

Terhi Hookin raportti Grune Woche -tapahtumasta

Raportti Visit Finland International Grüne Wochella, Berliini 19.-29.1.2017

Paikka: Berliini messukeskus, halli 8.2. standi 106

Tapahtumasta

- International Green Week, **Grüne Woche** on maailman suurin ruoka-aiheinen elintarvike-, maatalous- ja puutarha-alan tapahtuma, joka järjestetään vuosittain Berliinissä. Messut toteutettiin nyt 82. kerran ja ne keräsivät yli 1600 näytteilleasettajaa ja n. **400 000 kävijää**.
- Tapahtumassa liikkui kuluttajien lisäksi **lehdistöä** ja bloggareita ja muita ruokaan liittyviä organisaatioita.
- Päänäytteilleasettajat Maa- ja metsätalousministeriö, Food from Finlandin, Visit Finland ja MTK. Näyttelyosasto 220 m², jaettuna elintarvikeyrityksiin, juomayrityksiin, matkailuyrityksiin, Joulupukin osastoon, Suomi-kauppaan (pääasiassa juomia) sekä infotiskiin. Lisäksi oli osaston kokin Kim Palhusin showkeittiö. Messuosastolalla oli Suomi100 ilme + jokaisella osiolla oma pääkuva. Visit Finland standi oli infotiskillä.
- Mukana olleet matkailuyritykset
 - Finnlines: www.finnlines.com
 - Iloranta: www.iloranta.fi
 - Malmgård: www.malmgard.fi
 - Majatalosta Majataloon –retket: mukana standilla Minna Murtonen Äksyt Ämmät, Puukarin Pysäkki Anni Korhonen, Männikkölän Pirtti Ritva Ryttyläinen, : www.aksytammat.fi
 - Ravintola Parppeinpirtti ja Lehmäleiri: www.lehmaleiri.com, www.parppeinpirtti.fi
 - Finland Tours : www.finlandtours.fi
 - Arctic Travel Boutique Oy: www.arctictravelboutique.fi, jonka kautta messuilla:
 - Ravintola Gösta: www.ravintolagosta.fi
 - Serlachius Museot: www.serlachius.fi, mukana standilla Päivi Viherkoski
 - Studio Ravintola Tundra: www.tundra.fi, mukana standilla Jarmo Pitkänen

Muut yritykset (elintarvike- ja alkoholivalmistajat): Ambronite: www.ambronite.com, Arctic Birch: www.arcticbirch.fi, FP Kotaja: <http://www.finnishplant.com>, Kainuu Country Food Oy <https://www.facebook.com/Minimeijeri-368675817981/>, NORD-T / Ranolin Oy: www.nord-t.com, Raisio: <http://www.raisio.com>, Sunspelt: www.sunspelt.fi, Vavesaaren tila: <http://www.vavesaarentila.fi/>, Viipurilainen kotileipomo: www.viipurilainen.fi, Verso Brands: www.berrypicker.fi, Isokallan Panimo: www.isokallanpanimo.fi, Lammin Sahti: <http://www.sahti.fi/>, Panimoravintola Bryggeri Helsinki: www.bryggeri.fi, Panimo&Tislaamo&Ravintolat Teerenpeli: www.teerenpeli.com, Pyynikin käsityöläispanimo: www.pyynikin.com, Shaman Spirits: <http://www.shamanspirits.com>, Vuokatin Viini: www.vuokatinviini.fi

- Koko messujen aikana **Suomi-osastolla vieraili noin 40 000 asiakasta**.
- **Viestimme oli:** pure Finnish nature, four seasons and rich regional food cultures: best tourism destinations and experiences to the visitors under the Slow Finland and Culture Finland themes. Finnish way of life where gifts from pure nature boost the wellbeing of both the mind and body.
- **Media:** Messujen alussa standilla järjestettiin lehdistötilaisuus ja osaston avajaiset, jossa ministeri Tiilikainen, MTK, VF ja FFF esiintyivät. Paikalla oli n. 100 kutsuvierasta, pääasiassa suomalaista mediaa. Mediaosumia tuli erittäin paljon. Messujen aikana osastolla vieraili paljon lehdistöä ja myös muutama TV-ryhmä kuvaamassa. Kiinnostavin mediakontakti oli

