



**LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU**  
*Lahti University of Applied Sciences*

SUOMEN JA HOLLANNIN VÄLISTEN  
JALKAPALLO-OTTELUTAPAHTUMIEN  
VERTAILU KATSOJAN  
NÄKÖKULMASTA

LAHDEN  
AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailun ala  
Tapahtuma- ja kokousjärjestäminen  
Opinnäytetyö  
Syksy 2011  
Eveliina Toikka

Lahden ammattikorkeakoulu  
Matkailun koulutusohjelma

TOIKKA, EVELIINA

Suomen ja Hollannin välisten jalkapallo-  
ottelutapahtumien vertailu katsojan  
näkökulmasta

Tapahtuma- ja kokousjärjestämisen opinnäytetyö, 49 sivua, 9 liitesivua

Syksy 2011

TIIVISTELMÄ

---

Tämän opinnäytetyön aiheena on Suomen ja Hollannin välisten jalkapallo-ottelutapahtumien vertailu katsojan näkökulmasta. Opinnäytetyön tarkoituksena on havainnoida molempia ottelutapahtumia ja vertailla, minkälaisia eroja niiden välillä on. Opinnäytetyössä keskitytään tavallista katsojaa koskeviin palveluihin, eikä niinkään erityisryhmiin, kuten kutsu- tai VIP-vieraisiin.

Teoreettisessa viitekehyksessä käsitellään opinnäytetyön keskeisiä käsitteitä eli tapahtumaa, tapahtuma- sekä urheilumatkailua, special interest tourismia, urheilutapahtumaa, palvelua sekä muita tapahtuman osa-alueita.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin tapahtumien paikan päällä havainnointia, joka on yksi laadullisen tutkimuksen muodoista. Tapahtumista otetut valokuvat sekä kerätyt muistiinpanot toimivat pohjana Suomen ja Hollannin tapahtumien vertailussa.

Tuloksista kävi ilmi, että eroja Suomessa ja Hollannissa järjestettävien ottelutapahtumien välillä löytyy. Hollannissa suurten jalkapallo-otteluiden järjestämisellä on Suomea vankempi perinne, jonka takia myös ottelutapahtumien järjestäminen on siellä edistyneempää. Suurimmat erot löytyivät otteluiden oheistapahtumista, joita Hollannissa hyödynnettiin laaja-alaisesti, kun taas Suomessa niiden järjestäminen oli suppeaa. Myös ravitsemuspalveluta oli järjestetty osittain eri tavoin. Esimerkiksi Hollannissa käytössä olivat perinteisten maksutapojen sijaan stadionin omat maksupoletit, jotka osaltaan edesauttoivat myynnin sujuvuutta. Lisäksi suurten ihmismassojen käsittely oli Hollannissa paremmin organisoitua, mikä näkyi muun muassa jonojen vähäisyytenä, turvatarkastusten nopeutena sekä julkisen liikenteen toimivuutena. Tutkimustulosten lisäksi opinnäytetyössä on kehittämisehdotuksia tulevaisuuden ottelutapahtumia ajatellen.

Avainsanat: tapahtumajärjestäminen, tapahtumamatkailu, urheilutapahtuma, urheilumatkailu, special interest tourism, palvelu, jalkapallo

Lahti University of Applied Sciences  
Degree Programme in Tourism and Hospitality Management

TOIKKA, EVELIINA

Comparison between the services in  
football matches between Finland and the  
Netherlands from the point of view of the  
spectator

Bachelor's Thesis in MICE Tourism 49 pages, 9 appendices

Autumn 2011

## ABSTRACT

---

The subject of this Bachelor's Thesis is a comparison of the events around the football matches in Finland and in the Netherlands from the point of view of the spectator. The main goal of the Thesis is to make observations on both events and discuss the difference between them. The main focus is on the services which are for the normal, average spectator, not the services which are for the special groups like VIP's.

In the theoretical framework the main terms like event, event and sport tourism, special interest tourism, sport event, service and other terms around event management are explained.

The research method of the thesis is observation of the events which creates the basis for the comparison. Notes and pictures from the events are the main material for the comparison.

The results of the observations showed that there were many differences between Finnish and Dutch match events. The Netherlands have a longer history of organizing football matches than they have in Finland which means that also organizing football events is more advanced in the Netherlands. The major differences were regarding supporting events which were used to full advantage in the Netherlands unlike in Finland, where organizing side events was relatively slight. Also food and beverage sales were organized partly in a different way in the Netherlands, for example in the stadium there were its own token coins in use instead of traditional payment methods. The system helped the sales run fluently. Also controlling the big crowds was better handled in the Netherlands, which was seen for example in successfully avoiding of long queues, more efficient security control and fluency of the public transportation. In addition to the research results there are some development proposals for future events in the thesis.

Key words: event organization, event tourism, sports event, sports travelling, service, football

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
	1.1 Tutkimuksen tausta	1
	1.2 Tutkimuksen tavoitteet, rajaus ja rakenne	2
	1.3 Toimeksiantaja	4
2	MATKAILU	5
	2.1 Matkailu	5
	2.2 Special Interest Tourism	5
	2.3 Urheilumatkailu	6
3	TAPAHTUMAJÄRJESTÄMINEN	8
	3.1 Tapahtuma	8
	3.2 Urheilutapahtuma	10
4	TAPAHTUMAN OSAT	12
	4.1 Tapahtumapaikka	12
	4.2 Palvelut	13
	4.2.1 Ydinpalvelu	14
	4.2.2 Avustava palvelu	14
	4.2.3 Tukipalvelu	16
	4.3 Sponsorointi	18
	4.4 Muut tapahtuman osa-alueet	19
5	HAVAINNOINTI TAPAHTUMISSA	20
	5.1 Tutkimusmenetelmä ja -aineisto	20
	5.2 Tapahtumien taustatiedot	23
	5.3 Tapahtumapaikat ja -ajat	23
	5.4 Avustavat palvelut	25
	5.4.1 Tekniikka	25
	5.4.2 Saniteettitilat ja stadionien olosuhteet	26
	5.4.3 Opasteet	27
	5.4.4 Ravitsemuspalvelut	28
	5.4.5 Turvallisuus	29
	5.5 Tukipalvelut	30
	5.5.1 Oheistapahtumat	30
	5.5.2 Oheismateriaali	32

5.6	Sponsorit	33
6	HAVAINNOINNIN TULOKSET	34
6.1	Tapahtumapaikat ja niiden olosuhteet	34
6.2	Tapahtumien saavutettavuus	35
6.3	Tekniikka ja turvallisuus	36
6.4	Opasteet ja muu näkyvyys	37
6.5	Myynti ottelutapahtumissa	38
6.6	Oheistapahtumat ja muu tunnelman luonti	39
6.7	Oheismateriaali ja sponsorit	40
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA ARVIONTI	42
7.1	Yhteenveto	42
7.2	Tulosten pohdinta ja tarkastelu	43
7.3	Työn onnistumisen arviointi	44
	LÄHTEET	47
	LIITTEET	50

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tutkimuksen tausta

Tuhansia pelipaitoihin pukeutuneita ihmisiä, kasvomaalauksia, makkaran tuoksua, torvien törähdyksiä, kymmeniä järjestyksenvalvojia sekä lähes käsinkosketeltavaa jännitystä. Tunnelma on uskomaton, vaikka itse tapahtuma, Suomen ja Hollannin välinen jalkapallon EM-karsintaottelu, ei ole edes vielä alkanut. Tämä todistaakin, että itse ottelu tarvitsee tuekseen monta asiaa, jotta paikalle saapuneet ihmiset kokisivat tapahtuman onnistuneena ja mielekkäänä.

Hollanti ja Suomi pelaavat kahdesti toisiaan vastaan, 7.9.2010 Rotterdammassa sekä 6.9.2011 Helsingissä. Maat kohtaavat kerran molempien kotikentällä, ja ottelut ovat osa EM-lopputurnauksen karsintoja. Molemmat ottelut saavat varmasti ympärilleen suuret tapahtumat, joita tullaan katsomaan ympäri maata. Huolimatta tästä mailla on hyvin erilaiset tavat järjestää kyseiset tapahtumat. Tarkoitukseni onkin havainnoida ja tarkastella näitä eroavaisuuksia opinnäytetyössäni. Ajatuksena on olla molemmissa otteluissa paikan päällä, kirjata ylös havaintoja sekä ottaa runsaasti kuvamateriaalia, mihin pohjaan lopullisen opinnäytetyöni.

Hollanti on jo vuosikymmenten ajan ollut yksi Euroopan johtavista jalkapallomaista, kun taas Suomen rooliksi on jäänyt kamppailu arvokisapaikoista, toistaiseksi kuitenkin heikolla menestyksellä. Tästä huolimatta jalkapallokulttuuri on alkanut viime vuosina nostaa päätään myös täällä Pohjolassa. Ottelutapahtumien järjestämisessä on menty huomattavasti eteenpäin, mutta tehtävää riittää vielä. Mikä siis olisikaan parempi tapa kerätä kehityksen kannalta hyödyllistä tietoa kun ottaa mallia maista, joissa jalkapallotapahtumien järjestäminen on pidemmälle kehittynyttä ja selkeästi ammattimaisempaa.

Ihmiset lähtevät jalkapallo-otteluihin yleensä pelin takia, mutta harva olisi tyytyväinen, jos paikan päältä löytyisi ainoastaan itse ottelu. Tämä ydinpalvelu kaipaa kuitenkin tuekseen runsaasti lisä- sekä tukipalveluita, jotta ottelutapahtumasta muodostuisi jokaiselle katsojalle ainutlaatuinen elämys. Turvallisuus, ravitsemuspalvelut,

saniteettitilat, oheismyynti sekä -ohjelma ovat saaneet nykypäivän urheilutapahtumissa entistäkin suuremman merkityksen. Siksi niiden roolia ei kannatakaan väheksyä, vaikka vauhdikas ja viihdyttävä jalkapallo on yhä ottelutapahtumien ehdoton vetonaula.

Itselleni oli jo matkailualan opintojen alussa selvää, että opinnäytetyöni tulisi käsittelemään urheilua. Toisen vuoden aikana päätin lähteä vaihtoon, ja silloin tuli ajankohtaiseksi myös opinnäytetyöprosessin eteenpäinvienti. Tässä vaiheessa oli selvää, että haluaisin tehdä päättötyöni jalkapallon parissa. Otin yhteyttä Palloliittoon, joka on lajin suurin tekijä Suomessa. Sainkin yhteyden tapahtumapuolen vastaavaan henkilöön, joka innostui ajatuksesta. Yhdessä rupesimme miettimään asiaa, ja lopulta päädyimme nykyiseen aiheeseeni, sillä se on toimeksiantajalle hyödyllinen ja itselleni erittäin mielekäs.

## 1.2 Tutkimuksen tavoitteet, rajaus ja rakenne

Opinnäytetyöni tavoitteena on selvittää, miten jalkapallon ottelutapahtuma Suomessa eroaa vastaavasta Hollannista. Tärkeimmät huomion kohteet tutkimuksessani ovat ydinpalvelun (jalkapallo-ottelu) ympärille rakennetut avustavat sekä lisäpalvelut. Opinnäytetyöni tarkoituksena on havainnoida ottelutapahtumia, löytää keskeisimmät erot maiden välillä ja antaa toimeksiantajalleni vinkkejä niistä sekä tarjota myös konkreettisia parannusehdotuksia. Ideaalein vaihtoehto olisi luoda konsepti, jossa yhdistyvät molempien otteluiden parhaat ominaisuudet. Oletan, että tapahtumissa voi olla suuriakin eroja maiden välillä.

Teen opinnäytetyöni ensisijaisesti toimeksiantajaa ajatellen, mutta myöhemmin työni voi olla hyödyksi myös muille tapahtumajärjestäjille ja urheilutapahtumista kiinnostuneille tahoille. Jalkapallotapahtumiin liittyviä tutkimuksia ei Suomessa ole paljoakaan tehty, minkä takia opinnäytetyöni voi olla hyödyllinen useallekin eri taholle.

