

Hjärtats resa - Pulled havre fick marknaden att explodera

14.05.2018



Många känner till succén bakom Pulled havre - det växtbaserade proteinet som även kallas baljhavre. Utvecklaren av Pulled havre, Maija Itkonen, 40, har en stark vision, men ändå inget säkert recept på framgång eller råd om hur man skapar ett fenomen inom sociala medier.

Pulled havre-producenten Gold&Green Foods nya kontorsutrymmen ligger i Arabiastranden i Helsingfors. Det första man lägger märke till är diplomerna som pryder kontorets vägg. Utmärkelserna som Pulled havre fått är imponerande: årets bästa nya proteinprodukt, årets finländska livsmedel och årets livsmedelsfenomen. – Jag kommer inte ens ihåg alla. Vår höjdpunkt har nog mer varit att växtprotein-kategorin har vuxit sig flerfaldig i Finland. Det är ofattbart att vi har skapat en vegoboom i Finland, säger Itkonen entusiastiskt. När Itkonen säger vi, menar hon sig själv och havreforskaren Reetta Kivelä med vem hon grundade Gold&Green år 2015.

En välkänd succéstory

Allt har skett i väldigt snabb takt. Ännu hösten 2014 var Itkonen på väg från New York till Helsingfors och stod inför något helt nytt. Hon hade precis sålt sitt företag PowerKiss, som utvecklade trådlösa laddningsenheter, till amerikanska PowerMat. Under flygresan läste Itkonen New York Times, där man skrev om brytpunkten i de amerikanska matmarknaderna och boomen av köttersättande produkter. Utsläppen från köttproduktionen och röjningen av betesmarker håller på att förstöra jordklotet, så nyheten var bra. Som vegetarian var Itkonen dock själv inte nöjd med smaken av de köttersättande produkterna tillverkade av soja, vete eller svamp.

Skulle man inte kunna uppfinna ett nytt växtprotein som skulle vara både lätt att tillaga, ekologiskt och smaka gott? Samtidigt slogs den hängivna havrefantasten av en tanke - varför skulle inte havre kunna vara det nya köttet? Inspirerad av tanken ringde Itkonen direkt efter hemkomsten sin barndomsvän, havreforskaren Reetta Kivelä. – Vetenskapligt var idén i princip omöjlig, så Reetta trodde inte på den till en början. Hon är dock en vetenskapskvinna och kunde inte släppa idén. Kanske innehöll den en lagom dos av tänka utanför ramarna, funderar Itkonen.

Ett argt fenomen inom sociala medier

Enligt Itkonen är det ett litet under att de slutligen lyckades producera en havrebaserad produkt, som fungerar som kött och innehåller de nio aminosyror som kroppen behöver. De var tvungna att hämta lärdom ända från Kina, eftersom Kina är den ledande producenten av växtproteiner och där fanns den enda utrustningen lämpad för hantering av havre. Ännu otroligare är historien om hur Pulled havre blev ett fenomen inom sociala medier. Provparkierna av Pulled havre producerades nämligen i tron om att produkten aldrig skulle sälja i Finland. – Vi beslöt oss för att göra konsumenttester i butikerna, eftersom vi tror på användarinriktad produktutveckling. Paketen sålde dock slut på några timmar.

Det var svårt att förstå hur det är möjligt, minns Itkonen. Plötsligt verkade produkten tilltala hela finska befolkningen. Sociala medier kokade och alla medier ville ha en bit av Pulled havre.

Gold&Greens marknadsföringsbudget var noll, och företaget hade ingen extern kommunikation. Trots det dök det dagligen upp fem artiklar om Pulled havre i olika tidningar, och det här pågick i ett år. – Pulled havre blev helt och hållet ett konsumentdrivet viralt fenomen. Det underlättade förstås att vi hade en orubblig vision. Produkten och vår verksamhet motsvarade alltid det vi lovade. Man kan dock inte för några pengar i världen få människor att frivilligt köa utanför en butiksdörr en lördagmorgon klockan sex. Det hade ju varit trevligt om vi kunde säga att vi planerade det så, skrattar Itkonen.

Pulled havre fick en stor efterfrågan redan innan produktionsprocessen och anläggningen fanns. Den dåliga tillgängligheten ledde till att en del av den havrehungrande skaran blev irriterade. – I ett skede kunde vi knappt informera någonting alls, eftersom till och med publicering av recept ledde till att vi fick hatbrev. Vi fick höra att "ni kommer att avslöjas som den största lögnen någonsin. Jag har letat i alla butiker efter Pulled havre, och det finns inte", repeterar Itkonen. Man lyckades bygga upp fabriken på två månader, när det vanligtvis tar 1-2 år att bygga en produktionsanläggning. – Efter det kunde vi dubbla produktionen varje månad. Numera kan konsumenterna och butikerna redan lita på att Pulled havre finns att få tag på.



