



## Matkaraportti – Osallistuminen Grüne Woche -messuille 2020 (Berliini, Saksa)

Matkan tarkoitus: RUOKARIIHI - Osaava elintarviketalous Pohjois-Pohjanmaalle -hankkeen työpaketissa 4 (kansainvälistymisen edistäminen) toteutetaan Pohjois-Pohjanmaan maakuntaosasto Internationale Grüne Woche 2020 (IGW) -messuille. Grüne Woche 2020 -messuilla toteutettiin yhteinen maakuntaosasto Pohjois-Suomi–Kainuu, koska maakuntaosastolla oli yrityksiä Pohjois-Pohjanmaalta, Lapista ja Kainuusta. Tässä raportissa yhteisestä maakuntaosastosta käytetään nimitystä Pohjois-Suomi–Kainuu.

Matkustavat henkilöt ja matka-ajat:

- Oamk:
  - Projektipäällikkö Päivi Vitikka, matka-aika 15.–21.1.2020
- Luke:
  - Tutkija 1, projektivastaava Kirsi Korhonen, matka-aika 20.–27.1.2020

## Matkan kuvaus teemoittain

1. Ammattitapahtuma .....	2
2. Suomen osasto.....	4
3. Maakuntaosasto .....	6
4. Huomioita muista maista.....	9
5. Palaute .....	10
6. Jatkotoimet .....	11

## 1. Ammattitapahtuma

Ennen varsinaista messutapahtumaa suomalaiset toimijat esittelivät tuotteitaan 15. tammikuuta erikseen järjestetyssä ammattitapahtumassa. Suomalaisten näytteilleasettajien määrä oli 17. Tapahtumaan osallistuneet vieraat olivat vähittäiskauppa- ja gastronomia-alan maahantuoja ja sisäänostajia; noin 40 kontaktia.

### Tapahtuman aikataulu:

15:00 Yrityskohtaisten pöytien valmistelu

17:00 Yrityskohtaiset pöydät valmiina

17:30 Vieraiden saapuminen

18:00 Avajaissanat, Frau Anne Sipiläinen, Suomen suurlähettiläs  
Food from Finland, Herr Esa Wrang, Head of Food Program  
Food from Finland, Frau Lili Lehtovuori, Senior Advisor  
Menun esittely, tähtikokki Sauli Kemppainen

18:30 Tuote-esittelyt ja maistatukset yrityskohtaisten pöytien luona

19:15 Menu-tarjoilu alkaa

21:00 Tilaisuus loppuu



Kuva 1. Suomalaiset yritykset avustajineen, Business Finlandin edustajat sekä kokki Sauli Kemppainen ravintola Savun edustalla ennen kutsuvieraiden saapumista. (Kuva: Business Finland)



Kuva 2. Ammattilaistapahtuma ravintola Savussa. (Kuva: Päivi Vitikka)

## 2. Suomen osasto

Varsinaisilla messuilla Suomen osasto oli suuruudeltaan 305 m<sup>2</sup> ja se sijaitsi hallissa 8.2. Osastopaikka sisälsi peruskonseptin mukaisen rakennetun osastopaikan (perusrakenteet, säilytystilat, sähkö ja vesi). Business Finland oli kilpailuttanut mainostoimisto Messeforum Oy:n suunnittelemaan ja toteuttamaan messuosaston. Visuaalisesta ilmeestä vastasi onnistuneesti Hasan & Partners Oy. Suomen osaston yleisilme oli tyylikäs ja väri- ja kuvamaailmaltaan hyvin maata kuvaava. Edelliseen vuoteen verrattuna osaston visuaalinen ilme oli parantunut huomattavasti niin projektihenkilöstön kuin osastolla mukana olleiden yritystenkin mielestä. Suomen osastokoordinaattorilta saatuja kuvia messualueesta löytyy liitteestä 1.