Deutsche Wellen TV-kuvausryhmä, joka kuvasi mm. Ilorantaa, kokkiamme ja FP Kotajaa, kiinnostui myös hiljaisuusmatkailusta ja kontakti luotiin mahdollista tulevaa kuvausmatkaa uumoillen. **Alimpana raportissa mediaosumat.**

- Elintarvikeyritysten maistiaiset olivat tärkeä osa ja ne houkuttelivat osastolle paljon väkeä. Matkailuyrityksillekin maistiaiset olivat tärkeä houkuttelu ja he myivät myös elintarvikkeita (mm. Majatalosta majataloon karjalanpiirakoita, Malmgård luomuviljatuotteita ja olutta). Kaikki tuotteet olivat juuri sopivia yhteiseen profiiliimme: terveystuotteita, marjatuotteita, erikoistuotteita, luomu/lähi/pientuottajia, suoraan puhtaasta luonnosta.
- Visit Finlandin edustajina Terhi Hook, Anu Koski, Taru Leppänen sekä Joulupukki.
- **Standi.** Massatapahtuma, jatkuvasti paljon ihmisiä, kiinnostuneita Suomesta. Henkilökuntaa tarvitaan, ihmiset kyselevät paljon: yleistä Suomesta, mökkejä, camping, Helsinki, pyöräily, melonta, patikointi, majoitus, talviaktiviteetit ja yleistä kuten minne Suomessa kannattaa mennä ja milloin. Negatiiviset kommentit koskivat hyttysiä, säättä ja kaukaisuutta (saavutettavuus). Moni kertoi menevänsä Suomeen kesällä ja haki sitä varten infoa. Asiakaskunta viikolla selkeästi vanhempaa ja camping/Nordkap-suuntautunutta + koululaisia. Viikonloppuna keski-ikäistä. Kartta tärkeä. Kombinaatio elintarvikkeet – matkailu tärkeä, koska on luonteeltaan ruokatapahtuma, on oltava tuotteita, joita maistaa, ostaa ja syödä.
- **Materiaalit: Esitteitä jaettiin yhteensä noin 13 000 kpl:** Hungry for Finland, Insiders guide, Kartta, Finrelax-esite (1000 kpl) , Slow-esite (3500 kpl), CF-esite, Saaristo, sekä kilpailuflyeria 4000 kpl. Videoscreenillä ruokamatkailuvideoita ja ruokamatkailukilpailun voittajavidot.
- **Joulupukki** houkutteli yllättävän paljon kaikenikäistä väkeä ja esitteitä sekä Berliini-Rvniemen lentoflyeria oli helppo jakaa joulupukin hostaajien avulla.
- **Kuluttajamarkkinointitilaisuutena hyvä, sillä kontakteja suuri määrä,** jatkuva jono tiskille ja esitteet kiinnostivat. Matkailuyritykset sen sijaan näkivät ongelmana, että kysyntä on hyvin yleis-Suomi-tasoa. Yksittäisen maaseutumatkailukohteen myynti haastavampaa. FinlandTours oli kuitenkin esim. tyytyväinen, teki pitkiä myyntineuvotteluja.
- **Kampanjasivut www.visitfinland.com/Kulinarik ja flyer: Kilpailu ja voitto** kiinnosti paljon messuilla ja **flyereita jaettiin n. 4000, mutta** vain 10% flyerin saaneistaa meni lopulta kotona sivustolle ja 5% osallistui kilpailuun. Otimme osastolle Ipadin osastolla tapahtuvaa lomakkeen täyttämistä varten, mutta lomake ei toiminut moitteettomasti (lomake ei latautunut, syöttökohtiin jäivät edellisen tiedot ja ne automaattisyöttö muutti syötettyjä tietoja) ja Ipadin kilpailukuponkien täyttämässä olisi pitänyt olla erillinen henkilö tarjoamassa ja avustamassa syöttöä. **Kampanjasivulle klikanneita oli noin 400 yksittäistä kävijää ja kilpailusivulla osallistuneita oli n. 170.**
- **Kampanjasivulla** olivat 3 ruokateemaa kuvattuna, ja kunkin teeman alla linkkinä messuosastolaisten sekä CF/FX-tuotekilpailujen ruokatuotteet ja kilpailulomake.

