehitysehdotuksista liittyen tuoteaapisen olutuosioon ajatellen asiakaspalvelutilanteita. Ruuan ja oluen yhdistämisestä toivottiin tietoa, sillä olutta käytetään entistä enemmän ruokajuomana. Lisäksi kaivattiin lisää tietoa valmistusmenetelmistä sekä niin sanottua ”nippelitietoa”, jolla asiakkaan mielenkiinto saadaan herätettyä.

Myyjiä haastateltiin humalien ja maltaiden osalta siitä, kuinka tiedot näistä olisivat avuksi asiakaspalvelutilanteissa. Tätä myyjät pitivät tärkeänä asiana ja he olivat kiinnostuneita aiheesta. Tärkeiksi seikoiksi nousivat humala ja sen uuttaminen sekä kasvattaminen oluen valmistukseen sekä kuinka maltaat ja humala vaikuttavat oluen makuun.

Tärkeänä haastattelussa pidettiin myös tietoa, kuinka hyödylliseksi myyjät kokisivat, jos oluen ja ruuan yhdistämisestä löytyisi samanlaista tietoa kuin viinin ja ruuan yhdistämisestä. Myyjät pitivät tietoa hyvin tärkeänä ja se mahdollistaisi onnistuneen asiakaspalvelutilanteen. Lisäksi tieto ruuan ja oluen yhdistämisestä lisäisi myyntiä ja toisi lisää vaihtoehtoja asiakkaalle.

Myyjät kaipasivat olutopasta myymälään, sen lisäksi että sitä käytetään koulutuksissa, sillä koulutuksissa asiaa yleensä käydään niin paljon, että kaiken informaation mieleen painaminen on haastavaa. Lisäksi myymälöihin toivottiin käytännöntietoa, joten oppaan saaminen myymälään olisi hyödyllistä.

Myyjien mielipidettä olutoppaan julkaisusta tiedusteltiin, jotta oppaasta saataisiin mahdollisimman helppokäyttöinen. Vastauksiksi saatiin verkkojulkaisu, mobiilisovellus, painettu kirja myymälään sekä painettu kirja annettavaksi asiakkaiden käyttöön. Vastauksissa korostui verkkojulkaisu, sillä se on yksinkertaisin löytää, joko tiedostona tietokoneelta tai suoraan Alkon sisäisestä intrasta.

Olutoppaan ulkonäön toivottiin olevan selkeä ja sisältävän kuvia, sillä ne selkeyttävät oppaan lukemista ja asioiden oppimista. Teemahaastattelun tulokset osoittivat olutoppaalle olevan tarvetta.

4.4 Olutoppaan sisällön suunnittelu, kirjoittaminen ja viimeistely

Myyjille tehdyn teemahaastattelun, netscoutingin ja benchmarkingin tuloksista sekä tuotekoulutuspäällikölle tehdyn sähköpostihaastattelun vastauksista saatiin kokonaiskuva, millaiselle olutoppaalle olisi tarvetta niin asiasisällön kuin ulkoasun suhteen. Keskeisimmät tulokset on koottu taulukkoon 2. Oppaan asiasisällön osalta voidaan yhteenvetona todeta, että keskeisiä sisältöjä olivat lisätieto olueen liittyvistä valmistusmenetelmistä sekä raaka-aineista, eli humalasta ja maltaista. Näiden tietojen pohjalta suunniteltiin olutoppaan sisältö.

Tutkimus- tai kehittämismenetelmä	Keskeisimmät tulokset Olut-oppaan asiasisällön suunnittelun näkökulmasta	Keskeisimmät tulokset Olut-oppaan ulkoasun suunnittelun näkökulmasta
Netscouting	- Tarkka tieto humalista ja maltaista puuttuu	- Värimaailma
Benchmarking	- Lajitteluperuste oluttyypeille	- Värit - Kuvien merkitys
Koulutuspäällikön haastattelu	- Tarve syventävälle tiedolle humalista ja maltaista	-
Myyjien haastattelu	- Tarve humalien ja maltaiden syventävälle tiedolle - Ruuan ja oluen yhdistämisestä lisätietoa	- Kuvien merkitys - Fontin selkeys - Helppolukuisuus

Taulukko 2: Yhteenveto eri kehittämismenetelmillä saaduista tuloksista

Oppaaseen päädyttiin kirjoittamaan perustietoa sekä humalista että maltaista. Tämän lisäksi oppaaseen kirjoitettiin myös tietoa jokaisesta Alkon valikoiman oluista löytyvistä maltaista sekä humalista. Oppaan kirjoittamisessa käytettiin erilaisia oluiden kuvia esimerkkinä siitä, missä tuotteissa tiettyjä maltaita ja humalia käytetään. Lisäksi kuvien käyttö monipuolistaa oppaan käyttöä myös myyntitilanteissa, sillä kuvien avulla on helppoa tunnistaa oikeat tuotteet. Loirin ja Juholinin (1998, 52) mukaan viestin saa yleensä parhaiten perille käyttämällä kuvaa ja tekstiä yhdessä, jolloin ne selittävät toisiaan.

Oppaaseen tulleiden tuotekuvien lisäksi siinä on kuvat jokaisesta humalalajikkeesta, joita oppaassa on käsitelty. Nämä kuvat päädyttiin laittamaan oppaaseen, sillä ne tuovat lisäarvoa oppaan sisältöön ja kuvista näkee, miten erilaiset humalat toisistaan eroavat.

Humalien ja maltaiden jälkeen, viimeinen ja suppein osuus oppaasta keskittyy oluen ja ruuan yhdistämiseen. Osiossa kerrottiin oluttyypeittäin, mitä olutta kannattaa nauttia minkäkin ruuan kanssa, sekä mitä oluita kannattaa ruuanlaitossa käyttää. Myös näitä on havainnollistettu

kuvien avulla, sillä niillä saatiin oppaasta mielenkiintoisempi ja moniulotteisempi kuin pelkällä tekstillä.

Oppaasta päätettiin tehdä kirjoitettu Word-versio ja Powerpoint-versio. PowerPointia on helppo käyttää esimerkiksi koulutuksissa ja se on mahdollista siirtää intraan sellaisenaan. Painettua versiota taas voi käyttää koulutuksissa apuna sekä itseopiskelussa, mikäli ei pidä tietokoneelta lukemisesta.

Oppaan värimaailma syntyi Alkon värien pohjalta, ja etenkin taustaväreinä käytettiin lähinnä punaista, harmaata, mustaa ja valkeaa. Värimaailmaan päädyttiin siksi, että myyjien on helppo lukea opasta, kun siitä löytyy samoja värejä kuin Tuoteapisesta. Kuvia käyttämällä oppaasta saatiin mielenkiintoa herättävä ja samalla informoiva. Värit näkyvät etenkin PowerPointissa, mutta niitä pyrittiin sijoittamaan myös painettuun versioon. Fonttina käytettiin Calibria, sillä se on selkeä ja helppolukuinen fontti, jota myös Alko käyttää. Loirin ja Juholinin (1998, 33) mukaan typografia kannattaa suunnitella julkaisun kohderyhmän mukaan, kuitenkin julkaisun omaa tyyliä unohtamatta.

Oppaan kirjoitusprosessi aloitettiin alkukartoituksella siitä, mistä aiheesta opas olisi kannattavinta tehdä. Kun aihe saatiin valittua, alkoi perehtyminen oluen teoriaan, pääasiassa maltaisiin ja humaliin. Näitä lajikkeita löytyi useita kymmeniä, joten ennen kirjoittamista päädyttiin supistamaan informaatio vain niihin humaliin ja maltaisiin, joita Alkon tuotteista löytyy. Oppaan kirjoittamisessa keskityttiin myyjien toivomaan selkokielisyyteen sekä kuvien ja värien tärkeyteen. Lisäksi oppaan asiasisältö pyrittiin pitämään tiiviinä, mutta informatiivisena.

Haastavinpana kirjoittamisessa koettiin se, että monista humalista ja etenkin maltaista tietoa oli vähän. Tiedon hankkiminen ja kääntäminen suomen kielelle vei suurimman osan kirjoittamisajasta. Oppaasta lähetettiin väliaikatietoja myös toimeksiantajalle, jonka palaute oli positiivista ja oppaan kirjoitusta voitiin jatkaa. Lisäksi toimeksiantaja antoi kommentteja siitä, mikä tieto oli käytettävää ja mikä ei niin tärkeää. Viimeistelyvaiheessa oppaaseen lisättiin kuvia ja sen värimaailmaa hiottiin. Lisäksi kieliasu tarkastettiin ja asiajärjestys muokattiin järkeväksi. Valmiit oppaat ovat liitteissä 3 ja 4.

5 Johtopäätökset

Opinnäytetyön aiheena oli luoda oluttietoutta lisäävä opas käytettäväksi Alkon koulutuksissa sekä myyjien apuna myymälöissä. Toimeksiantajana toimi Alko Oy. Opinnäytetyö tehtiin toiminnallisena kehittämistehtävänä ja kehittämismenetelminä käytettiin teemahaastattelua, netscoutingia ja benchmarkingia.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda Alkon myyjille sekä koulutuksissa käyttöön sopiva olut-aiheinen opas, jossa käsiteltäisiin oluen valmistuksessa käytettäviä humalia ja maltaita. Lisäksi olutoppaaseen päädyttiin yhdistämään lyhyt osio oluen ja ruuan yhdistämisestä, sillä myyjät, joita haastateltiin kokivat aiheen tärkeäksi. Alkon myyjiä teemahaastateltiin, jotta saatiin oppaan käyttäjien keskeisen kohderyhmän näkemys siitä, millaiselle oppaalle olisi käyttöä. Hirsjärven ja Hurmeen (2011, 41-47) mukaan teemahaastattelu mahdollistaa haastateltavien näkemysten tuomisen esiin ilman tutkijan näkökulmaa.

Opinnäytetyötä tehdessä käytettiin myös benchmarkingia hyödyksi oppaan ulkoasua suunnitella. Moritzin (2005, 186) mukaan benchmarkingin idea onkin toisista mallin ottaminen omaan työhön. Menetelmää käyttämällä löydetään uusia näkökulmia omaan työhön ja tätä kautta päästään kehittämään siitä paras mahdollinen tuotos. Tätä menetelmää hyödyntämällä saatiin ideoita siihen, kuinka opas olisi parasta toteuttaa. Oppaassa päädyttiin käyttämään Alkolle tunnusomaisia värejä, eli punaista, mustaa, harmaata ja valkoista. Oppaasta tehtiin kaksi versiota, painettu word-muodossa oleva ja sähköinen powerpoint-muodossa oleva versio, jonka voi laittaa esimerkiksi sisäiseen viestintäkanavaan intranettiin.

Opinnäytetyön tuloksena syntyneestä olutoppaasta on hyötyä toimeksiantajalle. Oppaaseen on koottu paljon tietoa humalista sekä maltaista ja se on kohdistettu juuri Alkon työntekijöille. Opasta on mahdollista lähteä kehittämään eteenpäin, sillä siihen on helppo luoda lisää sivuja ja tekstiä. Oppaasta löytyy tällä hetkellä tietoa esimerkiksi humalien ja maltaiden ominaisuuksista, mutta tietoa voi lähteä lisäämään helposti oppaassa käytettyjen lähteiden avulla. Nykyisessä muodossaan oppaasta on apua juuri asiakaspalvelutilanteissa, sillä se helpottaa kertomaan oluitten luonteista ja ominaispiirteistä.

Opasta voidaan hyödyntää myyjien koulutuksissa esimerkiksi maistamalla esimerkkioluita ja hakemalla niistä makuja ja näin tunnistaa humalien ja maltaiden ominaispiirteitä. Myymälässä työskennellessä myyjä voi kertoa asiakkaalle oluista lisätietoja ja näin ollen vakuuttaa asiakkaan osaamisestaan. Pekkarisen ym. (2006, 13-14) mukaan myyjän pitää hallita oma asiakasryhmänsä sekä tuotteensa voidakseen toimia menestyksekkäästi. Asiakas arvostaa paljon enemmän palvelua, jos hänelle osataan kertoa tuotteesta omin sanoin, eikä lueta suoraan hyllystä löytyvästä tuotekortista. Myyjä voi hyödyntää opasta itsenäisen opiskelun välineenä.

Jokaisesta esimerkkinä käytetystä oluesta löytyy kuvaus Alkon internetsivuilta, joten oluita maistelemalla voi pyrkiä tunnistamaan makuvivahteita ja näin ollen tunnistamaan, mistä humalasta tai maltaasta on kyse.

Koska uusia oluita tulee lisää valikoimaan jatkossa, tulee olutopasta päivittää säännöllisin väliajoin. Esimerkiksi oppaassa käytetyt esimerkkioluet saattavat poistua kokonaan valikoimasta, joten opasta tulisi päivittää säännöllisesti. Lisäksi opasta voi muokata kausioluiden teemojen mukaan, jolloin myyjillä on käytössään ajankohtainen oluttietous. Alkon olutvalikoimaa kannattaisi myös tarkkailla mahdollisten uusien tuotteiden varalta, sillä niissä saattaa olla käytetty jotakin humalaa tai mallasta, josta ei vielä oppaassa ole kerrottu.

Toimeksiantajan mielestä opinnäytetyön tuloksena syntynyt olutopas oli onnistunut. ”Oppaan jaottelu oli selkeä ja alajaottelu helpottaa sisällön omaksumista. Oli erittäin järkevää rajata humalalajikkeet ja maltaat koskemaan vain Alkossa myynnissä olevien tuotteiden raaka-aineita. Humalalajikkeiden jaottelu noudattaa kansainvälistä kolmijakoa, eikä ole ollut mitään syytä miksi jaottelua olisi pitänyt muuttaa. Lajikkeista on tuotu esiin tärkeimmät faktat, alkuperä, aromimaailma ja katkeropitoisuus, jolloin lukijan on helppo omaksua systemaattinen tieto. Maltaista olette tehneet vastaavan jaottelun viljalajikkeisiin pohjautuen. Olette sitoneet tiedon oluttiedottamisen kansainvälisiin yksikköihin ja olemassa oleviin tuotteisiin. Luomutrendikin on otettu huomioon. Lisäksi lopun käyttötapayhteenveto helpottaa oluen valintaa eri tarpeisiin” kommentoi Alkon tuotekoulutuspäällikkö valmistunutta olutopasta.

Lähteet

Kirjalliset lähteet

Aaltonen, M. & Wilenius, M. 2002. Osaamisen ennakointi - Pidemmälle tulevaisuuteen, syvemmälle osaamiseen. Helsinki: Edita.

Alasilta, A. 1998. Näin kirjoitat tehokkaasti. Helsinki: Inforviestintä.

Alkon tuoteaapinen. 2014.

Anttila, M & Iltanen, K. 2004. Markkinointi. Porvoo: WSOY.

Eskola, J. & Suoranta, J. 2008. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Jyväskylä: Gummerus.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. Tutkimushaastattelu. 2011. Gaudeamus Helsinki University Press

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2006. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen opas. Jyväskylä: JAMK.

Kaukinen, M., Nylund, M. & Siikala, P. 1998. Alkoholijuomien käsikirja 1. Restamark.

Kesti, M. 2005. Hiljaiset signaalit - Avain organisaation kehittämiseen. Tallinna: Edita.

Loiri, P. & Juholin, E. 1998. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Jyväskylä: Gummerus.

Luukkonen, M. 2004. Tekstiä tekemään! Kirjoittajan opas. Helsinki: WSOY.

Moilanen, R. 2001. PRO - Oppivan organisaation mahdollisuudet. Helsinki: Tammi.

Moritz, S. 2005. Service Design: Practical access to an evolving field. Köln: Köln International School of Design.

Ojasalo, K., Moilanen, T., Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Pekkarinen, U., Pekkarinen, E. & Vornanen, J. 2006. Menestyvän myyjän käsikirja. Helsinki: WSOY.

Pesonen, E. 2007. Julkaisijan käsikirja. Porvoo: WS Bookwel Oy.

