**IdanIhme\_EditoituS2E2**

Äänitteen kesto: 52 min

**Litterointimerkinnät**

Ding Ma

Rebekka Mikkola

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| sa- | sana jää kesken |
| (sana) | epävarmasti kuultu jakso puheessa tai epävarmasti tunnistettu puhuja |
| (-) | sana, josta ei ole saatu selvää |
| (--) | useampia sanoja, joista ei ole saatu selvää |
|  |  |
| , . ? : | kieliopin mukainen välimerkki tai alle 10 sekunnin tauko puheessa |

[musiikkia]

Ding Ma:

Tervetuloa Etelä-Karjalan liiton #idänihme-podcastiin, jota on rahoittanut EAKR-hanke, Etelä-Karjalan Aasia-osaamiskeskittymä. Kiinasta puhuttaessa vanha Kiina-ilmiö ei monelta osin pidä enää paikkaansa. Liiketoimintaympäristön ja yhteistyökumppanin muuttuessa vauhdilla ainoa tapa pärjätä on ymmärtää muutoksen suuntaa. #idänihme-podcastin tavoitteena on host Ding Man ja asiantuntijavieraiden voimin tuoda esille monipuolisesti näkemyksiä Kiinasta. Aiheena käsitellään sekä ajankohtasia että yleisemmin doing business in China -tyyppisiä teemoja.

(--) [00:47] uusi tuotantokausi käyntiin, ja luovien alojen parissa jatkamme #idänihme-podcastissa. Tänään puhutaan KOL:stä. Ai mikä? Key Opinion Leaders. Eli mielipidevaikuttajat. Ja tarkemmin sanottuna puhumme tänään sosiaalisen median vaikuttajista, sillä olemme saaneet vieraaksemme yksi suomalaisista sometähdistä Kiinassa: Rebekka Mikkola. Olen hostisi Ding Ma, ja eiköhän mennään.

Rebekka, lämpimästi tervetuloa. Olet erittäin suosittu TikTokissa tai siis TikTokin Kiina-versiossa Douyinissä, ja tililläsi on yli 800 000 seuraajaa ja tykkäyksiä on lähemmäs kaheksan miljoonaa. Miltä tuntuu olla some-tähti Kiinassa?

Rebekka Mikkola:

Kiitos. Todella hauska päästä osallistumaan tähän ohjelmaan. Tää on ollu tosi mielenkiintosta tää somettaminen Kiinassa. Tää kaikki lähti oikeestaan ihan vitsistä mun tyttären kanssa. Koska mun tytär on sen ikänen, et hän tosiaanki leikkii tällä kansainvälisellä versiolla. Ja hänen kanssaan tehtiin tämmönen pieni veto, koska tän koronan myötä oli vähän tylsää kotona. Sitte päätettiin, et hei, et nyt… Hän keksi, että äiti, et laita sä video sinne Kiinan TikTokiin, ja mä laitan Suomen TikTokiin, ja se, jol on enemmän katsojia, voittaa, ja sit pitää maksaa toiselle [Ding Ma nauraa], et hän joutu luopumaan viikkorahoistaan. No, itse asias siinä vaihees oli ihan selvä, että hän voittaa, koska siis hänel oli kokemusta ja hän tiesi, et mistä tykkää, ja mul ei ollu mitään hajuukaan, et miten (--) [02:39]. Ja mul ei ollu ees tiliä koko siis… Mä en muutenkaan oo sen ikänen, että mä harrastan tämmöst [nauraa] somettamista. Mun sosiaalinen media siihen asti ollu Facebook. Mul ei oo siis mitään Instaa eikä mitään muutakaan, et emmä oo tämmösiin… Sit mä laitoin videon sinne – no, mä hävisin tietysti ensimmäiset pari kertaa. Sit neljäs video oli… Meni yheksän miljoonaa katsojaa rikki.

Ding Ma:

Vau [nauraa]. Sä voitit siin vaiheessa varmaan, että –

Rebekka Mikkola:

Joo, mä voitin, joo, aika selkeesti, ja tytär oli vaan, et no niin, nyt ei enää pelata tätä, koska hän ajatteli, et nyt tää loppu tää hänen suurin lystinsä. Siitä se sit alko. Se oli aluks sillee tosi hauskaa, koska mä en oikeen itse ehkä hahmottanu, et mä vastaan näin pitkästi tähän sun kysymykseen, koska se on ollu tosi semmosta aaltoilevaa. Et mä oon käyny erilaisii tunteit, et aluks mä en oikeen ees tajunnu, mitä se tarkottaa, et yheksän miljoonaa, et se on enemmän ihmisii ku Suomessa. Sitte myöhemmin vasta tajunnu, et oikeesti, et jotku videot pyörii miljoonia kertoja, eli sen on miljoonia ihmisiä nähny. Sit mun kaikki tutut Kiinassa on nähny niitä, nii sit siin vaihees rupes tulee vähän niinku, et [haukkoo henkeä], et oikeesti must on tulos joku julkkis Kiinas (--) [04:05] semmosta aaltoilevaa. Et nyt mä oon ehkä päässy siinä semmoseen, et mä haluun hyödyntää sen julkisuuden, että mä oon jo siinä pistees, et mä hyväksyn sen, et okei, nyt mä oon tunnettu Kiinassa, ja sille ei voi mitään [nauraa]. Ei voi täs vaihees enää (muuttaa omaa) mediastrategiaa!

Ding Ma:

[nauraa]. Ja oliks se nii, että tavallaan alussa et halunnu edes lähipiiril kertoo siit, että sä teet TikTok-videoita, ja sitten tavallaan tää muutos on sitten vasta ajan kanssa tapahtunu?

Rebekka Mikkola:

Joo, kyllä, eli tosiaanki ku TikTok on Suomessa ehkä just semmosten teini-ikästen, eli mun tyttären ikästen tämmönen sosiaalinen mediakanava, niin Kiinassa se on taas tosi eri, et siel on siis kaikki, et siellähän on joku 800 miljoonaa ihmistä, käyttäjää – Douyinilla on. Niin se tarkottaa sitä, et siel on oikeesti kaikenikäsiä ihmisiä, et se ei oo niinku samal lailla, ja siel on myös paljon ihan koulutusasiaa: siel on ihmisii, jotka puhuu esimerkiks lastenkasvatuksesta tai antaa lakitietoja. Ja sit on myös ihan siis kuuluisia julkkiksia, jotka esimerkiks esiintyy, laulaa tai näin päin pois. Mul oli sillee, et se oli se puol miljoonaa ku meni rikki, nii sit mä vast uskalsin kertoo, et hei, mä leikin tämmöstä.

Ding Ma:

Nii ihan semivakavasti vaan leikin, että puoli miljoonaa seuraajaa siinä [nauraa].

Rebekka Mikkola:

Joo, ja sit mulhan oli se ongelma, et mähän pääsin siihen puoleen miljoonaan neljäs kuukaudes.

Ding Ma:

Joo, tosi nopeesti, nii.

