

ØSTSEEGRÜNE

ÖKOLOGISCHE PRODUKTE VON DER OSTSEE

www.ostseegrueene.de An der Alsterschleife 16, 22399, Hamburg info@ostseegrueene.de



DE-ÖKO-002

ESTNISCHE HAUSMESSE und POP-UP

Hamburg
2020

Ostseegrüne

Ostseegrüne on 2017 aastal loodud ettevõtte, esindamaks Eesti tootjaid oma kaubamärgiga Saksamaal. Peamiseks valdkonnaks on toiduainetetööstused ning hilisemalt on lisandunud kosmeetika ja lemmikloomatarbed. Koostöös valdkonna katuseorganisatsioonidega on ka Ostseegrüne eesmärk Eesti tootjate toetamine ja Eesti kui kvaliteetsete toodete ja puhta keskkonnaga riigi tutvustamine ning tuntuse suurendamine.

Seoses tänase Covid-19 olukorraga on tugevalt lõigatud ära eksporditurgudel toodete esitlemise võimalused. Sellest tulenevalt oleme otsustanud pakkuda teile koostöös Hamburgi ühe ürituskorraldus ettevõttega ja kesklinna kaubanduskeskusega koostöös **nelja nädalat katva Pop-Up poe ja kahe päevase B2B kohtumiste koos toodete esitluse võimalusega.**

Kuna Ostseegrüne ei ole mittetulundusühing siis pakutaval ei ole riigipoolset tuge ja tegemist on õhinapõhise ja tulevikku vaatava investeeringu ning võimaluste avardamisega. Valdonna organisatsioonid toetavad meid info levitamise ja reklaamiga.

Estnische Hausmesse und Pop-Up

AJAPLAAN

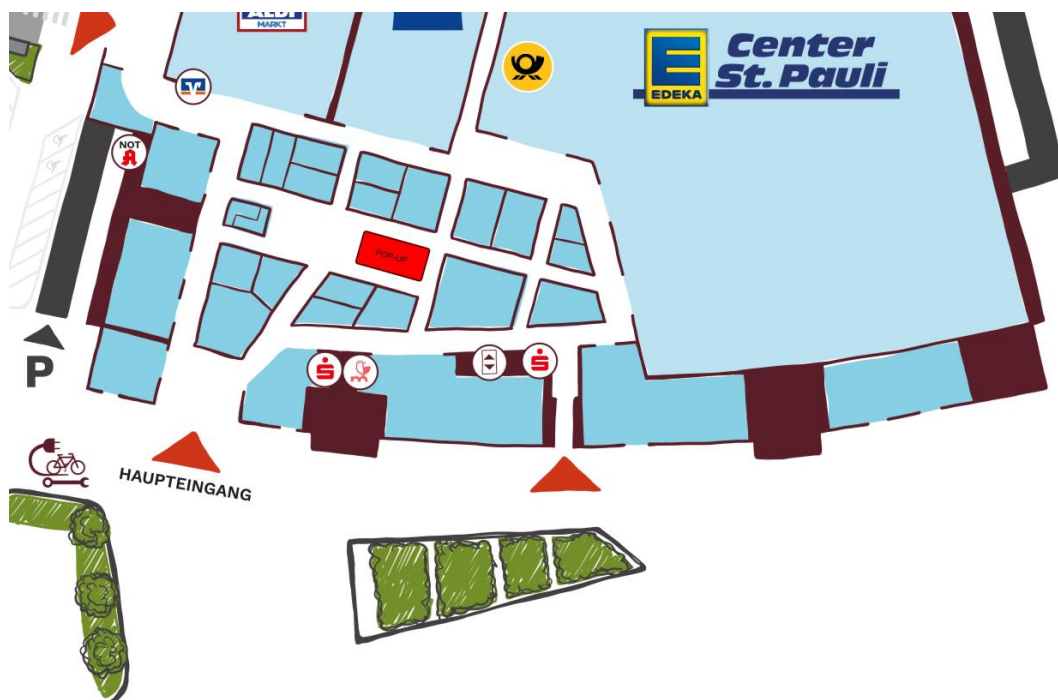
- **Pop-up poe kestvus: 29. okt – 21. nov 2020.** Avatud POP-UP pood Rindermarkthalle (edaspidi RMH) keskus Hamburgis
<https://www.rindermarkthalle-stpauli.de/>
- **B2B esitluspäevad staadionil 4-5 nov 2020.** Samaaegselt, 4-5 nov on kahel päeval B2B kliendikohtumised ja esitlused Hamburgi tennisstaadionil, Stadion am Rothenbaum lounges
<https://www.rothenbaum-lounge.de/rothenbaumlounge>

