

Hva er Grüne Woche?

KOLA Viken 4.11.2015





NORWEGEN

NORWEGEN

ESTLAND

NORWAY

8²



NORWEGISCHES BIER



NORWEGEN

GUINNESS

GUINNESS

GUINNESS

GUINNESS

GUINNESS

GUINNESS

GUINNESS

GUINNESS

GUINNESS

GUINNESS

GUINNESS

GUINNESS

GUINNESS

GUINNESS

GUINNESS

GUINNESS

GUINNESS

GUINNESS



2€







Osloregion Osloregion
8.2/107A

Trøndelag











osloregionen













Målsetninger nasjonalt

- Styrke omdømmet for norsk mat og reiseliv
- Etablere gode samarbeidsrelasjoner på tvers av regioner, fylker og næringer
 - ⇒ styrke lønnsomhet, produktutvikling, innovasjon, nettverksbygging, produktpakking og synliggjøring
- Markedsføre og teste norske mat og reiselivsprodukter i Tyskland
- Øke internasjonaliseringskompetansen både på regionsnivå og hos de deltagende bedriftene

Langtidseffekter -JA

- Nettverksbygging, nye samarbeid mellom mat- og reiselivsprodusenter
- Produktutvikling + kompetanseheving
- God PR, høy synlighet i norske medier
- Innblikk og påvirkningsmuligheter i næringspolitiske diskusjoner
- Lønnsomhet – indirekte gjennom økt markedsorientering



Osloregionen

- Østfold, Oslo, Akershus, Vestfold samt nedre deler av Telemark, Buskerud, Hedmark og Oppland
- Parallelt med prosess mot et landsdelsselskap
- Felles identitet og profil
- Produktpakker: Tematiske reiseruter



Regjeringens reiselivsstrategi

Destinasjon Norge

Nasjonal strategi for reiselivsnæringen





Målsetninger for Osloregionen

- Innovasjon og aktivt samspill mellom mat- og reiselivsnæringen i åtte fylker
 - Nettverk, inspirasjon og erfaringsutveksling
 - kunnskapsheving og økt innovasjon
 - på tvers av fylkesgrenser
 - mellom matprodusenter, landbruksbasert og tradisjonelt reiseliv
- Attraktivt reisemål i det tyske og norske markedet
 - Gjøre Osloregionen kjent som matregion
 - Markedsføring gjennom destinasjonenes kanaler
 - Positiv publisitet lokalt, regionalt og nasjonalt
 - Matopplevelsens betydning for reiselivsproduktet

Nettverksarenaer

- Utstillersamling
- Grüne Woche 2016
- Møtebørs/B2B
- Regionsamling





Utbytte for deg og din bedrift?

- Medieomtale, markedsføring
- Nettverk, kontakter
- Nye samarbeidspartnere, avtaler
- Inspirasjon, nye ideer, produktutvikling
- Ny produktkunnskap
- Salg, booking, nytt medlem
- Erfaringsutveksling

Arbeiderbladet

9. JANUAR 1965

SAS-flyet «Olav Viking» med kong Olav om bord landet i et vinterlig Teheran i morgen, og det var tydelig at kong Olav følte seg på hjemmebane da han ble ønsket velkommen av sjåsen på hovedstadens nasjonale flyplass. Det var stort framstøt på den flaggprekke flyplassen der Norges og Fenikas flagg blåste i morgenstuden.

9. JANUAR 1990

Wimble Mandels bror at det barn er smittet om skole for eidermannen. Næsten bitt innlagt fra varafrikansk krigspol, der han har sittet i over 25 år. Under et fengselsbesøk mandag drøftet han omsorgsfulthetens rundt ledelsen med eidermannen. - Mine forhøringer er store. Denne gang er det mer enn ryktet, så han til pressen etter besøket.



VISER FRAM OSLO: Markjøntene skal sammen med Tryvann Vinterpark representere Oslo på matmessene Grüne Woche.

GRÜNE WOCHE

■ Er regnet som en av verdens største messer for mat og landbruk, med cirka 1.500 utstillere fra 60 land og nærmere 500.000 besøkende. Publikum er forbrukere fra Tyskland og nabolandene, samt en rekke fagfolk og representanter for bransjens aktuelle næringer.

■ Det er første gang alle de åtte østlandsfylkene Oslo, Akershus, Østfold, Buskerud, Vestfold, Telemark, Hedmark og Oppland samarbeider om å være med på messen. Til sammen vil det i løpet av messen påvises 22 ulike bedrifter som er med på å vise fram noe av det gode vi kan tilby fra Oslo-regionen.



