

# International Green Week

18.-27.1. 2019

#yhdessä Suomi maailmalle

Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK ry 19.4.2018

# Green Week – Grüne Woche



- Maailman suurimmat kv. ruoka-alan messut, vuosittain Berliinissä
- 400 000 messuvierasta, valtaosa kävijöistä kiinnostuneita kokeilemaan uutta
- 90 000 ruoka-alan ammattilaista, sisäänostajatapahtuma
- Yli 4 000 median edustajaa: massiivinen näkyvyys tarjolla
- Merkittävä poliittinen tapahtuma messuja ennen: Global Forum for Food and Agriculture, maatalousministerit ympäri maailman
- Lukuisia ammatti- ja lehdistöseminaareja järjestetään messujen aikana



Metsänomistajat

SLC



# Suomi 2019 IGW-messujen kumppani

- MTK allekirjoitti partnerimaasopimuksen Berliinissä 9.3., SLC mukana yhteistyössä
- Tarjolla merkittävä näkyvyys Suomelle maailman suurimmilla ruokamessuilla jo pelkän sopimuksen kautta
- MTK on sitoutunut avajaisjuhlien ja buffetin järjestämiseen sekä messuosaston koordinointiin
- Messuosaston lisäksi: mediatapahtumia, sisäänostajatapahtumia, mahdollisuus seminaari- ja muihin tapahtumiin
- MTK ja SLC takaavat osaston toteutumisen ja koordinoivat hanketta: eri tahojen mahdollisuudet julkiseen rahoitukseen keskustelussa





# Markkinointi on alkanut – Suomi jo esillä



https://www.gruenewoche.de/

MTK\_IGW2019\_yrityksetjasidoor... Internationale Green Week Berlin Internationale Grüne Woche ...

Tiedosto Muokkaa Näytä Suosikit Työkalut Ohje

**INTERNATIONALE GRÜNE WOCHEN**

**DIE MESSE** **FÜR BESUCHER**

**Internationale Grüne Woche Berlin**  
18.-27. Januar 2019  
Täglich 10 - 18 Uhr, Fr. 25.01.10 - 20 Uhr

**AUSSTELLER & PRODUKTE** **PARTNERLAND FINNLAND** **FACHBESUCHER**

**DIE MESSE** **FÜR BESUCHER** **FÜR AUSSTELLER** **PRESSE**

**Finland ist Partnerland der Grünen Woche 2019 - „Land der tausend Seen“ bietet Natur pur und besondere kulinarische Erlebnisse**

Als erstes Partnerland des Sonderanlasses präsentiert sich Finnland auf der Internationalen Grünen Woche Berlin (IGW) 2019. Eine entsprechende Vereinbarung unterschrieben Dr. Juhana Marttila, Präsident des Finnischen Zentralverbands der landwirtschaftlichen Produzenten und Wertschöpfungskette (MPL), und Dr. Christian Günter, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin GmbH. Das „Land der tausend Seen“ bringt sich seit 1980 an der weltweit bedeutendsten Ausstellung für Landwirtschaft, Ernährung und Gartenbau und wird im kommenden Jahr das 29. Mal in der Hauptstadt Berlin. Die IGW 2019 findet vom 18. bis 27. Januar auf dem Berliner Messegelände Berlin ExpoCenter City statt.

Dr. Juhana Marttila, Präsident des Zentralverbands der landwirtschaftlichen Produzenten und Wertschöpfungskette (MPL), und Dr. Christian Günter, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin GmbH, haben eine Vereinbarung unterschrieben, die Finnland als erstes Partnerland der Internationalen Grünen Woche Berlin 2019 zu präsentieren, was Lebensmittel- und Getränkeinnovationen sowie Technologie auf nachhaltige Weise mit der Natur der Welt zusammenführt. Finnland möchte seine Lebensmittel- und Getränkeexporte steigern und ausweiten. Im Jahr 2018 waren die wichtigsten Exportgüter Milchprodukte, alkoholische Getränke, Fleischprodukte, Schokolade und andere Süßwaren sowie Holz. Die Internationale Grüne Woche bietet eine ausgezeichnete Gelegenheit, das deutsche und internationale Publikum auf die Einzigartigkeit unserer einzigartigen Aufbaumaterialien zu machen und Feedback von sehr vielen Verbrauchern zu erhalten.