Kampanjan kilpailun pääpalkintona matka Suomeen ruokamatkalle (Finland Toursin Hki-ruokamatkailupaketti) ja elintarvikeyritysten tuotteita. Elintarvikkeet esiteltiin myös kilpailusivulla.

Cool und kreativ! Genießen! - tuotteet:

- <https://www.finlandtours.fi/product/taste-helsinki/>
- [Fork in Hand](#)
- [Serlachius](#)
- [Tundra](#)
- [Ruka Peak](#)

Eat wild and pure-tuotteet:

- <https://www.finlandtours.fi/product/flavours-of-turku/>
- [Mustion linna](#)
- [Visit Finnish Family – a cultural exchange over meal, Homedining](#)
- [Dine at Home, Wild Nordic](#)
- [Särä – one of the seven wonders of Finland](#)
- [Rapukartano](#)

Wild und pur genießen! - tuotteet

- <https://www.finlandtours.fi/product/pure-tastes-of-eastern-finland/>
- [Malmgård](#)
- [Finnish Cuisine Tour, From Guesthouse to Guesthouse](#)
- [Tailored Adventures Rukapalvelu](#)
- [Iloranta](#)

Saavutettu medianäkyvyys koko osasto

Saksalaista mediaa ja blogeja:

<http://www.dw.com/de/gr%C3%BCne-woche-spezialit%C3%A4ten-aus-aller-welt/av-37257098>

(videolähetys messuilta)

<http://www.augsburger-allgemeine.de/wirtschaft/Wie-vegan-ist-die-Gruene-Woche-id40270202.html>

<http://www.finn-land.net/finnland-news/kurzmeldungen/2017/januar2017/23-230120171.htm>

<http://www.gastroecho.de/gruene-woche-aktuell-26-januar-2017/>

<http://www.moz.de/artikel-ansicht/dg/0/1/1547640>

<https://fuldablick.net/de/veranstaltungen/inter-gruene-woche-berlin/>

<https://mitvergnuegen.com/2017/11-tolle-produkte-die-ihr-auf-der-internationalen-gruenen-woche-entdecken-koennt> (Arctic Birch) ja <http://www.koch-mit.de/essen-trinken/internationale-gruene-woche-die-highlights-2017/>

<http://feinkostpunks.de/auf-der-grunen-woche-in-berlin/>

<https://pnr24-online.de/vogelsaenger-zieht-gruene-woche-bilanz-25-brandenburg-halle-hat-erfolgsgeschichte-der-laenderschau-fortgesetzt/CityReport-pnr24>

<http://www.88news.de/gruene-woche-aktuell-22-januar-2017-foto-1446998.html/>

(valinta päivän sitaatiksi: Grüne Woche-Zitat des Tages:

„Den Wert der Grünen Woche für die finnischen Aussteller macht die

Tatsache aus, dass unsere Hersteller hier ein direktes Feedback von

Lebensmittelzeitung (paperikopiona)

Suomalaiset:

<http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/ruoka/suomi-ponnistaa-berliinin-ruokaviikolle-erikoistuotteiden-ruokamatkailun-ja-satavuotisjuhlan-voimin-1.174997>

<http://www.aamulehti.fi/ruoka/suomalaisyrittaja-harmittelee-naill-berliinin-ruokamessuille-olisi-pitanyt-tulla-vuosia-sitten-24219922/>

<http://www.aamulehti.fi/kotimaa/yritykset/aikoo-valloittaa-saksan-ohrapiirakoilla-vientipiirakkaan-ei-kiinalainen-riisi-kelpaa-24193932/>

<http://www.karjalainen.fi/uutiset/uutis-alueet/maakunta/item/127522-pohjoiskarjalaiset-nakyvat-suuressa-ruokatapahtumassa-saksassa-karjalanpiirakat-lahetettiin-matkaan-etukateen>

<http://viisitahtea.com/artikkelit-2/uutiset/ministeri-kimmo-tiilikainen-kasityopanimoilla-ja-pientislaamoilla-hyvät-vientinakymat/>

http://mmm.fi/artikkeli/-/asset_publisher/ministeri-tiilikainen-osallistuu-berliinissa-maatalousministereiden-huippukokoukseen-ja-vierailee-grune-woche-messuilla

http://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/1410837/ministeri-tiilikainen-osallistuu-berliinissa-maatalousministereiden-huippukokoukseen-ja-vierailee-grune-woche-ruokamessuilla

