

MATKARAPORTTI

Internationale Grüne Woche, Berlin 20.-23.1.2025

Osallistujat: 5 henkilöä 4 yrityksestä.

Internationale Grüne Woche Berlin on maailman suurin vuosittain järjestettävä tapahtuma, josta yritykset saivat kattavan katsauksen Saksan elintarvike- ja ruokamatkailualaan, tutustuivat messujen saksalaisten ja kansainvälisten osastojen tarjontaan ja toteutukseen. Matka oli myös tärkeä verkostoitumis- ja kontaktienhakutapahtuma.

Yrityksille järjestettiin myös tuote-esittely- ja verkostoitumistilaisuus yhteistyössä saksalaisen Food Made in Germany, Marketinggesellschaft der niedersächsischen Land- und Ernährungswirtschaft e. V.: n kanssa. Tilaisuuteen osallistui kymmenkunta elintarvikeyritystä Niedersachsenin ja Thüringenin osavaltioista ja saksalaisen premium kauppaketjun, Wolfram Berge Importhaus für Delikatessen GmbH & Co. KG-yrityksen kansainvälisestä markkinoinnista ja myynnistä vastaava Salim Zor.

Tilaisuudessa Food Made in Germany piti esityksen ”Saksan elintarvikealan ominaispiirteet ja mahdollisuudet suomalaisille yrityksille” ja suomalaiset yritykset esittelivät tuotteitaan saksalaisille yrityksille ja yhteistyökumppaneille ja keräsivät palautetta tuotekehitykseen ja markkinointiin. Tilaisuus tarjosi verkostoitumismahdollisuuden myös suomalaisten yritysten kesken, koska siihen osallistui pohjoiskarjalaisten yritysten lisäksi kahdeksan muuta suomalaista elintarvikealan yritystä, joista yhden osallistumisen mahdollisti yhteistyö Vaasan ammattikorkeakoulun ”Kansainvälistyminen maaseutuyrittäjien kasvun mahdollistajana” -projektin kanssa. Tilaisuuteen osallistui myös Suvi ry:n edustaja.

Lisäksi yrityksille tarjottiin mahdollisuus osallistua messujen yhteydessä järjestettävään kansainväliseen virtuaaliseen ”Business Days” -ammattilaistapahtumaan, jossa verkostoiduttiin virtuaalisesti toisten yritysten, yhteistyökumppaneiden ja potentiaalisten asiakkaiden kanssa sekä esiteltiin tuotteita ja kerättiin palautetta jatkoon tuotekehitykseen ja markkinointiin. Yrityksistä 3 loi itselleen portaaliin profiilin.

Messuilla ja verkostoitumistilaisuudessa yrityksille oli tarjolla laaja kansainvälinen areena kontaktien luomiseen, ylläpitämiseen, vahvistamiseen ja uuden yhteistoiminnan suunnitteluun. Kansainvälisten messuosastojen tarjonta ja toteutus antoi runsaasti kehittämisideoita yritysten tuotteiden ja markkinoinnin kehittämiseen.

Matkan yhteydessä järjestettiin 3 yrityskäyntiä: paikallisten pientuottajien tuotteisiin erikoistunut herkkukauppa Eat Berlin, hollantilaisten juustojen lippulaivamyymälä Cheese & More by Henri Willig, ja ravintola Hans im Glück. Tutustumiskäynneillä saatiin vinkkejä oman liiketoiminnan kehittämiseen, tuotekehitykseen ja markkinointiin käytännön esimerkkien kautta: mm. kuinka toteutetaan onnistunut yrityksen ja tuotteiden brändäys, kuinka saadaan tarina ja vastuullisuus asiakkaalle näkyväksi ja kuinka suuri merkitys on viimeistellyllä pakkauksella. Kohteissa yritykset myös esittelivät omia tuotteitaan ja saivat palautetta jatkokehittämiseen.

Yrityskäyntien lisäksi tutustuttiin myös Pohjoismaiden suurlähetystöön. Siellä kuultiin lähetystön ruokatuotteiden käytöstä ja hankinnasta ja yritykset esittelivät ja maistattivat tuotteitaan lähetystön keittiömestari Virpi Rasilaiselle sekä viestintäkoordinaattori Sini-Tuuli Saaristolle.

Yritykset saivat matkalta runsaasti ajantasaista markkinatietoa ja ideoita tuotekehitykseen, kasvattivat yhteistyöverkostojaan ja näin vahvistivat kansainvälistymisosaamistaan kohti vientikauppaa. Matka antoi

yrittäjille tietoa ja työkaluja omien tuotteiden ja toiminnan kansainvälistymispotentiaalin arviointiin ja näin myös tarvittavien kehitystoimenpiteiden suunnitteluun. Matka tiivistä myös osallistuneiden yritysten yhteistyötä.

Matkalla tuotettiin viestintämateriaalia (videoita, valokuvia) ja hankittiin tuotenäytteitä hyödynnettäväksi KareliaBiten valmennuksissa ja viestinnässä yrityksille. Matkalla ja sen jälkeen kerättiin palaute yrityksiltä.

Grüne Woche -matkan palautekyselyyn vastasi 2 henkilöä. Yksi vastaaja totesi, että matka edisti kansainvälistymistavoitteita hyvin. Messuilla kiertämiseen toivottiin enemmän aikaa.