FOTO: HELGE LINDEEN

Lokker turistene til Marka

MESSE: Når Markjøntene og Tryvann Vinterpark inntar Grüner Woche i Berlin, verdens største matmesse, er det for å lokke tyske turister til Nordmarka.

av TOM HENRY VESTRENG

Når turistene inntar hovedstaden kommer de gjerne lenger enn til Oppevann, Minde-museet, Frognerparken, Bygdøy og Holmenkollen. All i kort avstand fra den fortalte historien. Nå skal de lokkes til å bruke marka, allikevel nordmenn bruker den. Til å gå på tur.

GRÜNE WOCHE

15. januar reiser Markjøntene og Oslo Vinterpark til Berlin for å representere Oslo på Internasjonale Grüne Woche. De er valgt ut av Byrådsutvalget i Oslo og Akershus og Innviðing Norge for sine tyske turister fra Oslo har høy plussver-

di forbyrte, Oppevann og Minde.

Mat og kultur står i fokus når den Nordiske dagstasjonen ankommer GW. Sammen skal Markjøntene og Oslo Vinterpark vise hva som hører med og helse markagjøntene.

- Vi jobber for tiden med en signatur-rute mellom Tryvann og Pinetree. Vi ønsker å vise turistene noen av de små perlene som finnes i området. Ruten kan benyttes på ski i vinterstid og med sykkel på sommeren. Markagjøntene vil gi turister en god mulighet å se det lille med Oslo - by og natur i hverdagen, sier Hanne Norstrøm-Nes til Dagbladet.

Samarbeidet mellom Markjøntene og Oslo Vinterpark kom for at i gangstetter

at de møtt et i planleggingen er i ferdig av turen til Berlin.

- Det var først det anlen om å skape noe felles som, sier Nina Grønrold.

NÅVAREN

Tryvann Vinterpark er kjent som Oslo vintersportsted, men har også nye å by på sommeren. Som blant annet klattrepark.

- 90 prosent av dem som bruker oss vinterstid kommer fra Stor-Oslo. Etter at Tryvannstellet ble nedlagt som turistattraksjon, har vi merket en nedgang i antall turister. De finner ingen grunn til å dra hit nå, sier Hanne Norstrøm-Nes til Dagbladet.

Hun håper at samarbeidet med Markjøntene vil bidra til å endre på det.

- Oslo er en unik storby, hvor fjell, marka og storbyen går hånd i hånd. Nå kan man dra opp til noe for å se litt mer av hva som er vakkert, gå på ski, helne

eller gjøre de drøye å kjøre i konsert i Fløyenparken i Sørmarka. Der står opp planer, der de kan ta busser fra Oslo til Oslo til sentrum, sier hun.

Nina Grønrold håper at turistene skal få oppleve opp til lokal, norsk markagjønt.

- Vi ønsker det naturen har å by på. Men en høsten er aktiv, da haster vi ikke med tilpasse oss vinteren. I tillegg er det en god produksjon og god smagning. Det gir oss, sikker og helse gjennom å se det. Her har vi også en mulighet til å se hvordan selv de som er med på å helse og gjøre, sier Grønrold i Markjøntene.

- Vi tror det er viktig å se vakkert i å vise fram norsk håndverk og mat tradisjon i ulike omgivelser. Opplevelsen vil gi en ny dimensjon til storbybesøket, legger hun til.

www.osloregionen.no





VM-takter

Det drysser priser på den vei Pauline Angen Barland (19) har valgt. I skoletiden hadde hun praksis på stjerne-restauranten Maaemo. I ærlingetiden tar hun på kjøkkenet på Fru K på The Thief, hotellet som høster priser i alle reiselivskåringer i utlandet. Og i høst ble det bronse i VM med Juniorlandslaget.

LEST VIA STRØMSTAD FOTO: NANCY BUNDT

MEN RØKT TORSK med pulst???

Tyskerne var helt villige etter det, ler Pauline. – Og hvis noen syntes det var litt rart, så fikk de en aksevit å skylle det ned meg, og da ble de så fornøyd.

Retten med røkt torsk og pulst ble servert på Norges stand på den store messen i Grüne Woche i Berlin, og selv før en som er norsk og vant med både torsk og pulst, så kan det jo være litt krevende at, men det skal prøves.

Kreative begrensninger

– På Fru K bruker vi det har rundt oss. Rettene er nordiske, men vi er på ingen måte fanatiske, forklarer Pauline.