Dr. Christian Günter, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin GmbH: „Das Finnland stellt erstmals ein landwirtschaftliches Partnerland auf der Grünen Woche im Blickpunkt der Fachwelt und Hunderttausender Verbraucher. Regelmäßig stellt sich das Partnerland für die Vermarktung der landwirtschaftlichen Nahrungs- und Genussmittel eine detaillierte Marketingplattform. Die Grüne Woche ist ein hervorragendes Marketingforum, um das Finnland, wie bei anderen Produkten und Marketingangeboten und garantiert dem Partnerland durch eine überlegene mediale Präsenz eine enorme Aufmerksamkeit. Somit wird die gesamte Agrarwirtschaft Finnlands nachhaltig profitieren.“

**Spezialisiert auf arktische Landwirtschaft**

© 2018 Messe Berlin

<https://www.gruenewoche.de/DieMesse/Aussteller/Partnerland/>



# Pääyhteistyökumppanuus – monta vaikuttavaa toimintoa

## Suomi – maakuva – kumppanuuden pääviestit ruoka – matkailu – metsä

|                                           |                                                                            |                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| V<br>I<br>E<br>S<br>T<br>I<br>N<br>T<br>Ä | <b>Avajaistapahtuma</b><br>3500 hlöä<br>kulttuuria, maakuva, puheenvuoroja | <b>Messuosasto</b> (400 000 messuvierasta<br>90 000 vähittäiskauppa-ammattilaista)<br>maakunnat/alueet, yritykset, ohjelmalava, ruoka- ja juomamyyniä, VIP-kabinetti<br>tarjoiluineen/verkostoituminen  | <b>Seminaarit/tapahtumat messujen aikana</b><br>ruoka, matkailu, kiertotalous                                                                                                               |
|                                           | <b>Avajaisvastaanotto</b><br>3500 hlöä<br>ruoka- ja juomatarjoilu          | <b>Sisäänostajakontaktit</b><br>(90 000 vähittäiskauppa-ammattilaista)<br>kontaktointi ennen jälkeen, tapahtuma kauppaketjussa,<br>Messuilla: erillinen tapahtuma, sekä järjestetyt kontaktit osastolle | <b>Ravintola-alan yhteistyö</b><br>Berliinissä paikallisten yrittäjien ja suomalaisten yrittäjien kanssa<br>esim. Suomi-viikko ravintolassa, ”lonkero-baari” keskellä trendikästä Berliiniä |
|                                           | <b>Global Forum for Good and Agriculture</b><br>verkosto, seminaarit       | <b>Sidosryhmätapaamiset messujen aikana</b><br>suurlähetystön kanssa<br>VF-yhteistyössä<br>toimittajat, muu media, jne.                                                                                 | <b>Toimittaja/mediayhteistyö</b><br>matka Suomeen 06/17<br>lehtijuttuja ennen/aikana/jälkeen                                                                                                |
|                                           | Läpileikkaavina teemoina: kestävä kehitys, kiertotalous, puhdas luonto     |                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                             |
|                                           | Suomi – maakuva – kumppanuuden pääviestit ruoka – matkailu – metsä         |                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                             |





# Messukumppanuuden tavoitteet ja mittarit

| Tavoite                                                           | Toimet                                                                    | Mittarit                                       |
|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Suomen profiilin nostaminen ruoka- ja metsämaana Saksassa ja kv   | Näyttelyalue<br>Avajaiset<br>Seminaarit<br>Viestintäsuunnitelman toimet   | Kävijämäärä, kävijäkysely<br><br>Mediaseuranta |
| Ruokatuotteille näkyvyyttä ja jakelukanavia Saksassa              | Sisäänostajakontaktointi ja -tilaisuudet                                  | Näytteilleasettajakysely                       |
| Suomen kiinnostavuus matkailumaana kasvaa ruuan ja luonnon kautta | Näyttelyalue<br>Avajaiset<br>Seminaari(t)<br>Viestintäsuunnitelman toimet | Kävijämäärä, kävijäkysely<br><br>Mediaseuranta |



## Grüne Wochella – mahdollisuus monille organisaatioille/tuotteille/palveluille

- Suomi – maakuva, EU-puheenjohtajuutta
- Maakunta - kunta, kaupunki, alue
- MTK, muut järjestöt, yhdistykset, hanketoimijat
- Pienet yritykset – matkailussa yksinyrittäjiä ollut mukana! Myyntiä, markkinointia
- Keskisuuret yritykset – mainio tuotetestaus mahdollisuus! Koemarkkinointia!
- Isot yritykset, esim. Altia alustavasti tulossa
- Ravintolaa, baaria, paljua...ruokaa, juomaa mitä kaikkea keksimmekään?
- Lavalle ohjelmaa, asiantuntijuutta, arktisuutta – joulupukki

**Elämyksellinen Suomi!**



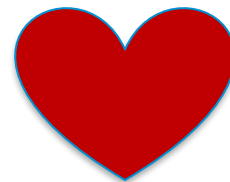
# Tervetuloa mukaan!