Ranki, A. 1999. Vastaako henkilöstön osaaminen yrityksen tarpeita? Jyväskylä: Gummerus.

Rauste-von Wright, M. & von Wright, J. 2000. Oppiminen ja koulutus. Juva: WSOY.

Tuulaniemi, J. 2013. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

Varila, J. & Rekola, H. 2003. Mitä on työssä oppiminen. Joensuun yliopistopaino.

Sähköiset lähteet

Alko Oy. 2015.

<http://www.alko.fi>

Housley, J. 1999. Benchmarking - is it worth it? Perspectives. 3 (3), 74 - 79. Viitattu 3.3.2015

<http://www oulu.fi/w5w/benchmarking/artikkelit/housley.pdf>

Ilkka. 2015. Viitattu 28.4.2015.

<http://www.ilkka.fi/uutiset/maakunta/olut-on-kasvattanut-suosiota-my%C3%B6s-ruokajuomana-1.1751653>

Kaleva. 2007. Viitattu 28.10.2014.

<http://www.kaleva.fi/uutiset/talous/haamuasiakas-testaa-palvelua/21069/>

Moilanen, R. 1999. Sytyke Ry. Viitattu 28.4.2015.

<http://www.sytyke.org/lehtiarkisto/kirj/st19993/09.pdf>

Kuvat

No table of figures entries found.

Kuviot

Kuvio 1: Strategia (Alko 2015)	8
Kuvio 2: Oluenpanoprosessi (Alkon tuoteaapinen 2014.)	13
Kuvio 3: Oluiden makutyypit (Alkon tuoteaapinen 2014.)	15
Kuvio 4: Oluttyypit (Alko 2015.).....	22
Kuvio 5: Pieni juomaopas: Panimotuotteet (Alko 2015.)	23

Taulukot

Taulukko 1: Humalan aromeja (Alkon tuoteaapinen 2014.)	14
Taulukko 2: Yhteenveto tuloksista.....	28

Liitteet

Liite 1 Sähköpostihaastattelu	38
Liite 2 Teemahaastattelu Alkon myyjille 11.3.2015	39
Liite 3 Olutopas painettu versio	40
Liite 4 Olutopas PowerPoint	69

Liite 1 Sähköpostihaastattelu

Sähköpostihaastattelu Alkon tuotekoulutuspäällikölle 18.2.2015

Haastattelun tarkoituksena on kartoittaa myyjien nykyistä oluttuntemusta ja koulutusten määrää.

1. Paljonko Alkon myyjillä on itsellään käytössä tietoa oluista, esimerkiksi sisäisessä intrassa?
2. Kuinka moneen koulutukseen myyjien on mahdollista osallistua?
3. Paljonko olutta käsitellään koulutuksissa?

Kiitos vastauksistasi!

Liite 2 Teemahaastattelu Alkon myyjille 11.3.2015

Tuoteaapisen asiasisältö

1. Mitä mieltä olet tuoteaapisen asiasisällöstä?
2. Millaiseksi koet tuoteaapisen olutosion asiakaspalvelutilanteissa?
3. Millaisia kehitysehdotuksia sinulla on tuoteoppaan olutositioon asiakaspalvelutilanteita ajatellen? Voisi olla hyvä kysyä asiaa aivan kohdennetustikin.
4. Jos tuoteaapisessa olisi tietoa humalalajikkeista ja maltaista oluttyypeittäin, miten kokisit sen olevan hyödyksi sinulle työssäsi asiakaspalvelutilanteissa?
5. Jos oluen ja ruuan yhdistämisestä löytyisi asiakaspalvelutilanteissa hyödynnettäväksi tietoa samalla tavalla kuin viinin ja ruuan yhdistämisestä, millaista hyötyä se toisi asiakaspalvelutilanteisiin?
6. Mitä mieltä olet humalalajikkeisiin ja maltaisiin perehtymisestä vain myyjien koulutuksissa ja tuoteaapisen kautta, sen sijaan että niistä olisi tietoja saatavilla myös myymälöissä?

Olutoppaan ulkoasu

1. Mikä toteutustapa olisi mielestäsi kaikista hyödyllisin asiakaspalvelutilanteiden kannalta? (Verkkojulkaisu, painettu kirja, mobiilisovellus jne.)
2. Millaisia toiveita sinulla on oppaan ulkoasun suhteen verrattuna tuoteaapisen ulkoasuun? (värit, kuvat jne.)

Liite 3 Olutopas painettu versio

OPAS OLUTTUNTE- MUKSEN SYVENTÄ- MISEEN

HUMALAT JA MALTAAT

SISÄLLYS

Tämä opas sisältää syventävää tietoa humalista ja oluista. Opas on tehty opinnäytetyön tulokseksi keväällä 2015.

Laurea-ammattikorkeakoulu

Anniina Joutsen &

Niina Mannermaa

HUMALAT

Oluessa humalan käyttötarkoituksena on antaa oluen makuun hedelmäisiä aromeja sekä karvautta, mutta myös kirkastamaan olutta ja estämään sen pilaantumista. Olueen karvaan maun antaa humalan emikasvien erittämä *lupuliini*.

Humalan antamia aromeja oluen makuun ja tuoksuun ovat muun muassa kukkaisuus, sitruksisuus, mustaherukkaisuus, hedelmäisyys, mausteisuus, mäntyisyys, greippimäisyys, pistävä maku, sitruunaisuus ja yrttisyys. Yleensä aromeja löytyy oluista enemmän kuin vain yksi, sillä monet humalat sisältävät useamman aromiominaisuuden. Tästä lisää tarkennetussa jaotellussa.

Humalalajikkeita viljellään etenkin *Yhdysvalloissa*, *Iso-Britanniassa* ja *Saksassa*. Suomessa kasvatettava humala on yleensä käytetty koristekasvina, eikä niinkään oluen valmistuksessa lyhyen kasvukautensa vuoksi.

Humalat jaetaan kahteen pääluokkaan, jotka ovat aromihumala sekä katkerohumala. Lisäksi on myös humalalajikkeita, joita käytetään molempiin käyttötarkoituksiin.

Aromihumalia

Amarillo, Backa, Bramling Cross, Cascade, Columbia, Challenger (Eastwell) Golding, Elsasser, Fuggles, Hallertau, Hersbrucker, Liberty, Mt. Hood, Saaz, Santiam, Spalt, Spalter Select, Striselspalt, Styrian Golding, Tettmanger, Vanguard, Willamette

Katkerohumalia

Brewer's Gold, Chinook, Eroica, Galena, Horizon, Millenium, Magnum, Newport, Nugget, Pride of Ringwood, Simcoe

Aromi- ja katkerohumalia

Ahtanum, Banner, Northern Brewer, Brewer's Gold
Bullion, Cascade, Centennial , Cluster, Columbus, First Gold
Glacier, Green Bullet, Nelson Sauvin, Northdown, Northern Brewer,
Olympic, Perle, Pride of Kent, Saxon, Sterling, Target,
Tomahawk, Yakima Gold, Zeus

Humalissa on keskitytty niihin, joita Alkon valikoimasta löytyvistä oluista löytyy. Erilaisia humalalajikkeita on kymmeniä lisää ja osa niistä on nimetty maan kasvupaikan mukaisilla etu liitteillä.



Katkeroiden merkitys

Koska mallas antaa oluelle sen makeuden, tarvitaan humalaa antamaan oluelle katkeruutta sekä aromikkuutta. Humalan katkerot liukenevat olueen sen keittovaiheessa, jossa syntyy katkerisuutta antavia alfa-happoja (esimerkiksi humuloni). Humalat tuovat olueen myös beta-happoja, jotka syntyvät hapen vaikuttaessa olueen ja maistuvat katkerilta, mutta kuitenkin huomattavasti hennommin kuin alfa-hapot.

Oluen katkerisuutta mitataan EBU yksiköllä. Yksi EBU tarkoittaaakin yhtä milligrammaa alfa-happoja yhdessä litrassa vettä tai valmista olutta. Kuitenkaan suuri EBU pitoisuus ei tarkoita aina että olut olisi katkerampaa kuin pienen EBU arvon saanut olut, sillä suu maistaa katkerot eritavalla vaaleassa Lagerissa kuin maltaisessa Stoutissa. Alla on taulukko, jossa katkerisuutta on mitattu prosentteina vaaleassa oluessa.

g/humalia	3-5%	6-7%	8-9%	10-12%
15g	-	-	vähän katkeroa	kohtalaisesti katkeroa
30g	erittäin vähän katkeroa	vähän katkeroa	kohtalaisesti katkeroa	paljon katkeroa
60g	vähän katkeroa	kohtalaisesti katkeroa	paljon katkeroa	erittäin paljon katkeroa

EBU =
European Bitterness Unit

Aromit

Humalan kukinto sisältää puolesta prosentista kolmeen prosenttia eteerisiä öljyjä, joista oluet saavat niiden tuoksun ja maun. Jokaisen humalalajikkeen aromit ovat erilaisia. Kun olueen halutaan saada paljon aromeja, tulee humalat lisätä oluen keiton jälkeen, eli tällöin olut kuivahumaloidaan. Humalien aromit eivät kuitenkaan tuoksu olueen sellaisinaan, vaan oluesta aistittavat aromit ovat syntyneet oluen käymisen, hapettumisen sekä humalan yhteisvaikutuksesta. Tästä poikkeuksena oluet, jotka ovat kuivahumaloitu, sillä silloin humalan eteeriset öljyt pysyvät sellaisinaan.

Kuivahumaloituja oluita, jotka löytyvät Alkon valikoimasta ovat *Brooklyn Brewery: Brooklyn Lager (USA)* sekä *Laitilan Mississippi Beer (Suomi)*.



AROMIHUMALIA

Amarillo on amerikkalainen aromihumalalajike, joka on yksityiskasvatuksessa ja se on rekisteröity yksityishenkilöiden käyttöön. Aromiltaan se on kukkainen, trooppinen ja hyvin sitruksinen, sillä siitä on havaittavissa sitruunaa, appelsiinia sekä greippiä. Hyvin samantyyppinen kuin *Cascade* humala. Käytetään etenkin pilsseihin ja ale oluisiin. Esimerkiksi *St. Eriks Pilsner (Ruotsi)*, *Green's IPA (Englanti)*, *Hiisi Pläkki (Suomi)*.

Challenger on englantilainen aromihumala, joka syntyi Northern Brewerin ja saksalaisen humalalajikkeen risteytyksessä. Challengeria voidaan käyttää oluen keiton alussa antamaan oluelle katkeroita, mutta myös kuivahumalana antamaan makua. Sen maku on erittäin pehmeä, kukkainen ja hieman mausteinen. Maussa voidaan aistia myös hieman sitruunaa. Challenger on erittäin hyvä humala, jota voidaan käyttää niin kotona tehdyissä oluissa kuin kaupallisissakin. Sitä käytetään englantilaistyyllisissä aleissa, porttereissa, stouteissa ja bittereissä, kuitenkin myös joissain Lagereissa. Esimerkki oluina: *Samuel Smith Taddy Porter (Englanti)*, *Haymaker (Englanti)*, *Coors Light (USA)*.

East Kent Golding on puhtaasti englantilainen aromihumala. Sitä käytetään makunsa ja historiansa vuoksi etenkin englantilaistyyppisissä oluissa, kuten Pale Aleissa ja Aleissa. East Kent Goldingia voidaan käyttää antamaan aromia joko keitto vaiheessa tai kuivahumalana. Yleensä sitä käytetään yhdessä Fuggle humalien kanssa, etenkin englantilaisissa olutresepteissä. East Kent Goldingin tuoksu on lempeä, suolainen ja ihastuttava. Mausta voidaan aistia makeita sitrushedelmiä ja aromaattista kukkien nektaria. East Kent Goldingia käytetään muun muassa (englantilaistyyppisissä) Aleissa, Pale Aleissa, porttereissa, stouteissa ja bittereissä. Esimerkiksi: *Shepherd Neame India Pale Ale (Englanti)*, *Harviestoun Old Engine Oil (Skotlanti)*, *Huvila E.S.B. (Suomi)*.

Fuggles on perinteinen englantilainen humala. Aromiltaan se on hyvin mieto ja pehmeän humalainen. Sitä käytetään arominsa vuoksi Lagerin lisäksi erityisesti Britti Aleissa, sekä stouteissa ja porttereissa. Esimerkiksi *Fuller's London Porter*.

Golding on englantilainen aromihumala, josta esimerkiksi East Kent Gold on yksi variaatio. Lisäksi yhdysvalloista löytyy lajike Golding U.S., joka on hyvin samanlainen lajike kuin englantilainen Golding. Tuoksultaan Golding on hyvin pehmeä ja makea ja sitä käytetään kuivahumalana oluen valmistuksessa. Erityisesti Goldingia käytetään englantilais- ja belgialaistyyppisissä aleissa. Esimerkkioluina *Victory Ale (Englanti)*, *St. Feuillien Triple (Belgia)*, *Malmgård Belge (Suomi)*

Hallertau on aromiltaan todella mieto, hennon kukkainen ja vähän mausteinen perinteinen saksalainen aromihumala. Käytetään aromina erityisesti Lagerissa, vehnäoluessa ja vahvassa Lagerissa. Esimerkiksi *Lapin Kultaa*, *Saku Kuld*, *Budweiser*, *Marsalkka Vaalea Luomu*.

Hersburucker on perinteinen saksalainen aromihumala, jota käytetään erityisesti saksalaistyyppisissä oluissa, vahvoissa Lagereissa, vehnäoluissa ja aleissa. Sen sisältämät öljyt ovat tasapainossa kävyssä ja antavat humalalle sekahedelmäisen tuoksun, johon lisätty mausteita sekä kukkaisuutta. Humalan aromi on miedosta keskivahvaan, riippuen kasvupaikasta, minkä vuoksi sitä käytetään juuri aromihumalana. Esimerkkioluena *Marsalkka Vahva Luomu ((Suomi)* käytetty humala on Hellertau Hersburucker eli sekoitus näitä kahta humalaa).

Liberty on samantyyppinen aromihumala kuin *Hallertau*. Maultaan se on hyvin pehmeä ja kukkainen. Esimerkkioluena *Victory Ale*.

Mt hood on puhdas aromihumala, joka on hyvin samankaltainen kuin Hersbucker ja Hellertau. Mt hood – humala onkin jalostettu Hellertausta Amerikassa. Alkon valikoimassa ei suoraan löydy tuotetta, jossa humalaa on käytetty, sillä humalan voi korvata esimerkiksi enemmän käytetyllä Crystalhumalalla tai Herbuckerilla. Käytetään etenkin Lagereissa ja Pilsseissä.

Saaz on tšekkiläinen aromihumala, jota käytetään kevyihin oluisiin, kuten Lagereihin ja Pilsnereihin. Maultaan humala on hyvin kevyt ja se on hyvin miellyttävän humala-arominen. Erityisesti humalaa käytetään tšekkiläisissä, belgialaisissa tai puolalaisissa oluissa. Voidaan käyttää pelkkää Saaz-humalaa, kuten oluissa *Litovel Premium (Tšekki)* ja *Holba Serák Special (Tšekki)* tai yhdessä muiden mietojen humalien kanssa, kuten esimerkiksi Hellertau. Tästä esimerkkinä suomalainen *Marsalkka Vaalea Luomu*.

Santium on amerikkalainen Hallertauerista, Tettnangista ja Cascadista jalostettu aromihumala. Maultaan Santium on hieman mausteinen, aistittavissa on myös yrttisiä ja kukkaisia vivahteita. Santiamia käytetään erityisesti India Pale Aleen, Pale Aleen, Bitteriin ja amerikkalaisiin Lagereihin. Alkon valikoimissa ei suoranaisesti ollut sopivaa olut esimerkkiä.

Spalt on perinteinen saksalainen aromihumalalajike. Maultaan se on hyvin mieto, jonka maussa on aistittavissa hivenen mausteisuutta. Käytetäänkin kevyissä Lagereissa sekä Pilsnereissä ja saksalaistyyppisissä Bockeissa.

