

Sydämen matkalla - eli miten Nyhtökaura räjäytti markkinat

14.05.2018



Kasviproteiinituote Nyhtökauran menestystarina on monille tuttu. Nyhtökauran kehittäjällä Maija Itkosella, 40, on vahva näkemys, mutta ei kuitenkaan varmaa reseptiä menestykseen tai ohjeita siihen, miten someilmiö synnytetään.

Nyhtökauraa tuottavan Gold&Green Foodsin uudet toimistotilat sijaitsevat Helsingin Arabianrannassa. Ensimmäisenä huomio kiinnittyy toimiston seinää koristaviin diplomeihin. Nyhtökauran meriitit ovat vaikuttavia: vuoden paras uusi proteiinituote, vuoden suomalainen elintarvike ja vuoden ruokailmiö. -En edes muista kaikkia. Kyllä meidän huippuhetki on ollut enemmän se, että kasviproteiinikategoria on kasvanut Suomessa moninkertaiseksi. On käsittämätöntä, että olemme saaneet aikaiseksi Suomeen vegebuumin, Itkonen innostuu. Kun Itkonen sanoo me, hän tarkoittaa itseään ja kauratutkija Reetta Kivelää, jonka kanssa hän perusti Gold&Greenin vuonna 2015.

Tunnettu menestystarina

Kaikki on tapahtunut todella nopeasti. Vielä syksyllä 2014 Maija Itkonen oli matkalla New Yorkista Helsinkiin ja täysin uuden edessä. Takana oli oman yrityksen, langattomia latauslaitteita kehittäneen PowerKissin, myynti yhdysvaltalaiselle Powermatille. Lennolla Itkonen tarttui New York Timesiin, jossa kirjoitettiin Yhdysvaltojen ruokamarkkinoiden murroksesta ja lihaa korvaavien tuotteiden buumista. Lihateollisuuden päästöt ja laidunmaiden raivaus ovat tuhoamassa maapalloa, joten uutinen oli hyvä. Kasvissyöjänä Itkonen ei ollut kuitenkaan tyytyväinen soijasta, vehnästä tai sienistä valmistettujen lihakorvikkeiden makuun.

Eikö voisi keksiä uutta kasviproteiinia, joka olisi samalla sekä helppo valmistaa, ekologinen että hyvänmakuinen? Samassa vannoutuneen kaurafanin päässä välähti. Miksei kaura voisi olla uusi liha? Ajatuksesta innostuneena Itkonen soitti heti Helsinkiin päästyään lapsuudenystävälleen kauratutkija Reetta Kivelälle. - Tieteellisesti idea oli periaatteessa mahdollon, joten Reetta ei aluksi uskonut siihen. Hän on kuitenkin tiedenainen ja idea jäi vaivaamaan. Ehkä siinä oli sopivasti sellaista out of the box -ajattelua, Itkonen pohtii.

Vihainen someilmiö

Itkosen mukaan on pieni ihme, että he saivat lopulta valmistettua kaurapohjaisen tuotteen, joka toimii kuin liha ja sisältää elimistön tarvitsemat yhdeksän aminohappoa. Oppeja piti hakea aina Kiinasta saakka, sillä Kiina on johtava kasviproteiinien tuottaja ja sieltä löytyi ainoa kauran käsittelyyn soveltuva laitteisto. Vielä uskomattomampi tarina kuitenkin on, miten Nyhtökaurasta tuli someilmiö. Nyhtökauran koe-erät nimittäin valmistettiin siinä uskossa, ettei tuote ikinä myisi Suomessa. – Päätimme tehdä kaupoissa testimaistatuksia, koska uskomme käyttäjälähtöiseen tuotekehitykseen. Paketit myytiinkin muutamassa tunnissa loppuun. Oli vaikea ymmärtää, miten se on mahdollista, Itkonen muistelee. Yhtäkkiä tuote tuntui puhuttelevan koko Suomen kansaa.

Sosiaalinen media kuohui ja kaikki mediat halusivat Nyhtökaurasta palasen.

Gold&Greenin markkinointibudjetti oli puhdas nolla, eikä yrityksellä ollut tiedotusta. Silti joka päivä Nyhtökaurasta ilmestyi viisi artikkelia eri lehdissä. Ja tätä kesti vuoden. – Nyhtökaurasta tuli täysin kuluttajalähtöinen viraali-ilmiö. Someilmiön syntyä auttoi toki se, että meillä oli tinkimätön visio.

Tuote ja toimintamme vastasivat aina luvattua. Ihmisiä ei voi kuitenkaan saada millään rahalla vapaaehtoisesti jonottamaan lauantaiaamuna kuudelta myymälän ovelle. Olisi kiva, jos voisimmekin sanoa, että suunnittelimme sen näin, Itkonen nauraa. Nyhtökauralle syntyi kova kysyntä jo ennen kuin tuotantomenetelmä ja -laitos olivat olemassa. Nyhtökauran huono saatavuus johti siihen, että osa Nyhtökaurahimoisista hermostui. – Yhdessä vaiheessa ei voitu viestiä oikein mitään, kun reseptinkin julkaisemisesta alkoi tulla ihan hirveää vihapostia. Saimme palautetta, että “tulette paljastumaan suurimmaksi valheeksi mitä on. Minä olen kaikista kaupoista etsinyt sitä Nyhtökauraa ja sitä ei ole”, Itkonen kertoo. Nyhtökauratehdas saatiin pystyyn kahdessa kuukaudessa, kun tavallisesti tuotantolaitoksen rakentamiseen menee 1-2 vuotta. – Sen jälkeen joka kuukausi tuotanto pystyttiin kaksinkertaistamaan. Nykyään kuluttajat ja kauppiat voivat jo luottaa siihen, että Nyhtökauraa on saatavilla.