- Mikä voisi olla juuri teidän organisaation tapa?
- Maakuntaosasto? Laajassa yhteistyössä?  
Upea tavoite olisi maakunnittain/luontevin aluein  
esim.matkailumarkkinoinnin mukaan
- Ruokaa, matkailua, ruokamatkailua, luontomatkailua,  
luonnontuotteita, metsää, designia,  
kiertotaloutta, kestäväää kehitystä
- Teemoja ja yhteistyövaihtoehtoja on!

*Mikä taho olisi innokas koordinoimaan juuri teidän aluetta  
toimijoineen mukaan?*



*Vielä voi vaikuttaa!  
Ideat peliin!*





# Suomen osastokonsepti

- **Viestit:** puhdas luonto – puhdas arktinen ruoka – vastuulliset puutuotteet – elämyksellinen matkailumaa
- **Elintarvikkeet, matkailu ja metsä mukana:** mahdollisuus myydä
  - Maakunta/ matkailualueosastot (esim. Lappi, Lakeland, Läntinen Suomi/ saaristo, Helsinki, Pohjanmaa): matkailu- ja ruokatoimijat yhdessä
  - Suuret elintarvikeyritykset
  - Sektoreiden yhteisosastot mahdollisia (kaura, alkoholituotteet jne.)
  - Pk-yritykset esim. Aitoja Makuja brändin alla
  - Muuta suomalaista osaamista esille tuovaa: esim. Sitra/ kiertotalous
- **Ohjelmalava ja ravintola**(alue)
- **VIP-alue sisäänostaja- ja matkanjärjestäjäkontakteille**
- **Elämyksellisyyttä:** mm. musiikkia, sauna + palju, joulupukki-selfieseinä

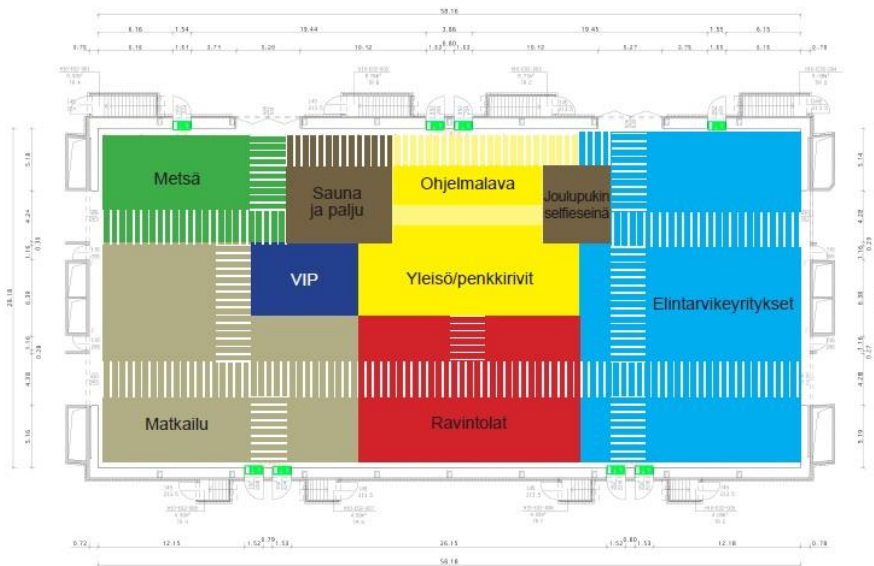


**Täsmentyy  
#yhdessä  
myöhemmin**





# Suomella paraatipaikka hallissa 10 – keskeisimpien sisäänkäyntien välissä



**HUOM:** Kuva viitteellinen, ei  
vielä suunnitelma

Osasto ja osiot skaalautuvat  
kysynnän mukaan osaksi hallia  
Koko halli 1 600, josta  
rakennettavissa n 1 000 m<sup>2</sup>





# Matkalla Saksan markkinoille

Paikalla sisäänostajia – mahdollisuus kutsua heitä lisää Suomen osastolle, osallistua sisäänostajanäyttelyyn

## Business Opportunities @ IGW 2019

### IGW Trade Visitors (Food Retail, Catering and Hospitality)

Some 90.000 trade visitors attend IGW every year, out of these more than 25.000 can be identified as potential buyers from food retail, catering and the hospitality business.

|                             |        |
|-----------------------------|--------|
| Retail and Food Industry    | 26.051 |
| Including:                  |        |
| Food Industry               | 8.089  |
| Food Retail                 | 7.580  |
| Hotel, Restaurant, Catering | 6.815  |
| Wholesale / Foreign Trade   | 3.567  |



Other trade visitors come from the agriculture and forestry business, educational facilities, associations and institutions.