Spalter select on jalostettu Spalt ja Hellertauer humalista ja on niin ikään saksalainen aromihumalalajike. Maultaan se on kevyen kukkainen ja mausteinen. Spalter selectiä käytetään esimerkiksi Lageroluissa, Marzeineissa, Pilsnereissä ja Bockeissa. Alkosta löytyvä esimerkki on *Keisari Året Runt(Suomi)*, jossa on käytetty Spalter selectin lisäksi *Hallertauer Magnum*, ja *Perle*-humalia.

Strisselspalt on yksi ranskalaisista humalalajikkeista, jonka kasvialueena on Starsbourg Ranskassa. Strisselspalt on hyvin samantyylinen kuin Hersbucker, ja sitä käytetäänkin aromihumalana sen miellyttävän maun vuoksi. Strisselspaltia käytetään Lageriin, Saisoniin, vaaleaan Aleolueen ja belgialaisiin Pale Aleihin.

Styrian Golding on slovenialainen (kasvaa myös Itävallassa) aromihumalalajike. Se on yksi Fuggesin muodoista ja kantaakin monia Fuggesin piirteitä. Humalalaji tarjoaa hienostuneen katkerisuuden, mutta ennen kaikkea selvästi erottuvan aromin ja maun, joka on hyvin herkullinen ja hieman mausteinen. Styrian Goldingin voi korvata joko Fuggesilla tai Williamettel-

la. Sitä käytetään pääsääntöisesti Aleissa. Esimerkkejä: *Huvila E.S.B (Suomi)*, *St. Feuillien Triple (Belgia)*, *Ridgeway Quadruple Strong Ale (Englanti)*.

Tettninger humalaa viljellään sekä Englannissa että Saksassa. Kuitenkin sen alkuperä on Saksan Tettanger alueella. Se on todella hieno aromihumala, jonka maku on hienostunut, mutta hivenen mausteinen. Se voidaan sekoittaa Hellertauhun, mutta sen aromi on hieman miedompi kuin Hellertauissa. Voidaan käyttää miltei jokaisessa oluttyypissä, mutta yleensä kevyemmissä, kuten Lagereissa, Pilsnereissä, vehnäoluissa, light Lagereissa ja Bockeissa. Esimerkiksi *Schmucker Rosé Bock (Saksa)* ja *To Øl Primal Pils (Tanska)*.

Vanguard on puhtaasti aromihumala, jossa on samanlaisia vivahteita kuin Hallertauerissa. Se antaa olueen hyvin pehmeän ja hienovaraisen katkeron, aromiltaan siinä on aistittavissa puisia ja yrttisiä piirteitä, jotka tuottavat mausteisen vivahteen kun humalaa keitetään pitkään. Sitä käytetään etenkin saksalaistyyppisissä oluissa, mutta myös Aleissa ja Stouteissa. Esimerkkioluenä *Brooklyn Lager (USA)*.

Williamette on aromihumala, joka on Fuggesin triploidi. Williametteä käytetään suurimmaksi osaksi vain USA:ssa. Kotivalmistuksessa Williametteä käytetään katkerohumalana, mutta kaupallisesti se on lähes vain aromihumala. Sen aromissa on pippurisia mausteyrttejä, joissa on sekä kukkaisia että hedelmäisiä vivahteita. Sitä käytetään etenkin Aleissa, mutta myös Bittereissä, vehnäoluissa, Stoutissa ja Portterissa.

KATKEROHUMALIA

Brewer's Gold on englantilainen katkerohumala, joka on yhdistelmä Sterlingiä, Galenaa, Horizonia, Centennialia ja Nuggettia. Sitä käytetään kevyissä Aleissa, mutta sitä voidaan käyttää myös voimakkaissa, erityisesti saksalaistyyppisissä, Lageroluissa. Sen mausta ja tuoksusta voidaan aistia mustaherukkaa, hedelmiä sekä mausteisuutta. Brew'e's Gold voidaan korvata esimerkiksi Galenalla, jolloin saadaan hyvin samantapaiset katkerot ja aromit.

Chinookia käytetään Lagerissa katkeroiden saamiseksi. Maultaan se on keskivoimakas, hyvin mäntyinen ja greippinen. Useammin käytetään raaka-aineena Ale ja IPA oluissa makunsa vuoksi.

Galena on puhtaasti katkerohumala, joka syntyi Brewers Goldingin ja vapaan pölytyksen tuloksena. Oluen valmistuksessa sitä käytetään katkerohumalana ihan keiton alussa. Se antaa olueen pirteää katkeroa ja sitä voidaan käyttää missä oluttyypissä tahansa, johon halutaan saada potkua. Aromiltaan humalassa on makeita hedelmiä, kuten persikkaa, mutta samanaikaisesti myös ruohoa ja puuta. Esimerkkioluena *Hiisi Pläkki (Suomi)*, *Teerenpeli Notkea Nipa (Suomi)*, *Harviestoun Old Engine Oil (Skotlanti)*.

Horizon on samantyyppinen humala kuin Nugget ja sitä voidaan käyttää kaikissa oluttyypeissä antamaan aromia sekä katkeroa. Nykyään käyttö on lisääntynyt esimerkiksi käsityöläisoluissa. Maultaan se on kukkainen ja mausteinen.

Magnum on luonteeltaan puhtaasti katkerohumala. Sitä käytetäänkin antamaan oluille katkeroja, eikä niinkään aromeja. Magnumin emikukinnot ovat hyvin suuret. Käytetään erityisesti Lager ja Ale-oluissa antamaan katkeroa, mutta myös esimerkiksi saksalaisissa vehnäoluissa yhdistelmänä Hallertau humalan kanssa (Magnum hallertau). Alkon valikoimasta löytyvät muun muassa *Weihenstephaner Kristall Weissbier (Saksa)*, *Luostari Dubbel (Suomi)*, *Saku Karl Friedrich (Viro)*.

Millenium on hyvin uusi lajike, joka on jalostettu Nuggertista. Hyvin samanlainen maultaan kuin Nugget, eli mieto sekä yrttinen. Käytetään katkerohumalana. Millenium on helppo korvata joko Nuggetilla tai Columbuksella. Käytetään valmistettaessa etenkin Alea ja Stoutia.

Newport on amerikkalainen uusi, vuonna 2002, julkaistu humalalajike, joka on sekoitus eri humalia, kuten Brewers Goldia, Hekkertauer Mittelfruhia ja Fugglea. Alun perin se luotiin sietämään hometta ja siinä onnistuttiinkin. Newportia käytetään saamaan olueen katkeroa. Sen aromissa on havaittavissa sitrusta sekoitettuna viinimäisiin sävyihin. Parhaiten katkeron saa humalasta irti, kun sitä käytetään keiton alussa tai keskivaiheessa. Eniten Newportia käytetään Alessa ja Stoutissa.

Nugget on erityisesti katkerohumala, mutta voidaan käyttää myös antamaan yrttisiä makuja. Käytetään Lagereissa ja Ale-oluissa, sekä joissakin erikoisuuksissa. Esimerkkeinä *Estrella Damm (Espanja)*, *Laitilan Mississippi Beer (Suomi)*, *Founders Dirty Bastard (USA)*, *Mufloni Säppi APA (Suomi)*.

Pride of Ringwood on katkerohumala, joka on kehitetty Australiassa englantilaisesta Pride of Kent humalalajikkeesta. Maussa ja tuoksussa on aistittavissa tammea ja kasvipiperäisiä sävyjä. Käytetään lähestulkoon ainoastaan australialaisissa lageroluissa, joista tunnetuimpana Foster's. Käytetään yleensä keiton alkuvaiheessa. Alkon valikoimassa tällä hetkellä on *Coopers Sparkling Ale (Australia)*.

Simcoe on vuonna 2000 julkaistu yhdysvaltalainen katkerohumala, mutta sitä käytetään myös aromihumalana sen ainutlaatuisen, hedelmäisen sekä mäntymäisen, maun vuoksi. Simcoeta käytetään etenkin erilaisissa Aleissa ja IPAssa ominaisuuksiensa vuoksi. Koska humalan ensisijainen käyttö on katkero, käytetään yleensä usean muun (3-5) humalalajikkeen kanssa. Esimerkkioluina *BrewDog Punk IPA (Skotlanti)*, *Green's IPA (Englanti)*, *Hiisi Pläkki (Suomi)*.

AROMI –JA KATKEROHUMALIA

Ahtanum erittäin hedelmäinen ja kukkainen maultaan ja käytetäänkin arominsa vuoksi. Se sisältää kohtalaisesti katkeroa, joten voidaan käyttää myös katkeroaromien saamiseen. Se on hyvin monikäyttöinen humalalajike. Käytetään Lagereissa, mutta yleisemmin Alessa.

Cascade on monikäyttöinen humalalajike, josta saadaan olueen katkeroita sekä aromeja. Se on risteytetty Fuggesista ja Serebriankerista ja on hyvin suosittu amerikkalaisissa pienpanimoissa. Cascade antaa olueen hyvin kukkaisen ja sitruksisen aromin, ja sitä käytetäänkin paljon kuivahumalana sen rikkaiden aromiensa vuoksi. Eritoten Cascade käy Pale aleihin, mutta sitä voidaan käyttää myös Aleissa, Lagereissa ja vehnäoluissa. Esimerkiksi *Brooklyn Lager (USA)*, *Prykmestar Wehnäbock (Suomi)*, *Sierra Nevada Pale Ale (USA)*.

Centennial on yhdysvaltalainen monikäyttöinen humalalajike, jota käytetään erityisesti englantilaisissa Aleoluissa, joissain tapauksissa kuitenkin sitruksisuutensa vuoksi käytetään myös vehnäoluissa. Humala on maultaan hyvin kukkainen ja sitruksinen. Centennial on syntynyt kun Brewer's goldia on käytetty yhdessä muiden englantilaisten humalien kanssa. Se on yleistymässä pienpanimoiden käyttöön. Käytetään myös kuivahumalana. Alkosta löytyviä esimerkkejä ovat muun muassa *Brooklyn Brewery East India Pale Ale (USA)*, *Laitilan Mississippi Beer (Suomi)*, *Founders Centennial IPA (USA)*.

Cluster erittäin hyvä perushumala; tasapainoinen katkeroltaan sekä aromiltaan. Lager oluissa käytetään antamaan katkeroa, yleisempi antamaan aromia Ale-oluille. Esimerkiksi *Anchor California Lager*

Columbus on hyvin käytetty humalalajike, josta saadaan aromeja ja katkeroita. Se muodostaa Centennialin ja Cascaden kanssa hyvin monikäyttöis-

ten humalien tiimin. Oluista yleensä löytyykin jotakin näistä kolmesta humalalajikkeesta. Columbusta voidaan myös pitää synonyyminä Tomahawk ja Zeus humalille. Tomahawk on tismalleen sama lajike ja Zeus on puolestaan samanlainen katkeroiltaan. Katkeroittensa ansiosta Columbusta käytetään paljon etenkin Pale aleissa, IPAssa, Stouteissa sekä Imperialeissa. Aromiensa puolesta humala on hyvin vahva ja sitä käytetään keiton myöhäisessä vaiheessa tai kuivahumalana. Koska Columbus on hyvin monikäyttöinen, voidaan sitä käyttää myös kevyimmissä oluissa, kuten Lagerissa ja vehnäoluissa. Esimerkiksi: *BrewDog Hardcore IPA (Skotlanti)*, *Mufloni Säppi APA (Suomi)*, *Ruosniemen Panimon Vuorineuvos Imperial Stout (Suomi)*.

First Gold on monikäyttöinen humala ja sillä on eteerinen tasapaino katkeron ja maun välillä, joten se onkin erinomainen juuri oluen valmistukseen. Sen mausta on aistittavissa mangolian kukkaa, sitrusta sekä yrttejä ja puisia vivahteita. First Goldista voi aistia myös hitusen tulisuuutta. Monipuolisuutensa vuoksi First Gold sopii lähes kaikkiin oluihin, eritoten Aleihin, ja se voidaan käyttää missä tahansa oluen valmistusvaiheessa, myös kuivahumalana. Esimerkkioluenä *Blackfriar (Skotlanti)*.

Glacier on uusi katkero- ja aromihumala, joka on luotu vuonna 2000 Amerikassa. Se on sekoitus yhdeksää eri humalalajiketta, joista tunnetuimpina Brewer's Gold, Northern Brewer, Bullion ja East Kent Golding. Sen helppo käytettävyys mahdollistaa sen käytön hyvin erilaisissa oluissa eritavoilla. Se sopii eritoten käytettäväksi englantilaisiin ja amerikkalaisiin Aleoluisiin, mutta myös Stouteihin ja Porttereihin. Tuoksusta on aistittavissa sitrusta ja hieman hedelmiä, mutta myös yrttejä ja puuta. Katkerot ovat voimakkaita ja näin ollen sopivat oluisiin. Glacier on hyvin samanlainen humala kuin Williamette.

Green Bullet on Uusiseelantilainen monikäyttöinen humalalajike. Sillä on omalaatuinen vivahde joka luonnehtii Uuden-Seelannin merkitystä olutmaailmassa. Humala antaa olueen puhtaan katkeron ja se voidaan lisätä joko keiton alkuvaiheessa tai sitä voidaan käyttää läpi koko oluen panon. Maussa voi aistia rusinaa ja kukkaisuutta ja se on hyvin pehmeä ja raikas. Aluksi humalaa käytettiin vain Uudessa-Seelannissa, mutta nykyään sitä

käytetään oluissa ympäri maailmaa. Green Bullettia käytetään Pale Alessa, Bitterissä, Stoutissa, Lagereissa, IPAssa ja Pilsnerissä. Esimerkki oluena *Tee-renpeli Notkea Nipa (Suomi)*.

Nelson Sauvin on uusi, vuonna 2000 julkistettu, Uusiseelantilainen monikäyttöinen humalalajike, joka on nimetty Sauvignon blanc -rypäleiden mukaan, sillä niillä on keskenään hyvin samanlainen aromi; murskattu karvainen onkin niiden yleisin kuvaus. Nelson Sauvinin aromia voi verrata jopa hedelmäiseen valkoviiniin. Humalaa käytetään etenkin kun halutaan tuottaa suuria iskeviä aleoluita tai hyvin katkeroita laagereita. Esimerkkioluina: *5 a.m. Saint (Skotlanti)*, *Bryggeri Golden Ale (Suomi)*.

Northdown on monikäyttöinen humalalajike, joka julkaistiin jo 1970 luvun alussa. Se on yhdistelmä Northern Breweriä ja tuntematonta saksalaista humalalajiketta, jolla on samanlainen kestävyys. Sillä on puhdas katkero ja sitä käytetään perustana oluen keitossa. Northdownin aromi koostuu kahdesta öljystä, jotka molemmat menettävät makuaan liian kuumassa, joten humalaa suositaan käytettäväksi kuivahumalana. Aromiltaan Northdownista voi aistia kuivaa puumaista tulisuutta sekä yrttisiä vivahteita. Eniten Northdownia käytetään Aleoluissa. Esimerkkioluina: *Brooklyn Brewery East India Pale Ale (USA)*, *Coors Light (USA)*, *Fuller's Golden Pride (Englanti)*.

Northern Brewer on yksi tunnetuimpia alun perin englantilaisia monikäyttöisiä humalalajikkeita. Nykyisin humalaa kasvatetaan lähinnä Saksassa, Belgiassa ja Yhdysvalloissa. Northern Breweryä käytetään etenkin eurooppalaisissa Aleissa, Lagereissa ja Pilsnereissä. Humalaa käytetään katkeroihin sekä antamaan aromia keittovaiheessa. Katkero on humalassa maltillinen ja aromi on maultaan pyöreä. Northern Brewery on Saksan yksi tärkeimpiä korkean alfaapitoisuuden omaava humala, sillä se on sekä monipuolinen että hienostunut. Esimerkkioluena: *Nøgne Ø Imperial Rye Porter (Norja)*.