Rebekka Mikkola:

Et se tuli tosi helposti, joo, se tuli tosi helposti, ja se vähän niinku ehkä pysäytti ja pelästytti. Sen takia se on kasvanukki paljon hitaammin sen jälkeen, koska piti oikeesti miettii, et mitä haluaa sit sillä (-) [05:53] tehä. Aluks se oli semmost, et emmä Suomes kehdannu kenellekään kertoa. Ja sit mä esiinnyin tässä Suomi-Kiina 70 vuotta diplomaattisuhteita -videosarjassa, jonka Pekingin suurlähetystö tuotti. No se toi sitte taas julkisuutta Suomessa. Ja sit Hesari pyysi, et voitsä kertoo sun tarinaa, ja mä ensin (-) Hesari, ou nou. No sit mä suostuin siihen, mut seki oli semmost, et sit ku se tuli, nii senhän oli lukenu sit kaikki tietysti [nauraa]. Mut se oli tosi positiivista se palaute, et kaikki oli, et hei, vau, et tosi hieno juttu. Ehkä sen jälkeen on uskaltanu sitten enemmän olla julkisestikki some-tähti niin sanotusti.

Ding Ma:

Kyllä. Videoissasi puhut täydellistä kiinaa ja tavallaan ei ainoastaan mandariinikiinaa mutta myös Shandongin slangia ja kantonin kiinaa myös. Olen ymmärtäny, että jo sinun isovanhemmat on ollu pitkään Kiinassa. Kerrotko lisää, että miten olet itse oppinu kiinaa, ja millainen suhde tavallaan suvullasi tai perheelläsi on Kiinaan?

Rebekka Mikkola:

Niin, no meilhän on neljässä sukupolvessa ihmisiä, jotka puhuu kiinaa. Eli siis mun isovanhemmat osas kiinaa, mun vanhemmat osaa kiinaa, sit me osataan kiinaa, tai siis minä ja sisarukseni. Sisarukseni ehkä vähän heikommin, mut osaa kuitenki, et kylhän he pystyy käymään keskusteluja (--) [07:29] ihan perusasiaa. Ja sitten mun tytärhän puhuu kiinaa. Et meil on niinku neljäs sukupolves, et mun isovanhemmat on aikanaan 60-luvulla vähän niinku omasta… Mun isoisä oli aika hauska tyyppi, et hän oli apteekkari, proviisori, hän teki lääkkeitä. Sit hän päätti, et ku hänel on tämmönen taito, nii hän haluu lähtee pelastamaan maailman, että hän haluu mennä antamaan näitä länsimaisia lääkkeitä, niinkun niistä semmosii kopioversioita edulliseen hintaan sit semmosille (--) tarvii. Ja he sitte jostain inspiraation syystä päätyivät Kiinaan ja nimenomaan Taiwanin saarelle. Ja sit siellä he olivat kymmenen vuotta, eli sillon mun isä on ollu lapsi, jollon hän oppi kielen. Tietysti sitte kun oli se kielitaito, (niinkun isän) sit helppo hakea töihin, jotka sitten myös veivät hänet takaisin Kiinaan. Eli mä oon ensimmäist kertaa ollu tosiaanki Kiinassa sillon, ku mä oon itse ollu neljä. Ja se on varmaan sillon tarttunu semmonen mielenkiinto Kiinan kulttuuriin ja ylipäätään siihen kieleen. Mehän ollaan kaikki puhuttu lapsena tosi sujuvasti, siis me kaikki sisarukset. Mut kyl se tietysti vuosien varrella, ja sit ku mun sisaruksista, niin… Vaikka sit mun nuoremmat sisarukset asu myös Pekingissä mun vanhempien kanssa, mut ei he oo (--) [09:03]. Mun isähän aina heittää vitsii, et Rebekka on se mun kiinalainen tytär [Ding Ma nauraa], et musta tuli Kiina-versio. Ja toki tietysti ihan eri lailla mulla kielitaito hallussa, koska mä aikanaan menin sit aikuisena myös takasin.

Ding Ma:

Niin, menit töihin sitten Kiinaan, joo.

Rebekka Mikkola:

Et mä tein (vähän niinku mun isovanhemmat ja mun isä). Et sit ku sä meet aikuisena takasi, sä joudut työelämässä käyttään sitä, (nii sit se on tietysti vähän eri asia). Et kyl meil on niinku, ja kyl mä itse koenki, et mä oon semmonen hybridi, mikskä sitä kutsutaan nykysin, et vaik mä en oo etnisesti kiinalainen, mut kyl mä koen, että –

Ding Ma:

Mut bilingual kuitenki, että –

Rebekka Mikkola:

Joo. Mun yks ystävä sano mulle aika hyvin, et amerikankiinalaisii kutsutaan (niinku banana, et ne on banaaneja), ku ne on niinku keltasii ulkoo ja valkosii sisä. Vähän niinku sä oot vähän tämmönen (banaani) [Ding Ma nauraa]! (Sit se sano mulle, että) sä oot kananmuna [nauraa]. Mä oon valkonen ulkoo ja keltanen sisältä!

Ding Ma:

Ihan jännä vertailu kyllä, ja toimii, ei siin, että joo, kyllä [nauraa].

Rebekka Mikkola:

(Kyl mä ihmettelin sitä ensin) [10:14], ku hän kerto tän kiinaks, niin mä ensin luulin, et hän haukku mua, koska yleensä Kiinas on paljon semmosii haukkumasanoja, jotka liittyy tähän niinku kananmunaan (--) mitä mä oon nyt tehny pahaa. Sit se oli vaan, et eiku eksä ymmärrä, et sä oot niinku valkonen ulkopuolelta ja sit sul on keltanen (-). Mä et okei, no toi on oikeesti semmonen aika hyvä. Et kyl mä koen, et mä oon monissa asioissa, niinku, mun ajattelumaailma on varmaan hyvin erilainen, ku jos mä olisin kasvanu mun koko ikäni Suomessa.

Ding Ma:

Varmasti.

Rebekka Mikkola:

Vaikken mä ehkä osaa erotella niitä enää ollenkaan. Tai mä en itse ehkä huomaa sitä, mut et kyl tiedän, että ei se voi olla vaikuttamatta – 20 vuotta elämästä –

Ding Ma:

Nää on varmaan myös sellasii asioit, mitä videoiden kautta tulee esille, että esittelet videoissasi suomalaist elämäntapaa. Mikä tavallaan yllättävin asia sun kiinalaiskatsojille, seuraajille Suomesta, ja mikä on tavallaan sun suosituin video Kiinassa täl hetkellä?

Rebekka Mikkola:

Hmm. Siis sanotaan näin, et must on… Ehkä tietysti just se, että ku mä olin aikanaan töissä Kiinassa, nii sä kuitenki vaan tapasit tietynlaisia ihmisiä. Et ku mä olin aikasemmin… Ensin mä olin Finnairilla töissä, nii sä kuitenki vaan tapaat sitä tiettyy asiakaskuntaa, joka kuitenki (lentää esimerkiks Eurooppaan) [11:38]. Jollon ei tullu ehkä vastaan niin paljo semmosii ihmisii, et niinku Suomi, et onks se maa?

Ding Ma:

[nauraa]. Kyllä, kyllä.