Rajaan opinnäytetyöni ottelutapahtuman yhteydessä oleviin palveluihin sekä muihin tapahtuman olennaisiin osa-alueisiin, kuten tapahtumapaikkaan, ottelun oheis-

tapahtumiin, liikennejärjestelyihin sekä ottelun ennakkointiin. Ennen opinnäytetyön tekemistä päätimme toimeksiantajan kanssa nämä rajatut alueet, jotka toimivat havainnointini pääkohtina. Prosessin edetessä näiden suhteen tapahtui kuitenkin pieniä muutoksia, ja osa kohdista sai toisia suuremman painoarvon opinnäytetyössäni. Näkökulmana on otteluun saapuva keskivertokatsoja.

Tutkimusongelmana opinnäytetyössäni on selvittää, minkälaisia muutoksia Suomessa voitaisiin tehdä ottelutapahtumien parantamiseksi. Tähän olisi tarkoitus saada ideoita Hollannissa järjestettävästä ottelusta, jos havainnoidut asiat on siellä hoidettu paremmin.

Selvitän tutkimusongelmaa opinnäytetyössäni seuraavien tutkimuskysymysten avulla: Onko ottelutapahtumajärjestäminen jommassa kummassa maassa edistyneempää? Onko Hollannissa järjestettävässä tapahtumassa joitain seikkoja, joista voitaisiin ottaa mallia Suomeen? Keskeisimmät teoreettiset käsitteet opinnäytetyössäni ovat tapahtumajärjestäminen, tapahtuma, tapahtumamatkailu, urheilumatkailu, urheilutapahtuma sekä special interest tourism.

Tutkimuksen ulkopuolelle rajaan kutsuvieraille sekä muille erityisryhmille järjestetyt erityispalvelut, sillä ne koskevat vain hyvin pientä osaa yleisöstä. Lisäksi rajaan tapahtumien markkinoinnin sekä median tutkimukseni ulkopuolelle toimeksiantajani toiveesta sekä siitä käytännön syystä, että Hollannissa näiden tekijöiden seuraaminen pitkälti ennen ottelutapahtumaa ei olisi käytännössä onnistunut.

Työni alun teoriaosiossa selvennän aiheeseen liittyviä keskeisiä termejä ja kerron yleisesti erilaisista tapahtumista, tapahtumamatkailusta sekä urheilumatkailusta. Tähän teoriaan perustan myöhemmin pohdinnan sekä vertailun ottelutapahtumista. Teoriaosuuden jälkeen seuraa varsinainen ottelutapahtumien vertailu, jossa käyn läpi tapahtumien osa-alueet yksi toisensa jälkeen. Lopuksi pohdin vielä kehittämisasiideoita sekä teen yhteenvedon vertailusta sekä tutkimukseni ja opinnäytetyön onnistumisesta.

### 1.3. Toimeksiantaja

Suomen Palloliitto ry on vuonna 1907 perustettu jalkapallon erikoisliitto, jonka pääasiallisena tarkoituksena on toimia kotimaisen jalkapalloilun kattojärjestönä. Palloliittoon kuuluvissa yli tuhannessa jäsenseurassa on noin 115 000 rekisteröityä pelaajaa, mikä tekeekin siitä harrastajamäärältään Suomen suurimman urheilun lajiliiton. Jalkapallotoiminnan järjestämiseksi Suomi on jaettu 12 Palloliiton piiriin, jotka vastaavat toiminnastaan omilla alueillaan. (Palloliitto 2011.)

Palloliitto on Kansainvälisen jalkapalloliitto FIFA:n jäsen, ja näin ollen vastaa kaikesta maamme jalkapallotoiminnasta ja sen kehittämisestä. Palloliitto tekee työtä niin harrastus- ja kilpailutoiminnan kuin myös huippu- ja kilpaurheilun parissa ihmis- ja asiakaskeskeiset lähtökohdat huomioon ottaen. Toiminta-ajatusta ohjaa lause ”Jalkapalloa jokaiselle – Euroopan huipulla.” (Palloliitto 2011.)

Palloliiton tavoitteena on tehdä jalkapallosta maamme suosituin urheilulaji, niin harrastaja- kuin katsojamäärissä, sekä nostaa lajin taso kotimaassamme pysyvästi kansainväliselle huipulle. Tärkeää on myös Fair Play -hengen ujuttaminen toimintaan sen jokaisella tasolla sekä liiton aseman vahvistaminen jalkapalloyhteisössä. Palloliitolle tärkeitä arvoja ovat iloisuus, luotettavuus, menestys sekä yhteisöllisyys. (Palloliitto 2011.)

Palloliiton puolelta opinnäytetyöprosessiani ohjaa tapahtumapäällikkö Kalle Martinen, joka jo suunnitteluvaiheesta lähtien on ollut hyvin mukana projektissa. Vertailututkimukseni aihe oli toimeksiantajani idea, ja Palloliitto aikookin käyttäviä saamiani tuloksia tulevaisuudessa toimintansa kehittämiseen.

## 2 MATKAILU

### 2.1 Matkailu

Matkailulla tarkoitetaan toimintaa, jossa ihmiset matkustavat tavanomaisen elinympäristönsä ulkopuolelle ja oleskelevat siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan vuoden ajan (12 kuukautta) liikematkan, vapaa-ajanvieton tai muun tarkoituksen takia (Tilastokeskus 2011). Matkaajat voivat matkustaa joko oman asuinmaansa rajojen sisällä tai vaihtoehtoisesti muihin maihin, jolloin puhutaan kansainvälisistä matkailijoista. Matkustajan täytyy oleskella vähintään vuorokausi matkakohteessaan, jotta puhuttaisiin kansainvälisestä matkailijasta. (Beaver 2002, 280–281.)

Matkailu ja tapahtumat ovat usein sidoksissa toisiinsa, sillä monesti jokin tapahtuma saattaa olla matkan perimmäisenä syynä. Erilaiset tapahtumat saavat vuosittain ihmiset matkustamaan pitkiäkin matkoja tiettyihin paikkoihin. Varsinkin suuret tapahtumat, kuten kansainväliset messut sekä urheilutapahtumat, houkuttelevat matkailijoita tapahtumavaltion rajojen ulkopuolelta asti. Tapahtumilla on myös olennainen rooli alueen maineen ja imagon luomisessa, ja niiden luoman kiinnostuksen ansiosta tapahtumilla on mahdollisuus kohottaa paikan vetovoimaa matkailukohteena. (Getz 2007, 140–144.)

### 2.2 Special interest tourism

Urheilumatkailu jaotellaan useampaan eri lajiin, joista yksi on niin sanottu 'special interest tourism'. Se tarkoittaa matkailua, jossa taustalla on matkailijan erityinen mielenkiinnon kohde. Nämä matkat eivät välttämättä ole aina vapaa-aikaan liittyviä, vaan matkan syynä voi olla myös työ. Special interest tourism liittyy usein erilaisiin urheilullisiin mielenkiinnon kohteisiin, mutta esimerkiksi kulttuurin, taiteen ja tieteen osa-alueilla on myös tämäntyyppistä matkailua. Urheilun harrastamisen lisäksi niin sanottu kannattajakulttuuri ja fanitus kuuluvat special interest tourismiin. (Beaver 2002, 259.)

Nykypäivänä special interest tourism on kasvava matkailun alalaji, joka tuo vaih-

telua jo ennestään laajaan erilaisten matkailumuotojen kirjoon. Tärkeässä roolissa special interest tourismissa ovat kokemukset ja tuntemukset, joita saavuttaakseen ihmiset ovat valmiita maksamaan suuriakin summia tavallisen matkan hinnan lisäksi. Tällaisten poikkeuksellisten kokemusten tarjoaminen matkailijoille on nykypäivänä entistä helpompaa, sillä muun muassa edistynyt teknologia, matkailu- ja vapaa-ajan tuotteiden kehittyminen sekä välimatkojen merkityksen pieneneminen edesauttavat myös special interest tourismin kehittymistä ja laajentavat sen mahdollisuuksia. Myös vanhojen tuotteiden muokkaamista tai uusien toimintatapojen kehittämistä hyödynnetään special interest tourismissa. (Trauer 2006.) Esimerkkinä vanhojen tuotteiden kehittämisestä ovat juuri jalkapallo-ottelut, jossa satoja vuosia vanhan tapahtuman ympärille rakennetaan uudenlainen kokonaisuus, joka houkuttelee yhä enemmän ja enemmän ihmisiä kiinnostumaan tapahtumasta.

### 2.3 Urheilumatkailu

Urheilumatkailu käsitteenä tarkoittaa tapahtumaa, jossa henkilö matkustaa pois omalta paikkakunnaltaan osallistuakseen urheiluaktiviteettiin, joko virkistys- tai kilpailumielessä, katsoakseen ruohonjuuri- tai huipputason urheilua tai vierailukseen urheilullisessa kohteessa, kuten esimerkiksi tunnetussa urheiluhallissa tai vesipuistossa. Tyypillisiä urheilumatkailukohteita ovat urheilulliset nähtävyydet, lomakohteet, laiva- ja kiertomatkat sekä tapahtumat. Matkakohteet voivat olla joko luontoon liittyviä tai ihmisten tekemiä. Urheilumatkailun alalajeja ovat seikkailumatkailu, terveysmatkailu, luontomatkailu, katsojamatkailu, kilpailumatkailu, virkistys- tai vapaa-ajanmatkailu, koulutusmatkailu sekä urheilullinen työmatkailu. (Hudson 2003, 2–3.) Edellä mainituista urheilumatkailun alalajeista katsojamatkailu liittyy olennaisesti myös opinnäytetyössäni käsittelemiini ottelutapahtumiin, sillä sadat kannattajat matkustivat Suomeen ja Hollantiin katsomaan näiden maiden välisiä jalkapallo-otteluita.

Urheilumatkailulla tarkoitetaan sekä matkustamista osallistuakseen johonkin urheilukilpailuun (aktiivinen) että matkustamista katsomaan jotakin kilpailua (passiivinen). Urheilumatkailussa pääasiallisena motivaationa voi olla joko itse urheilu tai matkailu. (Ritchie 2011) Katsojien osuus urheilumatkailijoista on huomatta-

vasti suurempi. Sukupuolten välillä on myös eroja, sillä miehet matkustavat urheilun takia naisia enemmän. Urheilumatkailua harrastetaan usein kaveriporukalla tai perheen parissa, mutta myös työyhteisön kanssa tai itsekseen. (Getz 2007, 187–188.) Opinnäytetyössäkin aiheena oleviin jalkapallo-otteluihin matkustaminen on yksi yleisimmistä passiivisen urheilumatkailun muodoista. Jalkapallo on osalle ihmisistä intohimo, joka liikuttaa suuria massoja, ja joillekin ihmisille oman joukkueen seuraaminen onkin enemmän elämäntapa kuin harrastus. (Eskola, Lamberg, Pakkanen, Partanen, & Tamminen 2003, 8.)

Yleisesti matkailusta puhuttaessa sen motiiviksi nostetaan usein pako normaalista elämästä sekä uusien asioiden etsiminen, mutta urheilumatkailussa voi tämän lisäksi olla kyse esimerkiksi halusta kokea jotakin ainutlaatuista, olla osana tunnettua tapahtumaa, aistia kansainvälistä ilmapiiriä tai päästä lähelle kuuluisia huippu-urheilijoita. Motiivit urheilumatkailulle vaihtelevat suuresti riippuen matkan luonteesta, kohteesta, matkaseurueesta, onko matkan tarkoituksena itse osallistuminen vai katsojan rooli sekä matkailijan omasta taustasta. (Hudson 2003, 55–56.) Opinnäytetyöni tapauksessa matkailun pääsyynä on suurimmalla osalla ollut todennäköisesti jalkapallo-ottelu, jossa he katsojina pääsevät näkemään tunnettuja jalkapallotähtiä ja aistimaan suuren urheilutapahtuman tunnelmaa.

Urheilumatkailun yksi keskeisistä ideoista on luoda pelkkien urheilutapahtumien ympärille puitteet, jolloin pelkästä yksittäisestä tapahtumasta voi tulla vetovoimainen matkakohde. Tämän ilmiö on olennaisessa roolissa opinnäytetyössäni, missä tarkoitukseni on tarkkailla jalkapallo-ottelutapahtuma, joista on pyritty tekemään mahdollisimman houkuttelevia avustavien sekä tukipalveluiden avulla. Urheilumatkailu on hyvin potentiaalinen liiketoiminnan muoto, sillä urheilua pidetään maailman suurimpana sosiaalisena ilmiönä, kun taas matkailu on yksi maailman suurimmista taloudellisen toiminnan muodoista. Yhdessä niiden potentiaali markkinoilla on siis valtava. Urheilumatkailu on myös sponsorien silmissä hyvin houkutteleva sijoituskohde. Urheilumatkailu on verraten uusi matkailumuoto, mutta sen suosion kasvaessa lisääntyy myös ammattitaito, jonka kautta koko ala kehittyy entisestään. (Hudson 2003, 2–3, 22, 50.)