Perle on kehitetty Saksassa Northern Brewery humalalajikkeesta, ja Perle on myös monikäyttöinen humala. Aromiltaan se on hyvin kukkainen sekä hiukan mausteinen. Katkero puolestaan on hyvin puhdas, alfahapoltaan

keskivoimakas. Humalaa voidaan käyttää oluen valmistuksen missä vaiheessa tahansa, ja se antaa oluelle saksalaistyyppisen oluen vivahteita. Humala on helppo korvata saksalaisella tai yhsysvaltalaisella Northern Breweryllä. Perleä käytetään etenkin vehnäoluissa, Lagereissa ja Aleissa. Esimerkkioluina: *Coisbo Queens Desire (Tanska)*, *Sierra Nevada Pale Ale (USA)*, *Mufloni Muflonator (Suomi)*.

Pride of Kent on englantilainen monikäyttöinen humalalajike. Voidaan siis käyttää antamaan makuja sekä katkeroa. Australialaisen Pride of Ringwood humalan emälajike.

Sterling on erikoinen sekoitus humalien aromeja, jossa amerikkalainen Pale Ale ja boheemi Lager kohtaavat toisensa. Sterlingiä käytetään antamaan katkeroa sekä makuja olueen. Se on katkeroltaan hyvin samanlainen kuin hienostunut Saaz. Aromiltaan se on herkullinen sekoitus mausteisia yrttejä ja kukkia, joista on aistittavissa sitrusta. Käytetään Pilsnereissä, Lagereissa, Alessa sekä belgialaistyyppisissä oluissa.

Target on monikäyttöinen humala, joka on risteytetty englantilaisista Northen Breweristä sekä Goldsingista. Targetia käytetään erityisesti Englannissa hyvin paljon, antamaan oluelle katkeroita. Yleisempi käyttö onkin katkero, mutta hyvin sulavan arominsa vuoksi voidaan käyttää myös antamaan makua. Yleensä Targetin kanssa käytetään myös muita humalia, jotta saataisiin oluista aromirikkaampia. Targetia käytetään esimerkiksi Alessa ja erikoisoluissa. Alkon valikoimasta löytyvät Fuller's Golden Bride (Englanti), Fuller's India Pale Ale (Englanti), Ridgeway Quadruple Strong Ale (Englanti).

Tomahawk samanlainen humala kuin Columbus ja Zeus. Näillä kaikilla kolmella humalalajikkeella on sama käyttötarkoitus ja ne ovat lähes identtisiä toistensa kanssa. Tomahawkia käytetään etenkin kuivahumalana. (Katso *Columbus*). Esimerkkeinä: *Chouffe Houblon Dobbelen IPA Tripel (Belgia)*, *To Øl Primal Pils (Tanska)*.

Yakima Gold on monikäyttöinen hyvin uusi humalalajike. Se on julkaistu Yhdysvalloissa 2013. Sen maku on hyvin mieto ja miellyttävä. Käytössä an-

taa olueen pehmeän katkeron ja hyvin miellyttävän aromin. Esimerkkioluena: *Bravaria Premium (Hollanti)*.

Zeus samanlainen humala kuin *Tomahawk* ja *Columbus*. Esimerkkioluena *Tennent's Extra (Skotlanti)*.

MALTAAT

Mallas oluessa

Yksi oluen neljästä pääraaka-aineesta on mallas. Yleisimmin käytetty vilja on ohra, mutta maltaita valmistetaan myös vehnästä, rukiista, maissista ja riisistä. Mallastuksessa on kolme eri vaihetta: liotus, idätys ja kuivatus. Alun perin maltaat ovat siis viljanjyviä, joita liotetaan lämpimässä vedessä. Vedessä jyvät alkavat itämään ja entsyymitoiminta niiden sisällä käynnistyy. Itäminen pysähtyy kuivatuksen avulla. Erilaisia maltaita saadaan aikaan säätelemällä kuivatuslämpötilaa. Maltaisiin kasvaneet idut tuottavat kitkerää makua olueen, joten ne poistetaan kuivatusvaiheen jälkeen.

Maltaat jaetaan kahteen ryhmään: perusmaltaat ja erikoismaltaat. Erikoismaltaat ovat tummempia kuin perusmaltaat. Maltaan väri ilmaistaan oluen tiedoissa EBC-arvolla (European Brewing Convention Scale). Maltaasta olut saa väriä, makua, aromia, runkoa sekä täyteläisyyttä. Vaaleimmat perusmaltaat (noin 3-20 EBC) toimivat oluen pohjana, joista olueen saadaan käymiskelpoiset sokerit. Näiden maltaiden osuus reseptistä voi olla 80- 100 %. Tummempien perusmaltaiden (noin 20–150 EBC) sekä erikoismaltaiden avulla olueen saadaan oluttyypistä riippuen erilaisia ominaisuuksia, kuten makeutta, väriä sekä paahteisuutta. Perusmaltaat mäsکتään aina.

Tummemmat erikoismaltaat syntyvät paahtamalla. Suklaa- ja mustamaltaat kuuluvat paahdettuihin maltaisiin, joita käytetään pieninä määrinä (noin 1-10 % reseptistä). Nämä maltaat tuovat olueen makua ja väriä. Caramel- ja Crystal-maltailla olueen saadaan lisää väriä ja runkoa sekä parempi vaahtokukka. Paahdettu ohra voidaan myös laskea tähän kategoriaan, vaikka se ei ole mallas.



OHRAMALTAAT

Amber: Hieman tummempi perusmallas (50 EBC), joka antaa olueen maltaisen maun ja meripihkaisen värin. Kuivatusvaiheessa mallasta lämmitetään hitaasti 140 °C asti, mikä tekee siitä aromirikkaan maltaan. Yleiset käyttökohteet ovat englantilaiset oluet. Esimerkiksi *Cream Stout (Englanti)*, *Brooklyn Brewery East India Pale Ale (USA)* ja *Fuller's Organic Honey Dew(Englanti)*.

Cara-Amber: Karamellisoitu amber-mallas (caramel-mallas, 60-80 EBC), joka parantaa vaahtokukan muodostumista, sekä antaa olueen makeutta, väriä ja täyteläisyyttä. Yleiset käyttökohteet ovat dunkelit, bockit sekä brown alet. Esimerkiksi *Ridgeway Quadruple Strong Ale (Englanti)*.

Aroma: Tummin perusmallas (150 EBC), joka antaa olueen todella vahvan maltaisuuden sekä tumman meripihkaisen värin. Yleiset käyttökohteet ovat dubbelit. Esimerkiksi *La Trappe Dubbel (Hollanti)*.

Cara-Aroma: Tumma karamellisoitu aroma-mallas (caramel-mallas, 350–450 EBC), joka parantaa vaahtokukan muodostumista, sekä antaa olueen maltaisuutta, väriä ja täyteläisyyttä. Yleiset käyttökohteet ovat porterit, dunkelit sekä bockit. Esimerkiksi *American Imperial Porter (Suomi)* ja *Huvi-la X-Porter (Suomi)*.

Cara-Belge: Caramel-mallas (30–40 EBC), joka antaa olueen täyteläisyyttä, väriä ja makeutta sekä lisäksi parantaa vaahtokukan muodostumista. Yleisiä käyttökohteita ovat belgityyliset oluet. Esimerkiksi *Maredsous Blonde (Belgia)*.

Cara-Hell: Caramel-mallas (20–30 EBC), joka antaa olueen täyteläisyyttä, makeutta ja väriä sekä parantaa vaahtokukan muodostumista. Yleisiä käyttökohteita ovat pale alet sekä vehnäoluet. Esimerkiksi *Coisbo Queens Desire (Tanska)* ja *Benediktiner Weissbier (Saksa)*.

Cara-Munich: Karamellisoitu munich-mallas (caramel-mallas, 110–130 EBC), joka antaa olueen makeutta, täyteläisyyttä ja väriä sekä lisäksi parantaa vaahtokukan muodostumista. Yleisiä käyttökohteita ovat porterit, dunkelit, brown alet sekä bockit. Esimerkiksi *Prykmestar Suklainen Pääsiäisportter (Suomi)*.

Cara-Pils: Karamellisoitu pils-mallas (vaalein caramel-mallas, 2.5–6.5 EBC), joka antaa olueen täyteläisyyttä ja maltaisuutta sekä parantaa vaahtokukan muodostumista. Tämä mallas ei vaikuta oleellisesti oluen väriin. Yleisiä käyttökohteita ovat bockit sekä pilsnerit. Esimerkiksi *Sierra Nevada Pale Ale (USA)* ja *St. Feuillien Triple (Belgia)*.

Cara-Red: caramel-mallas (40 EBC), joka lisää oluen maltaisuutta sekä antaa olueen täyteläisemmän rungon ja punertavan värin. Yleisiä käyttökohteita ovat skottialet sekä brown alet. Esimerkiksi *Teerenpeli Notkea Nipa (Suomi)*.

Crystalit: Tumma caramel-mallas (50, 100, 120, 150, 300 EBC), joka antaa olueen täyteläisyyttä, makua ja väriä sekä lisäksi parantaa vaahtokukan muodostumista. Yleisiä käyttökohteita ovat pale alet, englantilaistyylliset bitterit, portterit ja stoutit. Esimerkiksi *Batemans Victory Ale (Englanti)*, *Young's Bitter (Englanti)*, *BrewDog 5 a.m. Saint (Skotlanti)* ja *Fuller's India Pale Ale (Englanti)*.

Suklaa (Chocolate): Korkean paahtoasteen mallas (800–1000 EBC), joka antaa olueen pieninä määrinä käytettynä pähkinäisen maun tai enemmän käytettynä paahteisen maun. Yleisiä käyttökohteita ovat brown alet, stoutit, portterit sekä tummat belgioluet. Esimerkiksi *Young's Double Chocolate Stout (Englanti)*.

Munich: Hieman tummempi perusmallas meripihkan värisiin oluihin (15–18 EBC). Tämä mallas antaa olueen maltaisen aromin ja maun. Yleisiä käyttökohteita ovat portterit, bockit, oktoberfestit sekä märzenit. Esimerkiksi

Ayinger Celebrator (Saksa), BrewDog Nanny State (Skotlanti) ja Nøgne Ø Imperial Rye Porter (Norja).

Pale-ale: Vaalea, hieman pils-mallasta tummempi belgialainen perusmallas (5-7 EBC), jota usein käytetään pintahiivaoluissa. Yleiset käyttökohteet ovat pintahiivaoluet. Esimerkiksi *Brooklyn Brewery East India Pale Ale (USA), BrewDog Punk IPA (Skotlanti), Maku Brewing Savu Porter (Suomi), Tennent's Extra (Skotlanti) ja Sünner Kölsch (Saksa).*

Pils: Vaalea perusmallas (3 EBC), jota käytetään erityisesti kaikkiin pils-tyyppisiin oluihin. Yleisiä käyttökohteita ovat vaaleat belgioluet sekä kaikki pils-tyyppiset oluet. Esimerkiksi *Krombacher Pils (Saksa) ja Stiegl Pils (Itävalta).*

Paahdettu ohra (roasted): Mallastamaton korkean paahtoasteen ohra (1000 EBC), joka antaa olueen paahtaisen kahvisen maun. Yleisiä käyttökohteita ovat portterit, stoutit sekä brown alet. Esimerkiksi *A. Le Coq Porter (Viro) ja Ruosniemen Panimon Vuorineuvos Imperial Stout (Suomi).*

Biscuit: Aito belgialainen biscuit-mallas (50 EBC), joka antaa olueen leipämäisen / keksimäisen aromin. Biscuit-mallas valmistetaan vain kevyesti paahtamalla. Yleisiä käyttökohteita ovat englantilaiset alet, portterit sekä brown alet. Esimerkiksi *Stallhagen Pumpkin Ale (Suomi).*

Mustamallas (Roasted Black): Mustamallas (1300–1500 EBC) antaa olueen pähkinäisen maun pieninä määrinä käytettynä ja paahtaisen maun enemmän käytettynä. Yleisiä käyttökohteita ovat portterit, stoutit, brown alet sekä tummat belgioluet. Esimerkiksi *Ruosniemen Panimon Vuorineuvos Imperial Stout (Suomi), Maku Brewing Savu Porter (Suomi), Samuel Smith Taddy Porter (Englanti) ja Asahi Black (Japani).*

Mustamallasta on olemassa myös akanattomana korkean paahtoasteen ohramallaksena (Carafa III-mallas, 1300–1500 EBC), jolla olueen saadaan väriä ilman perinteisen mustamaltaan tuomaa kitkeryyttä. Yleisiä käyttökohteita ovat portterit, brown alet, tummat belgioluet sekä black IPA:t. Esimerkiksi *Hiisi Pläkki (Suomi).*

Dark ale: Tummaahko mallas (35 EBC), joka antaa olueen aromia ja väriä. Yleisiä käyttökohteita ovat lagerit ja tummat alet. Esimerkiksi *Ruosniemen Panimon Vuorineuvos Imperial Stout (Suomi)* ja *Maku Brewing Savu Porter (Suomi)*.

Melanoid: Tummaahko mallas (70 EBC), joka antaa olueen aromia ja väriä. Yleisiä käyttökohteita ovat lagerit ja tummat alet. Esimerkiksi *Laitilan Kievari Tuomas Saison 2014 (Suomi)*, *Schmucker Rosé Bock (Saksa)* ja *To Øl Primal Pils (Tanska)*.

Pilsner: Vaalein perusmallas (3 EBC), joka erityisesti sopii kaikkiin pils-tyyppisiin oluihin. Yleisiä käyttökohteita ovat vaaleat belgioluet sekä kaikki pils-tyyppiset oluet. Esimerkiksi *Mufloni Muflonator (Suomi)*, *Bryggeri Kanttori (Suomi)* ja *Teerenpeli Notkea Nipa (Suomi)*.

Vienna: Vaaleahko perusmallas (7 EBC), joka tuo olueen kullankeltaisen värin, sekä parantaa täyteläisyyttä ja runkoa. Yleisiä käyttökohteita ovat märzenit, oktoberfestit sekä wieniläistyyliset lagerit. Esimerkiksi *Mufloni Muflonator (Suomi)*.

Abbey: Erikoismallas belgityyliin oluisiin (40–50 EBC), joka tuo olueen maltaisuutta ja punertavaa väriä, sekä parantaa suutuntumaa ja runkoa. Yleiset käyttökohteet ovat belgityyliset oluet.

Hapanmallas: Hapanmaltaalla (3-7 EBC) saadaan laskettua mäsikin pH:ta, sillä mallas sisältää luontaista maitohappoa. Hapanmallas pieninä määrinä parantaa mäsikin laatua ja suurempina määrinä tuottaa happamuutta olueen. Yleiset käyttökohteet ovat kaikki oluet, mutta enemmän käytettynä esimerkiksi berliner weisse.

Savumallas (Beech Smoked Barley Malt): Savumallas (4-8 EBC) antaa olueen pyökkisavun makua ja tuoksua. Yleiset käyttökohteet ovat savuoluet. Esimerkiksi *Maku Brewing Savu Porter (Suomi)* ja *Prykmestar Savukataja (Suomi)*.

Bohemian Pilsner: Pils-mallas (3-5 EBC), joka on suunniteltu erityisesti tsekkityyliin oluisiin tuomaan maltaisuutta, antamaan kirkaankeltaisen värin sekä parantamaan runkoa. Yleiset käyttökohteet ovat tsekkioluet.

Esimerkiksi *Litovel Premium (Tsekki)*, *Staropramen Premium (Tsekki)* ja *Holba Serák Special (Tsekki)*.

Luomut:

Mustamallasta, crystal-mallasta, munich-mallasta, pale ale-mallasta sekä pilsner-mallasta on saatavana myös luomuversiona. Esimerkkinä *Rekolan Panimon Funky Luomu (Suomi)*, joka sisältää pils-, pale ale-, crystal- ja munchener-maltaita.

