

Ristiaallokkoa viinilasissa

Alkoholin merkeissä käyty keskustelu on aiheuttanut ristiaallokkoa lasissa.

Yhtäältä on viritelty laatuviinikeskustelua. Toisaalta on vaadittu viinejä maitokauppaan.

Onko viini siis suomalaisen alkoholikäytön mittari?

Tuskinpa. Ei varsinkaan sen vuoksi, että sillä on yritetty mitata kahta vastakkaista ilmiötä: elitististä kulutusta ja arkikäyttöä.

Tässä keskustelun ristiaallokossa lienee paikallaan palauttaa mieliin eräitä perusseikkoja.

Monopolijärjestelmän tehtävänä on huolehtia siitä, että alkoholin haitat minimoidaan. Se pitää alkoholijuomia saatavana laillisesti. Saatavuuden se onkin hoitanut siinä määrin onnistuneesti, ettei korvikevalmistus ja -käyttö Suomessa ole merkittävää. On arvioitu, että monopolijärjestelmän kautta myydyn alkoholin lisäksi (6,5 litraa/henkilö/vuosi) noin puoli litraa henkilöä kohden vuodessa hakeutuu kuluttajille muita teitä — siitäkin suurin osa laillisesti turistien tuomisina ja kotiviininä. Laittoman maahantuonnin ja valmistuksen osuus on alle desilitra henkeä kohden vuodessa.

Vertauksen vuoksi mainittakoon, etteivät muut pohjoismaiset monopolit ole tyydyttäneet saatavuutta samassa määrin. Ruotsissahan kulutuksesta arvioidaan menevän monopolin ohitse lähes neljännes ja Norjassa varovaisenkin arvion mukaan ainakin kolmannes — suurin osa laittoman valmistuksen vuoksi.

Saatavuuden suhteen meillä tarvitaan siis lähinnä hienosäätöä.

Mitä sitten kysytään?

Oluena juodaan 43 % alkoholista ja kirkkaina viinoina 28,5 % eli yhteensä lähes 3/4 kokonaiskulutuksesta. Kymmenen suosituinta juomaa kattaa noin 80 % kulutuksesta, ja ne kaikki ovat kotimaista valmistetta. Sata suosituinta juomaa kattaa noin 97 % kulutuksesta. Loput 3 % jakavat lajivalikoiman lähes 400 muuta tuotetta.

Pieni ajatusleikki puhtaasti kaupallisella

pohjalla toimivasta alkoholibisneksestä herättää herkästi kysymyksen, millä kohtaa tulosvastuuyksikön vetäjä ryhtyisi karsimaan tuotevalikoimaa. Monopolijärjestelmällä on tietenkin velvoite säilyttää palvelutaso, jopa parantaakin sitä.

Yleisesti ottaen eri juomien kulutusosuus on pysynyt suurin piirtein ennallaan vuodesta 1974 lähtien. Suomalaisen juomatavan erityispiirre näkyy kuitenkin siinä, että vahvan oluen kulutusosuus on ollut jatkuvasti nousussa. Tässä on nähtävissä oireita vielä tunnetusta humalahakuisuudesta. Vanhoissa olutkulttuurimaissahan tavanomaisin juoma vastaa vahvuudeltaan keskiolutta.

Suomi on ja, uskallan sanoa, myös pysyy olut- ja snapsimaana.

Viineistä mietojen viinien osuus kulutuksesta on noin 5 % ja alkuperäispullotteiden osuus alle 0,5 % kokonaiskulutuksesta. On siis varsin epätodennäköistä, että maitokaupan asiakkaat alkaisivat perushankintojensa ohella ostaa viinejä, vaikka niitä olisikin kaikkialla saatavana. Ehkä jo erityisruokatarvikauppojen yhteydessä tai niiden tuntumassa laatuviineillä olisi luonteva paikkansa — silloinkin monopolijärjestelmän hoitamana.

Viinikulttuurin orastaminen onkin jo otettu huomioon palveluja kehitettäessä. Uusia tuotteita on viime aikoina tullut lajivalikoimaan. Itsepalvelumyymälät tehostettuine kuluttajavalistusmahdollisuuksineen ovat lisääntyneet. Tällä linjalla tuleekin jatkaa. Mielestäni tavoitteena voisi vähintään olla se, että sellaisilla paikkakunnilla, joilla on useampia myymälöitä, yksi niistä olisi itsepalveluperiaatteella toimiva. Myös lajivalikoimaan kohdistuvat vaativatkin toivomukset ovat tyydytettävissä.

Minimoidessaan alkoholihaittoja monopolijärjestelmä on joutunut viime vuoden aikana uuden haasteen eteen, kun eräistä tuottajamaista on päästetty markkinoille epäpuhtaita

tuotteita. Tämänkin hieman yllättävän tehtävän se on kuitenkin hoitanut siten, että kuluttajansuoja on turvattu.

Vaikka monopolijärjestelmä onkin siis vielä monessa suhteessa perusteltu alkoholiasioiden kokonaisvaltaisen hoidon kannalta, alkoholipolitiikan tavoitteena on samalla vähentää valvontaa ja byrokratiaa ja jättää entistä enemmän valintojen tekeminen ihmisille itsellensä. Tämä tavoite on alkoholipolitiikan pitkän tähtäyksen keskeisellä keinolla, valistuksella ja kasvatustyöllä. Loppujen lopuksi ihmisten on itsensä opittava tekemään valintansa ja päätöksensä myös alkoholin suhteen. Niin pitkäjännitteistä kuin tällainen toiminta onkin, sen mielekkyydestä on jo olemassa rohkaisevia esimerkkejä.

Otollinen maaperä tällaiselle työlle on kaiken kaikkiaan olemassa, kun ihmiset ovat entistä enemmän kiinnostuneita omasta henkilökohtaisesta henkisestä ja fyysisestä hyvinvoinnistaan. Merkille pantava myönteinen kehityspiirre onkin se, että vaikka suomalaisista joka neljäs käy vuosittain ulkomailla, yhä harvempi heistä enää erottuu paikallisesta väestöstä juomatapojensa vuoksi. Ehkäpä sekin päivä koittaa, jolloin härmäläinen hallitsee vapaan viinan käytön maasta ja valuutasta riippumatta. Sitä mukaa kuin suomalaisen alkoholinkuluttajan erityispiirteet karsiutuvat, myös Suomen alkoholiasioiden hoidossa on syytä luopua erityispiirteistä.

Mikko Immonen