Rebekka Mikkola:

Et ku mun koko TikTok-nimihän on niinku Suomalainen, niinku [puhuu kiinaa], et mä oon Suomen (-). Moni ihminen, ku ne näkee sen nimenkään, niin ne ei tajuu, et mä oon Suomesta.

Ding Ma:

(--) Suomi tarkottaa maa –

Rebekka Mikkola:

(--). Et se ei välttämät ees herätä, ja tosiaan ku siel on se 800 miljoonaa ihmistä, nii siel on sit niin laidasta laitaan, et siel on tosi (paljo semmosii, jolle ei) Suomi sinänsä edes sano mitään. Sen takia must on tosi hienoo, vaik mun mummo aina sano, että kuka kissan hännän nostaa ellei kissa itse, niin kehun nyt taas itseäni, mut et kyl mä koen sitä, et jos ei mitään muuta oo saanu aikaseks, nii ainaki mä oon saanu, et useampi miljoona kiinalainen nyt tietää, et Suomi on oikeesti maa [nauraa].

Ding Ma:

Kyllä, ja se on mahtava saavutus kyllä, just näin.

Rebekka Mikkola:

Joo, et jotain olen ainaki saanu aikaseks, että eivät nyt sekota sitä Hollantiin tai Ukrainaan. [Ding Ma nauraa]. (--) [12:46] kuulostaa kiinaks tosi samalta. Et se on semmonen. Ja sit mä vertailen yleensä Kiinaa ja Suomee ja just semmosis asioissa, missä mä haluan vaan, että he tajuaa toisen puolen. Kiinas on paljon semmosia ajatuksia, että 18-vuotiaana me heitetään lapset, potkastaan ne ovesta ulos, ja sit me ei enää nähdä niitä. Ja et meil ei oo niin lämpimät perhesuhteet. Ja meiän vanhemmat ei pidä meiän lapsista huolta, ku vauvat syntyy. (--) koska järjestelmä toimii eri tavalla, et meil on äitiysloma, ja sit äitiyslomalla jälkeen lapset pääsee päiväkotiin, että kylhän moni nuori kiinalainen haluais, että lapset pääsis mieluummin päiväkotiin, ku että haluis rasittaa omia vanhempiaan sillä. Ja nää on semmosia aihepiirei, mitkä sit mun mielestä semmoset koulutetut ihmiset tai siis semmoset ihmiset, jotka haluaa nähdä ehkä avarakatseisemmin, nii he ymmärtää, et okei, tää on vaan niinku eri tapa toimia. Ja se on mun mielest sillee hauska, et jos mä pystyn ees antamaan muutamalle ihmiselle semmosen oikeen käsityksen siitä, että minkä takia me mennään, et ei se oo siks, ettei meiän vanhemmat rakastais meitä tai et me ei rakastettais meidän vanhempia tai näin. Nii seki on hyvä, ja sit ihan ylipäätään kaikesta, et meiän sakkojärjestelmästä mä oon tehny videoita.

Ding Ma:

(--) [14:10] parkkoliisa iskee [nauraa]!

Rebekka Mikkola:

Nii, ja just se, että ku meil on niinku se, et sä saat päiväsakkoja, mitkä on tulopohjasta. Tää oli aika suosittu, kunnes sit Douyin oli sitä mieltä, et se oli ehkä vähän sensitiivinen, ku mä puhuin siitä, että me ollaan… Niinku tää fair, et tää on reilu järjestelmä. Toki varmaan (ei) monen rikkaan mielest oo kauheen reilu järjestelmä. Ja sit mun suosituimmat videot, niin on kaks tapaa olla suosittu. Yks on, jos katsotaan pelkkii katsojamäärii –

Ding Ma:

Nii, toistojen määrä, nii.

Rebekka Mikkola:

Ja mun suosituin video katsojamäärien puolesta on semmonen video, missä me ajetaan keskellä kesää kesäkuussa viime vuonna (-) aikaan Turun motarilla kohti Helsinkii. Ja täs videolla on yli 11… On sil varmaan enemmän, varmaan 13 miljoonaa katsojaa nyt täs vaiheessa, koska –

Ding Ma:

Hurja [nauraa].

Rebekka Mikkola:

Ja se video on sinänsä jänskä: siin on just tätä, että länsimainen ihminen puhuu kiinaa. Mikä on se tietysti, mikä on sen ihmisen pysäyttäny siihen videoon. Sit siin on tämmönen reilusti iäkäs naishenkilö (--) [15:29] 120 kilometrii tunnissa ihan laillisis (--) ei ajanut ylinopeutta! Niin ajaa Turun motarilla, joka on aivan tyhjä tietysti koronan aikana. Ja sit kello on yheksän illalla, ja on täysin kirkasta. Eli (--) yöttömät yöt. Seki oli monelle semmonen asia, vaik oikeesti se on semmonen tieto, mikä ihmiset oppii kyl koulussa. Yläasteen oppimäärään Kiinassaki kuuluu kyllä tämä asia tai (--) peruskoulussa, mut et se ei vaan, ihmiset ei muista tämmösii asioita.

Ding Ma:

Nii, eikä varmaan nää silleen livenä videon kautta, että –

Rebekka Mikkola:

Nii. Se on usein semmonen hahmottamisjuttu, että sä tiedät, et semmonen ilmiö on, mut et sä ehkä oikeesti tajuu, et se on oikeesti niinku päivä. Et se on niinku oikeesti niin valoisaa niin kuin päivällä. Ja tietysti se kamera on vähän, se näyttää viel enemmän, että… Yheksän aikaanhan on kesäkuussa tosi valoisaa. Nii siin oli just semmosii elementtei, mitkä oli aika ihmeellisii: just se, että tämmönen vanhempi naishenkilö, että kuitenki eläkkeellä oleva naishenkilö, nii ajaa ensinnäki autoo ja suht lujaa. Ja sit just tää kiinan kieli ja just tää sitte yöttömät yöt. Eli siin oli monta semmost ihmetystä herättävää videoo, jonka takia se on tietysti pyöriny. Ja sit toinen mittari, millä mitataan suosittuu videoo, on, et kuinka paljon sil on tykkäyksiä. Ja mun ehdottomasti – ylitse kaiken – suosituin video on – ja pyörii edelleen – semmonen, missä mä keskustelen tästä länsimaisten ihmisten… (Se nyt on) tosi suosittuu tällä hetkellä. Länsimaisten ihmisten… Tietysti varsinki somessa. Niinku tulla esiin tämmösillä aika radikaaleilla kommenteilla, että minä rakastan Kiinaa, minä rakastan (kiinalaista) [17:35] ruokaa. Siin videol mä pohdin vaan niinku, et jos sä oot asunu Kiinas vuoden, nii onks se oikeesti rakkautta, vai onks se niinku, et sä vaan tykkäät. Ja jos sä oikeesti rakastat, niin onks se semmonen asia, et sä oikeesti tulisit someen sitä kertomaan? Se on vähän semmonen video (--) pohdin sitä ääneen, et onks se oikeesti rakkautta, et miten sä huudat sen ulos jotenki. Ja sil on yli miljoona tykkäystä tosiaanki. Ja se on ehdottomasti myös mun semmonen video, mistä mä oon saanu enimmiten seuraajia myös. Koska ensinnäki se on hirveen looginen, ja siinä tulee tosi hyvin esille myös se, et miten hyvin mä oikeesti puhun kiinaa.