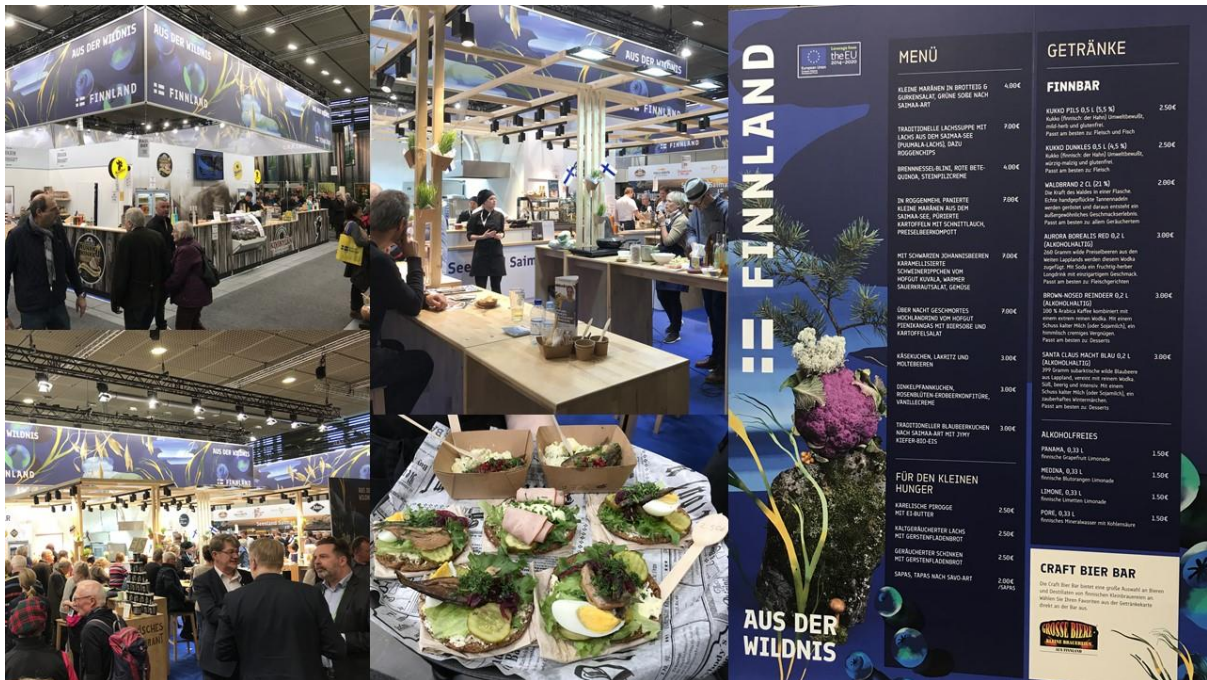


- |  |  |
|--|--|
|  <b>Eingänge</b><br>Entrances   |  <b>Veranstaltungsprogramm für Fachbesucher</b><br>Convention program for Trade Visitors            |
|  <b>World Tour</b>  | <b>Pressezentrum und Messeleitung Halle, 6.3</b><br>Press Center and Fair Management Hall, 6.3   |
|  <b>Landwirtschaft, Garten und Tiere</b><br>Agriculture, Garden and Animals   |  <b>Shuttle-Bus von/zum Parkplatz Olympiastadion</b><br>Shuttle bus from/to Olympiastadion car park |
|  <b>HIPPOLOGICA 24. – 26. Januar 2020</b><br>HIPPOLOGICA 24 – 26 January 2020 |  <b>Reisebusse</b><br>Coaches   |

Kuva 3. Messualueen kartta. (Kuva: Messe Berlin GmbH)

Vaikka osasto saikin kehuja erityisesti suomalaisilta itseltään, ainakaan osa messuvieraista ei tunnistanut osastoa Suomen osastoksi. Suomen osasto sijoittui Viron ja Ruotsin osastojen väliin, eikä osastojen vaihtuminen ollut aivan selvää etenkin Viron ja Suomen välillä. Valitettavasti Suomen osastolta

puuttui tänäkin vuonna näkyvällä paikalla oleva iso lippu, joka useimmilta muilta osastoilta löytyi. Messujen loppupuolella järjestäjät kävivät kuitenkin ostamassa pieniä Suomen lippuja ja niitä sijoitettiin ympäri Suomen osastoa. On hyvä huomioida, että vuonna 2019 Suomi oli messujen partnerimaa, jolla oli vaikutusta silloiseen osaston kävijämäärään ja tuotteiden myyntiin.