<http://www.helsinginuutiset.fi/artikkeli/473791-400-000-katsetta-kohti-suomea-parikymmentä-suomalaisyrittystä-naytille-saksaan>

<http://www.marmai.fi/uutiset/alkoholivienti-vetaa-hyvin-teerenpeli-teki-tuplauksen-6617042>

<https://www.facebook.com/BotschaftVonFinnlandBerlin/>

<http://www.biotalous.fi/hiljaisuusmatkailu-hiipii-valtimolta-berliinin-grune-woche-messuille/>

<http://messukeskus.com/press-release/hiljaisuuden-vetovoima-yllatti/>

<http://suomifinland100.fi/project/suomen-maapaviljonki-grune-woche-2017-messuilla/>

http://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/1410837/ministeri-tiilikainen-osallistuu-berliinissa-maatalousministereiden-huippukokoukseen-ja-vierailee-grune-woche-messuilla

<https://teambblue.fi/2017/01/10/grune-woche-kohta-berliinissa/>

<http://www.hs.fi/talous/art-2000005054171.html>

<http://www.hungryforfinland.fi/suomi-esitt%C3%A4ytyy-monipuolisena-ruoka-ja-matkailumaana-gr%C3%BCne-woche-%E2%80%93-messuilla-20-2912017>

<http://www.uutisvuoksi.fi/Online/2017/01/19/Ministeri%20Tiilikainen%20I%C3%A4htee%20Berliini,%20ohjelmassa%20huippukokousta%20ja%20vihre%C3%A4%C3%A4%20viikkoa/2017521798939/16>

<https://m.kauppalehti.fi/uutiset/alkoholivienti-vetaa-hyvin---teerenpeli-tuplasi-vientinsa/S9HDTz3t>

<http://www.dfhk.fi/fi/ajankohtaista/single-view/artikel/suomen-elintarvikkeiden-vientiponnistelut-suuntautuvat-saksaan/?cHash=edffe446732e2db48b935159f7c70969>

<http://www.ess.fi/uutiset/talous/art2337997>

<http://www.oulunuutiset.fi/tiedotteet/minister-tiilikainen-to-attend-the-summit-of-agriculture-ministers-and-grune-woche-in-berlin-minister-tiilikainen-nimmt-am-agrarministertgipfel-in-berlin-teil-und-besucht-die-grune-woche.html>

<http://viisitahtea.com/artikkelit-2/uutiset/alkoholijuomista-suomen-ruokamatkailun-keihaankarki/>

<http://www.mtv.fi/uutiset/talous/artikkeli/ministeri-tiilikainen-trumpin-rotektionismi-on-pelottavaa-isku-suomen-viennille/6274288>

<http://www.mtv.fi/lifestyle/makuja/artikkeli/hittituotteesta-jo-pulaa-maailmallakin-suomessa-viljellaan-liian-vahan-luomukauraa/6274292>

<http://app.kauppalehti.fi/uutiset/elintarvikeala-hakee-iskupaikkoja/2NjYQaCp>

<http://www.aamulehti.fi/maailma/suomalaiset-myyvat-solkemaan-saksan-ruokamessuilla-loppuuko-tavh>
<http://www.karjalainen.fi/teemat/muuta/blogit/maailman-parhaat-karjalanpiirakat-piti-mennae-syoemaeen-berliinin-astara-kesken-24222704/>

TV:

Deutsche Welle / Euromaxx Show englisch: <http://dw.com/p/2WLPK>

report englisch: <http://dw.com/p/2WMQ7>

download: http://tv-download.dw.com/Events/mp4/eme/eme20170125_grueneweche_sd_dwdownload.mp4

<http://yle.fi/uutiset/3-9420507>

<http://www.mtv.fi/uutiset/talous/artikkeli/ministeri-tiilikainen-trumpin-rotektionismi-on-pelottavaa-isku-suomen-viennille/6274288>

Radio:

<http://areena.yle.fi/1-3904198?autoplay=true> (alkaa n 41:40) den Konsumenten erhalten und so feststellen können, welche Produkte eine Chance auf dem deutschen Markt haben.“ Kimmi Tiilikainen, Minister für Landwirtschaft und Forsten, Finnland

<http://www.wallstreet-online.de/nachricht/9251621-gruene-woche-aktuell-22-januar-2017-foto>