Ding Ma:

Et tavallaan pystyy käymään sellasia syvällisiä pohdintoja kiinaksi.

Rebekka Mikkola:

Joo, ja sit tosiaanki, ku ne videot on kaikki minuutin pitusia, niin moni ei ehkä ajattele, että on todella vaikea itse asias pitää minuutin video, jossa sä niinku get to the point, ja sä saat pysäytettyy katsojat niin, että ne haluu kommentoida sitä tai tykätä sitä tai ruveta seuraamaan sua. Nii se on oikeesti, se ei… Se on paljon helpompaa esimerkiks tälleen jutella [nauraa] sun kanssa (-) [19:05], niin voi rönsyillä, mut sit siin minuutissa, niin siin ei oikeestaan mahdu yhtään ylimääräst sanaa. Et ne on ehkä mun suosituimmat. Tietysti on monessa semmoses jossain niinku, et on semmosiiki videoit, missä mä oon Helsingissä Kauppatorilla, nii siitäki on tullu seuraajia, et ihmisii kiinnostaa eri asiat, et kiinnostaa ruoka. (--) muikkuja [naurahtaa] ja tämmösiä. Et kyl neki on semmosii, mitä ihmiset kiinnostaa. Kun nyt varsinki näinä vuosina, ku me ei olla päästy lähtee maailmalle, nii on kivaa, että maailma tulee heille. Ja monelle voi olla, että he ei koskaan pääse.

Ding Ma:

Jes, ja mennään seuraavaks syvemmin tähän sosiaaliseen mediaan. Miten kuvaisit tavallaan sosiaalisen median merkitystä Kiinassa? Toki äsken puhuttiin, että TikTokis on jo 800 miljoonaa käyttäjää, että se kattaa aika laajasti koko maan kansaa jo, mutta.

Rebekka Mikkola:

Joo, siis kyllähän tällä hetkellä TikTok ja ylipäätään Kiinassa nää eri sosiaalisen median alustat, niin niitähän on tosi paljon. (--) [20:27] sitten nyt myös on tää (-). Ja siis niit on tosi paljon nyt erilaisia. Sitten myös (-) on oma, nyt Tencentilläki on oma, ja (--) ja yrittää samaan. Mut ei niinku, et tällä hetkelläki esimerkiks näkee, et semmoset, jotka on ollu tosi supertähtiä jossain (-), (niin niist on) moni siirtymäs nyt TikTokiin. Eli täs on selvästi tullu semmonen muutos, että sieltä on semmoset, jotka on ollu aikasemmin jollain toisella platformilla, niin on nyt siirtyny sieltä pois. Ja kyllähän Kiinassa siis se määrä ihmisiä, mitä katsoo – esimerkiks tää nyt tällä hetkel kaikist suosituin TikTokis oleva livestriimaaja, nii tämmönen (-), joka on tullu nimenomaan KS:n puolelta, niin hänen yhtä livelähetystä seuraa yli miljoona ihmistä.

Ding Ma:

Vau. Livelähetykset, joo. Eli samanaikasesti, nii, striimaukset seuraa, joo.

Rebekka Mikkola:

Nii. Et kyl se siis on tosi vahvasti, ja nythän on se, et esimerkiks myös jos puhutaan tämmösest kaupallisesta puolesta, niin kyllä tällä hetkel esimerkiks livestriimauksista… Et ku ennen vanhaan livestriimaukset oli just tämmösii, et joku esiintyy, tai joku jutteli, tai (--) [21:57] tämmösii enemmän niinku viihdyttäviä, niin kyllä tällä hetkellä prosentuaalisesti 63 prosenttia kaikista livelähetyksistä on jo myyviä. (Eli he myyvät) jotain: oli se sit oppitunteja – voi olla, et englannin kielen tunteja. Ne voi myydä jotain asiantuntijapalveluita. Voi olla, et myy tuotteita. Mut et ne myy jotain. Eli se on tosi nopea kasvava trendi, ja tällä hetkellä TikTokhan syö (-) ja (-) tätä verkkokauppaa. Et ku aikasemmin TikTokissa sä pystyit myymään (-), eli mä pystyin tekemään videon, linkittää sinne esimerkiks jonku tuotteen, mikä oli esimerkiks (-).

Ding Ma:

Niin, tavallaan ohjataan sitten –

Rebekka Mikkola:

Joo, ja ohjata sitä virtaa sinne (-). Videoissa se on tällä hetkel jo mahdollista, mutta viime vuodesta lähtien livestriimauksis ei enää voi laittaa. Eli he on lähteny taistelemaan keskenään. Ja tällä hetkellä nyt monet yrittäjät, myös suomalaiset yrittäjät, on joutuneet sit perustaan myös TikTokin puolelle myymälän, koska muuten sä et pysty niis striimauslähetyksis myymään enää. Et kyl Kiinassa sosiaalisen median vaikutusvalta on tosi suurta. Ja kyl mä sanoisin, että siin varmasti on osittain perääkin, koska sit kun on tämmösii ihmisii, jol on oikeesti tosi suuri seuraajakanta, ja jos mä mietin vaik itteäniki, niin kyl mä oon tosi tarkka, et mitä mä myyn. Et must ois ihan katastrofaalist, et mä jäisin kiinni siitä, että ne tuotteet olis jotenki ala-arvosia. Tai (että tää olis) [23:49] ollu huono mun seuraajille. Et mä ymmärrän, minkä takia ne seuraajat luottaa suhun, koska mä mietin itse sieltä toiselta puolelta.

Ding Ma:

Tavallaan toimit kasvona sille kuitenkin.

Rebekka Mikkola:

Niin, kyllä. Et sen takia on tosi tarkkaa se, että mitä siellä myy, ja että ne varmasti tuotteet toimii, ja et se logistiikka toimii. Nii varmaan se on myös sitten turvallisempaa (kuluttajan näkökulmast).

Ding Ma:

Mut tätä haluankin kysyä, että tavallaan millasia yhteistyömahollisuuksia tää suosiosi, näkyvyytesi on tuonu sinulle?

