

## **Alankomaatkin on mahdollisuus**

...todettiin kymenlaaksolaisten yrittäjien opintomatalla

Unohdamme helposti hollantilaiset, vaikka Alankomaat on Suomen kuudenneksi suurin kauppakumppani. Lomasuomen matkailusivuilla he ovat myös merkittävä kävijäjoukko.

- Jotta yrittäjille löytyisi uusien ideoiden siemeniä, järjestimme 15 kymenlaaksolaiselle opintomatkan tuohon mereltä vallattuun maahan, kertoo matkan järjestänyt Tulosmarkat Oy:n toimitusjohtaja Marja-Leena Joukainen.

Kymen Yrittäjien uusi toimitusjohtaja Tiina Moberg halusi mukaan, koska pk-yritysten kansainvälistyminen askarruttaa häntä.

- Uskon, että kun käy itse tutustumassa ja näkee kulttuurien yhtäläisyydet ja pienet erot, joihin tarttua, on helpompi keksiä uusia palveluideoita. Tuntumaksi jäi, että hollantilaisten kanssa meillä on muutakin yhteistä kuin erikoinen pieni kielialue. Suurlähtetiläs Mikko Jokelan vieraina, kansainvälisistä oikeuslaitoksista tunnetussa Haagissa, saatiinkin sellaista kulttuurista näkemystä, mitä ei yleensä voi lukea maaraporteista. Jo kaupungin sisääntuloristeyksessä yllätti Helene Schjerfbeckin suurikokoinen omakuva mainoksessa.

- Suomalainen kulttuuri on nousussa Hollannissa, suurlähtetiläs kertoi.

1800-1900 lukujen vaihteen suomalaisen taiteen näyttely saavutti 75 000 katsojaa, Akseli Gallen-Kallelan näyttely Groningenissa jo 90 000 katsojaa, ja lisäksi Groningenin taidemuseo kutsui Lontoon ja Pariisin museot tutustumaan näyttelyyn. Schjerfbeck-näyttely on Haagin kaupunginmuseossa 17.5.-2.9., ja myös se jatkaa Pariisiin.

- Hollanti on ollut maalaustaiteen vahva maa, ja nyt nyt se on löytämässä suomalaisen taiteen. Tämä avaa portteja laajemmaltikin, ja kulttuurin kenttä, Eurovision laulukilpailut mukaan lukien, tuo Suomea positiivisesti esiin, Mikko Jokela kertoi.

- Monet ryhmät, esimerkiksi kauppakamarilaiset, ovat alkaneet käydä tutustumassa Suomen innovaatiopolitiikkaan, it:n lisäksi nano- ja bioteknologiaan, Tekesiin jne. Suomella on kansainvälisesti merkittäviä erikoisosaamisia, kuten korkeatasoista kemiallista tutkimusta tai kätkeytyneiden aseiden paljastustekniikan tutkimusta.

Yrittäjyys tuntuu suurlähtetilään mukaan olevan hollantilaisilla geneeissä.

- He ovat kauppiaita jo syntyessään, ja 1500-luvulta periytyvä yhteinen taisto merta vastaan on yhdistänyt kansanosat. Työmarkkinat ovat Suomea joustavimmat, ja maassa ovat suuret osa-aikatöiden markkinat. Niinpä taloudellinen nousu on vuodessa heijastunut työttömyyteen, joka on laskenut alle viiden prosentin.

Uusi kiinnostus  
investointeihin  
ja yöpymisiin

Hollantilaisten kiinnostus näkyy MEK:n matkustustilastoissa. Kun Suomessa oli viime vuonna lähes 200 000 hollantilaisyöpymistä, niistä 36 000 liittyi työmatkoihin, ja määrä on kasvussa. Samoin on noussut talvikauden matkailu lähes 80 000 yöpymiseen.

Kymenlaaksossa oli kuitenkin viime vuonna vain 1279 hollantilaisyöpymistä.

Hollannin osuus Suomen ulkomaankaupasta on pitkään ollut 4-5 prosenttia, eivätkä matkailijamäärä kokonaisuutena ole viime vuosina kasvaneet.

Miten nämä luvut kehittyvät, ja kenen panoksin?

- Suomen talven markkinointiin tuotteena hollantilaisille kannattaa mielestäni panostaa, Mikko Jokela sanoi.

Opintomatkalaiset mietiskelivät, että Kymenlaakson leveysasteilla se merkitsee vikkellä toimintaa, jossa pystytään ottamaan hyöty irti säiden vaihdellessa, mutta ei se mahdotonta ole. Luistelurata Käyrälammen ympäri olisi yksi hyvä matkailuvaltti hollantilaisille, radalla voisi järjestää myös potkukelkkakilpailut vaikka Suomi – Hollanti -maaotteluna.

- Hollantilaiset eivät enää suunnittele matkojaan pitkälti etukäteen, eikä lento Suomen eri kaupunkeihin kestä paria tuntia kauempaa. Kannattaa tarjota pitkiä viikonloppuja ja tapahtumia sekä luonnonrauhaa ja talviurheilumahdollisuuksia. Niitä kannattaisi mainostaa bannereilla isojen hollantilaislehtien internetsivuilla, joista ihmiset etsivät itselleen menovinkkejä.