VEHNÄMALTAAT

Wheat Malt: Vaalea vehnämallas (3-5 EBC) on perusmallas, jota voidaan käyttää kaikkiin vehnäoluihin. Pieninä määrinä käytettynä se tuo olueen ”leipämäisyyttä” sekä parantaa vaahtokukan muodostumista. Yleisiä käyttökohteita ovat vehnäoluet. Esimerkiksi *Schöfferhofer Hefeweizen (Saksa)*, *Grimbergen Blanche (Belgia)* ja *Prykmestar SavuVehnä (Suomi)*.

Cara-Wheat: Karamellisoitu vehnämallas (caramel-mallas, 100–140 EBC), joka antaa olueen täyteläisyyttä, väriä ja makeutta sekä parantaa vaahtokukan muodostumista. Yleisiä käyttökohteita ovat vehnäoluet, brown alet, bockit sekä dunkelit.

Floormalted Bohemian Wheat Malt: Perinteisesti lattiamallastettu tsekkiäinen vehnämallas (3-5.5 EBC). Yleisiä käyttökohteita ovat tsekkityyliset vehnäoluet.

Oak Smoked Wheat Malt: Tammisavustettu vehnämallas (4-8 EBC), joka tuo olueen tammisavun makua ja tuoksua. Yleisiä käyttökohteita ovat savuiset oluet.

Roasted Wheat Malt: Paahdettu vehnämallas (900–1200 EBC), joka antaa olueen paahteisuutta, makua ja väriä. Yleisiä käyttökohteita ovat tummat oluet. Esimerkiksi *Hiisi Pläkki (Suomi)*.

Tumma vehnämallas: Perusmallas (15 EBC) tummiin vehnäoluihin. Pieninä määrinä käytettynä tuo olueen ”leipämäisyyttä” sekä parantaa vaahtokukan muodostumista. Yleisiä käyttökohteita ovat tummat vehnäoluet.

Vaalea vehnämallas: Perusmallas (3-5 EBC) vehnäoluihin. Pieninä määrinä käytettynä tuo olueen ”leipämäisyyttä” sekä parantaa vaahtokukan muodostumista. Yleisiä käyttökohteita ovat vehnäoluet.

RUISMALTAAT

Rye Malt Pale: Ruismallas (4-10 EBC), joka antaa olueen rukiin makua. Ruismallasta voidaan myös käyttää perusmaltaana. Yleisiä käyttökohteita ovat ruisoluet.

Roasted Rye: Paahdettu ruismallas (500–800 EBC), joka antaa olueen paahteista makua ja väriä. Yleisiä käyttökohteita ovat stoutit sekä tummat oluet.

Cara-Rye: Karamellisoitu ruismallas (caramel-mallas, 150–200 EBC), joka antaa olueen rukiista makua sekä väriä. Yleisiä käyttökohteita ovat ruisoluet sekä dunkelit.

Esimerkkejä ruismallasta sisältävistä oluista: *Stadin Panimo Savuruus Porteri (Suomi)*, *Hiisi Aarni (Suomi)*, *Nørrebro Bryghus Forårs Bock Økologisk (Tanska)*, *Nøgne Ø Imperial Rye Porter (Norja)*, *BrewDog Nanny State (Skotlanti)* ja *Baltika 4 Original (Venäjä)*.

MUUT MALTAAT SEKÄ HIUTALEET

Spelttimallas: Luonnonmukaisesti kasvatetusta speltistä kasvatettu mallas (4-6 EBC), joka parantaa suutuntumaa. Spelttimallas muistuttaa ominaisuuksiltaan vehnämallasta. Yleisiä käyttökohteita ovat vaaleat alet sekä saisonit. Esimerkiksi *Malmgård Dinkel (Suomi)*.

Sahtimallas: Rouhittu sahtimallas, johon on sekoitettu pilsner-mallasta sekä tummempaa mallasta. Sahtimallasta voidaan myös käyttää muiden oluiden tekemiseen. Yleinen käyttökohde on sahti. Esimerkiksi *Finlandia Sahti ja Lammin Sahti*.

Kaurahiutaleet: Kaurahiutaleet kasvattavat oluen maun runkoa. Yleiset käyttökohteet ovat useat vaaleat oluet. Esimerkiksi *To Øl Primal Pils (Tanska)*.

Maissihiutaleet: Maissihiutaleet antavat olueen vaaleamman värin kuin pilsner-maltaat. Ne myös keventävät oluita, joissa on vahva humala. Maissihiutaleita voidaan käyttää jopa 40 % kevytoluissa. Esimerkiksi *Asahi Super Dry (Japani)*.

Orahiutaleet: Orahiutaleet lisäävät oluen maun runkoa sekä antavat oluelle mausteisen viljan maun.

Riisihiutaleet: Riisihiutaleet sisältävät vähän proteiinia. Niitä lisäämällä saadaan kuivempaa olutta, jossa humalan maku tulee paremmin esiin. Riisihiutaleita käytetään Sapporo-, Budweiser- sekä Heineken- tyyppisissä oluissa.

Vehnähiutaleet: Vehnähiutaleita käytetään usein vaaleissa oluissa. Ne antavat olueen täyteläisemmän maun.

OLUT JA RUOKA

Olut ruuanlaitossa

Olutta käytettäessä ruuanlaitossa, tulisi muistaa yksi tärkeä sääntö; mitä vahvempi olut, sitä enemmän makua ruokaan. Olut tuo ruokaan monia eri piirteitä. Humala antaa ruualle katkeruutta, hiiva tuo mukanaan kirpeyttä, hedelmäisyyttä sekä happamuutta. Maltaat puolestaan tuovat ruokaan makeutta ja värin. Lisäksi oluen sisältämä hiilidioksidi tuo esimerkiksi taikinaan kuohkeutta.

Käyttötapoja:

Lagerista ja **Alesta** saatava makeus sopii sienten ja sipulin kanssa. Niiden sisältämä hedelmäisyys sopii myös erittäin hyvin antamaan makua grillikastikkeisiin tai kalojen hauduttamiseen.

Tummat oluet, kuten **Porter** ja **Stout**, antavat ruokaan tukevuutta, karamellisia aromeja sekä paahteisuutta. Tummat oluet sopivat etenkin marinadeihin, pataruokien maustajiksi sekä erilaisiin kastikkeisiin.

Huom!

Älä keitä olutta liikaa, sillä ruuasta voi tulla liian katkeroista



Olut ja ruoka

Olutta ja ruokaa voi yhdistää käyttämällä mielikuvitusta ja etenkin kokeilemalla mitkä maut sulautuvat yhteen. Tässä kuitenkin hieman osviittaa siitä, miten olutta ja ruokaa voi yhdistää.

Lager (kokeile myös vehnä-, ruis-, tai kaura Lageria)

Kermaiset sienikeitot, grillattu tai uunissa paistettu liha, marjapiirakat

Pils

Kalan kanssa (raikkautensa puolesta sopii kalan suolaisuuden kanssa yhteen)

Vahva Lager

Salaatit, kevyesti maustetut kasvikset, hirvipaistit

Ale

Paistit, pata – ja grilliruuat, riista. Sopii myös jälkiruuille, kuten homejuuston tai porkkanakakun kera

Porter ja stout

Tuhdit liharuuat, rasvaiset ruuat. Jälkiruokien ehdoton kumppani on Porter, erityisesti suklaa, taatelikakku ja vaniljajäätelö.

IPA

aasialaiset ja mausteiset ruuat (intialaiset, thaimaalaiset jne.), sopii myös juustokakkujen, creme brûleen tai riisivanukkaan kumppaniksi



LÄHTEET

<http://www.alko.fi>

<http://www.brew365.com/#hop>

<http://www.ars.usda.gov/pandp/docs.htm?docid=14772>

<http://www.hopunion.com/hvcb/>

<http://beerlegends.com/>

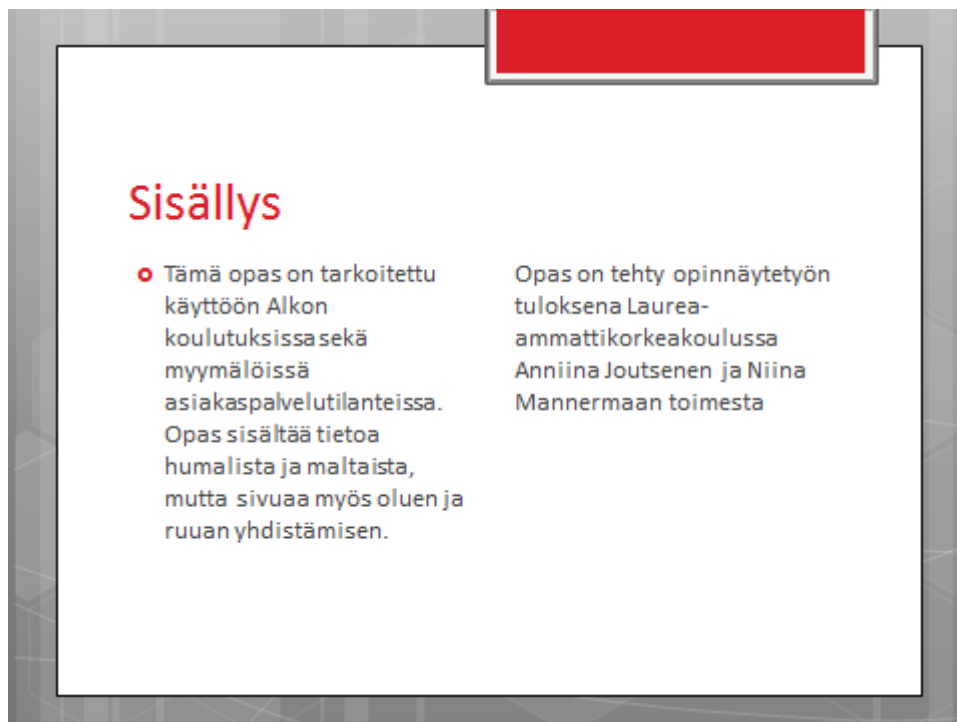
<http://www.lappo.fi/category/5/maltaat>

<http://kotiolutta.blogspot.fi/p/oluen-valmistus.html>

<http://www.shop.brewcat.fi/pale-ale-ebc-p-894.html>

<http://www.dvksp.com/portfolio-item/pale-ale-malt/>

Liite 4 Olutopas PowerPoint



HUMALA



Humala oluessa

Oluessa humalan käyttötarkoituksena on antaa oluen makuun hedelmäisiä aromeja sekä karvautta, mutta myös kirkastamaan olutta ja estämään sen pilaantumista. Oluen karveen maun antaa humalan emikasvien erittämä lupuliini.

Humalan antamia aromeja oluen makuun ja tuoksuun ovat muun muassa kukkaisuus, sitruksisuus, mustaherukaisuus, hedelmäisyys, mausteisuus, mäntyisyys, greippimäisyys, pistävä maku, sitruunaisuus ja yrttisyys. Yleensä aromeja löytyy oluista enemmän kuin vain yksi, sillä monet humalat sisältävät useamman aromiainaisuuden. Tästä lisää tarkennetussa joottelussa.

Humalajajikkeita viljellään etenkin Yhdysvalloissa, Iso-Britanniassa ja Saksassa. Suomessa kasvatettava humala on yleensä käytetty koristeikasvina, eikä niinkään oluen valmistuksessa lyhyen kasvukautensa vuoksi.

Humalat jaetaan kahteen pääluokkaan, joihin ovat aromihumalat sekä katkerohumalat. Lisäksi on myös humalajajikkeita, joita käytetään molempiin käyttötarkoituksiin.

Aromihumalat:

Amarillo, Beale, Bramling Cross, Cascade, Columbia, Challenger (Bestwell) Golding, Glaston, Huggles, Hüllerau, Horstbrucker, Liberty, Mt. Hood, Saaz, Serdam, Spalt, Spalter Select, Steinspalt, Styrian Golding, Teutinger, Vanguard, Willamette

Katkerohumalat:

Brewer's Gold, Chinook, Brixa, Galena, Horizon, Millenium, Magnum, Newport, Nugget, Pride of Ringwood, Simcoe

Aromi- ja katkerohumalat:

Altanum, Banna, Northern Brewer, Brewer's Gold, Bullion, Cascade, Cantennial, Cluster, Columbia, First Gold, Glacier, Green Bullet, Nelson Sauvin, Norddown, Northern Brewer, Olympic, Pils, Pride of Kent, Seron, Sterling, Target, Tomahawk, Yakima Gold, Zouz

Katkerot

Koska mallas antaa oluella sen makeuden, tarvitaan humalea antamaan oluella katkeruutta sekä aromikkuutta. Humalan katkerot liukenevat olueen sen keittovaiheessa, jossa syntyy katkerisuutta antavia aife-happoja (esimerkiksi humuloni). Humeat tuovat olueen myös beta-happoja, jotka syntyvät hapen vaikuttaessa olueen ja maistuvat katkerilta, mutta kuitenkin huomattavasti hennommin kuin aife-hapot.

Oluen katkerisuutta mitataan EBU yksiköissä. Yksi EBU tarkoittaaakin yhtä milligrammaa aife-happoja yhdessä litrassa vettä tai valmistettua olutta. Kuitenkaan suuri EBU pitoisuus ei tarkoita aina että olut olisi katkerampaa kuin pienen EBU arvoinen olut, sillä suu maistaa katkerot eri tavalla vaalessa Lagerissa kuin malteisessa Stoutissa. Ailla on taulukko, jossa katkerisuutta on mitattu prosentteina vaalessa oluessa.

EBU =
European Bitterness Unit

g/humale	3-5%	6-7%	8-9%	10-12%
15g	-	-	vähän katkeraa	kohtalaisesti katkeraa
30g	erittäin vähän katkeraa	vähän katkeraa	kohtalaisesti katkeraa	paljon katkeraa
60g	vähän katkeraa	kohtalaisesti katkeraa	paljon katkeraa	erittäin paljon katkeraa

Aromikkuus

Humalan kukinto sisältää puolesta prosentista kolmeen prosenttia eteerisiä öljyjä, joista oluet saavat niiden tuokun ja maun. Jokaisen humalajalokkon aromit ovat erilaisia. Kun olueen halutaan saada paljon aromia, tulee humalat lisätä oluen keiton jälkeen, eli tällöin olut kuivahumaloitetaan. Humalan aromit ovat kuitenkin tuoksu olueen solleinaan, vaan oluesta erottuvat aromit ovat syntyneet oluen käymisen, hapettumisen sekä humalan yhteisvaikutuksesta. Tätä poikkeuksena oluet, jotka on kuivahumaloitu, sillä silloin humalan eteeriset öljyt pysyvät solleinaan.

Kuivahumaloituja oluita, jotka löytyvät Alkon valikoimasta ovat

Brooklyn Brewery: Brooklyn Lager (USA) sekä
Leifölen Mississippi Beer (Suomi).



AROMIHUMALAT

Amarillo on amerikkalainen aromihumalajilke, joka on yksityiskasvatuksessa ja se on rekisteröity yksityishenkilöiden käyttöön. Aromiltaan se on kukkainen, trooppinen ja hyvin sitruksinen, sillä siitä on havaittavissa sitruunaa, appelsiinia sekä greippiä. Hyvin samantyyppinen kuin Cascade humala. Käytetään etenkin pilsseihin ja ale oluisiin. Esimerkiksi *St. Brix Pilsner* (Ruotsi), *Green's IPA* (Englanti), *Hiisi Piikki* (Suomi).

Challenger on englantilainen aromihumala, joka syntyi Northern Brewerin ja saksalaisen humalajilkkeen risteytyksessä. Challengeria voidaan käyttää oluen keiton alussa antamaan oluelle katkeroita, mutta myös kuivahumalana antamaan makua. Sen maku on erittäin pehmeä, kukkainen ja hieman mausteinen. Muussa voidaan aistia myös hieman sitruunaa. Challenger on erittäin hyvä humala, jota voidaan käyttää niin kotona tehdyissä oluissa kuin kaupallisissakin. Sitä käytetään englantilaisissa aleissa, porttereissa, stouteissa ja bittereissä, kuitenkin myös joissain Lagerissa. Esimerkki oluina: *Samuel Smith Taddy Porter* (Englanti), *Haymaker* (Englanti), *Coors Light* (USA).