Rebekka Mikkola:

No, siis, mä tosiaanki alotin tosi (--) tosi noloo. Ja kyl mul kesti tosi kauan, ennen ku mä uskalsin yhtään mitään, että kyl alussa mun ensimmäinen asiakaskontakti Suomessa, nii kyl mä itse otin yhteyttä. Ja hyvin nöyränä, että mua kiinnostais tehdä yhteistyötä ja testata, et miten tää toimii. Mulle siinä hetkellä se tärkein asia ei ollu se taloudellinen puoli, vaan (niinku, et mä) [25:00] halusin myös… Ku mul on ollu hirveen tärkeetä se, et mun nimiki on Suomalainen tai Suomen Rebekka niin sanotusti. Niin se, että mä tuon vahvasti esille, et mä en myy mitään muut ku suomalaisii tuotteita. Voi olla, että tulevaisuudes (--) tilanteest, mut voi olla, et tulevaisuudes siihen vois tulla jotain ruotsalaista tai norjalaista tai tanskalaista, mut et sen (pide-, niinku mä en) halua lähtee. (--) myymään ranskalaisia viinejä tai jotain semmost, et kyl mul on hirveen tärkeetä se, että mä… Koska mun logiikkahan on se, että ku mä en oo 20-vee ja ajattele, et okei, tää on nyt tää ura, vaan et mä haluan, että tää somettaminen liittyy myös kaikkeen muuhun, mitä mä oon tehny tähän asti elämässäni. Eli mulle on hirveen tärkeetä se, et mä pysyn siinä yhessä sektorissa, enkä rönsyile joka puolelle. Eli et voi sanoa, että mun kaikki tuotteet on Suomest, et kyl mä oon tehny kaiken… Siis kaikista suurimpia just, niinku, myyny suurella ylpeydellä Fazeria. Ja siis oon myös tehny Keskon kans yhteistyötä, Pirkka-brändin kans yhteistyötä, Myllyn Paras -kaurahiutaleita on myös ollu ilo myydä. Et kyl se on… Nii ja tai ksylitolipastilleja. Et vaik ksylitoli on ehkä nyt… Nii ja kauramaito [Ding Ma nauraa]. Et ne on semmosii tuotteit, mikä on mun mielest Suomes tosi hyviä, ja ylipäätään se, et haluan, et ihmiset tietää, et suomalaiset tuotteet tarkottavat laatua.

Ding Ma:

Mm, et sellasta puhdasta ruokaa.

Rebekka Mikkola:

(--) [26:52] ei missään nimes oo se halvin hinta. Mut et meil on oikeesti tosi laadukasta, että –

Ding Ma:

Tosi kiva kuulla, et tavallaan on pystyny hyödyntämään tää näkyvyyttä positiivisen Suomen kuvan viejänä nimenomaan.

Rebekka Mikkola:

Joo. Ja toivottavasti pystyy enemmänki sit näitä tuotteita, et vaikkei sit ehkä välttämättä… Kuitenki tommoses portaalis, mis on niin paljo ihmisii, nii ehkei pysty silleen niinku, et myymään kymmeniätuhansia jotain, koska ne tuotteet ittessään ei oo mitään niin halpoja, nii ei ehkä sillee, eikä ehkä oo niin suuri julkkis, et mul ois miljoona ihmistä katsomassa mun striimausta. Mut kuitenki aina Suomea viemässä eteenpäin. Et se on mulle semmonen tärkee juttu – ku sitähän mä oon tehny mun koko ikäni: mähän ollu matkaoppaana ja sit mä oon ollu matkatoimistossa ja mä oon ollu Finnairilla [nauraa]. (On niinku) aina tätä Suomi-kuvaa yritetty viedä.

Ding Ma:

Kyllä. Ja tosta matkailusta tuli mieleen, että mitä mieltä oot, että pitäskö laajemmin Suomea kuvata tai käyttää materiaaleissa (-) [28:12] videoiden osalta. Ja muun muassa ollaan puhuttu siitä, että Simo Häyhä on yllättävän tunnettu Kiinassa, että Etelä-Karjalassa sijaitsee Simo Häyhä -museo, nii sellanen video vois olla ihan kiinnostavaa sinunkin seuraajille.

Rebekka Mikkola:

Joo, siis se oli tosi huvittava juttu, ku mä ensin, ku mä alotin striimaamaan, niin sit mun striimauksessa oli vaan niinku, et tosi moni ihminen kysy, että tiedätkö sinä, kuka on Simo Häyhä. Sit mä olin niinku ihan, et kyl mä tiedän, kuka on Simo Häyhä, [Ding Ma nauraa] mut mistä sä tiedät, kuka on Simo Häyhä? Ja se johtuu tietysti, ku se talvisotaelokuvahan pyöri siis siellä Kiinassa. Emmä oikeesti ollu ajatellu, et sitä ois oikeesti tosi moni ihminen katsonu! Sit siel on oikeesti tosi paljo ihmisii, jolla on tosi paljo tietoja… Tai siis tosi ihmeellisiä asioita he tietävät Suomesta. Joku voi tietää esimerkiks Tikkurilan maalit. Tai et siellä on niinku… Ja tietysti varmaan mä voin kuvitella, et mun seuraajissa on myös paljon semmosii ihmisii, jotka on töissä jollain suomalaisella yrityksellä, että –

Ding Ma:

Nii, että heil on lähtökohtasesti enemmän Suomi-tietoa.

Rebekka Mikkola:

Sit ku mä kysyn, et mitä hienoa on Suomesta, nii sit he tietysti myös kertoo, et hei, Kone-hissit tai Outotec ja Wärtsilä ja mitä näitä (--) [29:32]. Et kyl siel tulee tosi paljo. Ja siis munhan tavoite on se, että toivottavasti jos nyt tää meiän korona olis vähän niinku (ollu parempaa, ja) kyl mä yhes vaiheessa meninki, et mä kävin Helsingin keskustassa kuvaamassa tiettyjä paikkoja ja kävin Porvoossa. Sitä videoo mä en koskaan laittanu, koska sit mä en saanu siihen sitä (--) sä alotat sen, sen pitäis jatkuu sillä tietyllä linjalla ja –

Ding Ma:

Niinku se olis tietynlainen road trippi, että se jatkuisi.

Rebekka Mikkola:

Joo. Et sen pitäis olla semmonen, et sit niinku kävis, ja nimenomaan, et se vaatii myös aika paljo työtä, et sen pitäis just olla näitä tämmösii Simo Häyhä -museo, just semmosii juttuja, eikä niinku, et mä meen Helsingissä, mä näytän jotain Senaatintorii, koska –

Ding Ma:

Niin, ku se ei avaudu –

Rebekka Mikkola:

Se löytyy netistäki. Mut et miten se vois olla sit se joku kertomus siellä taustalla. Et esimerkiks jossain Senaatintorilla puhuin siitä, et Suomella oli Venäjän vallan aikana jo oma valuutta esimerkiks. Ja saatiin käyttää suomen kieltä, et ne on ehkä semmosii tietoja, mitä ihmiset ei tienny.

Ding Ma:

Nii, ja on kiinnostavaa tavallaan.

Rebekka Mikkola:

Joo. Et kertoo semmosii asioit, mitkä ei ehkä oo just se… Niin, tai mitä suomalaiset tykkää syödä Kiinastaki, nii kiinalaisii kiinnostaa se, et mimmost kiinalaist ruokaa (suomalaiset syö) [31:00, Ding Ma nauraa]. Mut kyl se on se mun ajatus, et tarkotus on lähtee nimenomaan sit tulevaisuudes semmoses matkaopasminänäni, niinkun näin. Ja sitten se myös, et miten tästä on tarkotus jossain vaiheessa saada sit oikee uraki, niinku on sitte, et ku toivottavasti covid loppuu, niin pystyis järjestää semmosia turistimatkoja, joissa opastais sit näille omille seuraajilleen. Et menis takasin semmoseen omaan rooliin, et opastais tiettyjä erikoisryhmiä, jotka tekis, esimerkiks pelkästään käytäis… Tai siis tehtäis se perusmatka, mut myös syötäis kaikkee tosi erikoista, et nimenomaan, et käytäis maistelemassa joka puolella – tai mikä se sit onkaan se juttu (--) tai käytäis just tutustumas suomalaiseen koulujärjestelmään, tai että minkälaisii ryhmii (--) mut et se olis niinku se mun, et kyl mä haluun ehdottomasti sen road tripin tulla, ja kyl mä tuun sinne Simo Häyhä (-museoo kattomaan) [32:08].