<http://www.fruchtportal.de/artikel/grune-woche-2017-abschlussbericht-mehr-leitmesse-denn-je/026543>

[http://www.gabot.de/News-](http://www.gabot.de/News-Details.52.0.html?&tx_ttnews%5Btt_news%5D=253969&cHash=b8636171ea4c4e9940cbbfb98cdf943b)

[Details.52.0.html?&tx_ttnews%5Btt_news%5D=253969&cHash=b8636171ea4c4e9940cbbfb98cdf943b](http://www.gabot.de/News-Details.52.0.html?&tx_ttnews%5Btt_news%5D=253969&cHash=b8636171ea4c4e9940cbbfb98cdf943b)

Osastosta infottiin kutsukirjeillä sekä:

MMM:n verkkosivuilla:

- Saksa: http://mmm.fi/igw?p_p_id=56_INSTANCE_PwbRkyqMR57H&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_count=2&_56_INSTANCE_PwbRkyqMR57H_languageld=en_US#IGW

tai sama linkki lyhennettynä bitly.com/grueneweche-2017

- Englanti: http://mmm.fi/igw?p_p_id=56_INSTANCE_PwbRkyqMR57H&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_count=2&_56_INSTANCE_PwbRkyqMR57H_languageld=en_US tai lyhennettynä bitly.com/grueneweche-2017-en
- Suomi: <http://mmm.fi/igw>
- Ruotsi: http://mmm.fi/igw?p_p_id=56_INSTANCE_PwbRkyqMR57H&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_count=2&_56_INSTANCE_PwbRkyqMR57H_languageld=sv_SE tai lyhennettynä bitly.com/grueneweche-2017-sv

Suurlähetystön verkkosivuilla:

- <http://www.finnland.de/public/default.aspx?contentid=355622&nodeid=37052&culture=fi-FI>
- <http://www.finnland.de/public/default.aspx?contentid=355621&nodeid=37052&culture=de-DE>

Grüne Wochen

verkkosivuilla: <http://www.virtualmarket.gruenewoche.de/de/Ministerium-f%C3%BCr-Landwirtschaft-und-Forsten-Ministry-of-Agriculture-and-Forestry-Finland,c403866>