### 3 TAPAHTUMAJÄRJESTÄMINEN

#### 3.1 Tapahtuma

Tapahtuma on ajallisesti rajattu, ainutlaatuinen ilmiö, joka on suunniteltu sekä aikataulutettu hyvin tarkasti etukäteen, ja jolla on tietty tapahtumapaikka (Getz 2007, 18–19). Tapahtumat voivat liittyä vapaa-aikaan, kulttuuriin, perheeseen tai yritystoimintaan, ja ne eroavat normaalista, jokapäiväisestä toiminnasta. Vapaa-aajan tapahtumia ovat esimerkiksi urheilu- sekä virkistystapahtumat, kulttuuritapahtumia taas uskonnolliset, taiteeseen ja perinteisiin liittyvät tapahtumat. Yritystoimintaan liittyviä tapahtumia sen sijaan ovat kaupalliset, poliittiset ja hyväntekeväisyys- sekä myyntitapahtumat, ja perhetapahtumia ovat muun muassa häät, vuosipäivät sekä syntymäpäivät. Tapahtumien tarkoituksena voi olla sivistäminen, juhliminen, viihdyttäminen tai ihmisten saattaminen yhteen. Useasti tapahtumat voivat sisältää myös useampaa edellä mainituista samanaikaisesti. (Shone & Parry 2004, 3–4.)

Tapahtuma on aineeton eli sitä ei voi pitää käsissään, eikä sitä voi järjestää uudelleen samanlaisena kuin aikaisemmin. Tämä ainutlaatuisuus johtuu useasta asiasta, mutta suurin yksittäinen vaikuttava tekijä on osallistujien vaikutus, joka määrittelee pitkälti tapahtuman ilmapiirin. Heidän määränsä, käyttäytymisensä, asenteensa sekä aktiivisuutensa saavat aikaan huomattavia eroja tapahtuman onnistumisen kannalta. Esimerkiksi jalkapallo-otteluissa katsojien määrä, aktiivisuus sekä käytös vaikuttavat hyvin keskeisesti siihen, minkälainen tunnelma ottelutapahtumaan muodostuu. Myös muut tekijät, kuten tapahtumaympäristö, järjestäjä ja työntekijät sekä aikataulutus vaikuttavat omalta osaltaan tapahtuman onnistumiseen. (Shone & Parry 2004, 13–17.)

Tapahtumalla on aina tietty tavoite, jolloin sekä tapahtuman järjestäjille että osallistujille on selvää, mihin pyritään, ja miksi tapahtuma ylipäättensä järjestetään. Tällä tavalla voidaan varmistaa se, että kaikki pyrkivät samaan päämäärään, ja onnistuneen tapahtuminen luominen on todennäköisempää. (Kauhanen, Juurakko, & Kauhanen, 2002, 36.) Vaikka tapahtumien koko saattaa vaihdella huomattavasti, saattaa niillä tästä huolimatta olla sama tavoite, rakenne sekä perusidea. Kui-

tenkin tapahtuman osallistujamäärän ja koon kasvaessa yleensä myös sen järjestämisen haasteellisuus sekä työmäärän tarve lisääntyy. (Shone & Parry 2004, 5–6.) Näin tapahtuu myös jalkapallo-otteluissa, sillä kansainvälisen maaottelutapahtuman järjestäminen poikkeaa kokoluokaltaan huomattavasti kansallisen sarjaottelutapahtuman järjestämisestä. Kuitenkin molemmissa tapauksissa ydinpalvelu, eli jalkapallo-ottelu, sekä pääosa avustavista ja tukipalveluista ovat pitkälti samankaltaisia.

Tapahtumaa suunniteltaessa esille nousee kolme olennaista kysymystä, joihin täytyy osata vastata ennen varsinaisen toteutuksen aloittamista. Ensinnäkin syy sille, miksi tapahtuma järjestetään. Yhtä olennaista on myös tiedostaa, kenelle tapahtuma järjestetään, sekä mitä järjestetään. Näiden pohjalta saadaan synnytettyä tapahtumalle idea. Kun se on tiedossa, voidaan ruveta vastaamaan operatiivisiin kysymyksiin: Miten tapahtuma järjestetään? Millainen tapahtuman ohjelma tai sisältö on? Kuka tapahtuman järjestää? Kaikkien näiden edellä mainittujen kuuden kysymyksen tulisi olla tasapainossa toisiinsa nähden, jotta saataisiin luotua tasapainoinen tapahtuma. (Vallo & Häyrynen 2003, 120–125.)

Yksi tapahtumajärjestämisen olennaisimpia asioita on oikean kohderyhmän tunnistaminen sekä huomiointi. Oikeankokoisen sekä -näköisen tapahtuman luominen edellyttää kohderyhmän koostumuksen tuntemista riittävän hyvin. Osanottajien ikä, sukupuoli, siviilisäätö, mielenkiinnon kohteet ja niin edelleen vaikuttavat tapahtuman laatuun huomattavasti. Järjestäjän on hyvin tärkeää muistaa, ettei hän järjestä tapahtumaa itselleen vaan kohderyhmälle, jolloin tapahtumasta saadaan luotua oikeanlainen ja asiakkaiden toiveita sekä odotuksia vastaava. (Vallo & Häyrynen 2003, 62, 136.) Jalkapallo-ottelutapahtumissa kohderyhmän koostumus voi olla hyvin vaihteleva, ja yleisöstä voi löytyä hyvin erilaiset taustat omaavia henkilöitä. Tästä johtuen ottelutapahtumia järjestettäessä niiden sisällön luominen ei ole kovin yksinkertaista, sillä tapahtumaa suunniteltaessa tulee ottaa huomioon kaikki erityyppiset katsojat sekä heidän toiveensa ja tarpeensa.

Oikean kohderyhmän lisäksi tapahtumaa järjestettäessä on huomioitava runsas määrä muitakin seikkoja, kuten aikataulutus, ohjelman sisältö, osallistujien odotukset, esiintyjien ja työntekijöiden ammattitaito, ilmoittautumisen tai myynnin

helppous ja sujuvuus, tapahtumapaikka sekä tekniikan toimiminen. Tapahtuman luonteesta riippuen myös tarjoilujen, oheismateriaalien sekä muiden käytännön seikkojen, kuten kulkuyhteyksien, parkkipaikkojen, narikkapalvelun, tupakointimahdollisuuksien ja muiden asioiden huomiointi on hyvä pitää mielessä. (Vallo & Häyrinen 2003, 74.) Edellä mainitusta seikoista esimerkiksi aikataulut, tapahtumapaikka tekniikan toimiminen, oheismateriaalit sekä kulkuyhteyksien toimiminen ovat olennaisessa roolissa opinnäytetyöni havainnoinnin kohteena olevissa ottelutapahtumissa.

Edellisessä kappaleessa mainittujen seikkojen taustalla on hyvä suunnittelu, joka on avainasemassa, jos pyrkimyksenä on luoda onnistunut tapahtuma. Suunnittelun aloittaminen hyvissä ajoin huolellisesti edesauttaa tätä pyrkimystä. Onnistuneen rakennusvaiheen jälkeen on helppo toteuttaa itse tapahtuma, ja lopulta viedä se purkuvaiheen kautta loppuun. (Vallo & Häyrinen 2003, 184.)

### 3.2 Urheilutapahtuma

Urheilutapahtumat ovat matkailun osa-alue, joka houkuttelee matkailijoita osallistumaan tai seuraamaan jotakin urheilullista tapahtumaa. Matkailijoiden määrä riippuu pääasiallisesti tapahtuman koosta sekä tunnettuudesta. Osalle matkailijoista tiettyyn urheilutapahtumaan osallistumisella saattaa olla pyhiinvaellusta vastaava elämää mullistava merkitys. Urheilutapahtumat tuovat runsaasti rahaa järjestäville paikoille ja luovat niille mahdollisuuksia lisätä tunnettuuttaan ja sitä kautta matkailua alueelle tapahtuman jälkeenkin. (Hudson 2003, 8–9.) Opinnäytetyössäni käsiteltävät Suomen ja Hollannin väliset ottelut tuskin ovat paikan päälle saapuville kannattajille pyhiinvaellusta vastaavia kokemuksia, mutta parhaimmillaan kahden suuren jalkapallojoukkueen kohtaamiset voivat synnyttää katsojassaan tällaisen tuntemuksen.

Urheilutapahtumia on hyvin erikokoisia aina paikallisista turnauksista maailmanlaajuisesti huomioitaviin MM-kisoihin tai Olympialaisiin. Koon lisäksi urheilutapahtumissa on paljon muitakin vaihtelevia tekijöitä: tapahtumapaikka voi sijaita kaupungissa tai maaseudulla, sisällä tai ulkona, erityyppisissä ilmastoissa, eri

vuodenaikoina... Urheilutapahtuman luonnetta voi muokata olosuhteiden mukaisesti, sillä kaikenlaisille olosuhteille löytyy varmasti omanlaisensa mahdollisuus luoda urheilullinen tapahtuma. Tämä luokin valtavasti mahdollisuuksia urheilutapahtumabisnekselle. (Hudson 2003, 9, 19.)

Urheilutapahtumien tyyppi vaihtelee myös suuresti. Ne voivat olla joko kerran neljässä vuodessa järjestettäviä megatapahtumia, kuten Olympialaiset, tai viikoittaisia kansallisia sarjaotteluita. Lisäksi olennaisen eron tapahtumaan luo se, liittyykö tapahtuma ainoastaan yhteen vai useampaan urheilulajiin, ja ovatko tapahtuman osallistujat amatööritason urheilijoita vai ammattilaisia. (Hudson 2003, 51.) Urheilutapahtumaa suunniteltaessa järjestäjän tulee ottaa huomioon myös rajoitteet, joita erilaiset lait sekä säädökset asettavat tapahtumalle. Tällaisia ovat esimerkiksi eri lajien säännöt, tapahtumien perinteet, liittojen asetukset sekä valtioiden lait. (Mallen & Adams 2008, 2–3.) Kansainvälisistä jalkapallo-otteluista puhuttaessa eniten tapahtumien rakenteeseen vaikuttavat säädökset ovat kansainvälisen jalkapalloliitto FIFA:n ottelutapahtumille asettamat normit, joita käsitellen tarkemmin tapahtuman osien yhteydessä.

## 4 TAPAHTUMAN OSAT

Tapahtuma koostuu useista pienistä tekijöistä, joista muodostuva kokonaisuus ratkaisee sen, onnistuuko kyseinen tapahtuma. Tapahtuman tyypistä ja aiheesta riippuen eri osien rooli vaihtelee. Käsittelen opinnäytetyössäni tapahtumajärjestämistä yleisesti painottaen kuitenkin hieman urheilutapahtumia työni aiheesta johtuen.

### 4.1 Tapahtumapaikka

Valittaessa tapahtumapaikkaa olennaisinta on ottaa huomioon osallistujat sekä tilaisuuden luonne. Esimerkiksi urheilutapahtumissa oletettava yleisömäärä on keskeinen tekijä tapahtumapaikan valinnassa. Myös taloudelliset resurssit määrittelevät pitkälti, minkä tapahtumapaikan voi valita. Jos varoja on runsaasti käytettävissä, voi lähes mistä tahansa tilasta muokata mieleisensä. Yleensä somistus tai väliaikaiset rakennelmat ovat tarpeellisia, sillä harvoin paikka toimii sellaisenaan tapahtumaympäristönä. Rakennelmia ja somistusta suunniteltaessa tulee muistaa varata valmistelulle riittävästi aikaa, jotta tapahtuma pysyy aikataulussaan. (Vallo & Häyrinen 2003, 156–157.)