Ding Ma:

Tervetuloa [nauraa]!

Rebekka Mikkola:

Ehdottomasti.

Ding Ma:

Joo, tää on siis hieno kuulla: tavallaan tää covid loi sulle tälläsen uran sinänsä, mut kuitenki, että toivotaan totta kai myös, et palaudutaan siihen normaalielämään, ja tavallaan saat myös jatkoo (--). Joo.

Rebekka Mikkola:

Joo, kyllä, ehdottomasti.

Ding Ma:

Puhuttiin äskön vähän näistä suoramyyntilivestreamlähetyksistä, niin sosiaalisen median yhteydes puhutaan usein alustataloudesta ja näistä suoramyyntilähetyksi-… lähetykset on tullu erittäin suosituks Kiinassa, niin mitä mieltä, että onks tällanen samanlainen ilmiö kenties jalkautettavissa myös tänne Suomeen, ja miten iso se ilmiö täl hetkel Kiinassa on?

Rebekka Mikkola:

No siis Kiinassahan se on tällä hetkellä todella valtava. Et siis jos sä avaat TikTokin, niin siel on miljoonia varmaan ihmisiä; miljoonia ihmisiä myy jotain tällä hetkellä. Ja siis (-) ja (-) [33:15] on molemmilla myös striimauksia. Eli (--) tuotteita myydään nykysin livelähetyksissä, johtuen siitä, että se on hirveen helppo tapa asiakkaan ostaa. Et sä ostat netissä, mut sul on vähän niinku palvelu. Eli ku sä klikkaat auki jonku tuotteen, nii sit siel on joku, joka selittää, et tätä pölynimuria käytetään näin, ja sit ne avaa sen sulle, et se on vähän niinku sä oisit menny sinne kauppaan ilman, et sä menit sinne kauppaan. Ja sit sä voit kirjottaa sinne sun kysymyksiä. Et se on niinku interaktiivinen ostos-tv niin sanotusti. Et kylhän ne ostos-tv:ssäki näyttää sulle, miten ne tekee sen, mut ei välttämät siin –

Ding Ma:

Sillä hetkellä ei pysty vastaamaan vaikka kysymyksiin.

Rebekka Mikkola:

Ja sä et pysty kysyyn heilt mitään. Et se on niinku mun mielest ostos-tv, niinku semmonen –

Ding Ma:

Seuraava leveli.

Rebekka Mikkola:

Joo. Ostos-tv 5.0. Et se on niinku menny siihen. Mä en tiedä, et miten hyvin semmonen Suomessa tulee toimimaan, koska se on vaikee sanoo, et koska Suomessahan kuitenki nyt covidin takiahan on tullu paljon myös näitä – on kuriiripalvelutki ihan eri tasolla pääkaupunkiseudulla, että –

Ding Ma:

Mobiilimaksamiset ja nää, kyllä.

Rebekka Mikkola:

Joo, ja ruokien tilaamiset ja ylipäätään, et sä pystyt tilaamaan tosi monesta paikasta kaikennäköst ilman, et sun pitää ite lähtee. Et mä en tiedä, miten paljon meitä kiinnostaa ylipäätään (semmonen, että me) [34:51]… Koska Kiinassahan ihmiset ei nykysin enää tee ollenkaan ruokaa, tai siis ei voi oikeestaan sanoa näin, mut et tosi paljon nuoret ihmiset ei tee enään itse ruokaa, eli ne tilaa kaiken kotiin. Koska se on niin helppoo, ja se tulee tosi nopeesti. Se virtuaalinen osto motivoi paljo enemmän ku esimerkiks Suomessa. Et ellei me saada mun mielest logiikkaa toimimaan eri tavalla, niin mä en tiedä, miten tää tulis onnistumaan.

Ding Ma:

Nii, että se ei oo ihan yhtä helppo kuitenkaan kun, sanotaan, vaikka Kiinassa: sä tilaat, ja kahen tunnin pääst se on sun oven eellä.

Rebekka Mikkola:

Nii, et jos me puhutaan ruokatilauksista, niin nehän lähtee heti – se voi olla puoles tunnis, 45 minuutis, riippuen, et mimmost ruokaa sä tilaat, et kuinka (--). Ja sitte jos mietitään ostoksiaki, niin jos on saman kaupungin sisällä, nii se voi tulla perille samana päivänä tai viimeistään seuraavana päivänä. Jos lähetetään siis ihan toiselle puolelle maataki, nii yleensä ne on paris päiväs kuitenki perillä. Ku se on se syy, miks ihmiset ostaa, on se, että se tulee suht nopeesti ja helposti. Nii ellei sitä nopeesti ja helposti saa toimimaan, nii jos sä tilaat jostain netistä, ja se tulee kahen viikon kuluttuu, (sit sä sinne ite) [36:17]. Et mä väittäsin, et Suomessa ehkä pääkaupunkiseudulla, ku se on helpompi ehkä toteuttaa. Mut sit muualle se voi olla kuitenki… Emmä tiedä.

Ding Ma:

Joo, ku tavallaan tääl väestötiheys on taas erilainen Suomessa ja kustannukset –

Rebekka Mikkola:

Niin, mut toisaalt sit taas siellä he vois ostaa niitä tuotteit pääkaupunkiseudulla ja päästä testaamaan niitä tuotteit, mitä he eivät muuten saa ilman, et he lähtisivät tänne. Et se voi olla, mut Kiinas on menty tämmösis asiois tosi pitkälle eteenpäin, kaikis mobiilimaksamises ja kaikessa tämmösessä. Ja ylipäätään ihmisel on koko ajan kännykkä kädes, et (--) siis vaik meilläki on nykysin tosi paljon kännykkä kädes, mut ei me olla mun mielest ollenkaan samalla lailla – vielä – addiktoituneet näihin puhelimiin, kun taas Kiinassa sä pystyt tekee sil ihan mitä vaan. Sä pystyt tilaamaan siis… Mä muistan, me oltiin messuilla Pekingissä tos ennen covidia, nii me oltiin siel messuilla, ja sit meil loppu juomavesi. Ja sit mä olin, et okei, no mitä te haluutte, et haluuks joku jotain muutaki ku vettä, ja sit joku toi sen niinku siis (--) [37:36, Ding Ma nauraa]. Eihän me päästy sielt ulos kunnolla, tai siis se olis ollu tosi hankalaa. Sit ihmiset oli ihan: siis, mitä sä teit? Mistä se tuli? Mä olin, et se tuli joku lähikioski, tuli pyörällä (--).

Ding Ma:

Tuttuni toi [nauraa]!