Germany is by far the biggest food retail market in the European Union. The German Food Retail Business is dominated by 5 major retailers:

- Edeka-Group (Edeka, Netto)
- Rewe Group (Rewe, Penny)
- Schwarz Group (Lidl, Kaufland)
- Aldi Group
- Metro (Metro C&C, Real)



IGW is focusing on Edeka and Rewe, which also have central purchasing departments, but their individual supermarket owners can influence the purchasing decisions of the organization, making them very attractive especially for small and medium sized producers.

For the retail sector IGW is the perfect place to see what products are in the market and how the audience reacts to product novelties, thus it appeals to both the central purchasing divisions of German Food Retailers as well as individual supermarket owners and independent small grocers.

### IGW Startup Day (Wednesday, 23 January 2019)

After a successful premiere in 2018 IGW will continue to invite Food Startups to pitch their innovations to a Jury from the trade and media.

From about 50 applications, IGW picked 20 Startups to present their food products in front of audience and the judges. In addition, all participants could present their ideas in an exhibition area in the Professional Center.

With over 200 attendants and very positive media coverage, the event proved to be a great success and has become an attractive element of the Professional Center.

Sponsoring: we are currently working out sponsor packages, which can also be made available to the Partner Country. More information will be available from August 2018 on.

Participation: German and international startups can apply to be part of the IGW Startup Day from September 2018 on. [www.gruenewoche.de/startups](http://www.gruenewoche.de/startups) / [www.gruenewoche.com/startups](http://www.gruenewoche.com/startups)

For information regarding the IGW Startup Day, please contact Ms Claudia Bach, [bach@messe-berlin.de](mailto:bach@messe-berlin.de)

# Osastohinnoista

- Perushinta rakennetulle osastoneliölle 500 euroa m<sup>2</sup> + alv (markkinahinta kaikkine kustannuksineen pitkälle yli 1000 eur m<sup>2</sup> + alv)
- Pienille yrityksille pöytäpaikka 1500 euroa + alv koko ajaksi
- Yli 25 m<sup>2</sup> osaston varanneet pääsevät mukaan Suomen osaston ja ohjelman suunniteluun
- Logonäkyvyys yhteistyökumppaniseinillä yli 10 m<sup>2</sup> osastoille
- Laajempaa viestinnällistä näkyvyyttä tarjolla yli 25m<sup>2</sup> osastoille yhteistyökumppanimallin mukaisesti
- Maksu maksetaan suoraan myöhemmin valittavalle yhteistyökumppanille/ osaston rakentajalle = helppoa ja sujuvaa





# Valmisteluorganisaatio

- MTK:n/ SLC:n sisäinen organisaatio
  - Ohjausryhmänä johtokunnat
  - Projektiryhmänä sisäinen, vastuutettu MTK/ SLC -tiimi
  - Messe Berlin (vastuuhenkilöt ja resursseja nimetty avajaisiin, osastoon ja viestintään)
  - Ulkopuoliset kumppanit osaston tuotantoon/ koordinointiin/ myyntiin Suomessa sekä rakentamiseen ja viestintään Saksassa; sekä matkojen toteutukseen
  - MT-liitot maakunta/ alueosastojen tukena ja mukana markkinoimassa yrityksille
- Kumppaniryhmä MTK, SLC:n sekä ulkopuolisen tuottajan, rakentajan ja mainostoimiston lisäksi
  - Yhteistyökumppanistatuksen yritykset ja hankkeet, alueet, maakunnat jne.
  - MMM
  - Business Finland (FFF ja Visit Finland)
  - Suomen Saksan edustusto/ UM







## Tulkaa mukaan – autamme mieluusti, lisätietoja ja alustavat ilmoittautumiset

- Maakunta-/ matkailuosastot, suuret elintarvikeyritykset,  
potentiaaliset yhteistyökumppanit:  
Klaus Hartikainen, 040 169 2060, klaus.hartikainen@mtk.fi
- Pk-yritykset, ravintolatoimijat:  
Anni-Mari Syväniemi, 050 511 8909, anni-mari.syvaniemi@mtk.fi