Jalkapallo-ottelua varten tapahtumaa mietittäessä edellä mainittujen tekijöiden lisäksi tärkeää on myös se, että olosuhteet täyttävät vaaditut säädökset ja normit, joita esimerkiksi kansainvälinen jalkapalloliitto FIFA asettaa toimintapiirinsä alaisille otteluille. Nämä normit painottavat muun muassa kustannustehokkuutta, stadionien muokkausmahdollisuuksia sekä pitkän tähtäimen luontoystävällisyyttä. FIFA on esimerkiksi lanseerannut järjestelmän, jonka avulla jalkapallostadionit saavat pisteitä luontoystävällisyyden sekä kestäväen kehityksen huomioimisen mukaisesti esimerkiksi vedenkulutuksen, energiatehokkuuden ja jätteiden kierrätyksen sekä materiaalien käytön suhteen. Näiden pisteiden mukaisesti stadionit jaetaan erilaisiin kategorioihin. (FIFA 2011.)

Sopivaa tapahtumapaikkaa etsittäessä sen sopivuuteen vaikuttavat myös muut tekijät, kuten tilan tekninen varustelu, liikenneyhteydet sekä parkkipaikat, sani-

teetitilat ja mahdollisuus ravitsemuspalvelujen järjestämiselle. Eri tekijöiden roolin tärkeys riippuu myös tapahtuman luonteesta, esimerkiksi saniteetitilojen riittävyys ja toimivuus on olennaisessa roolissa suurilla massatapahtumilla järjestettäessä. Myös hyvät julkisen liikenteen yhteydet edesauttavat suurten tapahtumien järjestämisen onnistumista. (Vallo & Häyrinen 2003, 158.) Ottelutapahtumapaikkojen sijaintien suhteen myös FIFA:lla on omat norminsa, sillä stadionien tulee nämä vaatimukset täyttääkseen sijaita hyvien julkisten liikenneyhteyksien varrella, alueelta pitää löytyä laajalti parkkitilaa, ja reittien moottori- sekä valtateille tulisi olla selkeitä. Otollisin sijainti olisi FIFA:n mukaan lähellä suurten kaupunkien keskustoja, sillä silloin kulkuyhteydet ovat hyvät, majoituspalveluita löytyy runsaasti lähiympäristöstä ja etäisyys lähimmälle lentokentälle ei ole pitkä. (FIFA 2011.)

Sopivan tapahtumapaikan löydyttyä tulee miettiä, mahtuuko oletettu yleisö sinne, ja täyttääkö paikka kaikki tapahtuman asettamat vaatimukset. Esimerkiksi jalkapallon karsintaotteluissa kattojärjestö FIFA asettaa vaatimuksensa pelipaikkojen kapasiteetille, jonka tulisi olla vähintään 30 000 katsojaa (FIFA, Football Stadiums 2011). Tapahtumapaikalla on myös hyvä käydä ennen sen varausta, jotta voi olla varma paikan sopivuudesta. Tapahtumapaikkoja mietittäessä olisi hyvä vieraila useammassa paikassa, jolloin pystyy laajemman vertailupohjan avulla löytämään helpommin sopivan tapahtumapaikan. (Shone & Parry 2004, 121–123.)

## 4.2 Palvelut

Palvelut ovat aineettomia asioita, joita voidaan myydä sellaisenaan tai yhdessä jonkin konkreettisen asian kanssa. Ne täyttävät asiakkaan tarpeita tai tuottavat hänelle hyötyä, jota hän ei itse kykene tai halua tehdä. Asiakas maksaa palvelusta välillisesti tai välittömästi, mutta palvelun osto ei kuitenkaan johda minkään omistukseen.

Palvelun hankintaan liittyy yleensä myös jonkinlainen kontakti palvelun tarjoajan kanssa. Asiakas luo odotuksensa palvelun suhteen, ja tämän odotuksen täyttymi-

nen ratkaisee, koetaanko palvelu onnistuneeksi vai ei. Odotukset pohjautuvat useimmiten asiakkaan tarpeisiin sekä toiveisiin. (Grönroos 1998, 50–52, 263.)

#### 4.2.1 Ydinpalvelu

Palvelu koostuu monesta eri osasta, jotka muodostavat yhdessä toimivan kokonaisuuden. Keskeisin osa tätä on ydinpalvelu, jonka ympärille kokonaisuus rakentuu. Se kertoo myös syyn sille, miksi palvelua tarjoava yritys on markkinoilla. Ydinpalvelu voi alasta riippuen vaihdella suurestikin, ja se voi olla lähes mitä vain. (Albanese & Boedeker 2002, 138–139.)

Opinnäytetyöni tapauksessa ydinpalvelu on Suomen ja Hollannin välinen jalkapallo-ottelu. Ydinpalvelu harvoin riittää yksinään asiakkaille, vaan se tarvitsee ympärilleen runsaasti muita palveluita. Tämä pätee myös Suomen ja Hollannin välisissä jalkapallo-ottelutapahtumissa, joista löytyykin runsas valikoima erilaisia avustavia sekä tukipalveluita.

#### 4.2.2 Avustava palvelu

Avustavien palveluiden on nimensä mukaan autettava ydinpalvelua muodostamaan toimiva ja hyvä kokonaisuus, palvelu. Avustavat palvelut voivat olla saman yrityksen tuottamia, joka tuottaa ydinpalvelun, mutta usein ne ovat myös ulkoistettuja. Avustavien palveluiden rooli onnistuneen palvelun luomisessa on hyvin olennainen, sillä ilman niitä ei myöskään ydinpalvelu toimisi. Omassa opinnäytetyössäni ydinpalveluna toimivan jalkapallo-ottelun avustavia palveluita ovat esimerkiksi lipunmyynti, saniteettitilat sekä turvatarkastus. (Albanese & Boedeker 2002, 139–140.)

Yksi tärkeä avustava palvelu on tekniikka, joka nykypäivänä on tapahtumissa olennaisessa roolissa. Tärkeää on etukäteen varmistaa, että kaikki tarvittava on saatavilla ja toimintakunnossa, ettei itse tapahtumassa tule ikäviä yllätyksiä. Tekniikan peittäminen varalta on syytä tehdä etukäteen suunnitelma, sillä ongelmati-

lanteessa yleisölle on luotava tunne, että järjestäjällä on tilanne hallussa ja tapahtuma jatkuu oletetusti. (Vallo & Häyrinen 2003, 191–192.) Jalkapallo-ottelussa tekniikan toimiminen on tärkeää niin yleisölle kuin pelaajille, jotta esimerkiksi kuulutukset, tulostaulu ja valaistus toimivat asianmukaisesti. Teknisissä elementeissä tulee ottelutapahtumissa huomioida myös tapahtumapaikan lähiympäristö ja naapurusto, jolle ei saisi koitua suuria haittoja esimerkiksi jalkapallotapahtuman valaistuksesta tai kuulutuksista (FIFA 2011).

Tapahtuma, varsinkin lyhytkestoisempi, olisi usein mahdollista viedä läpi ilman ravitsemuspalveluita, mutta lähes poikkeuksetta asiakkaat olettavat saavansa syötävää sekä juotavaa halutessaan. Erityisesti isommissa tapahtumissa on parempi palkata ammattilaiset hoitamaan ravitsemuspuoli, sillä heillä on kokemusta järjestää tarvittavat puitteet sekä sopivat tarjoilut, kunhan heillä on tarvittavat tiedot tapahtuman luonteesta ja osallistujista. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 79–80.) Pienemmissä tapahtumissa tarjoilun järjestäminen itse saattaa olla kannattavampaa. Tarjoilun luonne määräytyy tapahtuman luonteen, osallistujien, teeman, ajankohdan sekä paikan mukaan. (Vallo & Häyrinen 2003, 169.)

Jalkapallo-ottelun kaltaisessa urheilutapahtumassa tarjoilun kannalta tärkeintä on helppous ja nopeus, sillä pääasiallisesti yleisö käyttää ravitsemuspalveluita ottelun puoliajalla, joka on kestoltaan rajattu. Jos myyntipisteitä ei ole käytettävissä tarpeeksi yleisömäärään nähden, suosittelee FIFA säädöksissään tilapäisten myyntipisteiden tai katsomossa kiertävien myyjien käyttöä, jolla saadaan varmistettua ravitsemuspalveluiden nopea sekä riittävä saatavuus kaikille katsojille (FIFA 2011). Käytännössä ravitsemuspalvelut voidaan laskea myös tukipalveluksi, sillä jalkapallo-ottelu olisi mahdollista viedä läpi ilman niitäkin. Ravitsemuspalveluista on kuitenkin tullut niin olennainen osa ottelutapahtumia, joten lasken sen opinäytetyössäni avustavaksi palveluksi.

Turvallisuus on tärkeässä roolissa tapahtumissa, eteenkin jos kyseessä on suuri massatapahtuma. Tapahtuman luonteesta sekä osallistujamäärästä riippuen voi olla tarkoituksenmukaista hankkia paikalle turva-alan ammattilaisia. Esimerkiksi kansainväliset tapahtumat, kuten urheilukilpailut ja ottelut ovat tapahtumia, joissa turvallisuuteen on kiinnitettävä erityistä huomiota. Lisäksi suuriin tapahtumiin

kannattaa hankkia paikalle ensiaputaitoista henkilökuntaa. Turvallisuuteen liittyvissä asioissa järjestäjän tulee muistaa ensisijaisesti noudattaa annettuja lakeja sekä säädöksiä, jotta yleisön turvallisuus on taattu. (Vallo & Häyrynen 2003, 199.) Esimerkiksi kansainvälinen jalkapalloliitto FIFA vaatii otteluiden järjestäjiltä katsojien turvallisuuden lisäksi takeita myös pelaajien, toimitsijoiden, henkilökunnan sekä median edustajien turvallisuudesta tapahtumastadionilla. FIFA:n mukaan ottelutapahtumien yhteydessä kaikkien paikalla olevien ihmisten turvallisuus tulisi olla tapahtuman ensisijainen ja tärkein asia. (FIFA 2011.)

Yksi turvallisuusriskejä aiheuttava tekijä jalkapallotapahtumissa on huliganismi, joka tarkoittaa kannattajien aiheuttamaa häiriköintiä tai väkivaltaisuutta ottelun aikana sekä mahdollisesti myös sitä ennen tai sen jälkeen (Pearson 2007.) Tästä voi aiheutua vakavia vaaratilanteita niin katsojille, pelaajille kuin muillekin tapahtumaan osallistuville henkilöille, mutta myös sivullisille. Suomessa jalkapallohuliganismi ei kuitenkaan ole suuri ongelma. Erilaiset huliganismin muodot, kuten kannattajien ryntäily kentälle ottelun aikana tai sen jälkeen tulisi FIFA:n mukaan torjua palkkaamalla riittävä määrä ammattitaitoisia järjestyksenvalvoja ottelutapahtumiin. Olennaisessa roolissa ovat järjestyksenvalvojen lisäksi poliisit, palomiehet sekä ensiapuhenkilökunta, joiden ammattitaito ja osaaminen ovat yhtä lailla tärkeässä roolissa ottelutapahtumissa. (FIFA 2011.)

#### 4.2.3 Tukipalvelu

Tukipalvelun ja avustavan palvelun ero on joskus hyvinkin pieni, mutta karkeasti voisi sanoa, että avustavat palvelut ovat usein ydinpalvelun onnistuneen suorittamisen kannalta ehdottomia, kun taas tukipalveluilla pyritään tekemään ydinpalvelua houkuttelevammaksi ja asiakasmyönteisemmäksi. Tukipalveluita ei siis välttämättä tarvittaisi, mutta ne tekevät ydinpalvelun myynnistä ja markkinoinnista yritykselle helpompaa. Opinnäytetyössäni ydinpalveluna olevan jalkapallo-ottelun tukipalveluiksi voidaan laskea esimerkiksi puoliajalla järjestettävä viihde sekä fanituotteiden myynti. (Albanese & Boedeker 2002, 140–141.)

Varsinaisen tapahtuman lisäksi sen ympärille järjestetään usein oheistapahtumia, joiden tarkoituksena on toimia välillisinä vaikuttimina varsinaisen tapahtuman päämäärän saavuttamiseksi. Oheistapahtumat eivät välttämättä liity tapahtuman päämäärään, mutta ne ovat tästä huolimatta jollain tavalla vuorovaikutus- tai riippuvuussuhteessa siihen. Oheis- ja päätapahtumilla tulisi kuitenkin olla sama kohderyhmä, jolloin asiakas kokee saavansa oheistapahtumista lisäarvoa. Oheistapahtumista tulee myös käydä ilmi niiden liittyminen päätapahtumaan, jotta asiakkaat osaavat yhdistää nämä toisiinsa. Jalkapallo-otteluiden yhteydessä järjestetään usein monenlaisia oheistapahtumia, kuten puoliaikaviihdettä, tapahtumatoreja ja kannattajien välisiä otteluita. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 53–54.)