Rebekka Mikkola:

Nii, tai siis, se on niin totuttuu ehkä siellä sit verrattuna. Toki tietysti se vaatii myös, niinku mitä sä sanoit, et se on se alusta myös, et alusta tukee, et TikTok-Kiinan-versio eli tää Douyin, niin alusta tukee: he ovat keksineet tämmösiä erilaisia ostospäiviä, niinku Singles’ Dayhän on Kiinassa tosi suuri. Mut he eivät taistele nyt sitä vastaan, eli heil on tämmönen Douyin hemmottelee seuraajiaan -viikko. Douyin, uusien myymälöiden sponsoriviikko, jolloin alusta antaa omilla jollain alennuskupongeilla tuotteille jotain erikoisalennuksia, ja sit myös, että heil on vähän väliä aina myös niinku, he tukee erilaisia. Eli he voi alottaa, et esimerkiks me tuetaan nyt semmosii ihmisii, jol on vaan tuhat fania. Ja sit heil on joku kamppis, millä he antaa niiden videoille jotain lisää. Yleensähän videot on silleen, että jos se pyörii, nii se tarkottaa sitä, et se video on hyvä, mut joskus se on myös ostettua. Eli mäki eilen, nii kauhee määrä semmosii videoit (--) [39:15] tykkäystä. (--) mitä ihmettä.

Ding Ma:

Okei [nauraa].

Rebekka Mikkola:

Et joskus se on niinku se, et se vaatii myös sieltä alustalta ja… Ja Kiinassahan Douyinhan satsaa tosi paljo. Heil on myös tosi paljon koulutuksia siellä järjestelmässä itsessään, et miten sä teet myyntii, miten teet parhaiten livestriimaust, opettele tekemään. Et kyl se vaatii siltäki, et vaik Douyinhan ei oo sama ku YouTube, et ne ei maksa esimerkiks katsojista, tai ennen eivät maksaneet, mut mä oon ymmärtäny, et niil on nyt semmonen uus äppi, joka on siis ihan, oliks se viime vai toissa viikolla tullu, nii on nyt joku semmonen tapa, millä sä pystyt myös videon katsojamääristä saamaan rahaa. Ja se, miks ne tekee sitä, on se, että he haluis myös nostaa sitä laatua. Eli TikTok on alottanu ensin sillee, et ne heittäny verkon – tehkää ihan mitä haluatte sinne. Ja sit ne on ruvennu sensuroimaan, ku siel ollu kaikkee roskaa. Ja semmost kaikkee vähän niinku sopima-, ei nyt ehkä sopimatonta, mut et kuitenki semmost vähän niinku alatyylistä. Ja nykysin siel, et jos on mitään semmost sopimatonta, et jos näkyy liikaa pintaa tai… Kuitenki siel on tosi paljon lapsiaki, et kylhän sitä täytyy (ajatella, että se ei oo) [40:53] mikään aikuisten kuitenkaan. Et jos vaatteet on yhtään, niinku joku kesämekkoki, nii sit se saman tien lakkaa pyörimäst se video. Tai sit et jos niis puhutaan rumia sanoja, tai ylipäätään on semmost, et hirveesti jotain alkoholia ja tupakkaa tai jotain tämmöstä, niin ne sensuroidaan pois, et kyl ne on tosi tarkkoja, nyt ne niinku vähentää ja yrittää koko ajan saada sitä laatua (--) laatua ylös. Ja sehän tulee oleen tulevaisuudessa, et TikTokhan on nyt ihan selvästi menny siitä, et ku aiemmin oli tosi paljon tämmösii ns. viihdyttäjästriimaajia, niin nyt ollaan selvästi menossa siihen, että Douyin yrittää nostaa nimenomaan enemmän tämmöst asiantuntija- ja tämmöst niinku laatustriimausta, eikä niinkään, et ihmiset vaan pelaa keskenään pelejä. Sehän on tosi suosittuu siel, et ne pelaa keskenään pelejä, ja sit sen pelin aikana esimerkiks, nii sit… Raha, pelataan siis rahasta. Eli mä esimerkiks olisin sua vastaan, ja sit mun seuraajat antais mulle erilaisii lahjoja, jotka sit näkyis siinä rahana ruudulla. Ja sit meil ois joku rangaistus. Se rangaistus voi olla, et vaikka jommankumman pitää laulaa laulu. Mut sit suurimmal osal näillä, jotka pelaa tosi rankasti, nii ne on tosi semmosii, et vaik sun pitäis syödä 30 raakaa kananmunaa tai seistä käsillä tai tehä punnerruksia ylösalasin, eli sä oisit niinku… Mikä se on? Seinää vasten (--) [42:36] punnertaisit maasta. Tai sit ne voi olla jotain, et mee ulos käytävälle ja huuda, et… Tai sit mene seisoo keskelle kaupunkii ja huuda, että minulla on päässä vikaa ja [nauraa] (--) hame päällä tai jotain tämmöstä. Et ne on selvästi muuttamas, et kyl alusta vaikuttaa paljo siihen, et miten alusta tukee, ja sit myös mun mielest logistiikka olis Suomen kannalta. Mut et kyl varmasti tulee tää, et asiantuntijoiden tämmöset striimaukset, jossa myydään jotain, niin kyl mä uskon, että nekin tulevat – ainaki joillain aloilla – varmasti –

Ding Ma:

Joo, se ois varmaan tosi hienoo, että jos vaikka veroneuvonta olis livestriiminä, nii täntyylisiä.

Rebekka Mikkola:

Nii, kyllä, ja varmasti säästäis aika paljo myös niitä semmosii turhia aikoja sitten siellä, missä ihmiset menee ja kysyy vaan jotain iha, mikä on aika yksinkertast ehkä.

Ding Ma:

Verohallinto, tää on ilmanen vinkki [nauraa]!

Rebekka Mikkola:

Niin, tai ylipäätään tämmöset kaupungin jotku palvelut, (mitkä) [43:45] ruuhkautuu soittamalla turhia kyselyitä, nii sithän se vois olla, et siel ois joku, joka antais vinkkejä ja tsemppais ihmisiä, et kyl te selviätte siitä, (et tää ihan yksinkertanen) (--).

Ding Ma:

[nauraa]. Hyvä. Kiitos, Rebekka, ja vielä ehkä tälläne viimenen kysymys, että oot toiminu nii tulkkina ku myös matkaoppaana aikasemmin. Miten arvioisit, että missä meidän pitää parantaa kiinalaisten mielikuvaa Suomesta?