Kuva 4. Näkymiä Suomen osastolta. (Kuva: Kirsi Korhonen)

Pohjois-Suomen ja Kainuun osaston lisäksi messuilla oli tänä vuonna mukana vain Saimaan osasto sekä joitakin yksittäisiä yrityksiä. Jututimme Saimaan osaston koordinaattoreita Päivi Karhusta ja Kirsi Mättölä, jotka järjestivät maakuntaosastoa toista kertaa. Osaston taustalla oli yritysten kansainvälistymisvalmiuksien kehittämiseen tähtäävä [Food from Wilderness – Saimaan ruokayritysten markkina-aseman vahvistaminen kansainvälisesti](#) -projekti. Karhusen ja Mättölä mukaan messuosallistumisen tarkoituksena ei niinkään ollut tuottoisa myynti, vaan ennen kaikkea kuluttajapalautteen saaminen niistä tuotteista, joita löytyy jo Saksan markkinoilta, sekä yleinen yrityksen vientivalmiuksien arvioiminen. Ennen messuja yrityksille järjestettiin koulutusta ja valmennusta esimerkiksi tuotepakkauksiin ja messukäyttäytymiseen liittyen. Yrityksille korostettiin tuotteiden maistattamisen tärkeyttä, ja yhteistyötä olikin tehty Suomen osaston ravintolan kanssa, jonka menussa oli mukana saimaalaisia tuotteita.

Karhusen ja Mättölä mukaan Saimaan osasto on saanut hyvää palautetta, vaikkakin asiakkaita on ollut selvästi vähemmän kuin edellisenä vuonna. Karhusen ja Mättölä korostivat yhteistyön tärkeyttä niin maakuntaosaston kuin koko Suomen osaston sisällä. Saimaan alue tekee yhteistyötä myös Hesseinin alueen kanssa. Messuilla järjestettiin muun muassa kokkisota, jossa saksalainen kokki teki ruokaa suomalaisista raaka-aineista. Saksassa asuva Arja Eisenblätter juonsi kokkikisaa ja haastatteli saksalaista ja suomalaista kokkia sekä saksalaisia kuluttajia, jotka saivat maistella valmistuneita annoksia.

Saimaan alue kutsui yhtenä iltana messujen sulkeuduttua Hessenin alueen messuväkeä viettämään iltaa, maistelemaan tuotteita ja verkostoitumaan Saimaan osastolle.



Kuva 5. Saimaan maakuntaosasto. (Kuva: Kirsi Korhonen)

### 3. Maakuntaosasto

Pohjois-Suomen ja Kainuun yhteisosaston koko oli 35 m<sup>2</sup>. Yhteisosastolle osallistuivat Pohjois-Pohjanmaalta Real Snacks Oy, Vaalan Juustola Oy, Lapista Lapin Marjat ja Kainuusta Vuokatin Viini Oy sekä kansainvälinen matkailubrändi Arctic Lakeland. Vaalan Juustola ja Lapin Marjat osallistuivat messuille myös vuonna 2019, Real Snacks oli IGW-messuilla ensimmäistä kertaa, mutta heillä oli muuta aiempaa kokemusta kansainvälisiltä messuilta.

Osaston taustakuviksi valittiin pitkän pohdinnan jälkeen revontuliin liittyviä kuvia, jotka jäivät kuitenkin pitkälti hyllyjen peittäviksi. Osastolle tilattiin myös Suomen kartta, jossa oli näkyvillä osastolla mukana olleet yritykset.

