

Grüne Woche 2019

Evaluering



Grüne Woche 2019

Evaluering utstillere

- Utstillerne
- Det regionale samarbeidet
- Restauranten
- IN prosjektledelse



Grüne Woche 2019

Evaluering utstillere

Totalt 48 svarte på undersøkelsen

- Fjell Norge 12
- Nord Norge 18
- Trøndelag 17
- Reisekafeen eller Ostehjørnet
 - *Mat-/drikkeprodusent 15*
 - *Reiselivsbedrift 17*
 - *Kokker 11*
 - *Annet 9*



Grüne Woche 2019

Evaluering utstillere

69 % deltok for første gang

31 % hadde deltatt før



Grüne Woche 2019

Evaluering utstillere

Av følgende mål, hvor viktig var disse for din deltagelse? (Svar på en skala fra 1-7, der 1=lite viktig og 7=svært viktig)

	1	2	3	4	5	6	7
Hente ideer/inspirasjon	0	0	1	6	11	13	17
Etablere kontakter/relasjoner med deltakere fra egen region	0	0	0	1	3	14	30
Etablere kontakter/relasjoner med andre deltakere på den norske stand	0	1	0	5	8	12	22
Profilering i norske medier	1	1	2	5	8	13	18
Markedsføre egne produkter/tjenester	4	1	4	6	7	14	12
Kompetanseheving	0	1	4	4	9	15	15
Utvikle egne nye produkter under, før eller etter IGW	3	6	4	9	10	7	9
Profilering i tyske medier	5	3	10	7	9	6	8
Teste ut egne produkter/tjenester i det Tyske markedet	6	5	12	4	7	4	10
Etablere kontakter/relasjoner med norske politikere og byråkrater	1	3	2	9	9	12	12
Etablere kontakter/relasjoner i distribusjonsledd i Tyskland	8	7	12	10	4	3	4

Grüne Woche 2019

Evaluering utstillere

I hvilken grad opplevde du å oppnå disse målene? (Svar på en skala fra 1-7, hvor 1=i svært liten grad og 7=i svært stor grad)

	1	2	3	4	5	6	7
Hente ideer/inspirasjon	0	1	1	2	9	16	19
Etablere kontakter/relasjoner med deltakere fra egen region	0	0	1	0	2	13	32
Etablere kontakter/relasjoner med andre deltakere på den norske stand	0	1	4	8	11	8	16
Profilering i norske medier	5	5	2	7	8	10	11
Markedsføre egne produkter/tjenester	9	3	6	9	9	7	5
Kompetanseheving	2	1	4	9	12	12	8
Utvikle egne nye produkter under, før eller etter IGW	6	3	12	8	8	6	5
Profilering i Tyske medier	13	11	8	7	7	1	1
Teste ut egne produkter/tjenester i det Tyske markedet	14	5	8	6	8	4	3
Etablere kontakter/relasjoner med norske politikere og byråkrater	5	2	7	8	9	8	9
Etablere kontakter/relasjoner i distribusjonsledd i Tyskland	18	9	10	3	4	2	2

Grüne Woche 2019

Evaluering utstillere

Evaluering

I hvilken grad lyktes den norske paviljongen når det gjelder de tre påstandene under: (Svar på en skala fra 1-7, der 1=svært lite vellykket og 7=svært vellykket)

	1	2	3	4	5	6	7
Den norske stand lykkes i å markedsføre Norge.	0	0	0	0	5	11	32
Din regionale stand lykkes i å markedsføre din region.	0	0	0	3	2	15	28
Din stand lykkes i å markedsføre din bedrift.	7	7	2	7	6	11	8

Grüne Woche 2019

Evaluering utstillere

Evaluering

I hvor stor grad er du fornøyd med samarbeidet i din region eller regionale nettverk? (Svar på en skala fra 1-7, der 1=ikke fornøyd og 7=svært fornøyd)

	1	2	3	4	5	6	7
Før IGW?	0	1	2	4	9	10	22
Under IGW?	0	0	0	2	1	7	38

Grüne Woche 2019

Evaluering utstillere

Evaluering

Hvordan har samarbeidet på den norske paviljongen fungert; mellom regionene, bar, restaurant og de andre aktørene som deltok? (Svar på en skala fra 1-7, der 1=svært dårlig og 7=svært godt)

1	2	3	4	5	6	7
0	1	0	4	9	8	25

Grüne Woche 2019

Evaluering utstillere

Evaluering

I hvor stor grad er du/dere fornøyd med prosjektledelsen? (Svar på en skala fra 1-7, der 1=svært lite fornøyd og 7=svært fornøyd)

	1	2	3	4	5	6	7
Regional prosjektledelse?	0	0	0	0	1	8	39
Innovasjon Norge prosjektledelse?	0	1	1	5	4	11	26