Lähes kaikissa tapahtumissa jaetaan jonkinlaista oheismateriaalia, kuten ohjelmia, osallistujalistoja ja esitteitä. Materiaalit on syytä valmistaa hyvissä ajoin etukäteen, ja niiden jaon tapahtuminen asiakkaille on syytä miettiä ennakkoon. Jalkapallo-ottelussa ei tyypillisesti hyödynnetä oheismateriaalia lukuun ottamatta otte- luohjelmia, joiden saatavuus on katsojille tärkeässä roolissa. (Vallo & Häyrinen 2003, 192–194.) Myös otteluliput ovat tärkeää oheismateriaalia, ja niiden yksinkertainen sekä selkeä ulkoasu on tärkeässä roolissa. Usein kansainvälisissä otte- luissa kaikki katsojat eivät ymmärrä kieltä, millä pääsylipun tiedot on kirjoitettu. Tästä huolimatta heille pitäisi selvittää siitä helposti, missä heidän paikkansa sijaitsevat, ja miten he sinne pääsevät. (FIFA 2011).

Oheismateriaalin lisäksi osallistujia voi ohjastaa kyltityksen avulla. Kylttejä on hyvä olla mieluummin liikaa kuin liian vähän, etteivät osallistujat koe liikkumista tapahtumapaikalla vaivalloiseksi. Kansainvälisissä tapahtumissa kyltityksessä tulee muistaa ottaa huomioon myös eri kielet. Tämä pätee myös jalkapallo-otteluissa, varsinkin jos kyseessä on kansainvälinen ottelutapahtuma. Tällaisessa massatapahtumassa kyltit sekä muut opasteet ovat olennaisessa roolissa suurten ihmismäärien liikkumisen sujuvuuden saavuttamiseksi.

### 4.3 Sponsorointi

Nykypäivän bisneksessä pyörii suuria summia rahaa, ja myös urheilutapahtumat saavat osansa tästä potista. Urheilijoita sekä joukkueita sponsoroivien yritysten varoilla on huomattava osuus urheilutapahtumien tuloista. Sponsorointisopimukseen voi kuulua esimerkiksi tapahtuman televisioinnin yksinoikeudet, erilaiset sponsoripaketit, oikeus tapahtuman nimeen, pääsylippujen hallinta, oikeus mainostaa tapahtumaa, mahdollisuus käyttää sponsoroitavia henkilöitä eri yhteyksissä tai myydä tapahtumaa tuotteilla. Usein urheilua sponsoroivilla yrityksillä on sijoituksensa taustalla imagollisia syitä, esimerkiksi yhteistyökumppanuus menestyvän urheiluseuran kanssa luo yritykselle positiivista mielikuvaa asiakkaiden silmissä. Jalkapallo-otteluissa sponsorit näkyvät kaikkialla aina ottelustadionin mainoksista pelaajien asuihin sekä oheistapahtumien kojuihin. (Muhonen & Heikkinen 2003, 69–70.)

Potentiaalisia sponsoriyrityksiä etsiessään urheilutapahtumien järjestäjät ottavat huomioon useat seikat, kuten sen, miten yhteistyökumppanit edistävät tapahtumien myyntiä, ovat sitoutuneita ja osallistuvat luodakseen niistä menestyneempiä sekä tuovat lisäarvoa markkinointiin. Sponsorointi saattaa myös edesauttaa yrityksen kohderyhmän tavoittamista. Urheilutapahtumille ja -seuroille tyypillisiä sponsoreita ovat esimerkiksi urheiluvaatemerkit, monikansalliset suuryritykset sekä tunnetut kotimaiset brändit. Oikeiden sponsoreiden löytäminen on tapahtumajärjestäjille elintärkeää, sillä suuri osa tapahtumien tuotoista sekä rahoituksesta tulee heidän kauttaan. (Muhonen & Heikkinen 2003, 69–70.) Erityisesti Suomessa, missä jalkapallopiireissä pyörii verrattain pienet rahasummat, nousee sponsorien rooli tärkeäksi, sillä heidän olemassaolonsa on usein elinehto jalkapallotapahtumien järjestämiselle.

Tapahtumasponsoroinnilla voi olla useita eri muotoja, joiden käyttö riippuu muun muassa tapahtuman luonteesta, sponsoroivan yrityksen toiveesta sekä sponsorirahan määrästä. Yksi yleisimmistä sponsorointimuodoista on mainonta tapahtumapaikalla, jolloin sponsorin mainokset näkyvät sekä tapahtumapaikalla että tapahtuman markkinointimateriaalissa. Tapahtuman mainosarvon hyväksikäyttö on myös yleinen sponsoroinnin muoto, jolloin sponsoroiva yritys saa oikeuden käyt-

tää tapahtuman logoa oman tuotteen markkinoinnissa. Suurilla sponsoreilla on lisäksi mahdollista nimetä koko tapahtuma yrityksensä mukaisesti. Usein sponsoriyritykset saavat näkyvyyden lisäksi oikeuden kutsua omia yhteistyökumppaneitaan tai sidosryhmiään tapahtumaan asiakkaiksi. Jalkapallo-otteluissa on yleensä näkyvillä kaikkia edellä mainittuja sponsoroinnin muotoja aina kutsuvieraista kentän laitamainoksiin. (Vallo & Häyrynen 2003, 94.)

#### 4.4 Muut tapahtuman osat

Tapahtuman ajankohta on yksi asioista, jotka päätetään heti suunnittelun alkuvaiheessa. Ajankohta kannattaa valita huolella, sillä se vaikuttaa oleellisesti siihen, kuinka moni henkilö kykenee osallistumaan tapahtumaan. Esimerkiksi viihteellisiä tapahtumia järjestettäessä paras ajankohta on joko viikonloppuisin tai arki-iltoina toimistoajan jälkeen. Myös vuodenajalla on merkityksensä ajankohtaa huomioitaessa, eteenkin Suomessa, missä talviset kelit voivat aiheuttaa suuria yllätyksiä. Massatapahtumia järjestettäessä tulee lisäksi huomioida se, ettei samanaikaisesti ole muita, kilpailevia tapahtumia. Erilaiset säädökset sekä lait asettavat myös omat rajoituksensa tapahtuman ajankohdalle. (Vallo & Häyrynen 2003, 163–164.) Esimerkiksi kansainvälisissä jalkapallo-otteluissa on sovittu tietyt päivämäärät, jolloin kaikki maajoukkueet pelaavat ottelunsa, ja maiden jalkapallon pääsarjat ovat tämän aikaa tauolla päällekkäisten seura- ja maaotteluiden välttämiseksi.

Suurissa kansainvälisissä jalkapallo-otteluissa yksi suurin säädösten asettaja pelien olosuhteiden osalta on kansainvälinen jalkapalloliitto FIFA, jonka ohjeistuksesta löytyy rajoituksia sekä määräyksiä kaikille osa-alueille ottelutapahtumissa. Niin turvallisuudelle, kentän sekä stadionin olosuhteille, katsomoille, katsojille, tekniselle varustelutasolle, parkkipaikoille, medialle ja muille jalkapallo-otteluun liittyville osatekijöille löytyy omat säädöksensä FIFA:n ohjeista. Näiden säädösten toteuttamista seurataan tarkasti sakkojen sekä muiden rangaistuksien uhalla. (FIFA 2011.)

## 5 HAVAINNOINTI TAPAHTUMISSA

Opinnäytetyöni havainnoinnin kohteena oli kaksi ottelutapahtumaa, jotka olivat osa kesällä 2012 pelattavien jalkapallon EM-kisojen karsintoja. Suomi ja Hollanti kuuluivat karsintalohkoon, jossa näiden maiden lisäksi pelasi neljä muuta maata. Lohkojen voittajat pääsivät suoraan lopputurnaukseen, ja kaikkien Euroopan lohkojen toiseksi tulleista parhaiten menestyneet pelasivat jatkokarsinnoissa loppuista kisapaikoista. Näin ollen Hollannin ja Suomen kohdatessa ensimmäistä kertaa toisensa Rotterdamissa 7.9.2010 karsinnat olivat vasta aluillaan ja lohkotilanne avoin. Maiden kohdatessa toisen kerran Helsingissä 6.9.2011 Hollanti oli jo varmistanut paikkansa lopputurnauksessa, kun taas Suomen mahdollisuudet sinne selviämiseen olivat menneet. Näin ollen toisessa ottelussa ei varsinaista panosta enää ollut.

### 5.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmänä käytin havainnointia, joka on yksi kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen muodoista. Laadullinen tutkimus on paras menetelmä ottelutapahtumien tutkimiseen, sillä se mahdollistaa näkökulmien sekä tutkittavien kohteiden ja niiden painotusten muokkaamista opinnäytetyöprosessin edetessä. Näin ollen asiat selkenevät ja tutkimusmenetelmälliset ratkaisut täsmentyvät työn edetessä. Laadullinen tutkimus voi myös nostaa esille uusia, mielenkiintoisia näkökulmia tutkittavasta kohteesta, mikä saattaa laajentaa tutkimusta ja tuoda siihen uusia puolia. Tästä huolimatta laadullista tutkimusta tehtäessä on pidettävä työn rajaus selkeänä sekä tarpeeksi suppeana. (Aaltola & Valli 2007b, 70–73.)

Havainnoinnin perimmäisenä ideana on hahmottaa ympäristöä, reagoida siihen sekä pyrkiä ymmärtämään näkemäämme ja kokemaamme. Havainnoinnin kerrostuvuus tekee siitä hyvän tutkimusmenetelmän, sillä uusi tieto ei kumoa edellistä, vaan ikään kuin täydentää ja tukee sitä. Havainnointia tehtäessä uutta tietoa kertyy kaikkien aistien kautta, ja tutkijan oma osallistuminen on hyvin tärkeää. Tutkimus on näin ollen kaksisuuntainen dialogi tutkijan sekä tutkittavan välillä. Se voi olla aktiivista tai passiivista, eli tutkija voi itse osallistua ja vaikuttaa tutkittavaan ilmi-

öön tai ainoastaan tarkkailla sitä ikään kuin ulkopuolisena. Havainnointia voi tehdä myös niin sanotusti piilosta käsin, jolloin tutkijan toiminta ei vaikuta tutkittavien käytökseen. (Aaltola & Valli 2007a, 151–152.) Opinnäytetyöni yhteydessä suorittamani havainnointi ei tapahtunut piilosta käsin, sillä tutkin tapahtumia paikan päällä avoimesti. Tästä huolimatta en kuitenkaan pyrkinyt aktiivisesti vaikuttamaan tapahtuman kulkuun, joten roolini oli passiivinen.

Suoritin havainnoinnin osallistumalla molempiin tutkimukseni kohteena oleviin Suomen ja Hollannin välillä pelattaviin ottelutapahtumiin. Päädyin tähän menetelmään, sillä se toimi tutkimusta ajatellen parhaiten, eikä aiheuttanut suuria kustannuksia. Havainnointi paikan päällä oli paras tapa saada yksityiskohtaista sekä monipuolista tietoa ottelutapahtumista kokonaisuutena, ja sen toteuttaminen tulosten kannalta parhaalla tavalla oli itse kontrolloitavissa. Havainnointi paikan päällä auttoi myös liittämään tutkittavat asiat ja saadun tiedon niiden kontekstiin, jolloin asiat oli helppo nähdä niiden oikeissa yhteyksissä. Kuvamateriaalin sekä muistiinpanojen avulla tapahtumista sai olennaisen tiedon hyvin kerättyä. Tosin opinnäytetyön tekeminen ja tämän myötä myös havainnointi yksin saattoi aiheuttaa sen, ettei kaikkea mahdollista informaatiota saanut talletettua parhaalla mahdollisella tavalla, sillä luonnollisesti useamman henkilön keräämä tieto olisi kattavampaa sekä kokonaisvaltaisempaa. Ottelutapahtumien havainnointiin käytettävissä oleva aika oli myös rajallinen, mikä osaltaan vaikutti kerätyn aineiston määrään. (Aaltola & Valli 2007a, 154–155.)