Yrityksillä oli paikalla joko omasta takaa tai palkattua kielitaitoista (saksan/englannin kieli) henkilökuntaa. Koska Suomen osaston näkyvyys ei tänä vuonna ollut läheskään yhtä iso kuin edellisvuotena maan ollessa kumppanuusmaan roolissa, oli selvää, että yrityksiltä vaadittiin aktiivisempaa otetta tuotteiden myyntiin ja markkinointiin.



Kuva 6. Maakuntaosaston kartta. (Kuva: Kirsi Korhonen)

Tuotteiden maistatus olisi kaivannut parempaa suunnittelua, ja yhteistyötä olisi voitu tehdä yritysten välillä niin maakuntaosastolla kuin koko Suomen osastolla. Maakuntaosaston yrityksille ehdotettiin yhteistyötä ennen messuja, mutta asia ei edennyt pidemmälle. Tarve yhteistyölle ilmeni kuitenkin myös käytännössä, ja ainakin yksi suomalaisyrittäjä haki toiselta suomalaisyrittäjältä raaka-aineita omiin maisteluannoksiinsa. Yrittäjän aikaisemmin käyttämä tuote oli loppunut ja hän havaitsi toisen yrittäjän tuotteen sopivan hyvin sen korvaajaksi. Muutenkin tuotteiden aktiivinen maistattaminen näytti lisäävän messuvieraiden kiinnostusta suomalaisia tuotteita kohtaan.

Osa yrityksistä olisi voinut hyödyntää messujen aukioloaikoja hieman tehokkaammin, sillä joinakin päivinä pöydät eivät olleet valmiina, eikä henkilökunta paikalla ensimmäisten asiakkaiden saapuessa. Toisaalta myös messupäivien loppupuolella aktiivisuus selvästi hiipui, ja etenkin viimeisenä päivänä tavaroiden pakkailu alkoi reilusti ennen messujen sulkeutumista. Kaikilla yrityksillä ei myöskään ollut omaa henkilökuntaa paikalla enää sunnuntaina.



Kuva 7. Näkymiä Pohjois-Suomen ja Kainuun yhteisosastolta. (Kuva: Päivi Vitikka)

Projektihenkilökunta oli koko maakuntaosaston, erityisesti yritysten käytettävissä koko messujen ajan. Yrityksiä avustettiin niin pöytien rakentamisessa ennen messuja kuin myös tarvikkeiden pakkaamisessa messujen loppuessa. Lisäksi noudettiin tuotteita kylmä- ja kuivakonteista tarpeen mukaan, autettiin maistiaisannosten valmistelussa (esim. leipäjuuston leikkaaminen ja makkaroiden lämmittäminen taukokuoneessa) ja tuotteiden maistatuksessa käytävillä, huolehdittiin roskakorien tyhjentämisestä sekä osaston ja taukokuoneen yleisestä siisteydestä.





Kuva 8. Näkymiä Pohjois-Suomen ja Kainuun yhteisosastolta. (Kuva: Kirsi Korhonen)

#### 4. Huomioita muista maista

Kiertäessämme muiden maiden osastoja (esimerkiksi Unkari, Ranska, Italia, Espanja, Sveitsi, Itävalta, Marokko, muut Pohjoismaat) havaitsimme, että osastojen ilme oli täysin samanlainen kuin edellisnäkin vuonna. Lavasteet havainnollistivat tuotteiden alkuperää ja maat olivat tunnistettavissa jo kaukaa (esim. Ruotsin osastolla punaiset mökit, Ranskan osastolla pieni Eiffel-torni, Hollannin tulppaanit jne.). Myös lippuja oli tänäkin vuonna runsaasti näkyvillä. Useimmilla osastoilla näyttelleasettajien ote myyntiin oli rohkea ja luokse kutsuva, mikä näkyi myös asiakasmäärissä. Toisaalta monissa maissa panostettiin selvästi enemmänkin alueiden, ja sitä kautta matkailun, kuin tiettyjen tuotteiden markkinointiin. On hyvä huomioida, että esimerkiksi Virolla, Norjalla ja Ruotsilla oli erilainen osallistumismalli kuin Suomella: näillä mailla valtio maksaa osastojen kaikki kustannukset, palkattu henkilökunta hoitaa esittelyn ja myynnin, eikä mukana ei ole itsenäisiä yrityksiä.