PALAUTE OSALLISTUNEILTA MATKAILUYRITYKSILTÄ

- Oli hyvä yleisnäkyvyyden kannalta, että VisitFinland oli messuilla mukana. Yrittäjät keskittyivät pääasiassa oman yrityksensä asiaan, ei niinkään koko Suomen mainostamiseen.
- Konkreettista tulosta messuilla näkyy jo: Lehmäleirille on tulossa saksalaisia!
- Hyvin monet saksalaiset olivat erittäin kiinnostuneita yrityksestämme ja sen tarjonnasta. Kävimme lukemattomia keskusteluita saksan kielellä, mitä Kuh-Camp tarkoittaa ja mitä kaikkea leirillä pääsee tekemään.
- Asiakaskunta oli rakenteeltaan mitä sopivin yritystäni ajatellen. Kokonaiset perheet olivat kiinnostuneita Lehmäleiristä, samoin nuoret, valveutuneet aikuiset.
- Visitfinlandin kannattaa olla mukana ensi vuonnakin.
- Tulisimme ehdottomasti myös ensi vuonna. Meillä on ennestäänkin ulkomaisia kontakteja: Yrityksessämme on käynyt 2-4 hengen ryhmiä Australiasta, Italiasta, Israelista, Venäjältä, Amerikasta ja Sveitsistä. Vasta nyt olemme saamassa saksalaisia, kiitos Grüne Wochen!
- VisitFinland voisi tehdä tietoisun tosi suurelle screenille kustakin Suomen osa-alueesta erityispiirteineen ja erityisine kohteineen.
- Oli hyvä, että VisitFinland oli, mutta olisi ollut parempi, että kaikki matkailuasiala olisi fyysisesti sijoitettu samaan ryppäeseen.
- Vaikuttaako siltä, että konkreettista kauppaa olisi tulossa? Saattaa jopa olla niin. Standimme sijaitti Finnlinesin vieressä. Kaikki, jotka olivat oikeasti kiinnostuneita tai tulossa Suomeen saimme napattua Finnlinesilta meidän juttusille. Ja osa heistä kiinnostui kovasti. Eli sijainti liikenneyhtiön kyljessä oli ehdoton!
- Selkeästi tässä tapahtumassa asiakaskunta on senioreita. He ovat kyllä Suomen ystäviä ja kiinnostuneita matkustamaan maahan, mutta moniko sitten tulee kun ikä alkaa painaa, on toinen juttu.
- Pitäisikö VF:n olla mukana ensi vuonna?
- VF voisi olla mukana niin, että tarjolla olisi konkreettisia matkaehdotuksia, kuten automatkailureittejä koko Suomeen tai ylipäätään teemareittejä, joihin kerätty kiinnostavia käyntivinkkejä eri puolilta Suomea. Näitä asiakkaat kaipasivat.
- Jatkoa ajatellen, mitä VF voisi vielä tehdä edistääkseen teidän kauppaanne messuilla? Voisimme maksaa näkyvyydestä em. teemareittiaineistoissa. Esim. ruokamatkailu - kivat ravintolat ympäri Suomea, kätkeyt helmet, jotka eivät löydy niin helposti ja kulttuurimatkailun top-käyntikohteet. Nämä teemareitit tai kartalle sijoitetut kätkeyt maaseudun tai pienten paikkakuntien ainutlaatuisuudet voivat tuntua vanhanaikaisilta markkinointiajatuksesta, mutta meidän kokemuksemme näitä kysellään jatkuvasti, eikä ole antaa mitään yli maakuntarajojen ulottuvaa materiaalia. Näitä olisi hyvä saada sekä sähköisenä että printtinä. Enemmän konkretiaa.
- Osastolta puuttui asiakkaille tarkoitetut istumapaikat, jossa he olisivat voineet nauttia tarjottavista tuotteista; elintarvikkeista ja juomista.
- Visit Finlandin mukana olo oli hyvä. Ihmiset kysyivät kuitenkin yleistä tietoa Suomesta. Camping, Angeln ja Ferienhäuser olivat avainsanat.
- Oli hyvin vaikea saada ihmiset pysähtymään. Jos kysyit, oletteko olleet Suomessa, oli yleisin vastaus: nein, zu weit und zu dunkel! Minun kommenttini: nicht zu dunkel im Sommer! Asiakkaan vastaus: zu viele Mücken!
- Suoraa kauppaa ei tullut. Karjalanpiirakoita myimme 1500 euron edestä, kun oli ollut mahdollisuus 6000 euroon. Hukkaanhan ne eivät menneet, mutta työn määrästä ei saatu korvausta. Parpeinpirtin tytöt mukavia, mutta jos he tarjosivat vatruscoita ilmaiseksi, oli meidän turha yrittää kaupata piirakka-annoksia.

Hungry for Finland - Ruokamatkailujulkaisu 2017

-Matkailun on tärkeä olla mukana elintarviketapahtumissa ja päinvastoin. Yhdessä olemme isompia, mutta pienille yrityksille siitä huolimatta kustannukset ovat äärettömän isot.

-Eli hlökohtaisesti en tule ensi vuonna mukaan, ainakaan, jos en saa palkkaa työstäni. Mieluummin kokeilisin ITB-messuja valmiilla tapaamisilla.

-Kokemuksena mielenkiintoinen, mutta pysyttelen matkatoimisto/matkanjärjestäjä tapaamisissa.

Budjetti

Osastoon: Visit Finland FX- ohjelma 10 000, CF-ohjelma 15 000

VF Joulupukki 5000

Lisäksi Kampanjakulut yht. 3000,-

- Flyer ja nettisivu suunnittelu ja käännös SEK 900,-, paino Saksa 165,-
- Kampanjasivu Byroo 1700,-

Osaston kokonaiskustannus (220m2) oli noin 160 000€ (loppukokouksessa selviää tod. Kustannus)