Havainnoinnin suunnittelun aloitin niiden asioiden pohjalta, jotka olimme toimeksiantajan kanssa sopineet keskeisiksi teemoiksi. Olennaisimmiksi havainnoinnin kohteiksi sovimme fanialueet, stadionalueet opasteineen sekä kulkureitteineen, kaupunkinäkyvyyden ja tunnelman luomisen stadioneilla. Näiden osa-alueiden lisäksi havainnoin myös oheispalveluita, kulkuyhteyksiä, tekniikkaa, ravitsemuspalveluita, saniteettitiloja, sponsoreita, turvallisuutta sekä oheismateriaalia. Näiden avulla ottelutapahtumasta muodostui selkeä kokonaiskuva, ja kaikki olennaiset elementit tulivat huomioiduiksi. Tarkkaa suunnitelmaa en kuitenkaan pystynyt etukäteen tekemään, sillä oli etukäteen vaikea arvioida, miten kauan materiaalin keräämiseen menisi aikaa, ja mitä kaikkea tulisin havainnoimaan. Otteluiden alkamisaikojen selvittyä pystyin alustavasti miettimään suuntaa-antavaa aikataulua,

jolla ehtisin tekemään tarpeeksi havaintoja tapahtumista. Aikatauluja suunnitellussa tutustuin myös tapahtumajärjestämiseen liittyvään kirjallisuuteen, jonka pohjalta pystyin miettimään, mihin kaikkeen minun tulisi kiinnittää huomioita havainnointia tehdessä.

Seuraava vaihe suunnittelun jälkeen oli osallistua 7.9.2010 ensimmäiseen ottelutapahtumaan Rotterdamissa, Hollannissa. Suoritin tuolloin opiskelijavaihtoani Haarlemissa, joten matkustin jo edellisenä päivänä ottelupaikkakunnalle, jossa yövyin hotellissa. Ottelupäivän aamuna aloitin havainnoinnin sekä muistiinpanojen tekemisen kaupungilla, mitä seurasi kannattajien välinen ottelu. Tämän jälkeen osallistuin opinnäytetyöni toimeksiantajan Kalle Marttisen kanssa Hollannin palloliiton edustajan Ellen Jongeriuksen esittelykierrokselle ottelustadionilla. Kierroksen jälkeen tein havaintoja Stadion De Kuipin ympäristössä otteluun asti, jossa jatkoin havainnointiani. Stadionilla suorittamassani havainnoinnissa keskityin katsojiin liittyviin palveluihin, ja yritin parhaani mukaan saada materiaalia kerättyä kaikista mahdollisista tapahtuman osa-alueista. Ensimmäisen ottelutapahtuman havainnointi sujuikin suunnitelmien mukaisesti, tutkimusmateriaalia karttui reilusti, ja aloitin sen käsittelyn heti ottelun jälkeen.

Ensimmäisen ja toisen ottelutapahtuman välillä oli vuosi aikaa, joten jatkoin tutustumista aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen, suunnittelin seuraavaa havainnointia ja kokosin opinnäytetyön tietoperustaa. Toinen osaottelu pelattiin 6.9.2011 Helsingissä, jossa aloitin aamupäivällä havainnoinnin sekä kaupungilla että Olympiastadionin ympäristössä. Palasin stadionin ympäristöön pari tuntia ennen ottelua havainnoimaan, minkä jälkeen siirryin stadionille havainnoimaan itse ottelutapahtumaa. Havainnointi tapahtui hyvin samankaltaisesti kuin ensimmäisessä osaottelussa, ja pyrin saamaan materiaalia kaikilta osa-alueilta. Myös toisesta osaottelusta kertyi runsaasti tutkimusmateriaalia, jonka käsittelyn aloitin heti tapahtuman jälkeen.

Molempien ottelutapahtumien järjestämisen jälkeen jatkoin tietoperustan tekemistä, jonka valmiiksi saamisen jälkeen aloitin varsinaisen havainnointimateriaalin läpikäynnin ja vertailun muistiinpanojen sekä kuvamateriaalin perusteella. Hyödynsin tässä vaiheessa myös tietoperustaan keräämääni tietoa aiheesta.

## 5.2 Tapahtumien taustatiedot

7.9.2010 pelattiin ensimmäinen Hollannin ja Suomen välinen ottelu reilun 603 000 asukkaan Rotterdamissa, Lounais-Hollannissa (Rotterdam Info 2011). Pelipaikkana toimi vuonna 1937 valmistunut Stadion De Kuip (KUVA 1), joka tunnetaan myös nimellä Stadion Feijenoord. Sen oranssi-sininen väritys sopii Hollannin maaotteluiden pelaamiseen kuin myös yleisökapasiteetti, joka on jalkapallo-otteluissa 50 000 katsojaa. De Kuipiin kuuluu stadionin lisäksi museo, kongressi- ja messukeskus sekä ravintola-alue. (Stadion Feijenoord 2011.) Sää ottelupäivänä oli syksyisen harmaa ja pilvinen, lämpötila noin 13 °C. Ottelu alkoi kello 20.30 paikallista aikaa.

Toinen osaottelu pelattiin 6.9.2011 reilun 594 000 asukkaan Helsingissä (Väestörekisterikeskus 2011), joka on väkiluvultaan hyvin samankokoinen kuin pelipaikkana Hollannissa toiminut Rotterdam. Ottelun tapahtumapaikkana oli Helsingin Olympiastadion (KUVA 11), joka on vihitty käyttöön 1938. Sen katsomokapasiteetti on 40 000 henkilöä. Olympiastadionin yhteydessä toimii myös hostelli, urheilumuseo sekä toimisto- ja liikuntatiloja. (Olympiastadion 2011.) Sää ottelupäivänä vaihteli sadekuuroista aurinkoiseen keliin. Lämpötila oli päivällä 16–20 °C, mutta viileni nopeasti auringon laskettua. Ottelu alkoi kello 20.00.

## 5.3 Tapahtumapaikat ja -ajat

Jo otteluiden tapahtumapaikat ennakoivat hyvin pelien merkitystä ja suosiota. Hollannissa ottelu sijoitettiin Rotterdamin kaupunkiin, osittain vähäisen yleisömääräodotuksen takia. Odotukset kävivätkin toteen ottelussa Suomea vastaan, sillä 50 000 katsojan De Kuipilla oli yleisöä ainoastaan 25 000 henkilöä. Osasyynä vähäiseen yleisömäärään oli Hollannin palloliiton Event Managerin Ellen Jongeriuksen mukaan ottelun pelaaminen tiistaina, joka on Hollannissa valtakunnallisesti juniorijalkapalloilijoiden harjoittelupäivä, eikä tapana ole jättää omia harjoituksia väliin maaotteluun menemisen vuoksi. Myös ottelun pelipaikkakunnalla sekä säällä oli syynsä vähäiseen yleisömäärään. Ottelu alkoi kello 20.30, ja portit avattiin hyvissä ajoin ennen ottelua, kello 18.30.

Vieraskannattajia Suomesta oli saapunut Rotterdamiin runsaasti, Suomen Maa-joukkuekannattajien kautta 1450 henkilöä, joiden lisäksi osa kannattajista oli ostanut lipun Hollannista (Marttinen 2011). Lyhyiden välimatkojen sekä hyvien liikenneyhteyksien ansiosta niin Hollannin rajojen sisältä kuin ulkomailtakin oli molempien joukkueiden kannattajien helppo saapua otteluun Rotterdamiin. Kaupungin julkinen liikenne toimi myös hyvin, sillä keskustasta stadionille pääsi linja-autoilla, junalla sekä raitiovaunuilla. Erityisesti raitiovaunupysäkit tyhjenivät nopeasti ottelun jälkeen lisättyjen vuorojen ansiosta.

Stadionin välittömässä läheisyydessä oli myös laaja parkkipaikka liikenteenohjauksella, mikä helpotti paikalle saapumista. Parkkipaikkojen lisäksi liikenteenohjaajia oli laitettu stadionin ympäristöön helpottamaan kävelijöiden sekä pyöräilijöiden liikkumista muun liikenteen seassa, niin ennen kuin jälkeen ottelun. Kokonaisuudessaan liikenteen sujuminen ja suurten massojen liikuttaminen sujui todella jouhevasti ja organisoidusti. Hyvät kulkuyhteydet olivat todennäköisesti yksi syy siihen, että molempien joukkueiden kannattajia näkyi runsain mitoin Rotterdamin katukuvassa päivän aikana. Muuten ottelun näkyvyys kaupungilla oli vähäistä lukuun ottamatta muutamien baarien mainoksia ottelua edeltävistä tarjouksista sekä Hollannin lippuja talojen ikkunoissa.

Suomessa ottelu sijoitettiin pääkaupunkiin Helsinkiin, sillä Hollannin kaltaista jalkapallon suurmaata vastaan odotettiin täyttä Olympiastadionia (40 000 katsojaa). Huolimatta odotuksista yleisömäärän suhteen saapui paikan päälle ainoastaan 21 580 katsojaa, mikä johtui todennäköisesti Suomen menetetyistä mahdollisuuksista lopputurnauspaikan suhteen. Huolimatta katsojien vähäisestä kiinnostuksesta ottelua kohtaan käsiteltiin peliä paljon ennakkoon mediassa johtuen edellisessä karsintaottelussa Moldovaa vastaan tapahtuneista hulinoinneista sekä myös joukkueen hyvistä peliesityksistä kyseisessä ottelussa. Ottelu alkoi kello 20.00, ja portit avattiin kello 18.30.

Hollantilaisia kannattajia oli fanikatsomossa 500, joiden lisäksi osa hollantilaisista oli ostanut lippunsa suomalaisten katsomonosista (Marttinen 2011). Hollannista Helsinkiin on hyvät lentoyhteydet, mikä helpotti kannattajien saapumista otteluun.

Myös muualta Suomesta on hyvät yhteydet pääkaupunkiin, tosin välimatkat ovat Hollannin vastaavia huomattavasti pidemmät. Lisäksi Helsingin ydinkeskustasta pääsee raitiovaunuilla sekä linja-autoilla stadionille, ja lukuisat kannattajat kulki-  
vat jalkaisin tämän reilun kahden kilometrin matkan, joten suuremmilta ruuhkilta vältyttiin. Myös Suomessa julkisen liikenteen vuoroja lisättiin sekä junien että linja-autojen osalta ottelutapahtuman jälkeen.

Ilmaista parkkitilaa ei paljoakaan löydy Olympiastadionin yhteydestä, mikä kannusti osaltaan julkisilla kulkuneuvoilla otteluun saapumiseen. Stadionin ympäristössä ei myöskään ollut järjestetty paljoa liikenteenohjausta, mutta massojen liikuminen sujui tästä huolimatta hyvin. Ottelun jälkeenkin stadion ja sen ympäristö tyhjenivät nopeasti. Oranssia väriä näkyi katukuvassa jo ottelua edeltävänä päivänä, ja muutama tunti ennen ottelua näytti liikenteessä olevan runsain mitoin molempien joukkueiden väreihin pukeutuneita kannattajia. Kaupungilla ottelun näkyminen katukuvassa oli lähinnä fanien vastuulla, sillä ottelun pelaaminen ei heidän lisäksi näkynyt ollenkaan kaupungilla.

## 5.4 Avustavat palvelut

### 5.4.1 Tekniikka

Nykypäivänä jalkapallo-otteluissa tekniikka on hyvin tärkeässä roolissa. Siksi ensimmäisenä huomio kiinnittyikin siihen, ettei De Kuip -stadionilta Hollannin jalkapallokulttuurista huolimatta löytynyt ollenkaan näyttöscreeniä. Joukkueiden avauskokoonpanot, pelikello, pelaajavaihdot sekä muu tärkeä informaatio näkyivät ainoastaan yksinkertaisella tulostaululla (KUVA 10). Muuten stadionin tekniikassa ei ollut puutteita, ja sitä hyödynnettiinkin paljon musiikin soittamisessa, kuulutuksissa sekä muussa tunnelman nostattamisessa. Tunnelman luonti musiikin kautta ottelutapahtumissa onkin osa Hollannin palloliiton toimintastrategiaa (KNVB 2010). Kuulutukset olivat pääasiallisesti hollanniksi, mutta koko yleisöä koskevat informaatiot ja muut tärkeät tiedot kerrottiin myös englanniksi. Soittokunnan säestämät kansallislaulut tarvitsivat myös äänentoistotekniikkaa kuuluak-

seen koko stadionille. Lisäksi tekniikkaa hyödynnettiin kentän laidoilla olevissa vaihtuvissa mainostauluissa. Stadionin valaistus täytti myös vaaditut FIFA:n säädökset.