Kuva 9. Pohjoismaiden kartta Norjan osastolla. (Kuva: Kirsi Korhonen)

## 5. Palaute

Joidenkin näytteilleasettajien mukaan messuvierailijoiden kiinnostus suomalaisia tuotteita kohtaan oli vähäisempää kuin edellisenä vuonna. Toisaalta kumppanuusmaan rooli vuonna 2019 toi ymmärrettävästi enemmän näkyvyyttä osastolle, ja myyminen kävi helpommin.

Maakuntaosaston kartta sai kehuja niin muilta näytteilleasettajilta kuin messuvierailta. Monet olivat kiinnostuneita katsomaan sitä tarkemmin, ja saimme todeta, että tuotteiden alkuperän havainnollistaminen visuaalisesti on tärkeää. Valitettavasti kartan paikka oli kuitenkin hieman huono, sillä se jäi esittelijöiden taakse. Esille nousi toiveita myös koko Suomen osaston kattavasta yhteisestä kartasta.

Lisäksi palautetta annettiin muun muassa osastolla esitettyyn musiikkiin (se koettiin liian melankoliseksi), eri vuodenaikojen korostamiseen sekä vähäiseen käytävötilaan, jonka vuoksi moni messuvierailija näytti pyrkivän nopeasti osaston läpi.



Kuva 10. Magdalena Valkeus esiintyi Suomen osastolla. (Kuva: Päivi Vitikka)

## 6. Jatkotoimet

Business Finland aloitti IGW21-messujen suunnittelun heti alkuvuodesta 2020. Infokirje lähti jakeluun maaliskuussa 2020. Valtion osuus pieneni merkittävästi ja pieni hinnan korotus on näillä näkymin tulossa. Saimaan alueella päätös osallistua oli tuolloin jo tehty, ja he olivat myös varautuneet hinnan nousuun. Lappi haluaa jatkossa erottautua omalla ilmeellä, sillä esimerkiksi Norja korosti tänä vuonna näkyvästi omaa Lappiaan (Kuvat 9 ja 11).

Selvitimme myös Pohjois-Pohjanmaan alueen mahdollisuuksiin osallistua IGW21-messuille. RUOKARIIIHI-hankkeen osallistuminen ei ollut enää mahdollista hankkeen resurssien puitteissa. Ruokajälki-hankeella oli mahdollisuutta tiedottaa tulevista messuista.

Koronaviruspandemian vuoksi messujärjestäjä päätyi kuitenkin perumaan IGW21-messut. Näin ollen Pohjois-Pohjanmaan toimijoilla olisi nyt aikaa aloittaa suunnittelu ja messujen hankkeistaminen hyvissä ajoin, koska Business Finland tulee joka tapauksessa koordinoimaan myös IGW22-messuja.

RUOKARIIHI-hankkeen ohjausryhmän kokouksessa 13. helmikuuta käytiin läpi messupalautetta ja kehittämisisideoita. Esille nousi muun muassa se, että aiemmin Oulun lääni teki yhteistyötä Etelä-Saksan Baden-Württembergin osavaltion kanssa. Nykyisinkin Pohjois-Suomen ja Baden-Württembergin alueiden toimijat tekevät monipuolista yhteistyötä muun muassa erilaista opiskelijavaihtoa. Pohdittiin, voisiko yhteistyötä Baden-Württembergin osavaltion kanssa kehittää Saimaan ja Hessenin tapaan. Saimaan messuosaston järjestäjiä jututettiin Hessen-yhteistyöstä jo messuilla ja benchmarkkausta voidaan jatkaa Suomessa.



Kuva 11. Norjan saamelaiset tervehtimässä Lapin Marjat -yrityksen Maritta Autiota ja Irmeli Porttia. (Kuva: Päivi Vitikka)