Rebekka Mikkola:

Mä aina ajattelen sitä, et jos Suomi… Suomi vois olla täs asias enemmän ku Ruotsi. Tää tietysti suomalaisel kuulostaa heti korvaan, et [naurahtaa] mitä sä tarkotat. Nii ruotsalaiset yritykset menee tosi vahvasti Ruotsi-brändi edellä. Et Ikea, nii siellä on Ruotsin lippuja kaikki paikat täynnä, eli kaikki tietää, et Ikea on ruotsalainen. Et he on hirveen ylpeästi kotimaisia monessa asiassa, ja Volvo ja tämmöset. Suomessa tosi paljo tosi hienoi yrityksii, mut mun mielest ei koskaan tuoda esille sitä, et me ollaan suomalainen. Et jos mietitään Nokiaaki, nii eihän moni kiinalainen tiedä tähän päivään asti, et Nokia oli suomalainen firma. (Et vaik ne on) [45:04] käyttäny esimerkiks viittä eri Nokian puhelinmallia aikanaan vuosina yks ja kaks, nii ei he tiedä, et se oli suomalainen yritys. Et suomalaiset yritykset ei ehkä ajattele, et se Suomi on semmonen brändi, mitä heiän kannattaa, (tai et he ei hyödy) siitä. Mut emmä tarkota sitä, et täytyis erikseen ruveta tekee Suomi-brändiä, vaan se, et ku suomalaisuus kuitenkin tällä hetkelläki on just, et korkeasti koulutettuu ja (-) luontoo, ja meil on semmosii tiettyi brändejä jo olemassa, nii (--) sun tarvi sitä erikseen rakentaa, vaan se, et niinku suomalaisuus on yhtä kuin luotettavuus, ja jos sä linkkaat sen suomalaisuus siihen luotettavuuteen ja ajattelet silleen sun oman brändin, niin sithän se on (positiivinen) asia. Eikä (--) erikseen luomaan sitä Suomi-kuvaa. Et se on mun mielest silleen sääli, et monessa tuotteessa emme aja sitä kotimaisuutta. Et esimerkiks niinku just meil on paljo semmosii asioit, niinku et suomalaiset on keksiny ksylitolin. Esimerkiks jos sä kirjotat (-) [46:15] et ksylitoli, nii sielt tulee, et suomalaiset keksivät ksylitolin. Et (-) tietää, mut et ei me itse nosteta sitä jotenki esille, et se on ehkä mulle semmone, et mä toivoisin, että enemmän tuotais esille meiän yrityksien kautta myös, et tää on suomalainen keksintö. Niinku et tiedettäis, et nää on suomalaisii yrityksii, nii ehkä ihmiset enemmän tietäis, et Suomi.

Ding Ma:

Tavallaan se lumipalloefektihän lähtee siit, että –

Rebekka Mikkola:

Nii sitä mä just ajattelin, et siit ois hyötyy kaikille, ja siit ei varmasti olis näille isoille pelureille mitään haittaa. En osaa sanoo, mitä ihmeellistä hyötyä siitä heille olis, mut et jos he tekis, nii siit ois varmasti ylipäätään alalle hyötyä, niinku heiän liitännäisyrityksille myös. Et kylhän sit ihmiset, jotka tietää ja tuntee Suomen ja on käyny Suomessa, nii suurin osahan on… et on paljo semmosii ihmisii, jotka on semmosii Suomi-faneja oikeen, et (--) [47:20] yks matkatoimiston omistaja-asiakas, joka on aivan niinku Suomi-fani. Ja hän on käyny siis ihan ympäri Eurooppaa, käyny joka paikassa, ja sit mä aina kysyn, et no, et Italia, Ranskaa, mis on paljon kaikkee näkemistä ja (semmost, ja) Norjaki on tosi upee maa, et miks Suomi, nii sit se oli vaan niinku, et Suomi on semmonen niinku menis kotiin. Et se on semmonen niinku lämmin ja semmonen.

Ding Ma:

Aika hienosti sanottu.

Rebekka Mikkola:

Joo, ku hän sano, et Suomes on helppo olla ja mukavaa. Et joo, et ei ookkaan semmosii supervanhoja rakennuksia ja semmost, mut et se on mukavaa, ja ihmiset on ystävällisiä, ja se kokemus on semmonen miellyttävä. Hän on sitä mieltä, et nimenomaan Suomes meiän pitäis matkailu… Tai siis (matkailua) myydä ehkä enemmän elämyksiä. (--) ku meil ei oo sitä historiaa. Eikä meil oo semmost niinku jotain Norjan vuonoja. (--) [48:22] ehkä just myydä näitä (--) kodassa ja näe karhu.

Ding Ma:

[nauraa]. Kyllä, kyllä, kyllä.

Rebekka Mikkola:

Et nimenomaan myydä experience tai just se, et mennä kalastaan, käydä suomalaises kodissa. Tai mennä just jonnekin mansikkatilalle ja poimia mansikoita. Et tehä enemmän semmosii… Tai mennä metsään sienestämään. Nehän on ihan siis… Matkailuihmisethän tietää kaikki, et nää on tosi positiivisii kokemuksii, mut näit ei tarjota tavallisille matkailijoille, et matkatoimistojen nää pomot, jotka tulee (--) ne saa testata tämmösii. Mut sit tämmösii tuotteit ei oikeesti ole niinku mattimeikäläiselle. Et tää on semmonen, et sit ku mä pääsen, nyt tää korona vähä helpottaa, nii (--) roadshow’ta tai jossain kiertää, nii nimenomaan haluun just sitä, et pääsee katsomaan sitä arkee ja semmosii perusjuttuja ja tekemään just tämmöst, et mennä metsään ja sieniä ja tehdä ja muurinpohjalettuja ja semmosii, käydä kalassa ja. Et ne on semmosii asioit, mitä kuitenki loppujen lopuks ihminen muistaa.

Ding Ma:

Eli hyvät kuulijat, ainakin matkailuedistämistoimistot ympäri Suomee, nii tiedätte, keneen olla yhteydessä. [naurahtaa]. Kiitos, Rebekka. Päätetään jakso viel jakson sanontaan, joka menee näin: [puhuu kiinaa]. Kolmen minuutin esitys lavalla vaatii kymmenen vuoden harjotusta taustalla. Näin se vaan on: se, mitä näyttää helpolta suoritukselta, on usein vaatinu paljon toistoja taustalla. Ja Rebekka varmasti jakaa myös tätä, että minuutin pitusia videoita, niin vaatii varmasti aika paljo valmisteluja kuitenki.

Rebekka Mikkola:

Joo, kyllä ehdottomasti kaikki, ja ylipäätään kielen hallinta, niin sehän on vienyt vuosikausia, että olen päässyt tähän pisteeseen, että pystyn ylipäätään sujuvasti käyttämään kieltä niin, että mä pystyn tekemään tämmösiä videoita, että kyl se… Tuo on hyvä kiinalainen sanonta, mikä sopii kyllä moneen asiaan, että kyllä se on työtä vaatinu, ja ei se kaheksan… Mul on nyt 850 000 seuraajaa, nii ei se oo kyllä ihan taivaalta tipahtanut alas lahjana [nauraa]. Et kyl se on ponnisteluja vaatinut.

Ding Ma:

Kyllä, ja jatkamme taas kahden viikon pääst podcastin parissa, ja ota siis #idänihme-podcastimme tilaukseen Spotifyssa, Apple iTunesissa ja Google Podcastista. Luonnollisesti löydät myös kaikki jaksot Etelä-Karjalan liiton sivuilta www.ekarjala.fi. Kiitos, Rebekka. Hienoa saada sinut meidän vieraaksi. Hyvät kuuntelijat, jätä meille palautettasi: mitä mieltä oot tästä jaksosta, ja mitä toivot aiheeksi jatkossa. Kiitos vielä podcastin mahdollistajille: Etelä-Karjalan liitolle, Euroopan aluekehitysrahaston – EAKR – rahoitusinstrumentille sekä Lappeenrannan paikalliselle yritykselle, VMH Productionsille, teknisestä toteutuksesta. Kiitos.

[musiikkia]