Helsingin Olympiastadionin suurin ero Stadion De Kuipin oli screenin löytyminen (KUVA 17). Sitä hyödynnettiin niin pelaajien esittelyissä, pelikellona, uusintojen näyttämässä, pelaajavaihdossa ja muissa tärkeissä peliin liittyvissä tapahtumissa sekä sponsoreiden mainosten pyörittämisessä. Muutenkin stadionilta löytyi asianmukainen tekniikka, kuten vaadittu valaistus. Kuulutukset tulivat pääosin suomeksi, mutta tärkeimmät tiedot kuten pelitapahtumat sekä koko katsomoa koskevat asiat kuulutettiin myös englanniksi. Muuten äänentoistoa ei käytetty paljoakaan, sillä musiikkia soitettiin hyvin vähän, eikä yhtä systemaattisesti kuin Hollannissa. Musiikki ei myöskään kuulunut kunnolla katsomon kaikkiin osiin, sillä Olympiastadionin äänentoisto on hieman heikkolaatuinen. Näin ollen musiikin luoma mahdollisuus tunnelman nostattajana jäi hyödyntämättä. Kansallislaututkin tulivat nauhalta paikalla olevan soittokunnan sijasta. Myös Helsingissä tekniikkaa hyödynnettiin kentän laidoilla olevissa vaihtuvissa mainostauluissa.

#### 5.4.2 Saniteettitilat ja stadionien olosuhteet

Yleiskuva De Kuip -stadionista oli siisti ja toimiva. Kulkuväylät olivat leveitä sekä selkeitä eivätkä turhan sokkeloisia, ja sisäänkäyntejä stadionille oli runsaasti. Koko stadion oli katettu, mutta katot eivät yltäneet ensimmäisille riveille saakka. De Kuipin pääasiallinen käyttötarkoitus on toimia jalkapallostadionina, mikä lisää yleisön viihtyvyyttä kentän ja katsomon välisen lyhyen välimatkan ansiosta. Stadionin muoviset penkit olivat hyvät istua, mutta niiden kestävyys pelissä mukana elävien jalkapallokannattajien käytössä epäilytti. De Kuipin kapasiteetti oli myös riittävä, ja hieman pienempikin stadion olisi riittänyt ottelun yleisömäärälle (25 000), joka jäi alle odotusten. Huolimatta De Kuipin pitkästä historiasta olivat saniteettitilat viihtyisät sekä siistit, ja niitä oli riittävä määrä jonojen välttämiseksi (KUVA 7). Tiloista löytyi kaikki tarvittava lukuun ottamatta peilejä, ja ainakin puoliaikaan saakka WC:t olivat pysyneet siisteinä. Tilat oli sisustettu stadionilla

kotiottelunsa pelaavan Feyenoordin jalkapalloseuran värien mukaisesti. Koko stadion on savuton, mutta ainakaan vieraskatsomossa tupakointiin ei puututtu.

Huolimatta Olympiastadionin sekä De Kuipin yhtä pitkästä historiasta voisi ensin mainittua luulla vanhemmaksi sen olosuhteiden takia. Vaikka Olympiastadionin kulkureitit olivat selkeitä ja liikkuminen helppoa, näkyi sen puitteissa remontoinnin tarve. Ainoastaan sivukatsomot ovat katettuja, mikä jättää yli puolet katsojista sään armoille. Lisäksi toimiminen yleisurheilustadionina vähentää yleisön viihtyvyyttä, sillä juoksuradat vievät jalkapallokentän kauemmaksi katsojista. Kuitenkin stadionin vanhat, puiset penkit olivat mukavat istua, ja ne tuntuivat kestävän kovemmankin käytön. Saniteettitiloissa huomasi remontin tarpeen, sillä huolimatta perussiisteistä puitteista ja riittävästä varustuksesta näkyi tiloissa rakennuksen vanheneminen (KUVA 15). Erityisesti saniteettitilojen vähyys vähensi selvästi Olympiastadionin yleisön viihtyvyyttä, sillä osaan katsomoista oli jouduttu tapahtumaa varten tuomaan siirrettäviä lisävessoja, jotta välttyttäisiin jonoilta. Sisäänkäyntejä Stadionille oli riittävästi, lukuun ottamatta E-katsomoon syntyneitä pitkiä jonoja. Olympiastadionilla tupakointi oli sallittua ainoastaan merkityillä alueilla, joiden kyltititys oli todella vähäistä.

#### 5.4.3 Opasteet

Rotterdamissa stadionalueelle saavuttaessa näkyi joka puolella kiinteitä katsomokarttoja sekä opasteita (KUVA 2), joista ilmeni niin stadionin kuin lähialueenkin rakenne selkeästi. Myös porttien numerot ja sisäänkäyntien kirjaimet oli merkitty selkeästi ja näkyvästi. Apua pystyi kysymään myös järjestyksenvalvojilta sekä attaseoilta, jotka neuvoivat sujuvasti kysyttävien paikkojen sijainnit. Heidän työkentelynsä ansiosta myös suurten massojen liikkuminen esimerkiksi lipuntarkastusvaiheessa sekä ottelun loputtua sujui ilman suurempia ongelmia. Ulkopuolella olevat turvallisuusmääräyksistä kertovat taulut olivat ainoastaan hollanniksi, mikä takia niiden sisältöä eivät vieraskannattajat ymmärtäneet. Ravitsemuspalveluiden myyntipisteet oli kaikki varusteltu selkein kuvallisilla kylteillä, jolloin ongelmia kielen ymmärtämättömyyden kanssa ei syntynyt.

Helsingin Olympiastadionin ympäristössä suurista opastelakanoista näkyi katsomokartta, mutta näitä lakanoita ei ollut kuin kaksi koko stadionalueella (KUVA 12). Eri katsomonosiin pääsemistä oli myös opastettu ympäri stadionia laitettujen suurten banderollien avulla, mutta vastaavia opasteita kiinteinä versioina ei ollut. Kokonaisuudessaan opasteita stadionin ulkopuolella oli vähän, ja ne painottuivat puolelle, jossa ottelua ennen järjestettiin tapahtumatori. Oikealle portille löydettyä olivat niiden kirjaimet sekä numerot kuitenkin selvästi näkyvissä. Stadionin sisältä löytyi myös runsaasti attaseoja, jotka auttoivat paikkojen löytämisessä. Porttien yläpuolella olevat turvallisuusohjeet olivat suppeat, tosin ne olivat myös englanniksi sekä ruotsiksi, ja kylttien kuvat auttoivat myös vieraskannattajia ymmärtämään niiden sisällön.

#### 5.4.4 Ravitsemuspalvelut

Jalkapallo-otteluissa ravitsemuspalveluiden tärkein ominaisuus on ruoan nopea saanti silloin, kun sitä kaipaa, mikä yleensä tarkoittaa pelin puoliaikojen välistä taukoa. Tästä johtuen käytännöllinen järjestely on laittaa eri tuotteet myytäväksi eri pisteisiin, jotta jokainen katsoja saa nopeasti haluamansa tuotteen selkeästä paikasta. Rotterdamissa tämä oli huomioitu hyvin, sillä tuotteita myytiin eri pisteistä, joihin jokaiseen oli selvästi merkitty, mitä tuotetta mistäkin saa. Tyypillisiä ravitsemustuotteita urheilutapahtumissa ovat nopeasti ja helposti saatavat ruoat, kuten pizzat, hampurilaiset, ranskalaiset perunat sekä hot dogit. Juotavista suosituimpia olivat olut (alkoholiton), kahvi sekä limut. Näitä kaikkia tuotteita olikin myynnissä De Kuip -stadionilla, jonka myyntikojuista osa oli kiinteitä ja osa ottelua varten pystytettyjä (KUVA 8). Erikoista myynnistä teki se, että ruokakojuissa kävi ainoastaan stadionin omat poletit, joita pystyi ostamaan stadionalueen automaateista (KUVA 5). Tällä pyrittiin nopeuttamaan myyntiprosessia ja lyhentämään jonotusaikaa. Siinä stadionilla onnistuttiinkin hyvin, eikä tauolla ruoan myyntipisteissä näkynyt jonoja. Polettisysteemi ei tosin ainakaan suomalaiskanattajilta saanut kehuja johtuen mahdollisesti sen käytön vieraudesta. Hintaluokka oli samaa tasoa, mihin yleensä tämänkaltaisissa tapahtumissa on totuttu.

Helsingissä ravitsemuspalveluissa oli päädytty samankaltaiseen ratkaisuun kuin Rotterdamissa, eli tuotteiden myynti oli eriytetty useille pisteille. Valikoimasta löytyi samankaltaisia tuotteita, tosin valikoima oli laajempi, ja se sisälsi enemmän makeita tuotteita. Myynnissä oli esimerkiksi hot dogeja, makkaroita, panineja, patonkeja, snackseja, munkkeja, pullia sekä makeisia. Myös juomavalikoima oli laajempi, sillä valikoimasta löytyi kahvin sekä limujen lisäksi teetä, pullovetä ja pillimehuja. Huolimatta tuotteiden eriytetystä myynnistä kertyi jonoja jonkin verran, mutta valtaosa ihmisistä sai haluamansa tuotteet ostettua tauon aikana. Tuotteiden hinnat olivat samaa luokkaa kuin muissa vastaavissa tapahtumissa. Stadionilla ei ollut kiinteitä tiloja ravitsemustuotteiden myynnille, vaan ottelutapahtumaa varten oli rakennettu kojuja, joista myynti tapahtui (KUVA 16). Maksuvälinaa kävivät kortti sekä käteinen.

#### 5.4.5 Turvallisuus

Rotterdamissa stadionin läheisyyteen saavuttaessa oli havaittavissa, että kokemusta kansainvälisten jalkapallo-otteluiden järjestämisestä löytyy. Alueella liikkui kymmenittäin poliiseja niin pyörillä, jalkaisin kuin ratsastaen. Myös järjestyksenvalvoja oli paikalla runsain mitoin. He saivatkin ottelun jälkeen paljon kiitosta suomalaisilta kannattajilta rennon, mutta asiallisen asenteensa ansiosta. Stadionin sisälle mentäessä turvallisuuden huomiointi oli hyvin tarkkaa (KUVA 4): ensin lippu tarkistettiin tiskillä, tämän jälkeen kuljettiin pyörivän portin läpi, seuraavaksi ruumiin- sekä laukun tarkastus, jota seurasi vielä lipun tarkistus katsomoon mentäessä. Huolellisen tarkastuksen jälkeen ei katsomossa häiriköiviä henkilöitä näkynyt lukuun ottamatta yhtä suomalaista kannattajaa, joka poistettiin stadionilta. Huolimatta pitkästä prosessista turvatarkastus sujui todella jouhevasti, mikä kertoi järjestäjien pitkästä kokemuksesta. Stadionin sisällä oli myös runsaasti järjestyksenvalvoja, joista suuri osa oli sijoitettu vieraskannattajien ympäristöön. Myös palomiehiä sekä ensihoitajia näkyi stadionilla.

Myös Helsingissä poliiseja näkyi katukuvassa normaalia enemmän, niin jalkaisin, autojen kanssa kuin ratsaillakin. Turvallisuuteen ottelun alla oli panostettu, sillä yleisöä oli odotettavissa runsaasti, ja edellisessä karsintaottelussa Moldovaa vas-

taan oli esiintynyt häiriköintiä. Tämä näkyi myös järjestyksenvalvojen runsaassa määrässä kotijoukkueen kannattajien katsomonosassa, Pohjoiskaarteessa, kun taas vieraskannattajien ympärillä oli hyvin vähän järjestyksenvalvoja. Vieraskannattajien ympäristössä ollut vähäinen järjestyksenvalvojen määrä johtui hollantilaisten katsomonosan ympärillä olevista erityispeitteistä, jotka estivät heidän pääsynsä muihin katsomosiin (Marttinen 2011). Turvatarkastusta oli selvästi tiukennettu edellisen ottelun seurauksena, sillä ruumiin- sekä laukkujen tarkastus oli erityisesti E-katsomossa hyvin tarkkaa (KUVA 13). Liput tarkistettiin kuitenkin vain yhden kerran portilla. Tarkoista turvallisuustoimista johtuen jonot pääsivät E-katsomossa kasvamaan pitkiksi, minkä seurauksena sadat ihmiset pääsivät stadionille vasta ottelun alettua (KUVA 14). Ottelutapahtumassa oli paikalla myös ensiapuhenkilökuntaa sekä palomiehiä, joista jälkimmäisiä erityisesti Pohjoiskaarteen lähistöllä mahdollisten häiriöiden varalta. Itse ottelu sujui kuitenkin ilman suurempia ongelmia, sillä vain yksi pommi räjähti ottelun aikana. Fanit keskittyivätkin ottelussa kannustamiseen, vaikka silloin tällöin ruokaa, pahvimukeja ja muuta vaaratonta lensi katsomosta kentälle.