Kjøkkengjelen, svenske Johan Fausen, er opptatt av hvor råvarene kommer fra, av dyreforhold og renhet, men det betyr ikke at man ikke kan servere en norsk løfotskrei med en beurré bakte av japansk yuzusake – en saftig sitrusfruktens yuzu. Norge er trygg all en del av verden, og ingen blir bedre av å stenge helt av for nye impulser. Selv ikke en skrek.

– Mer sesong er viktig, og vi liker nettopp inn kjøpesviter, fra kjøkkenet fra Midland. Likevel er det utrolig viktig.

begrenset hva man får av råvarer på denne tiden av året. Du er tvunget til å tenke kreativt og ligge et skritt foran hele veien. Kanskje sylter vi litt sopp og grønnsaker, vi fermenterer hylleblomst og legger ting på glass. Begrensninger skaper muligheter, synes jeg.

Sin egen stil

Og på tullen er den uttrykket er hun nettopp de mulighetene. Kjeller fra Rendalen er tørrmodnet i tre måneder og serveres med braun smør med pulver av tørket steinsopp, og den røde gulern er laget med syltet, trompessopp som gir litt syre til den søte, langtidssakte sølletuten.

– Når du kommer fra skolen, er du et blankt leirte. For å finne din egen stil, må du se litt av hvert og gjøre deg opp noen tanker for å finne det som er ditt. Jeg liker at maten er ren med fine linjer og at den ser litt foretatt ut. I stedet for 10 ulike elementer og en virvar av råvarer, foretrekker jeg noen få gode smaker som man gjør mye ut av. Det er sånn jeg vil presentere maten min.

Og da går hun ikke av veien for å anke noe så enkelt som brannet – og det i klassen til og med. Men så er det som hun sier: «Det er bare å prøve».

To sine amuse b
RØDBETER
POTETER m
rekesmør

Forrett:
STEKT SJØK
med brokko
hollandaise

Hovedrett:
TØRRHENG
ENTRECÔTE
FRA RENDAL
med seilerba
syltet trompe
og stekesjy

Dessert:
FERSKOSTIS
med brunost
tyttebær

Fakta

**PAULINE
ANGEN BARLAND**

Alder: 19, snart 21
Kommer fra: Trondheim
Bakgrunn: 1 år på
og matlag og i Arne
Kjeller på Ole Vig
gjennom skole. Stjerne
i tillegg på Maaemo
ufaglig kokk på Fru
Hotel i Stordal, der
Fru K i Oslo. Er på en
and-året for kokk

plukket fra Hurdal



var en god markedsføring av det hvite hotellet ved Hurdalsjøen.

– Vi er eld av Utdanningsforbundet, og dermed ikke en del av en hotellkjede. Det gir oss mulighet til å drive nisjevirksomhet, noe våre gjester setter utrolig stor pris på, sier hotellidirektøren.

1000 I OPPLAG

«Håndplukket» – en smak av Hurdalsjøen hotell og konferansesenter har et førsteopplag på 1000 eksemplarer – selvfølgelig på eget, kortreiste forlag. Den er trykket i Latvia.

– Vi hadde tenkt oss 500 eks. i første omgang, men skjønte fort at det ble i snaueste laget. Også 1000 var for lite, og nå kommer snart et nytt opplag, forteller Asmundvaag.

– Hva betyr dette meget vellykkede prosjektet for hotellet?

– Det er en meget god markedsføring, men vel så viktig er stoltheten den skaper hos oss alle som jobber her. Det er viktig for oss at alle var med i prosjektet. Her på hotellet er et team, sier Asmundvaag og Bentzon.

STOLTE. Direktør Håkon Olaus Asmundvaag og markedsføringssjef Hege Bentzon er stolte over Hurdalsjøen Hotel og konferansesenters egen kokebok hvor alle oppskriftene er pånsket ut i fellesskap og testet ut på eget kjøkken.





Sitater fra bedriftene

«En viktig dimensjon av IGW er anledningen til å møte nye kontakter og leverandører. Vi sitter igjen med en håndfull konkrete ideer for både produktutvikling og utvidelse av eksisterende mattilbud.»



Flere sitater

«Det jeg ser absolutt som en inspirasjon er mere fokus på lokal mat, kortreist mat og drikke er veldig etterspurt og ettertraktet. Vi har kommet i gang med samtale med et matnettverk etter dette, og kommer nok til å melde oss inn som medlemmer der.»



...og ett sitat til...

«Foreløpig følger vi opp det utvidede nettverket og drar nytte av medieomtale som har gitt flere bestillinger. Samarbeid med andre utstillere jobber vi også aktivt med. Her vil det ta litt mer tid å etablere forretningsideer og implementere disse.»

Velkommen til Berlin

fmoakgr@fylkesmannen.no

Tlf. 959 04 895