POP-UP

RMH keskus on Hamburgi kesklinnas St. Pauli linnaosas messikeskuse ja kuulsa ööelu piirkonna ning sadama vahel olev vabajakeskuse laadne kaubanduskeskus. Seal on erinevaid söögikohti, suuremaid ja väiksemaid kauplusi. Keskus kuulub EDEKA-le (Saksamaa suurim jaekett) ja seal on üks Hamburgi EDEKA suurimaid filiaale ning ka nende kontor. RMH külastatavus on ca 8000-10000 inimest nädalas.

Pop-up pinna suuruseks oleme planeerinud kuni 30 m² (aloleval plaanil punane kuubik keskuse keskel). Müügiplind jagatakse sektoriteks vastavalt toit, kosmeetika ja muud tarbed. Pop-up-il müüvad ja tutvustavad tooteid palgatud teenindajad aga kõik osalejad saavad ka ise valitud ajal kohal olla ja jae-klientidega suhelda. Võimalik on läbi viia turu uuringuid, koguda esmaseid emotsioone, katsetada hinnastamist vms. Müügiplinal planeerime esitlusala, kus saab teatud kitsendustega ka tooteid prooviks pakkuda. Tootjate arvuks poodi planeerime ca. 20 ettevõtet ja igal keskmiselt 5 toodet.

Kõikidel tootjatel on lisaks võimalik broneerida 1-2 päeva, millal on tähelepanu tema toodetel. Vastavad tooted on nendel päevadel esitlusalas, saab teha ekstra reklaame, korraldada mängu, loteriisiid, jagada toote näidiseid vms. Kõik tegevused peavad sobituma sellel hetkel kehtivate Covid meetmetega.



B2B KLIENDIKOHTUMINE, 2 PÄEVA

Stadion am Rothenbaum on Saksamaa suurim tennisestaadion ja seal toimub septembris maailma karika turniir „Europa Open Cap Hamburg“. Staadion asub samuti kesklinnas ja mitte kaugel RMH-st.

Sealne esitlus on planeeritud kutsetega ja suunatud ainult B2B inimestele. Kõik tootjad saavad omale väikese minitendi, kus oma tooteid tutvustada. On võimalik kasutada restorani kööki, baari, külmikuid jne, et paremini tooteid esitleda. Iga tootja võib omakorda saata kutseid. Kohtumised toimuvad väiksemate gruppidega ja eelregistreerimise alusel. Tootjatel on kõigil võimalus üritustel osaleda aga vajadusel saame pakkuda ka esindatust.

Kes sobib

Osalemise osas ei seata piiranguid tootjatele, lõplik sortimendi valik tehakse OG ja RMH eelistuste põhjal. Tootjate profiil peab olema, kas toiduainete tootja, kosmeetika või kodukeemia tootja, alkoholi tootja, lemmikloomade toodete tootjad (nii toit kui naturaalsed hooldus ja mängutarbed). Planeeritavatel sündmustel osaleda soovivad tänased OG partnerid on automaatselt sortimendis.

Eelarve

Kuna kevadhooaja sortimendi valik ja toodetega tutvumine toimub reeglina septembrist detsembrini ja päädib positiivse stsenaariumi korral uue aasta alguses täpsemate tingimuste kokkuleppimise ning lepingu sõlmimisega siis järgmise aasta plaane silmas pidades oleks hetkel väga õige aeg.

OG võtab enda peale kogu logistika juhtimise, vajadusel saame pakkuda aktsiisiteenuseid, teatud tervisetoodete müügiks vajalike registreerimisi, pakendi pantide organiseerimise jms.

Kulu kokku: 28900.- eurot

Arvestuslikult tootja kohta (20 tootjat): 1445.- eurot

Maksumus sisaldab: ruumide rendid, müügipinna ehitus, müügiks ja esitlusteks vajaliku tehnika rent, pop-up poe müüjad, staadionil esitlusürituse pinna ettevalmistus jms.