Vegetrendi ja fleksaaminen

Itkonen iloitsee siitä, että kasvissyönti on nykyään “the new normal”. – Monet fleksaavat, eli ruokavalion pääpaino on kasviksissa, mutta lihaa syödään välillä. Vegaanius on saanut todella ison trendileiman. Raakaruuistakin on tullut luksusta ja statusjuttu, kun ne aiemmin olivat hörhöjen ja viherpiipertelijöiden kyseenalaista toimintaa. Nyhtökauran läpimurron jälkeen monet valmistajat ovat alkaneet tuottaa kasviproteiinituotteita ja lihakorvikkeita. On Verso Foodin härkäpapuvalmiste Härkis, Valion maitoproteiini MiFu sekä kohta kauppoihin pitäisi tulla vehnäproteiinista tehty Vöner. – Välillä pohditaan sitä, mitä tapahtuu, kun buumi menee ohi. Mutta ei se niin mene, että antakaa se

thaimaalainen kana takaisin pöytään. Kaikki ovat vahvasti tiedostaneet ilmastonmuutokset. Kouluissa ja päiväkodeissa tarjotaan kasvisruokaa. Uudet sukupolvet eivät otakaan lihaa vain annettuna.

Syntynyt supernaiseksi?

Kun Itkosen haastatteluja lukee, syntyy helposti mielikuva ylivoimaisesta erityislahjakkaasta supernaisesta, joka vain purjehtii menestyksestä toiseen. Itkonen on Sibelius-Akatemian muusikko ja Taideteollisen korkeakoulun teollinen muotoilija. Opiskelujen aikaan Itkonen sai ensimmäisen lapsensa ja valmistui silti Taikista vuosikurssinsa ensimmäisenä. Nyky-Suomessa Itkoset voi jo luokitella suurperheeksi, sillä viime keväänä kahden lapsen perhe täydentyi kaksosilla. Itkonen itse on sitä mieltä, että kovalla työllä, tinkimättömyydellä sekä hyvällä vaistolla kuka tahansa voisi ”tehdä Nyhtökaurat”, eli keksiä täysin uuden menestystuotteen. Isotkin muutokset tapahtuvat lopulta aina pienen, sitoutuneen ryhmän toimesta. – Olen tehnyt paljon töitä ja ajatellut, että on vain pakko puskea eteenpäin. Omilla valinnoilla on kauaskantoisia seurauksia ympäristön ja meidän maan talouden kannalta.

Yritän taistella sen puolesta, että ihmiset laittaisivat kykynsä oikeisiin asioihin. Tulisi sijoittaa sinne, missä sydän on. Itkosen rohkeus, into sekä määrätietoisuus ovat herättäneet paljon ihastusta. Puhdas tekeminen kiinnostaa Itkosta kuitenkin enemmän kuin itsensä esille tuominen. Samat arvot ohjaavat kaikkia hänen valintojaan niin töissä kuin vapaa-ajallakin. – Arvostan sitä, että asioita suunnitellaan pitkällä tähtäimellä. Sen vuoksi valitsin henkilökohtaiseksi pankikseni Ålandsbankenin. Asioita suunnitellaan Ålandsbankenissa monien sukupolvien päähän. Ålandsbankenin ajattelumallissa on samaa kuin Gold&Greenin ideassa, eli välitetään ympäristön tilasta ja samalla myös lähellä olevista ihmisistä.

Tulevaisuus

Huhtikuussa Gold&Green täyttää kolme vuotta. Paulig osti vuosi sitten 51 prosenttia Gold&Greenin osakkeista. Nyt tuotannolla sekä tuotekehityksellä on aikaa keskittyä uusiin tuotteisiin ja markkinoihin. Suomi on vain pilottimarkkina. – Uusia tuotteita ovat Monday- ja Meze-maustetut pyörykät. Tarkoituksena on nyt myydä meidän lisenssiä kansainvälisille kumppaneille. Pauligin kanssa tehtiin ensimmäinen lisenssisopimus, joka koskee Pohjois-Eurooppaa. Nyhtökaura lanseerattiin tänä syksynä Ruotsissa. Nyt sitä myydään aina Lapista Skåneen. – Ruotsissa on rakenteilla oma tehdas, joka valmistuu ensi vuoden alussa. Uskomme, että Nyhtökaura tulee olemaan Ruotsissa aika iso juttu.

Itkonen ei osaa sanoa, missä on viiden vuoden päästä.

– Välillä kysellään, että onko minulla joku uusi idea tulossa. Eihän se niin mene. Vasta sitten, kun pystyy henkisesti päästämään irti edellisestä projektista, ne tuntosarvet avautuvat uusille asioille. Tällä hetkellä sydän on satasella mukana tässä. Tai no virallisestihan olen äitiyslomalla juuri nyt. Samanaikaisesti Itkonen taitaa olla myös hieman keskivertoa aktiivisempi hallituksen jäsen.

Artikkeli lehdestä Ålandsbanking 2/2017 (julkaistu 20.12.2017)