East Kent Golding on puhtaasti englantilainen aromihumala. Sitä käytetään makunsa ja historiansa vuoksi etenkin englantilaisissa oluissa, kuten Pale Aleissa ja Aleissa. East Kent Goldingia voidaan käyttää antamaan aromia joko keitto vaiheessa tai kuivahumalana. Yleensä sitä käytetään yhdessä Fuggie humalien kanssa, etenkin englantilaisissa olutresepteissä. East Kent Goldingin tuoksu on lempeä, suolainen ja ihastuttava. Mausta voidaan aistia makeita sitruhedelmiä ja aromattista kukkien nektaria. East Kent Goldingia käytetään muun muassa (englantilaisissa) Aleissa, Pale Aleissa, porttereissa, stouteissa ja bittereissä. Esimerkiksi: *Shepherd Neame India Pale Ale* (Englanti), *Harviestoun Old Engine Oil* (Skotlanti), *Huvila E.S.B.* (Suomi).



Fuggles on perinteinen englantilainen humala. Aromiltaan se on hyvin mielto ja pehmeän humalainen. Sitä käytetään arominsa vuoksi Lagerin lisäksi erityisesti Britti Aleissa, sekä stouteissa ja porttereissa. Esimerkiksi *Fuller's London Porter*.

Golding on englantilainen aromihumala, josta esimerkiksi *East Kent Gold* on yksi variaatio. Lisäksi yhdysvalloista löytyy lajike *Golding U.S.*, joka on hyvin samanlainen lajike kuin englantilainen *Golding*. Tuoksultaan *Golding* on hyvin pehmeä ja makea ja sitä käytetään kuivahumalana oluen valmistuksessa. Erityisesti *Goldingia* käytetään englantilais- ja belgialaistyypeissä aleissa. Esimerkkioluen *Victory Ale (Englanti)*, *St. Paulien Triple (Belgia)*, *Malmgårdin Belge (Suomi)*.

Hallertau on aromiltaan todella mielto, hennon kukkainen ja vähän mausteinen perinteinen saksalainen aromihumala. Käytetään aromina erityisesti Lagerissa, vehnäolueissa ja vahvassa Lagerissa. Esimerkiksi *Lapin Kulta A*, *Saku Kulta*, *Budweiser*, *Marsalkka Voalea Luomu*.

Hersbrucker on perinteinen saksalainen aromihumala, jota käytetään erityisesti saksalaistyypeissä oluissa, vahvoissa Lagerissa, vehnäolueissa ja aleissa. Sen sisältämät öljyt ovat tasapainossa käyvässä ja antavat humalalle sekaheleimäisen tuoksun, johon lisätty mausteita sekä kukkaisuutta. Humalan aromi on miedosta keskivahvaan, riippuen kasvupaikasta, minkä vuoksi sitä käytetään juuri aromihumalana. Esimerkkioluen *Marsalkka Vahva Luomu (Suomi)* käytetty humala on *Hellertau Hersbrucker* eli sekoitus näitä kahta humalaa.

Liberty on samentyyppinen aromihumala kuin *Hallertau*. Maultaan se on hyvin pehmeä ja kukkainen. Esimerkkioluen *Victory Ale*.



Mt hood on puhdas aromihumala, joka on hyvin samankaltainen kuin *Hersbrucker* ja *Hellertau*. *Mt hood* – humala onkin jalostettu *Hellertau*sta Amerikassa. Aikoin valikoimassa ei suoraan löydy tuotetta, jossa humalaa on käytetty, sillä humalan voi korvata esimerkiksi enemmän käytettyä *Crystatumale*lla tai *Hersbrucker*illä. Käytetään etenkin Lagerissa ja Pilsseissä.

Saaz on tšekkiläinen aromihumala, jota käytetään kevyihin oluisiin, kuten Lageriin ja Pilsnereihin. Maultaan humala on hyvin kevyt ja se on hyvin miellyttävän humala-arominen. Erityisesti humalaa käytetään tšekkiläisissä, belgialaisissa tai puolalaisissa oluissa. Voideen käyttöä pelittää *Saaz-humalaa*, kuten oluissa *Utopia Premium (Tšekki)* ja *Halba Særk Special (Tšekki)* tai yhdessä muiden mietojen humalien kanssa, kuten esimerkiksi *Hellertau*. Tästä esimerkkinä suomalainen *Marsalkka Voalea Luomu*.

Santiam on amerikkalainen *Hallertauerista*, *Tettnangista* ja *Cascadeista* jalostettu aromihumala. Maultaan *Santiam* on hieman mausteinen, aistittavissa on myös yrttisiä ja kukkaisia vivhteitä. *Santiamia* käytetään erityisesti *India Pale Aleen*, *Pale Aleen*, *Bitterin* ja amerikkalaisiin Lageriin. Aikoin valikoimassa ei suoraan olut sopivia oluita esimerkiksi.

Spalt on perinteinen saksalainen aromihumalalajike. Maultaan se on hyvin mielto, jonka maussa on aistittavissa hivenen mausteisuutta. Käytetäänkin kevyissä Lagerissa sekä Pilsnereissä ja saksalaistyypeissä *Bockereissa*.

Spalter select on jalostettu *Spalt* ja *Hallertauer* humalista ja on niin ikään saksalainen aromihumalalajike. Maultaan se on kevyen kukkainen ja mausteinen. *Spalter select*ä käytetään esimerkiksi Lagerolueissa, *Marzenereissa*, *Pilsnereissä* ja *Bockereissa*. Aikoina löytyvä esimerkki on *Kaisari Äret Runt (Suomi)*, jossa on käytetty *Spalterselectin* lisäksi *Hallertauer Magnum* ja *Perle*-humalia.



Strisselspalt on yksi ranskalaisista humalelajikkeista, jonka kasvupaikku on Starsbourg Ranskassa. Strisselspalt on hyvin samentyylinen kuin Hersbucker, ja sitä käytetäänkin aromihumalana sen miellyttävän maun vuoksi. Strisselspaltia käytetään Lageriin, Saisoniin, vaaleaan Aleolueen ja belgialaisiin Pale Aleihin.

Styrian Golding on slovenialainen (kasvaa myös Itävalleissa) aromihumalelajike. Se on yksi Fuggesin muodoista ja kantaaakin monia Fuggesin piirteitä. Humalelaji tarjoaa hienostuneen katkerisuuden, mutta ennen kaikkea selvästi erottuvan aromin ja maun, joka on hyvin herkullinen ja hieman mausteinen. Styrian Goldingin voi korvata joko Fuggesilla tai Williametteilla. Sitä käytetään pääsääntöisesti Aleissa. Esimerkkejä: *Huvila E.S.B (Suomi)*, *St. Feuillen Triple (Belgia)*, *Ridgeway Quadruple Strong Ale (Englanti)*.

Tettnanger humalea viljellään sekä Englannissa että Saksassa. Kuitenkin sen alkuperä on Saksan Tettanger alueella. Se on todella hieno aromihumala, jonka maku on hienostunut, mutta hieman mausteinen. Se voidaan sekoittaa Hallertauhun, mutta sen aromi on hieman miedompaa kuin Hallertauissa. Voidaan käyttää miltei jokaisessa oluttyypissä, mutta yleensä kevyemmissä, kuten Lagerissa, Pilsnerissä, vehnäluissa, light Lagerissa ja Bockeissa. Esimerkkejä *Schmucker Rosé Bock (Saksa)* ja *To Øl Primal Pils (Tanska)*.

Vanguard on puhtaasti aromihumala, jossa on samanlaisia vivahteita kuin Hallertauerissa. Se antaa olueen hyvin pehmeän ja hienovaraisen katkeron, aromiltaan siinä on sisältämissä puolisäilyttäjäpiirteitä, jotka tuottavat mausteisen vivahteen kun humalea keitetään pitkään. Sitä käytetään etenkin seksileistyyppisissä oluissa, mutta myös Aleissa ja Stouteissa. Esimerkkinä *Brooklyn Lager (USA)*.

Williamette on aromihumala, joka on Fuggesin triploidit. Williamettes käytetään suurimmaksi osaksi vain USA:ssa. Kotivalmistuksessa Williamettes käytetään katkerhumalana, mutta kaupallisesti se on lähes vain aromihumala. Sen aromissa on pippurisia mausteita, joissa on sekä kukkaisia että hedelmäisiä vivahteita. Sitä käytetään etenkin Aleissa, mutta myös Bittereissä, vehnäluissa, Stoutissa ja Porterissa.



Amarillo



Challenger



East Kent Golding



Fuggles



Golding



Hallertau



Hersbucker

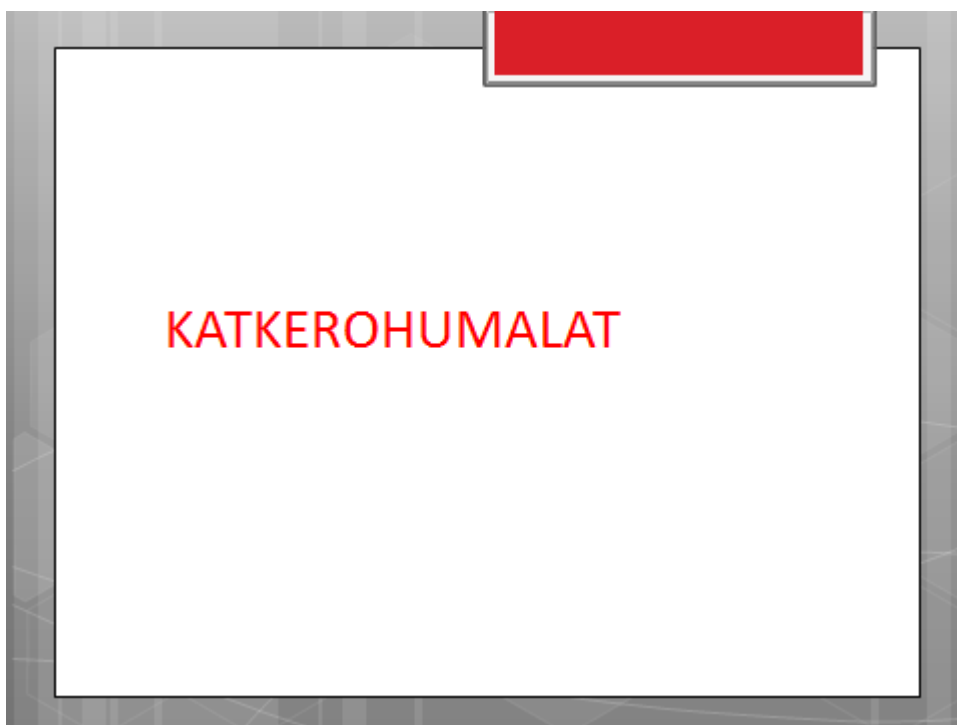


Liberty



Mt.Hood







Brewer's Gold on englantilainen katkerohumala, joka on yhdistelmä Sterlingiä, Galena, Horizonia, Centennialia ja Nuggettia. Sitä käytetään kevyissä Aleissa, mutta sitä voidaan käyttää myös voimakkaissa, erityisesti saksalaistyyppisissä, lageroluissa. Sen mausta ja tuoksusta voidaan aistia mustaherukkaa, hedelmiä sekä mausteisuutta. Brewer's Gold voidaan korvata esimerkiksi Galenalla, jolloin saadaan hyvin samantapaiset katkerot ja aromit.

Chinookia käytetään Lagerissa katkeroiden saamiseksi. Maultaan se on keskivoimakas, hyvin mäntyinen ja greippinen. Useammin käytetään raaka-aineena Ale ja IPA oluissa makunsa vuoksi.

Galena on puhtaasti katkerohumala, joka syntyi Brewer's Goldin ja vaa'an pölytyksen tuloksena. Oluen valmistuksessa sitä käytetään katkerohumalana ihan keiton alussa. Se antaa olueen pirteää katkeroa ja sitä voidaan käyttää missä oluttyyppissä tahansa, johon halutaan saada potkua. Aromiltaan humalassa on makeita hedelmiä, kuten persikkaa, mutta samanaikaisesti myös ruohoa ja puuta. Esimerkiksi oluena *Hilsi Piikki (Suomi)*, *Taanpeli Nokoa Nipa (Suomi)*, *Harviastoun Old Engine Oil (Skotlant)*.

Horizon on samantyyppinen humala kuin Nugget ja sitä voidaan käyttää kaikissa oluttyypeissä antamaan aromia sekä katkeroa. Nykyään käyttö on lisääntynyt esimerkiksi käsitelöisoluissa. Maultaan se on kukkainen ja mausteinen.




Magnum on luonteeltaan puhtaasti katkerohumala. Sitä käytetäänkin antamaan oluille katkeruutta, eikä niinkään aromeja. Magnumin emikukinnat ovat hyvin suuret. Käytetään erityisesti Lager ja Ale-oluissa antamaan katkeruutta, mutta myös esimerkiksi saksalaisissa vehnäoluissa yhdistelmänä Hallertau humalan kanssa (Magnum hallertau). Aikoin valikoimasta löytyvät muun muassa *Weihenstephaner Kristall Weissbier (Saksa)*, *Luostari Dubbel (Suomi)*, *Saku Karri Friedrich (Viro)*.

Millenium on hyvin uusi lajike, joka on jalostettu Nuggetista. Hyvin samanlainen maultaan kuin Nugget, eli mielto sekä yrttinen. Käytetään katkerohumalana. Millenium on helppo korvata joko Nuggetilla tai Columbuksella. Käytetään valmistettaessa etenkin Alea ja Stoutia.

Newport on amerikkalainen uusi, vuonna 2002, julkaistu humalalajike, joka on sekoitus eri humalia, kuten Brewer's Goldia, Hekkertauer Mittelfruhia ja Fuggia. Alun perin se luotiin sietämään hometta ja siinä onnistuttiinkin. Newportia käytetään saamaan olueen katkeruutta. Sen aromissa on havaittavissa sitruusta sekoitettuna viinimäisiin sävyihin. Parhaiten katkeron saa humalasta irti, kun sitä käytetään keiton alussa tai keskiälheessä. Eniten Newportia käytetään Aleissa ja Stoutissa.





Nugget on erityisesti katkerohumala, mutta voidaan käyttää myös antamaan yrttisiä makuja. Käytetään Lagereissa ja Ale-oluissa, sekä joissakin erikoisuuksissa. Esimerkkeinä Estrella Damm (Espanja), Laitilan Mississippi Beer (Suomi), Founders Dirty Bastard (USA), Muffoni Säppi APA (Suomi).

Pride of Ringwood on katkerohumala, joka on kehitetty Australiassa englantilaisesta Pride of Kent humalelajikkeesta. Meussa ja tuoksussa on aistittavissa tammea ja kasviaperisistä sävyjä. Käytetään lähestulkoon ainoastaan australialaisissa lageroluissa, joista tunnetuimpana Foster's. Käytetään yleensä keiton alkuvaiheessa. Aikoin vaihtokomissa täällä heikele on Coopers Sparkling Ale (Australia).

Simcoe on vuonna 2000 julkaistu yhdysvaltalainen katkerohumala, mutta sitä käytetään myös aromihumalare sen aivotteellisen, hedelmällisen sekä mäntymäisen, maun vuoksi. Simcoeta käytetään etenkin erilaisissa Aleissa ja IPA:ssa ominaisuuksiensa vuoksi. Koska humalan ensisijainen käyttö on katkero, käytetään yleensä usean muun (3-5) humalelajikkeen kanssa. Esimerkialuina BrewDog Punk IPA (Skotlant), Green IPA (Englant), Hiisi Pötkki (Suomi).



