Kolumni

VESA HEIKKINEN

Fast Good – menevien sielujen mielihyväruokaa

Pikaruoka on vihan ja rakkauden kohde. Hyvinvointiasiantuntijat hyökkäävät mielellään hampurilaisketjujen ruokien ravintoköyhyyttä vastaan. Samalla me vantterat, puoliurbaanit aikalaiset saamme tuta teollisista ja kertakäyttökulttuurisista valinnoistamme.

Happamiin, mausteisiin ja tomaattipohjaisiin katuruokiin tottuneet aikalaiset taas pitävät makumaailmaansa vastustamattomana, jos he vertaavat suosikkejaan esimerkiksi lampaankääviltä maistuviin raaka-aineisiin. Konseptit, sen menutaulu ja palvelu eivät petä. Hinta-laatu-hygienia-suhde on usein hyvin hyvä.

Täytyy olla vahva, gastronomis-ravitsemuksellinen itsekuri ja hienostuneet ruokatavat, jos kieltää leipä-suola-rasva-yhdistelmän maukkauden ja lempeän pehmeän tunteen, kun nestenorot valuvat pitkin suupieliä.

Syvä mieltymys ja side ”fastiin” syntyvät moniaistisesta annoksesta, tutuista raaka-aineista ja yksin tai yhdessä aterioimisen autuudesta. Pikaruokaravintolat ovat moderneja seurahuoneita. Ne ovat pistäytyjien, pirstaleisten perheiden ja nuorten harvoja kohtaamispaikkoja. Aterian voi myös hotkaista missä vain, milloin vain ja miten vain – vaikka juostessa.

Take away -ateriointi edustaa ikiaikaista eväsperinnettä ja käsilläsyömisen kulttuuria, jossa hotkaistaan, huistaistaan ja hörpitään matkan aikana energiaa ja purtavaa. Kuluttajan muistisoluihin on kiinnittynyt peukaloetusormi-kämmen-yhdistelmä. On ilo tarttua muotoiltuun ja suojattuun appeeseen käsillään oli sitten nuotiolla tai täpötäydellä lennolla. Minituoksut, annoslämpö ja pakkauspaperin kahina kiihottavat iskemään kiinni. Lautanen, haarukka ja varsinkin veitsi ovat hienostelua.

Pikaruoka on vahvan teollinen ja kulttuurinen ilmiö. Ketjujen tuotanto- ja jakelukoneisto jauhaa kustannustehokkaasti. Markkinoinnillisuutta ja myynnillisyyttä ei ole piilotettu, vaan tutut brändit ja tuotteet löytää katukuvasta.

”Take away -ateriointi edustaa ikiaikaista eväsperinnettä ja käsilläsyömisen kulttuuria.”

Hintakilpailu sopii kuluttajalle ja varma vuokranmaksaja kiinteistönomistajalle.

Globaalin, edullisen massatuotannon väitetään syrjäyttävän paikallista ruokakulttuuria. Päinvastoin! Pikaruokaravintoloistuminen (McDonaldsaatio) ja välipalaistuminen (snackfikaatio) tarjoaa pienille ja joustaville katukeittiöille, kahvila-leipomoille, ruokakojuille ja -halleille erikoistumismahdollisuuden, sillä ketjujen liikepaikka- ja keskisostosvaateet ovat ääritiukat.

Fast-casual-ravintolaketjut näyttävät tuotekehityksen suuntaa siinä missä huippumestaritkin. Konseptin nuorennusleikkaamiseksi, myynnin kuumottamiseksi ja tarjooman kehittämiseksi löytyy esimerkiksi lentoasemien ja kauppakeskusten palvelumaailmoista tuttuja iskusanoja: Ota mukaan! On-the-go, on-the-run, Nappaa mukaasi Grab & Go, Pysähdy, osta & mene Stop, Shop & Go, Helppo ostaa & myydä Easy to Buy Easy to Sell, Nopeasti hyvää Quick’n Taste tai Helppo avata Easy-to-Open.

Konseptiravintolat ovat myös palveluteknologioiden kärkitestaajia. Nyt yritysten on ollut pakko tiukentaa puhtaus- ja hygieniaohjelmiaan. Ne ovat läpivalaisseet riski- ja mikrotilanteita, joissa ihminen eli asiakas tai työntekijä tarttuu pintoihin ja esineisiin: näppäimet, screenit, huonekalut, vetimet, vessapaperit, ovenpielet, lehtiset, liput, laput, säätimet, ottimet...

Katu- ja autoruokailijat roskaavat, mutta pikaruoka ei ole roskaruokaa. Ne ovat monelle pikahyvää, fast good ja hyvän mielen ruokaa eli moniaistista sielunruokaa, kunhan muistaa, että yksipuolinen ja ylenpalttinen mässäily hapertaa elämänlankoja.

Kirjoittaja on palveluinnovaatioiden yliopettaja Haaga-Helian ammattikorkeakouluissa.