Grüne Woche 2019

Evaluering utstillere

Kan du gi konkrete eksempler på hvordan deltagelsen på IGW har lønnet seg eller hatt positiv påvirkning for deg/din bedrift? 47 svar

- Vi har uvanlig stor pågang med bestillinger. Det tror vi har mye med at kollegene våre (på IGW) framsnakker oss og at vi er synlige i media. Gjennom å promotere lokale produkter får vi også mer goodwill fra lokale produsenter i nærområdet vårt. Vi holder også på å følge opp et Erasmus-utvekslingsprosjekt som kom opp på messen.
- Media omtale lokalt hjemme. Etablere kontakt og dialog med norske politikere og byråkrater. Få ett større nettverk innenfor mat og reiseliv. Relevant nettverksbygging for min bedrift.
- Koblet mot 2 potensielle distributører i Tyskland, 3 store oppslag i regional/lokal presse, meget god kontakt mot deltakere fra andre regioner.
- Stolthet. Nytt nettverk på flere relevante områder og nivåer.
- 4 nye kunder, etablert nærmer kontakt med lokal distributør
- Nye leverandører, rekruttering, inspirasjon til nye retter
- Jeg har fått jobbe med nye råvarer og fått et større innblikk på hvordan forskjellige bedrifter produserer og ivaretar tradisjoner innenfor både mat og drikke
- Vår bedrift ble lagt merke til hjemme ved at jeg fikk førsteside oppslag i norsk avis. verdt mye. Har fått kontakter nasjonalt som gjør vi kan videreutvikle en tamahelg rundt mat, som vi ellers hadde tenkt å slutte med.

Grüne Woche 2019

Evaluering utstillere

Har du kommentarer til hva prosjektledelsen (regionalt og/eller sentralt) kan gjøre bedre neste gang? **36 svar**

- Bygge inn flere koblinger mellom regionene.
- Regionene trenger tidligere beskjed om deltagelse for å starte tidligere med planlegging.
- Mer kunnskapsoverføring fra tidligere deltagelse.
- Samling etterpå der reisen går igjennom og der man diskuterer og lager mat sammen.
- Sentral prosjektledelse kan legge bedre til rette for å knytte regionene enda bedre sammen i løpet av dagene i Berlin, eks. flere felles arrangement, uformelle treffpunkter.
- Jeg har ingen kommentarer, alt var aldeles utmerket. Kunne tenke meg ikke riktig så tykke gensere, takk.. Det ble hinsides varmt.
- For min egen del som produsent og deltager kunne ikke prosjektledelsen gjort en bedre jobb. Synes hele opplegget var utrolig godt planlagt og gjennomført.

Grüne Woche 2019

Evaluering utstillere

Under åpningshelgen ble det arrangert et seminar med tema: Jubileum for Ny nordisk mat og det nordiske kjøkkenmanifestet.

- Ja, deltok. Positivt initiativ, mer sånn! Hva med å ha en fagdag for produsentene, der 1/2 gjengen deltar kl 9-12, så andre gjengen kl 13-16 på samme opplegg? Dermed får alle noe faglig input også.
- Deltok ikke, var på IGW siste halvdel. Men ville gjerne ha deltatt om jeg hadde muligheten.
- Deltok, og hadde godt utbytte av det - fortsett gjerne med slike.
- Vi ble ikke spurt og det var skikkelig skuffende siden vi startet vår produksjon med en fast intensjon om å skape produkter til det Nye nordiske kjøkkenet. Vi bygget vår mission utifra det Nordiske matmanifestet. Vi er ny nordisk mat og vi ønsker selvfølgelig å være en del av slike arrangement eller i det minste bli spurt.
- Deltok her og synes d var givende. Setter utvikling i perspektiv, utfordringer, hvordan se/oppnå utviklings vinklinger/perspektiv. Se Norden i sammenheng, spille på hverandre. Samarbeid.
- Dette var et svært bra seminar, og med virkelig gode innledere. Dette skulle gjerne også nådd ut til flere.
- Jeg deltok ikke, men kan gjerne tenke meg å delta om det blir flere muligheter.
- Jeg deltok der og den var interessant, håper det fortsettes med

Grüne Woche 2019

Evaluering utstillere

Andre kommentarer?

- En utrolig god opplevelse, kokkene får frie tøyler er musikk for ørene, så fortsett med og gi gode råvarer og la kokkene få leke!
- Jeg har skjønnt hvor viktig IGW er for å utvikle, nettverk mellom ulike aktører og byråkratiet i Norge.
- En veldig fin opplevelse å bli med på IGW, syntes alt var kjempebra og veldig godt gjennomført. Sitter igjen med en opplevelse for livet, og mange gode kontakter som kan bidra positivt med bedriften min.
- Det har ikke bare vært kjempe moro men veldig lærerikt også. Vi har hatt tid til å lære å kjenne de andre deltakerne som driver med mye av det same og utvekslet erfaringer, veldig nyttig. Det at vi har vært sammen med både produsenter, Innovasjon Norge og fylkespolitikere hele tiden tror jeg en fin kombinasjon, da er alle representert og vi får "sett" ting i fra alle sider.
- Det er 3 gang jeg er med. Har bare positive tilbake meldinger. Meget bra samarbeid mellom regionene, restauranten og baren. Lån av utstyr var det bare" ingen problem", dette er en endring siden tidligere år.