Brewers Gold	Chinook	Galega
		
Horizon	Magnum	Millenium
		
Nugget	Pride of Ringwood	Simcoe
		

AROMI- JA KATKEROHUMALAT

Ahtanum erittäin hedelmäinen ja kukkainen mautaan ja käytetäänkin arominsa vuoksi. Se sisältää kohtalaisesti katkeroa, joten voidaan käyttää myös katkeruromien saamiseen. Se on hyvin monikäyttöinen humalalajike. Käytetään Lagereissa, mutta yleisemmin Alesse.

Cascade on monikäyttöinen humalalajike, josta saadaan olueen katkeroita sekä aromeja. Se on risteytetty Fuggesista ja Serebrankerista ja on hyvin suosittu amerikkalaisissa pienpanimoissa. Cascade antaa olueen hyvin kukkaisen ja sitruksisen aromin, ja sitä käytetäänkin paljon kuivahumalana sen rikkaiden aromiensa vuoksi. Erityisen Cascade käy Palealeihin, mutta sitä voidaan käyttää myös Alesissa, Lagereissa ja vehnäoluissa. Esimerkiksi *Brooklyn Lager (USA)*, *Prykmestar Wehnäback (Suomi)*, *Sierra Nevada Pale Ale (USA)*.

Centennial on yhdysvaltalainen monikäyttöinen humalalajike, jota käytetään erityisesti englantilaisissa Aleoluissa, joissain tapauksissa kuitenkin sitruksisuutensa vuoksi käytetään myös vehnäoluissa. Humala on mautaan hyvin kukkainen ja sitruksinen. Centennial on syntynyt kun Brewer's goldia on käytetty yhdessä muiden englantilaisien humalien kanssa. Se on yleistymässä pienpanimoiden käyttöön. Käytetään myös kuivahumalana. Aikasta löytyviä esimerkkejä ovat muun muassa *Brooklyn Brewery East India Pale Ale (USA)*, *Laitilan Mississippi Beer (Suomi)*, *Founders Centennial IPA (USA)*.

Cluster erittäin hyvä perushumala; tasapainoinen katkeroitaan sekä aromiltaan. Lager oluissa käytetään antamaan katkeroa, yleisempi antamaan aromia Ale-oluille. Esimerkiksi *Anchor California Lager*



Columbus on hyvin käytetty humalajajike, josta saadaan aromeja ja katkeroita. Se muodostaa Centennialin ja Cascaden kanssa hyvin monikäyttöisten humalien timin. Oluista yleensä löytyykin jotakin näistä kolmesta humalajajikkeesta. Columbusta voidaan myös pitää synonyyminä Tomahawk ja Zeus humalalle. Tomahawk on tismalleen sama lajike ja Zeus on puolestaan samanlainen katkeroitaan. Katkeroittensa ansiosta Columbusta käytetään paljon etenkin Pale aleissa, IPA:ssa, Stoutissa sekä Imperialissa. Aromiensa puolesta humale on hyvin vahva ja sitä käytetään keiton myöhäisessä vaiheessa tai kuivahumalana. Koska Columbus on hyvin monikäyttöinen, voidaan sitä käyttää myös kevyimmässä oluissa, kuten Lagerissa ja vehnäoluissa. Esimerkiksi: *BrewDog Hardcore IPA (Skotlant)*, *Mufoni Säppi ARA (Suomi)*, *Ruotsinleiman Panimon Vuorineuvos Imperial Stout (Suomi)*.



First Gold on monikäyttöinen humala ja sillä on eteerinen tasapaino katkeron ja maun välillä, joten se onkin erinomainen juuri oluen valmistukseen. Sen mausta on elistettävissä mangolian kukkia, sitruksia sekä yrttejä ja puikeita viivaheteita. First Goldista voi elistää myös hitusen tulisuuhtta. Monipuolisuutensa vuoksi First Gold sopii lähes kaikkiin oluihin, eritoten Aleihin, ja se voidaan käyttää missä tahansa oluen valmistusvaiheessa, myös kuivahumalana. Esimerkiksi: *Blackfriar (Skotlant)*.



Glacier on uusi katkero- ja aromihumala, joka on luotu vuonna 2000 Amerikassa. Se on sekoitus yhdeksää eri humalajajiketta, joista tunnetuimpina Brewer's Gold, Northern Brewer, Bullion ja East Kent Golding. Sen helppo käytettävyys mahdollistaa sen käytön hyvin erilaisissa oluissa eritavoin. Se sopii eritoten käytettäväksi englantilaisiin ja amerikkalaisiin Aleoluihin, mutta myös Stouteihin ja Portereihin. Tuoksusta on elistettävissä sitruksia ja hieman hedelmiä, mutta myös yrttejä ja puuta. Katkerot ovat voimakkaita ja näin ollen sopivat oluisiin. Glacier on hyvin samanlainen humala kuin Williamette.

Green Bullet on Uusiseelantilainen monikäyttöinen humalajajike. Sillä on omaleatuinen viivahde joka luonnehtii Uuden-Seelannin merkittävää olutmaailmassa. Humale antaa olueen puhtaan katkeron ja se voidaan lisätä joko keiton alkuvaiheessa tai sitä voidaan käyttää läpi koko oluen panon. Mausta voi elistää rusinaa ja kukkaisuutta ja se on hyvin pehmeä ja raikas. Aluksi humalaa käytettiin vain Uudessa-Seelannissa, mutta nykyään sitä käytetään oluissa ympäri maailmaa. Green Bulletia käytetään Pale Aleissa, Bitterissä, Stoutissa, Lagerissa, IPA:ssa ja Pilsnerissä. Esimerkiksi oluena: *Taanpeli Nokka Nipa (Suomi)*.



Nelson Sauvin on uusi, vuonna 2000 julkaistu, Uusiseelantilainen monikäyttöinen humalajajike, joka on nimetty Sauvignon blanc -rypäleiden mukaan, sillä niillä on keskenään hyvin samanlainen aromi; murskattu karvainen onkin niiden yleisin kuvaus. Nelson Sauvinin aromia voi verratä jopa hedelmäiseen valkoviiniin. Humalaa käytetään etenkin kun halutaan tuottaa suurta iskeviä aleoluita tai hyvin katkeroita lagereita. Esimerkiksi: *Saint (Skotlant)*, *Bryggeri Golden Ale (Suomi)*.



Northdown on monikäyttöinen humalajajike, joka julkaistiin jo 1970 luvun alussa. Se on yhdistelmä Northern Brewerä ja tuntemattomia saksalaisia humalajajiketta, jolla on samanlainen kestävyys. Sillä on puhdas katkero ja sitä käytetään perustana oluen keitossa. Northdownin aromi koostuu kahdesta öljystä, jotka molemmat menettävät makunsa liian kuumassa, joten humalaa suositetaan käytettäväksi kuivahumalana. Aromiltaan Northdownista voi elistää kuivaa puumaisista tulisuuhtta sekä yrttisiä viivaheteita. Eniten Northdownia käytetään Aleoluihin. Esimerkiksi: *Brooklyn Brewery East Inala Pale Ale (USA)*, *Coors Light (USA)*, *Fuller's Golden Pride (Englant)*.




Northern Brewer on yksi tunnetuimpia alun perin englantilaisia monikäyttöisiä humalalejikkeitä. Nykyisin humalaa kasvatetaan lähinnä Saksassa, Belgiassa ja Yhdysvalloissa. Northern Breweryä käytetään etenkin eurooppalaisissa Aleissa, Lagereissa ja Pilsnereissä. Humalaa käytetään katkeroihin sekä antamaan aromia keittovaiheessa. Kattkero on humalassa maittinen ja aromi on muultaan pyöreä. Northern Brewery on Saksan yksi tärkeimpiä korkean sifapitoisuuden omaava humale, sillä se on sekä monipuolinen että hienostunut. Esimerkkioluena: *Nøgne Ø Imperial Rye Porter (Norja)*.

Perle on kehitetty Saksassa Northern Brewery humalalejikkeestä, ja Perle on myös monikäyttöinen humale. Aromiltaan se on hyvin kukkainen sekä hiukan mausteinen. Kattkero puolestaan on hyvin puhdas, alifehpoiteen keskivoimakas. Humalaa voidaan käyttää oluen valmistuksen missä vaiheessa tahansa, ja se antaa oluella seksalaistyyppisen oluen viivahteita. Humale on helppo korvata seksalaibella tai yhdysvaltalaisella Northern Breweryllä. Perleä käytetään etenkin vehnäoluissa, Lagereissa ja Aleissa. Esimerkkioluina: *Colso Queens Desire (Tanska)*, *Sierra Nevada Pale Ale (USA)*, *Mufoni Mufonator (Suomi)*.

Pride of Kent on englantilainen monikäyttöinen humalalejike. Voidaan siis käyttää antamaan makuja sekä kattkeroa. Australialaisen Pride of Ringwood humalan emälajike.

Sterling on erikoinen sekoitus humalien aromeja, jossa amerikkalainen Pale Ale ja boheemi Lager kohtaavat toisensa. Sterlingiä käytetään antamaan kattkeroa sekä makuja olueen. Se on kattkeroltaan hyvin samanlainen kuin hienostunut Saaz. Aromiltaan se on herkuinen sekoitus mausteisia yrttejä ja kukkia, joista on siistittäväsi sitruusta. Käytetään Pilsnereissä, Lagereissa, Aleissa sekä belgialaistyyppisissä oluissa.



Target on monikäyttöinen humale, joka on risteytetty englantilaisista Northern Breweristä sekä Goldingista. Targetia käytetään erityisesti Englannissa hyvin paljon, antamaan oluella kattkeroita. Yleisempi käyttö onkin kattkero, mutta hyvin sulevan arominsa vuoksi voidaan käyttää myös antamaan makuja. Yleensä Targetin kanssa käytetään myös muita humalia, jotta saataisiin oluista aromikkaampia. Targetia käytetään esimerkiksi Aleissa ja erikoisoluissa. Alkon valikoimasta löytyvät Fuller's Golden Bride (Englanti), Fuller's India Pale Ale (Englanti), Ridgeway Quadruple Strong Ale (Englanti).

Tomahawk samanlainen humale kuin Columbus ja Zeus. Näillä kaikilla kolmella humalalejikkeellä on sama käyttötarkoitus ja ne ovat lähes identtisiä toistensa kanssa. Tomahawkia käytetään etenkin kuivahumalana. (Katso Columbus). Esimerkkeinä: *Chouffe Houblon Dobbelen IPA Tripel (Belgia)*, *To Øl Primal Pils (Tanska)*.

Yakima Gold on monikäyttöinen hyvin uusi humalalejike. Se on julkaistu Yhdysvalloissa 2013. Sen maku on hyvin mieta ja miellyttävä. Käytössä antaa olueen pehmeän kattkeron ja hyvin miellyttävän aromin. Esimerkkioluena: *Bravaria Premium (Hollanti)*.

Zeus samanlainen humale kuin Tomahawk ja Columbus. Esimerkkioluena *Tennent's Extra (Skotlanti)*.





MALTAAT



Mallas oluessa

Yksi oluen neljästä pääraaka-aineesta on mallas. Yleisimmin käytetty vilja on ohra, mutta maltaita valmistetaan myös vehnästä, rukiista, maissista ja riisistä. Mallastuksessa on kolme eri vaihetta: liotus, idätys ja kuivatus. Alun perin maltaat ovat siis viljanjyvää, joita liotetaan lämpimässä vedessä. Vedessä jyvät alkavat itimään ja entsyymitoiminta niiden sisällä käynnistyy. Itäminen pysähtyy kuivatuksen avulla. Erilaisia maltaita saadaan aikaan säätämällä kuivatuslämpötilaa. Maltaisiin kasvaneet idut tuottavat kärkeää makua olueen, joten ne poistetaan kuivatusvaiheen jälkeen.

Maltaat jaetaan kahteen ryhmään: perusmaltaat ja erikoismaltaat. Erikoismaltaat ovat tummempia kuin perusmaltaat. Maltaan värin ilmaisteen oluen tasoissa EBC-avulla (European Brewing Convention Scale). Maltaesta olut saa värin, makua, aromia, runkoa sekä täyteilyyttä. Vaaleimmat perusmaltaat (noin 3-20 EBC) toimivat oluen pohjana, joista olueen saadaan käymiskelpoiset sokerit. Näiden maltojen osuus reseptistä voi olla 80-100 %. Tummempien perusmaltojen (noin 20-150 EBC) sekä erikoismaltojen avulla olueen saadaan oluttuypista riippuen erilaisia ominaisuuksia, kuten makeutta, väriä sekä pehmeisyyttä. Perusmaltaat maskätään aina.

Tummemmat erikoismaltaat syntyvät pehntemällä. Suklaa- ja mustamaltaat kuuluvat pehntettyihin maltoihin, joita käytetään pieninä määrinä (noin 1-10 % reseptistä). Nämä maltaat tuovat olueen makua ja väriä. Caramel- ja Crystal-maltoille olueen saadaan lisäksi väriä ja runkoa sekä parempi vaahdokukka. Pehntetty ohra voidaan myös laskea tähän kategoriaan, vaikka se ei ole mallas.



OHRAMALTAAT

Amber: Hieman tummempi perusmallis (50 EBC), joka antaa olueen maittaisen maun ja meripihkaisen värin. Kuivatustuolissa mallista lämmitetään hitaasti 140 °C asti, mikä tekee siitä aromirikkaan maltaan. Yleiset käyttökohteet ovat englantilaiset oluet. Esimerkiksi *Cream Stout (Englanti)*, *Brooklyn Brewery East India Pale Ale (USA)* ja *Fuller's Organic Honey Dew (Englanti)*.

Cara-Amber: Karamellisoitu amber-mallas (caramel-mallas, 60-80 EBC), joka parantaa vaahtokukan muodostumista, sekä antaa olueen makeutta, väriä ja täyteisyyttä. Yleiset käyttökohteet ovat dunkelit, bockit sekä brown siet. Esimerkiksi *Ridgeway Quadruple Strong Ale (Englanti)*.

Aroma: Tummin perusmallis (150 EBC), joka antaa olueen todella vahvan maittaisuuden sekä tumman meripihkaisen värin. Yleiset käyttökohteet ovat dubbelit. Esimerkiksi *La Trappe Dubbel (Hollanti)*.

Cara-Aroma: Tumma karamellisoitu aroma-mallas (caramel-mallas, 350-450 EBC), joka parantaa vaahtokukan muodostumista, sekä antaa olueen maittaisuutta, väriä ja täyteisyyttä. Yleiset käyttökohteet ovat porterit, dunkelit sekä bockit. Esimerkiksi *American Imperial Porter (Suomi)* ja *Huvila X-Porter (Suomi)*.

Cara-Aroma: Tumma karamellisoitu aroma-mallas (caramel-mallas, 350-450 EBC), joka parantaa vaahtokukan muodostumista, sekä antaa olueen maittaisuutta, väriä ja täyteisyyttä. Yleiset käyttökohteet ovat porterit, dunkelit sekä bockit. Esimerkiksi *American Imperial Porter (Suomi)* ja *Huvila X-Porter (Suomi)*.

Cara-Belge: Caramel-mallas (30-40 EBC), joka antaa olueen täyteisyyttä, väriä ja makeutta sekä lisäksi parantaa vaahtokukan muodostumista. Yleisiä käyttökohteita ovat belgityyiset oluet. Esimerkiksi *Maredsous Blonde (Belgia)*.






Cara-Hell: Caramel-mallas (20–30 EBC), joka antaa olueen täyteläisyyttä, makeutta ja väriä sekä parantaa vaahdokukan muodostumista. Yleisiä käyttökohteita ovat pale alet sekä vehnööluet. Esimerkiksi *Coisbo Queens Desire (Tanska)* ja *Benediktiner Weissbier (Saksa)*.

Cara-Munich: Karamellisoitu munich-mallas (caramel-mallas, 110–130 EBC), joka antaa olueen makeutta, täyteläisyyttä ja väriä sekä lisäksi parantaa vaahdokukan muodostumista. Yleisiä käyttökohteita ovat portteit, dunkelit, brown alet sekä bockit. Esimerkiksi *Frykmaster Suklainen Pössiölsportter (Suomi)*.