Maksumuses ei kajastu: tootjate poolseid erisoove, kauba transporti Eestist ja erikauba (jahutatud ja külmutatud tooted) ladustamist. Ühist transporti saame pakkuda ja see jaguneb solidaarselt kauba hulgaga.

Tähtaeg

Palume huvilistel kindlasti esmast soovi osalemiseks kinnitada hiljemalt: 14.09.2020.

Eelregistreerimise vorm

<https://forms.gle/rGpbboiWkprnsdYQ6>

PS. eelregistreerimise vajalikus on huviliste hulga kaardistamiseks.

Kokkuvõte

Planeeritav esitlus annab võimaluse oma tooteid tutvustada, olla osa sündmusest mis aktiivsel kaasaelamisel peaks vastama tootja kõikidele võimalikele küsimustele.

Tegemist on praeguses keerukas majanduslikus olukorras suurepärase võimalusega, mil Eesti tootja saab lühikese aja (ca. 1 kuu) ja väikese investeeringuga vastused paljudele Saksamaale eksportimist puudutavatele küsimustele. Neid vastuseid ei anna tavamessil käimine ega koolitused. Tootjal on võimalik kas ise või OG vahendusel absoluutselt ükskõik milliseid teste oma toote müügiprotsessis läbi viia:

POP-UP, 21 PÄEVA

1. Küsimustikud. Tootja saab koostada küsimustiku lõpptarbijalt tagasiside saamiseks. Kas klient ise või meie klienditeenindaja abil täidetakse küsimustikke, kokkuvõtted teeb tootja. Vajadusel analüüsitakse tulemust koos OG-ga.

Küsimustikus võivad olla punktid näiteks:

- Pakendi disaini kohta
- Pakendi materjali kohta
- Toote maitse kohta (võimalusel)
- Toote päritolu ja selle kajastamise kohta
- Hinna kohta
- Võimaliku järelostu kohta
- Sisalduse kohta, ehk kui klient riiulil sisaldust loeb kas ta valiks selle ja miks
- jms.

2. Hind. Võimalik on katsetada müüki erineva hinnaga.

3. Turunduse sisu testimine. Proovida saab erinevaid reklaami ja turundusviise sotsiaalmeedias. Näiteks testida, kas Eestis toimiv slogan ka Saksamaal toimib, kas sotsiaalmeedia kampaania toob inimesi poodi jms.

4. **Praktiline kogemus.** Tootja saab vahetu sihtturu kogemuse, mida hiljem edukalt oma tootearenduses ja ekspordiplaanides rakendada.

B2B KOHTUMISED, 2 PÄEVA

1. **Võtmeisikud.** Tootja saab kutsuda B2B esitlusele kõik huvilised kellega nad on suhelnud

- Tootja saab kohe pakkuda konkreetsetele huvilistele kättesaadavust
- Tootja saab personaalsemat tagasisidet kui messil, kus on nõ. läbijooksjate hulk väga suur

2. **Logistika.** Kui tekib ka küsimusi maaletoomise, lao ja tarnekindluse osas siis saame pakkuda tootjatele võimalust OstseeGrünaega koostöös need teemad lahendada. Põhiline probleem Saksamaal on, et ei taheta tegelda tundmatute kaubamärkide ja tootjatega. Kui on olemas keegi kes võtab vahendaja rolli, kes garanteerib ka väiksemaid tarneid, kes on kursis Saksamaa tavade ja nõuetega siis ollakse oluliselt avatumad.

TURUNDUS

Pop-up Poe tegemisi kajastatakse nii Rindermarkthalle kui OG sotsiaalmeedia kanalites.

OstseeGrüne meeskond on avatud ja oleme meeleldi valmis kõikide küsimuste ja ettepanekute arutamiseks. Küsimuste korral palun kontakteeruda:

Tarmo Tuulik

Tel. +372 51 333 79

e-post. tarmo.tuulik@ostseegruene.de

Skype: tarmotuulik

Palume huvilistel kindlasti esmast soovi osalemiseks kinnitada hiljemalt: 14.09.2020.

Lugupidamisega,
Nordtran Oü / OstseeGrüne
An der Alsterschleife 16
22399 Hamburg
Deutschland
Telefon: +49 (0) 40 368 442 22
info@ostseegruene.de
www.ostseegruene.de
USt-IdNr. DE315032998