Suurlähettiläs tiesi kertoa, että eräs hollantilaisfirma oli käynyt Invest in Finlandin avulla katselemassa, millaista metsää Suomesta voisi hankkia. Alankomaat ei ole alamaa sijoituksissa Suomeen, vaan toiseksi suurin. Kun kylmän sodan päätyttyä tuli mahdolliseksi investoida Itä-Eurooppaan, hollantilaiset etenivät vahvasti, erityisesti kuljetusliikkeet.

Maailmankaupan välittäjäkansan merkitys näkyy Alankomaiden rannikolla. Mikko Jokela totesi rannikon olevan yhtä satamaa kymmeniä kilometrejä. Kymenlaaksoilaisen on sen jälkeen helppo kuvitella myös Suomenlahden pohjukan kasvavan kymmeneen kilometriin venyväksi satamaketjuksi.

ClaraMariassa koki  
olevansa maalla

Kulttuurien sekoituksesta on selvää hyötyä. Se näkyy ClaraMarian maatilalla puolen tunnin ajomatkan päässä Amsterdamista etelään. Coloradolainen Katrina sattui tilalle turistina, ja kohtaaminen talon pojan Kees-Jan van Weesin kanssa johti kahden vuoden kuluttua häihin.

Keveä amerikkalaisuus heijastuu juuston valmistusta esittelevän emännän iloisesta olemuksesta, ja huumoria viljelee isäntäkin esitellessään puukenkien tekoa sorvaamossaan. Pariskunnalla on neljä lasta, jotka osallistuvat tilan touhuun, ja kaikkiaan töitä riittää noin 10:lle.

Maalaisuus on kaikkialla läsnä. Navettarakennus on suorastaan kiinni päärakennuksessa, jonka juustolaan maito tulee aina puoli kuuden aikaan suoraan lypsystä. Kesällä juustoa valmistetaan kuutena päivänä viikossa, talvella 3-4 päivänä, ja loppu maito menee meijeriin. Tilan yli 100 naudasta 60-70 on aina lypsäviä, eikä isäntä ole ihastunut roboteista vaan haluaa taputella lehmäänsä, tuntea ne nimeltä ja lypsää yksilöllisesti lypsykoneella.

Neljätoista vuotta tilalla vaikuttanut emäntä on kehittänyt matkailusta neljän tilan yhteistä bisnestä, joten navetan ja päärakennuksen välillä on iso myymälä, jossa voi nähdä kypsyvien juustojen hyllyt, erilaisten puukenkien rivistöt ja paljon muita paikallisia tuotteita. Hinnat ovat kilpailukykyiset lentokenttään verrattuna.

Yli 100 hengen ravintolaan joutuu kulkemaan myymälän kautta. Matkailijat saavat paikallisen arkilounastyyliin nauttia neljää juustoa leipien ja maukkaan tomaattikeiton sekä viinien kera - eikä mitään enempää kaivattukaan.

Ravintolassa istuessa nähtiin selvä ero suomalaisen ja hollantilaisen maatilamatkailun välillä. Suomessa maaseudun matkailuravintolat ovat samaa tyyliä kuin kaupunkiravintolatkin, steriilejä ClaraMarian paikkojen rinnalla. ClaraMarian myymälässä ei voi välttää lievää navetan hajua, eikä ravintolan puolella ole panostettu lainkaan lattiaan, seiniin ja kattoon. Vaikka ne ovat alkeelliset, itse sisustus punaisine huiviliinoineen luo viehättävän aidon tunnelman.

---

Kasvuun kannattavasti-  
opintomatka Hollantiin  
4.-6.5.2007

Alankomaat on Uudenmaan kokoinen, ja asukkaita on yli 16 miljoonaa. Ilmasta katsoen maa on mittanauhalla ruudutettu maataloihin ja peltoihin, joiden välissä juoksevat kasteluojat muodostavat myös laidunalueiden rajat. Alava maa ei kestä raskaita korjuukoneita, joten harjoitetaan karjataloutta. Maasta 59 % on maatalousmaata, 10 % metsää.

Kasvuun kannattavasti -projektin opintomatalla, jonka käytännön järjestelyistä vastasi Kouvolan Matkatoimisto, olivat mukana myös Kymen Yrittäjien toimitusjohtaja Tiina Moberg ja Kouvolan seudun osaamiskeskuksen projektijohtaja Leo Pyöriä. Yrittäjät olivat koko Kymenlaakson alueelta ja edustivat monia eri toimialoja, yhteistä heille oli halu kehittyä ja etsiä ideoita kotikylää kauempaa.

Tutustumiskohteina olivat Haagin suurlähetystön ja Amsterdamin kaupungin lisäksi useat kulttuuri- ja matkailupalvelut sekä Keukenhofin kukkapuisto ja ClaraMarian matkailutila ([www.claramaria.nl](http://www.claramaria.nl)).

*Teksti: Terttu Iiskola*

*Kuvat: Terttu Iiskola ja useat matkalaiset*