Cara-Pils: Karamellisoitu pils-mallas (vaselein caramel-mallas, 2,5–6,5 EBC), joka antaa olueen täyteläisyyttä ja maltaisuutta sekä parantaa vaahdokukan muodostumista. Tämä mallas ei vaikuta oleellisesti oluen väriin. Yleisiä käyttökohteita ovat bockit sekä pilserit. Esimerkiksi *Sierra Nevada Pale Ale (USA)* ja *St. Feuillien Triple (Belgia)*.

Cara-Red: caramel-mallas (40 EBC), joka lisää oluen maltaisuutta sekä antaa olueen täyteläisemmän rungon ja punertavan värin. Yleisiä käyttökohteita ovat skottialet sekä brown alet. Esimerkiksi *Tönnentali Notkaa Nipa (Suomi)*.

Crystalit: Tumma caramel-mallas (50, 100, 120, 150, 300 EBC), joka antaa olueen täyteläisyyttä, makua ja väriä sekä lisäksi parantaa vaahdokukan muodostumista. Yleisiä käyttökohteita ovat pale alet, englantilaisytylliset bitterit, portteit ja stoutit. Esimerkiksi *Beemans Victory Ale (Englanti)*, *Young's Bitter (Englanti)*, *BrewDog 5 a.m. Saint (Skotlantti)* ja *Fuller's India Pale Ale (Englanti)*.



Sukkaa (Chocolate): Korkean paahtoasteen mallas (800–1000 EBC), joka antaa olueen pieninä määrinä käytettynä pähkinäisen maun tai enemmän käytettynä paahtaisen maun. Yleisiä käyttökohteita ovat brown alet, stoutit, portteit sekä tummat belgöluet. Esimerkiksi *Young's Double Chocolate Stout (Englanti)*.

Munich: Hieman tummempi perusmallas meripinkan värisiin oluihin (15–18 EBC). Tämä mallas antaa olueen maltaisen aromin ja maun. Yleisiä käyttökohteita ovat portteit, bockit, oktoberfestit sekä mörzenit. Esimerkiksi *Ayinger Celebrator (Saksa)*, *BrewDog Nanny State (Skotlantti)* ja *Nøgne Ø Imperial Rye Porter (Norja)*.

Pale-ale: Vaselein, hieman pils-mallista tummempi belgialainen perusmallas (5–7 EBC), jota usein käytetään pintahiivoluissa. Yleiset käyttökohteet ovat pintahiivöluet. Esimerkiksi *Brooklyn Brewery East India Pale Ale (USA)*, *BrewDog Punk IPA (Skotlantti)*, *Maku Brewing Sawu Porter (Suomi)*, *Tönnent's Extra (Skotlantti)* ja *Sünner Kölsch (Saksa)*.

Pils: Vaselein perusmallas (5 EBC), jota käytetään erityisesti kaikkiin pils-tyyppisiin oluihin. Yleisiä käyttökohteita ovat vaselein belgöluet sekä kaikki pils-tyyppiset oluet. Esimerkiksi *Krombacher Pils (Saksa)* ja *Stiegl Pils (Itävalta)*.

Paahdettu ohra (roasted): Mallastamaton korkean paahtoasteen ohra (1000 EBC), joka antaa olueen paahtaisen kahvisen maun. Yleisiä käyttökohteita ovat portteit, stoutit sekä brown alet. Esimerkiksi *A. Le Coq Porter (Viro)* ja *Ruostinmäen Panimon Vuorineuvos Imperial Stout (Suomi)*.


Biscuit: Aito belgialainen biscuit-mallas (30 EBC), joka antaa olueen leipämäisen / keksimäisen aromin. Biscuit-mallas valmistetaan vain käyvästi paahattamalla. Yleisiä käyttökohteita ovat englantilaiset alet, porterit sekä brown alet. Esimerkiksi *Stallhagen Pumpkin Ale (Suomi)*.

Mustamallas (Roasted Black): Mustamallas (1300–1500 EBC) antaa olueen pähkinäisen maun pieninä määrinä käytettynä ja paahteen maun enemmän käytettynä. Yleisiä käyttökohteita ovat porterit, stoutit, brown alet sekä tummat belgialuot. Esimerkiksi *Ruoslaman Panimon Vuorinauvos Imperial Stout (Suomi)*, *Maku Brewing Savu Porter (Suomi)*, *Samuel Smith Taddy Porter (Englanti)* ja *Asahi Black (Japani)*.

Mustamallasta on olemassa myös aivan erittäin korkean paahtoasteen ohramalliksena (*Carefe III-mallas, 1300–1500 EBC*), jolla olueen sekaan väri ilman perinteisen mustamallan tuomaa kitkeryyttä. Yleisiä käyttökohteita ovat porterit, brown alet, tummat belgialuot sekä black IPA:t. Esimerkiksi *Hiisi Pläkki (Suomi)*.

Dark ale: Tumma mallas (35 EBC), joka antaa olueen aromia ja väriä. Yleisiä käyttökohteita ovat lagerit ja tummat alet. Esimerkiksi *Ruoslaman Panimon Vuorinauvos Imperial Stout (Suomi)* ja *Maku Brewing Savu Porter (Suomi)*.

Melanoid: Tumma mallas (70 EBC), joka antaa olueen aromia ja väriä. Yleisiä käyttökohteita ovat lagerit ja tummat alet. Esimerkiksi *Laitilan Kievari Tuomas Saison 2014 (Suomi)*, *Schmucker Rose Beck (Saksa)* ja *To øl Primal Pils (Tanska)*.



Pilsner: Vaahein perusmallas (3 EBC), joka erityisesti sopii kaikkiin pils-tyyppisiin oluihin. Yleisiä käyttökohteita ovat vaaleat belgialuot sekä kaikki pils-tyyppiset luot. Esimerkiksi *Mufoni Mufonator (Suomi)*, *Bryggeri Kanttori (Suomi)* ja *Taanenpää Notkea Nipa (Suomi)*.

Vienna: Vaahehko perusmallas (7 EBC), joka tuo olueen kullankeltaisen värin, sekä parantaa täyteläisyyttä ja runkoa. Yleisiä käyttökohteita ovat märzenit, oktoberfestit sekä wieniläistyyliset lagerit. Esimerkiksi *Mufoni Mufonator (Suomi)*.

Abbey: Erikoismallas belgityylisiin oluihin (40–50 EBC), joka tuo olueen maltaisuutta ja punertavaa väriä, sekä parantaa suutuntua ja runkoa. Yleiset käyttökohteet ovat belgityyliset luot.

Hapanmallas: Hapanmaltaalle (3-7 EBC) sekaan leikkettua mäsäkin pihlita, sillä mallas sisältää luontaista maitohappoa. Hapanmallas pieninä määrinä parantaa mäsäkin laetua ja suurempina määrinä tuottaa happamuutta olueen. Yleiset käyttökohteet ovat kaikki luot, mutta enemmän käytettynä esimerkiksi berliner weisse.




Savumallas (Beech Smoked Barley Malt): Savumallas (4-8 EBC) antaa olueen pyökkisevän makua ja tuoksua. Yleiset käyttökohteet ovat savuoluet. Esimerkiksi *Moku Brewing Savu Porter (Suomi)* ja *Prykmestar Savukataja (Suomi)*.

Bohemian Pilsner: Pils-mallas (3-5 EBC), joka on suunniteltu erityisesti tsekkityylisiin oluisiin tuomaan maltaisuutta, antamaan kirkeänkeltaisen värin sekä parantamaan runkoa. Yleiset käyttökohteet ovat tshekkioluet. Esimerkiksi *Útaval Premium (Tšekki)*, *Staropramen Premium (Tšekki)* ja *Halba Svěží Special (Tšekki)*.

Luomut:

Mustamallista, crystal-mallista, munich-mallista, pale ale-mallista sekä pilsner-mallista on saatavana myös luomuversioina. Esimerkkinä *Rakolan Panimon Funky Luomu (Suomi)*, joka sisältää pils-, pale ale-, crystal- ja munichener-maltilta.



VEHNÄMALTAAT

Wheat Malt: Vaalea vehnämallas (3-5 EBC) on perusmallas, jota voidaan käyttää kaikkiin vehnäoluihin.

Pieninä määrinä käytettynä se tuo olueen "leipämäisyyttä" sekä parantaa vaahtokukan muodostumista. Yleisiä käyttökohteita ovat vehnäoluet. Esimerkiksi *Schöfferhofer Hefeweizen (Saksa)*, *Grimbergen Blanche (Belgia)* ja *Frykmaster SavuVehnä (Suomi)*.

Cara-Wheat: Karamellisoitu vehnämallas (caramel-mallas, 100–140 EBC), joka antaa olueen täyteläisyyttä, väriä ja makeutta sekä parantaa vaahtokukan muodostumista. Yleisiä käyttökohteita ovat vehnäoluet, brown diet, bockit sekä dunkelit.

Floormalted Bohemian Wheat Malt: Perinteisesti lettämällestetty bekkiläinen vehnämallas (3-5,5 EBC). Yleisiä käyttökohteita ovat bekkiläiset vehnäoluet.

Oak Smoked Wheat Malt: Tammisavustettu vehnämallas (4-8 EBC), joka tuo olueen tammisavun makuu ja tuoksuu. Yleisiä käyttökohteita ovat savuiset oluet.



Roasted Wheat Malt: Paahtettu vehnämallas (900–1200 EBC), joka antaa olueen paahteisuutta, makuu ja väriä. Yleisiä käyttökohteita ovat tummat oluet. Esimerkiksi *Hälsi Pläkki (Suomi)*.

Tumma vehnämallas: Perusmallas (15 EBC) tummiin vehnäoluihin. Pieninä määrinä käytettynä tuo olueen "leipämäisyyttä" sekä parantaa vaahtokukan muodostumista. Yleisiä käyttökohteita ovat tummat vehnäoluet.

Vaalea vehnämallas: Perusmallas (3-5 EBC) vehnäoluihin. Pieninä määrinä käytettynä tuo olueen "leipämäisyyttä" sekä parantaa vaahtokukan muodostumista. Yleisiä käyttökohteita ovat vehnäoluet.



RUISMALTAAT

Rye Malt Pale: Ruismallas (4-10 EBC), joka antaa olueen rukiin makuu. Ruismallista voidaan myös käyttää perusmalttaana. Yleisiä käyttökohteita ovat ruisolut.

Roasted Rye: Paahtettu ruismallas (500-800 EBC), joka antaa olueen paahteista makuu ja väriä. Yleisiä käyttökohteita ovat stoutit sekä tummat oluet.

Cara-Rye: Karamelloitu ruismallas (karamelmallas, 150-200 EBC), joka antaa olueen rukiista makuu sekä väriä. Yleisiä käyttökohteita ovat ruisolut sekä dunkelit.

Esimerkkejä ruismallista sisältävistä oluista: *Stadin Panimo Savuruus Porteri (Suomi)*, *Hiisi Aarni (Suomi)*, *Nørrebro Bryghus Forårs Bock Økologisk (Tanska)*, *Nøgne Ø Imperial Rye Porter (Norja)*, *BrewDog Nanny State (Skotlant)* ja *Baltika 4 Original (Venäjä)*.



MUUT MALTAAT SEKÄ HIUTALET

Spelttimallas: Luonnonomukaisesti kasvatetusta speitistä kasvatettu malles (4-6 EBC), joka parantaa suutuntumaa. Spelttimallas muistuttaa ominaisuuksiltaan vehnämällestä. Yleisiä käyttökohteita ovat vaaleat olet sekä saisonit. Esimerkiksi *Malmgård Dinkel (Suomi)*.

Sahtimallas: Rouhittu sahtimallas, johon on sekoitettu pilsner-malasta sekä tummempaa mallasta. Sahtimallasta voidaan myös käyttää muiden oluiden tekemiseen. Yleinen käyttökohte on sahti. Esimerkiksi *Rinlonala Sahti ja Lammin Sahti*.

Kaurahiutaleet: Kaurahiutaleet kasvattavat oluen maun runkos. Yleiset käyttökohteet ovat useat vaaleat oluet. Esimerkiksi *To Øl Primal Pils (Tanska)*.

Maissihiutaleet: Maissihiutaleet antavat olueen vaaleamman värin kuin pilsner-malasta. Ne myös keventävät oluita, joissa on vahva humala. Maissihiutaleita voidaan käyttää jopa 40 % kevytoluissa. Esimerkiksi *Asahi Super Dry (Japani)*.

Ohrahiutaleet: Ohrahiutaleet lisäävät oluen maun runkos sekä antavat oluella mausteisen viljan maun.

Riisihuitaleet: Riisihuitaleet sisältävät vähän proteiinia. Niitä lisäämällä saadaan kuivempaa olutta, jossa humalan maku tulee paremmin esiin. Riisihuitaleita käytetään Sapporo-, Budweiser- sekä Heineken- tyyppisissä oluissa.

Vehnähiutaleet: Vehnähiutaleita käytetään usein vaaleissa oluissa. Ne antavat olueen täyteläisemmän maun.



OLUT JA RUOKA

Olut ruuanlaitossa

Olutta käytettäessä ruuanlaitossa, tulisi muistaa yksi tärkeä sääntö; mitä vahvempi olut, sitä enemmän makua ruokaan. Olut tuo ruokaan monia eri piirteitä. Humala antaa ruualle katkeruutta, hiiva tuo mukanaan kirpeyttä, hedelmäisyyttä sekä happamuutta. Maltaat puolestaan tuovat ruokaan makeutta ja värin. Lisäksi oluen sisältämä hiilidioksidi tuo esimerkiksi taikinaan kuohkeutta.

Käyttötapoja:

Lagerista ja Alestä saatava makeus sopii sienten ja sipulien kanssa. Niiden sisältämä hedelmäisyys sopii myös erittäin hyvin antamaan makua grillikastikkeisiin tai kalojen hauduttamiseen.

Tummat oluet, kuten *Porter* ja *Stout*, antavat ruokaan tukevuutta, karamellisia aromeja sekä paahteisuutta. Tummat oluet sopivat etenkin marinadeihin, pataruokien maustajiksi sekä erilaisiin kastikkeisiin.

Huom!

Älä keitä olutta liian kauan, sillä ruuasta voi tulla liian katkeroista



Lähde: Alko.fi

Olut ja ruoka

Olutta ja ruokaa voi yhdistää käyttämällä mielikuvitusta ja etenkin kokeilemalla mitkä maut sulautuvat yhteen. Tässä kuitenkin hieman osviittaa siitä, miten olutta ja ruokaa voi yhdistää.



Lager (kokeile myös vehnä-, ruis-, tai kauralageria)

Kermaiset sienikeitot, grillattu tai uunissa paistettu liha, marjapiirakat

Pils

Kalan kanssa (raikkautensa puolesta sopii kalan suolaisuuden kanssa yhteen)

Vahva lager

salaatit, kevyesti maustetut kasvikset, grillattujen lihojen kanssa, hirvipaisti

Ale

Paistit, pata- ja grilliruuat, riista. Sopii myös jälkiruuille, kuten homejuuston tai porkkanakakun kera

Portteri ja Stout

Tuhdit liharuuat, rasvaiset ruuat, riista. Jälkiruokien ehdoton kumppani on Portteri, erityisesti suklaa, taatelikakku ja vaniljajäätelö

IPA

aasialaiset ja mausteiset ruuat (intialaiset, thaimaalaiset jne.), sopii myös juustokakkujen, creme bruleen tai riisivanukkaan kumppaniksi



LÄHTEET

<http://www.alko.fi>
<http://www.brew365.com/#shop>
<http://www.ars.usda.gov/pandp/docs.htm?docid=14772>
<http://www.hopunion.com/hvcb/>
<http://beerlegends.com/>
<http://www.isppp.fi/category/3/maltaat>
<http://kotiolutta.blogspot.fi/p/oluen- valmistus.html>
<http://www.shop.brewcat.fi/pale-ale-ebc-p-894.html>
<http://www.dvksp.com/portfolio-item/pale-ale-malt/>