Grüne Woche 2019

Evaluering utstillere

Ja	39
Nei	0
Kanskje	9



Grüne Woche 2019

Evaluering Trøndelag v/ Brit Melting

- Vi har nådd våre mål med deltagelsen - videreutviklet de bookbare matreisene som var hovedproduktet vi presenterte på IGW. Vi doblet antall matreiser siden deltagelsen i fjor. Øvrige deltagere på vår stand var de som leverte råvarer til menyen/disk og de som sto fysisk på stand for region.
- Et fantastisk felleskap i forberedelsene og gjennomføring av IGW – bygger videre på dette fremover.
- Menyen viste utdrag av råvarer fra region fra hav til fjell, 9 smaksretter av mat, lokalt drikke, og noen varer i disk.
- Dedikerte utvalgte deltagere på stand; god til å formidle, selge, by på seg selv, snakke tysk. To kokker (tok hver sin periode) som forberedte alle smaksrettene på forhånd.



Grüne Woche 2019

Evaluering Trøndelag v/ Brit Melting

- Regionene skulle vært valgt ut tidligere, innen mars, der oppdragsbrev med klare mål og ønsket resultatoppnåelse ble sendt utvalgte regioner tidlig april.
- En arbeidskrevende og intens høst med å «bygge laget» i region for å nå våre mål, da tiden var knapp.
- Vi ønsker oss fremdriftsplan med konkrete oppgaver med tidsfrister fra sentral prosjektledelse. Unngå å avlyse møter tett på.
- Sosial møteplass mellom regionene viktig - sentral prosjektleder kan holde i fellessamlinger (en pr periode).
- En utrolig hyggelig gjeng å samarbeide med; oss prosjektlederne imellom (Anja, Elin/Kari, Ingvild/Hanne) – sitter igjen med mye energi når vi kom hjem.
- Takk for i år – vi deltar gjerne igjen i 2020

Total omsetning: 22.415 EUR



Grüne Woche 2019

Evaluering Fjell Norge v/ Elin Halland Simensen

Årets IGW oppleves som veldig positiv og godt gjennomført. Innovasjon Norge, Landbruks- og matdepartementet og støtteapparatet har gjort en god jobb!

Høy kvalitet på det som ble levert av mat og drikke.

Deltagelse og samarbeid om Grüne Woche gir bedriftene konkrete resultater:

- Salg av hverandres produkter
- Utveksling av ideer, testing av produkter, utvikling av nye produkter
- Nettverksbygging
- Inspirasjon – hardt å være lokalmatprodusent – Deltagelse = belønning, anerkjennelse og motivasjon
- Møteplasser og samarbeid
- God arena for nettverksbygging på tvers av bransje, geografi og virkemiddelapparat



Grüne Woche 2019

Evaluering Fjell Norge v/ Elin Halland Simensen

Hva har deltagelsen gjort for Fjell Norge?

- Bygget stolthet
- Løftet bedriftene – anerkjennelse og motivasjon
- Etablering møteplasser for mat- og opplevelsesaktører, videreutvikling av konsepter og samarbeidsformer
- Matmanifest for Fjell Norge – ny inspirasjon

Fjell Norges mål med deltagelse:

- Bidra til å bygge Matnasjonen Norge.
- Bidra til å bygge regionen Fjell Norge med tydelig identitet
- Tydeliggjøre lokal og regional identitet rundt mat og matkultur i Fjell Norge

Total omsetning: 20.578 EUR



Grüne Woche 2019

Evaluering Nord Norge v/ Ingvill Bang

- Deltakelse på IGW bygger stolthet hos de som deltar og deres heilagjeng hjemme.
- Med god planlegging er det mulig å ta ut et større potensial for eksportmodne bedrifter.
- Et veldig godt bidrag til nettverksbygging internt i regionen og på tvers av regioner.
- Fint for oss som jobber med næringsutvikling å komme så tett på bedriftene, viktig også for vår nettverksbygging.
- Det er et krevende prosjekt å lede derfor hadde en «instruks eller dreiebok» med viktige momenter å huske på for prosjektlederne vært kjærkomment.
- Viktig å legge mye arbeid inn i utvelgelsen av bedriftene.
- Deltakersamling i forkant av IGW er avgjørende for et godt resultat.
- Viktig å tenke på at det må være ulike stoppeeffekter på standen, det må være noe som skjer, eksempelvis tørrfiskbanking, harping av dun m.m.

Total omsetning: 31.683 EUR





Innovasjon
Norge