

Saksalaisilla joulutoreilla vaaditaan huipputuotetta

RIINA KARVONEN

RIINA KARVONEN
DRESDEN

”Kun ei itse puhu saksaa, niin on pakko ottaa töihin itseä parempia ihmisiä, joilla on kielitaitoa”, toteaa yrittäjä **Pasi Seikkula** nauraen joulutorilla Dresdenin keskustassa. Lappi-Hunaja on vuodesta 2004 myynyt tuotteitaan Saksassa perinteisillä joulumarkkinoilla. Tällä hetkellä myyntipisteitä on 34 eri puolilla Saksaa, ja satoja tuhansia hunajapurkkjeja matkustaa jouluseonkia varten maahan.

”Me tehdään niin erikoistuotetta, että asiakaskunta on kapea. Jos haluaa kasvaa, niin ei Raumalla tai Suomessa riitä asiakkaat vaan on pakko lähteä ulkomaille”, Seikkula kuvaa Saksaan lähdön syiksi.

Seikkulan mukaan pitkälle viedyt erikoistuotteet kiinnostavat asiakkaita, ja niille on kysyntää Suomen ulkopuolella.

”Tämä koskee sekä hunajaa että muitakin maatalouden tuotteita. Meillä ei ole Suomessa varaa tehdä bulkkituotteita, niitä saa kyllä halvemmalla muualta.”

Joka vuosi noin 20 miljoonaa ihmistä näkee Lappi-Hunajan brändin. Oman arvionsa mukaan Lappi-Hunaja, Saksan markkinoilla Arktischer-Honig Finland, on parhaiten Saksassa tunnettuja suomalaisia brändejä.

Vuosittain noin 50 ihmistä lähtee Suomesta joulukuusi Saksaan myymään hunajaa. ”Suomalaisilla on täällä hyvä maine ja suomalaiset myyjät ovat osa suomalaiseksi yritykseksi profiloitumista. Meillä ei tarvitsekaan puhua täydellistä saksaa, vaan into riittää.”

Pelkästään Dresdenin Striezelmarktilla käy vuodessa kahdesta kolmeen miljoonaa vierailijaa. Kyseessä on Saksan vanhin joulutori, jossa joulumarkkinat pidettiin ensimmäistä kertaa vuonna 1434.

Joulutoreilla liikkuu ihmismassojen lisäksi raha. Seikkulan mukaan pelkästään ulkoilmasa kauppa käydään vuosittain noin 5 000 miljoonan euron arvosta. Suomessa kaiken joulukaupan arvo on noin 890 miljoonaa euroa.

”Myytyä hunajapurkkia koh-

den rahti Rauman torille on kalliimpaa kuin tänne tuhannen kilometrin päähän Saksaan.”

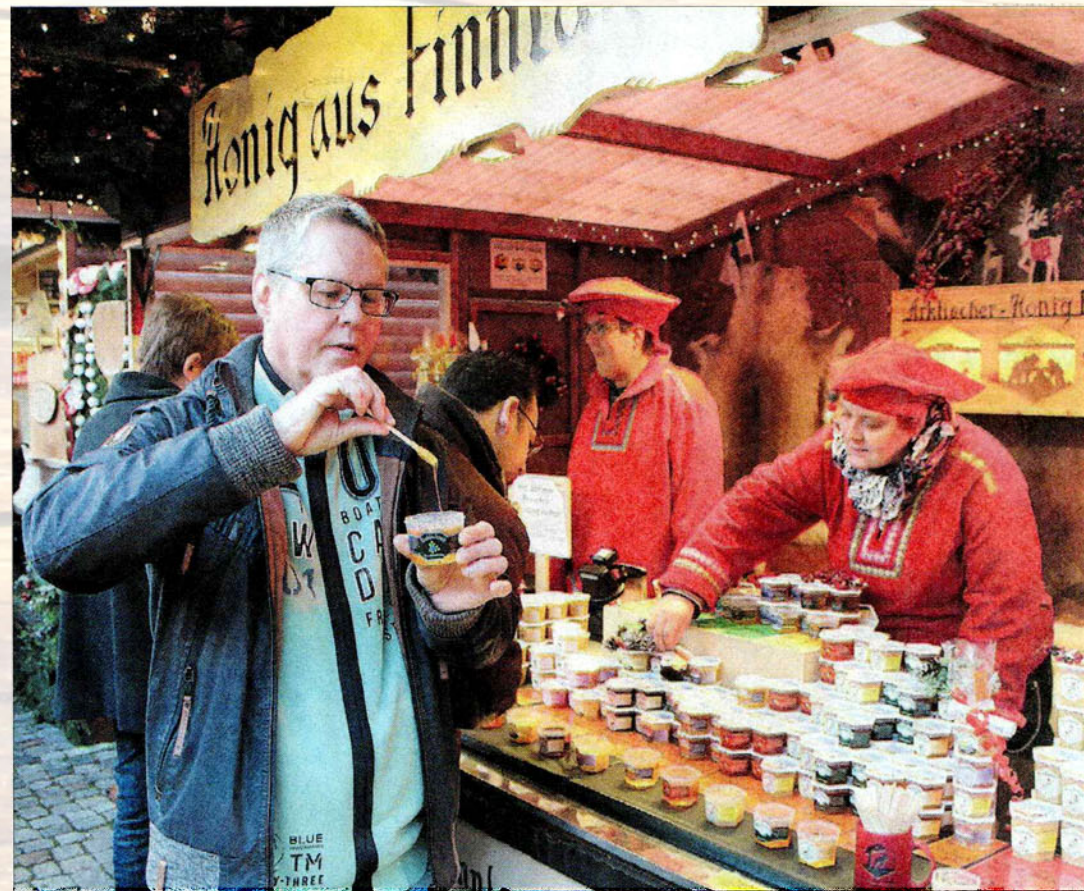
Paikat joulutoreilla ovat erittäin kilpailtuja ja kojuja arvioidaan vuosittain. Myyntipaikkoja vapautuu harvoin ja vapautuvia paikkoja hakee satoja yrityksiä.

”Tuotteiden, myyntikojun ja esillepanon täytyy olla viimeisen päälle mietittyjä. Täällä on pakko olla ammattimainen ja panostaa esimerkiksi koristeiluun ihan eri tavalla kuin Suomessa.”

Yrittäjän näkökulmasta Saksa on kuitenkin ollut hyvä maa toimia. Paperibyrokratiaa on vähän, mutta toritoiminta on silti erittäin tarkkaan valvottua.

Lappi-Hunajan tuotteita onkin viilattu vuosia täyttämään sekä saksalaisten ja suomalaisten kuluttajien että elintarvikelainsäädännön vaatimukset.

Yrittäjän kokemuksen mukaan saksalainen asiakas tietää hunajasta keskimäärin enemmän kuin suomalainen. Syynä hän pitää pitkää hunajankäytön historiaa ja luottamusta perinteisiin tuotteisiin.



Pasi Seikkulalle laadukas hunaja on intohimon ja työn lisäksi harrastus. Tänä vuonna he ovat tuoneet myyntiin maailman pohjoisimmilla mehiläispesillä Inarissa tuotetun vuosikertahunajan.