"Jag försöker kämpa för att människorna skulle använda sina talanger till rätta saker."

Vegotrenden och flexitarianer

Itkonen gläder sig över att vegetarianismen numera är "the new normal". – Många är flexitarianer, det vill säga att dietens huvudvikt ligger på grönsaker, men man äter kött ibland. Veganismen har fått en väldigt stor trendstämpel. Även råkostdieter har blivit en fråga om lyx och status, när de tidigare var ifrågasatta aktiviteter för kufar och trädskräp. Efter Pulled havres genombrott har många

producenter börjat tillverka växtproteinprodukter och köttersättande produkter. Som exempel Verso Foods bondböneprodukt Härkis, Valios mjölkprotein MiFu och snart borde även det veteproteinbaserade Vöner dyka upp i butikerna. – Emellanåt funderar man på vad som händer efter att boomen gått över. Men det fungerar inte på det sättet, att folk skulle kräva den thailändska kycklingen tillbaka på bordet. Alla har blivit väldigt medvetna om klimatförändringen. Skolor och daghem erbjuder vegetarisk kost. De nya generationerna tar inte köttet för givet.

Född till superkvinna?

När man läser intervjuer om Itkonen, skapar man sig lätt en uppfattning om en överlägsen, specialbegåvad superkvinna som bara seglar från succé till succé. Itkonen är musiker från Sibelius-Akademien och industriell formgivare från Konstindustriella högskolan. Hon fick sitt första barn under studierna och examinerades ändå först i sin årskurs. I dagens Finland kan man klassa familjen Itkonen som en storfamilj, eftersom tvåbarnsfamiljen i våras utökades med tvillingar. Itkonen själv anser att med hårt arbete, ihärdighet och bra instinkter kunde vem som helst ha gjort samma sak som hon med Pulled havre, det vill säga uppfinna en helt ny succéprodukt. Även stora förändringar sker slutligen med hjälp av en liten, hängiven grupp. – Jag har jobbat hårt och tänkt att man bara måste kämpa framåt.

De egna valen har långtgående konsekvenser med tanke på både miljön och landets ekonomi. Jag försöker kämpa för att människorna skulle använda sina talanger till rätta saker. Man borde investera med hjärtat. Itkonens mod, entusiasm och målmedvetenhet har väckt mycket förtjusning. Att få göra något konkret intresserar dock Itkonen mer än att framhäva sig själv. Samma värderingar leder alla hennes val, såväl i arbetet som på fritiden. – Jag uppskattar att man planerar saker på lång sikt och därför har jag valt Ålandsbanken som personlig bank. På Ålandsbanken planerar man saker flera generationer framåt. Ålandsbankens tankesätt har likheter med Gold&Greens idé, alltså att man bryr sig om miljöns tillstånd och samtidigt även om människorna i närheten.

Framtiden

I april fyller Gold&Green tre år. För ett år sedan köpte Paulig 51 procent av Gold&Greens aktier. Nu har produktionen och produktutvecklingen tid att koncentrera sig på nya produkter och marknader. Finland är endast en pilotmarknad. – Nya produkter är Monday- och Meze-kryddade veganbullar. Tanken nu är att sälja vår licens till globala samarbetspartner. Det första licensavtalet gjordes med Paulig, och det gäller Nordeuropa. Pulled havre lanserades i Sverige i höst. Nu säljs den alltifrån Lappland till Skåne. – Vi har en fabrik under uppbyggnad i Sverige, som blir klar i början av nästa år. Vi tror att Pulled havre kommer att bli ganska stort i Sverige.

Itkonen kan inte säga, var hon är om fem år.

– Ibland frågar folk om jag har en ny idé på gång. Inte går det ju till på det sättet. Först när man mentalt kan släppa taget om det föregående projektet öppnas känslspröten för nya saker. För tillfället är mitt hjärta med i det här projektet till 100 procent. Eller officiellt är jag ju mammaledig just nu. Därtill verkar Itkonen vara en något aktivare styrelsemedlem än genomsnittet.

Artikel från Ålandsbanking nr 2/2017 (publicerad 20.12.2017)

Text: Tarja Vilén / Foto: Jetro Stravén