Kuvia











Hungry for Finland - Ruokamatkailujulkaisu 2017

Kampanjaflyer

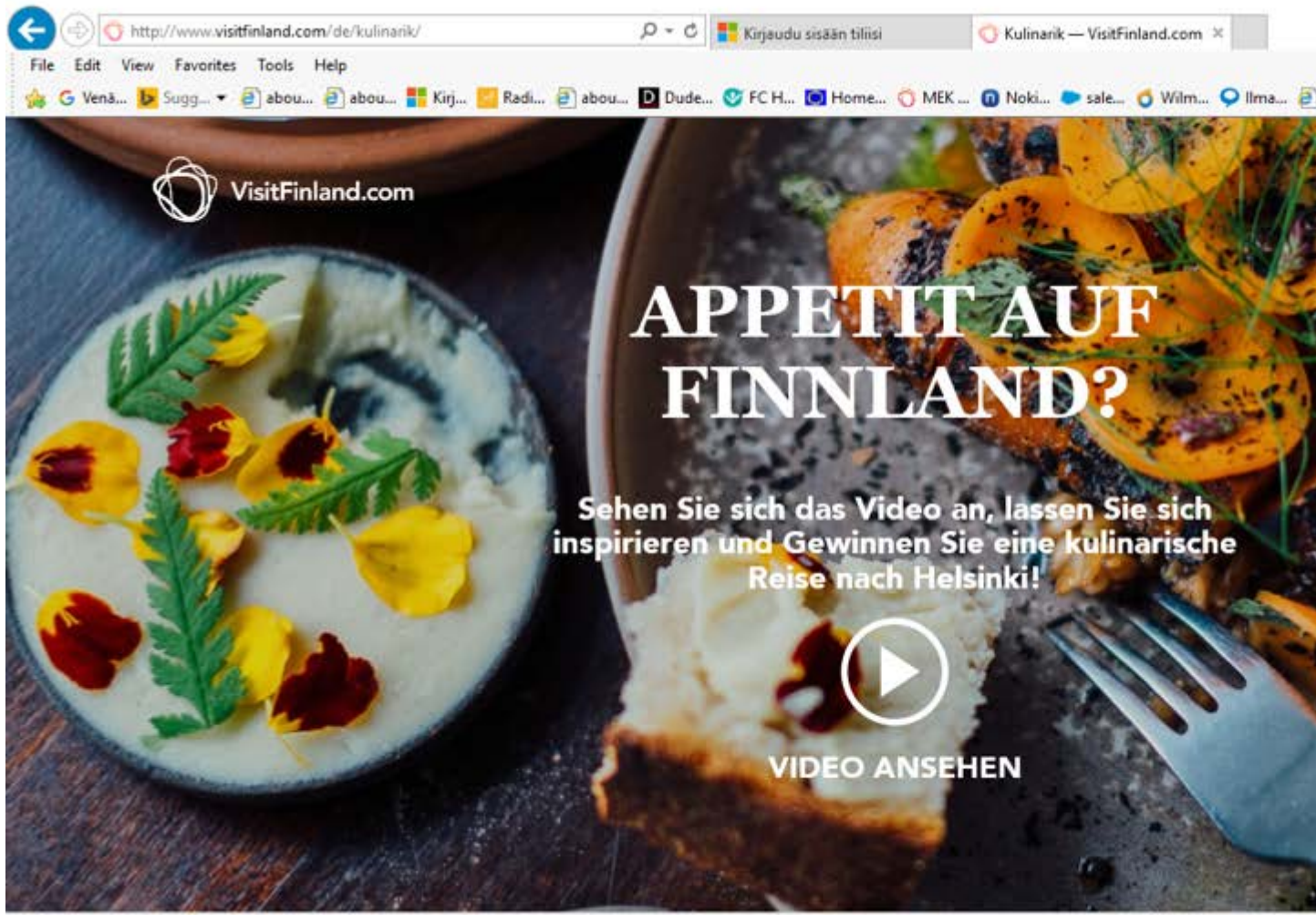


**Appetit auf Finnland?
Besuchen Sie
visitfinland.com/Kulinarik**

*– und gewinnen Sie eine kulinarische
Reise nach Helsinki!*



Kampanjanettisivu



The image shows a screenshot of a web browser displaying a promotional page for VisitFinland.com. The browser's address bar shows the URL <http://www.visitfinland.com/de/kulinarik/>. The page features a large, high-quality photograph of Finnish cuisine, including a bowl of white cream with yellow and red edible flowers and a plate of roasted vegetables. The text on the page reads:

VisitFinland.com

APPETIT AUF FINNLAND?

Sehen Sie sich das Video an, lassen Sie sich inspirieren und Gewinnen Sie eine kulinarische Reise nach Helsinki!

VIDEO ANSEHEN

Esite