## 5.5 Tukipalvelut

### 5.5.1 Oheistapahtumat ja tunnelma ottelutapahtumissa

Hollanti-Suomi-ottelun ympärille oli rakennettu paljon oheisohjelmaa, joka alkoi reilusti ennen ottelua. Päivällä kello 13 alkaen pelattiin stadionin läheisellä kentällä kannattajien välinen ottelu, jossa mukana olleet aloittivat värin tunnustamisen ja ottelun ennakoinnin. Paikalla oli molempien joukkueiden kannattajia, yllättäen enemmän suomalaisia. Kannattajien välisestä ottelusta oli helppo siirtyä tapahtumatorille, ”Ons Oranje Parkiin” (KUVA 3), joka sijaitsi myös De Kuip -stadionin välittömässä läheisyydessä. Tapahtumatori oli sponsoreiden sekä Hollannin palloliiton luoma alue, johon kannattajilla oli vapaa pääsy ennakoimaan ottelua. Myöskään turvatarkastusta ei alueella järjestetty, joten paikalle oli helppo tulla. Torilla oli esiintyjä viihdyttämässä, juoma- ja ruokamyyntiä (myös alkoholitarjoilua) sekä suurimmat sponsorit esillä. Oranssi oli selkeästi alueen valtaväri, mutta fani-

tuotemyyntiä alueelta ei löytynyt. Tuotteita pystyi kuitenkin ostamaan kymmenistä kojuista stadionin ympäristöstä. Fanituotteiden myynnin sijainti johtui siitä, että kyseiset kojut eivät olleet tapahtumatorin tavoin Hollannin palloliiton järjestämiä. Ottelustadionilla sekä tapahtumatorilla oli hyvä opastus paikasta toiseen. Stadionin ulkopuolelta oli myös mahdollisuus ostaa ottelulippuja ennen pelin alkua.

Ennen ottelua stadionin tunnelmaa nostatettiin maskoteilla (KUVA 6), joita oli havaittavissa niin stadionin ulko- kuin sisäpuolellakin. Maskotit viihdyttivät yleisöä myös ottelun puoliajalla sekä ottelun jälkeen. Puoliajalla oli tarjolla myös paikallisen radiokanavan esitys, jossa joukko nuoria esiintyi musiikin tahdissa. Edellä mainitun ohjelmanumeron lisäksi musiikkia hyödynnettiin eri tavoin ottelutapahtumassa. Esimerkiksi ennen ottelun puoliaikojen alkamista stadionilla soitettiin Hollannin kannatuslaulua, johon yleisö osallistui heiluttamalla penkeille jaetuja oransseja lippuja. Tätä lukuun ottamatta kannustus ottelussa oli yleisölähtöistä, ei kuuluttamosta tai muualta johdettua. Kotijoukkueella Hollannilla ei myöskään ollut stadionilla pääkannattajajoukkoa, joka olisi johtanut kannustusta. Tämän takia kannustus jäi vaisuksi, minkä seurauksena suomalaisten kannattajien organisoitu kannustus oli dominoivaa ottelun aikana. Hollannin kannattajien kannustus kuitenkin lisääntyi loppua kohden samalla kun kotijoukkueen voitto (lopputulos 2–1) läheni. Ottelun jälkeen stadionilla soitettiin ”We are the Champions”, joka oli valittu ottelun lopputuloksen mukaisesti lisäämään kannattajien voiton tunnetta. Minkäänlaisia virallisia jatkojuhlia ei ottelussa mainostettu, mutta suomalaiset kannattajat olivat ennakkoon sopineet rotterdamilaisen ravintolan kanssa pelin jälkeisestä tilaisuudesta kyseisessä paikassa. Lukuun ottamatta tätä baaria ei kummankaan joukkueen värejä näkynyt enää Rotterdamin illassa muutaman tunnin päästä ottelun loppumisesta.

Suomi-Hollanti-ottelun yhteydessä ennakointi alkoi vasta myöhemmin iltapäivällä, sillä Rotterdamissa pelatun kannattajien välisen ottelun kaltaista peliä ei Helsingissä järjestetty ollenkaan. Tämä johtui siitä, etteivät hollantilaiset kannattajat saaneet joukkuetta kasaan (Marttinen 2011). Tämän seurauksena ensimmäinen ottelua ennakoanut tapahtuma oli Olympiastadionin edustalle rakennettu tapahtumatori (KUVA 11), joka oli hyvin samankaltainen kun Rotterdamissa ollut ”Ons Oranje Park”. Tapahtumatorilta löytyi tärkeimmät sponsorit, ruoka-, juoma-

(myös alkoholitarjoilua), fanituote- ja lipunmyyntiä sekä veikkauspisteitä. Alueelta löytyi myös siirrettäviä WC:itä sekä suuri screen, jolta näytettiin tunnettujen vieraiden haastatteluja ja muuta ottelun liittyvää materiaalia. Lisäksi alueella liikkui asepalvelusta suorittavia nuoria miehiä, jotka keräsivät varoja hyväntekeväisyyteen. Keräys jatkui tapahtumatorin lisäksi myös stadionin sisällä. Myös Suomessa tapahtumatorille oli vapaa pääsy ilman turvatarkastusta. Tapahtumatorin lisäksi stadionin ympäristössä ei ollut muuta myyntiä.

Toisin kuin Rotterdamissa, ei Helsingissä pelatussa ottelussa ollut maskotteja paikalla missään vaiheessa tapahtumaa. Muutenkin materiaali tunnelman luomiseen oli vähäistä, sillä esimerkiksi yleisölle jaetut kannustusliput sekä musiikin hyödyntäminen puuttuivat kokonaan. Ennen ottelun alkua Olympiastadionilla palkittiin Sami Hyypiän ja Jari Litmasen kaltaisia entisiä maajoukkuepelaajia heidän saavutustensa ansiosta, mutta muuten oheisohjelmaa ei ottelussa järjestetty lainkaan. Fanimyyntiä löytyi myös stadionin sisätiloista, mikä edesauttoi tunnelman luomista. Yleisö oli myös tärkeässä roolissa tunnelman nostattamisessa, erityisesti Pohjoiskaarten kannattajat, joiden johdolla koko stadionin yleisö lähti mukaan kannustukseen. Lisäksi paikalle saapuneet hollantilaiset kannattajat antoivat lisäksi pelin tunnelmaan kannustuksellaan. Ottelun virallisia jatkoja ei Helsingissäkään mainostettu, mutta molempien joukkueiden värejä näkyi ympäri kaupunkia myöhään iltaan saakka.

### 5.5.2 Oheismateriaali

Ottelutapahtumassa järjestetyn oheisohjelman tavoin myös asianmukainen oheismateriaali on tärkeässä roolissa jalkapallo-ottelun kaltaisessa tapahtumassa. Tästä johtuen siihen oli panostettu Rotterdamissa, jossa jo katsomoon saavuttaessa oli havaittavissa hyvin erityyppistä toimintaa, johon Suomessa on totuttu; jokaiselle istumapaikalle oli jaettu oranssi lippu sekä otteluohjelma (KUVA 9). Vaikka otteluohjelma olikin hollanniksi, oli siitä iloa myös vieraskannattajille, sillä ohjelmasta löytyi myös runsas kuvitus. Myös Suomen pelaajista oli kirjoitettu artikkeleita otteluohjelmaan. Kokonaisuudessaan otteluohjelma oli tehty ammattitaitoisesti, ja myös sponsoreiden sekä kotijoukkueen näkyvyys sen yhteydessä oli voimakasta.

Ottelulipustakin näkyivät kotijoukkueen oranssit värit, ja huolimatta sen yksinkertaisesta ulkomuodosta löytyi siitä tärkeimmät tiedot selkeästi ja helposti.

Suomessa ottelun oheismateriaalin määrä oli huomattavasti pienempi. Katsomoon saavuttaessa jokaiselle jaettiin otteluohjelma, tosin ainakaan vierasjoukkueen kannattajat eivät kyseisiä lehtiä saaneet, ja E-katsomossa ne loppuivat kesken. Huolimatta otteluohjelman suomenkielisyydestä olisivat hollantilaisetkin todennäköisesti lehden mieluusti ottaneet. Kotijoukkueesta kertovien artikkeleiden lisäksi vierasjoukkue sekä sponsorit olivat otteluohjelmassa hyvin esillä. Ottelulippu oli yksinkertainen, mutta se toi esille kotijoukkueen sinistä väriä, ja tärkeimmät tiedot lipusta löytyivät selkeästi ja vaivattomasti.

## 5.6 Sponsorit

Sponsoreiden rooli nykypäivän urheilussa on kasvanut huomattavasti, ja niiden näkyvyys tapahtumissa on todella suuri. Ensimerkiksi ennen ottelua tapahtumatorille mentäessä ei voinut välttyä sponsoreiden huomaamiselta. Ne olivat esillä erilaisien kojujen, kylttien, banderollien, tapahtumanumeroiden sekä muiden rakennelmien muodossa. Myös stadionilla sponsoreiden näkyvyys oli laajaa alkaen otteluohjelmasta sekä kannatuslipusta kentän ja katsomoiden laitojen kiinteisiin sekä vaihtuviin mainoksiin (KUVA 10), kentälle tuotaviin banderolleihin sekä Hollannin joukkueen pelipaitoihin. Tärkeimpien tukijoiden logot ja mainokset olivat luonnollisesti nähtävillä parhailla paikoilla sekä suurempikokoisina.

Myös Helsingissä sponsoreiden näkyvyys oli laajaa, heti alkaen päivän tapahtumatorista, jossa suurimmat sponsorit pitivät pystyssä kojujaan, mainoksiaan, banderollejaan sekä muita rakennelmiaan ja pyörittivät mainoksiaan suurella screenillä. Olympiastadionilla oli De Kuipin tapaan niin katsomoiden kuin kenttienkin laidoilla mainoksia, joista osa oli kiinteitä ja osa vaihtuvia. Sponsorit näkyivät myös stadionin yläreunoilla olevissa lipuissa, pelaajien katsomoon heittämissä palloissa sekä stadionin jättiscreenillä (KUVA 18). Yllättävää oli huomata, että useat Olympiastadionilla pyörineistä mainoksista olivat hollantilaisia. Tämä johtui hollantilaisten erillisestä omasta TV-tuotannosta (Marttinen 2011).

## 6 HAVAINNOINNIN TULOKSET

Vaikka molemmat opinnäytetyön havainnoin kohteena olleet tapahtumat olivat jalkapallo-otteluita, joiden rakenne määräytyy pitkälti annettujen säädösten ja normien mukaan, löytyi niistä runsaasti eroja. Kumpikaan otteluista ei erottunut huomattavasti toista parempana, vaikka Hollannin pitkä ja perinteikäs kokemus jalkapallon parissa näkyi ottelutapahtuman järjestelyissä. Tosin löytyi Helsingissä järjestetystä ottelustakin tekijöitä, jotka oli järjestetty Rotterdamin ottelua paremmin. Tässä kappaleessa erittelen tarkemmin näitä ottelutapahtumien välisiä eroja ja annan kehittämisehdotuksia ratkaisuihin, joissa olisi ollut parantamisen varaa.

### 6.1 Tapahtumapaikat ja niiden olosuhteet

Ensimmäisenä havainnoinnin kohteena olivat tapahtumapaikat. Pelipaikkakunnat, Helsinki ja Rotterdam, kertoivat paljon otteluiden vastustajan houkuttelevuudesta sekä suosioista maissa, sillä Hollannissa usein vain suuria jalkapallomaita vastaan pelattavat ottelut järjestetään Amsterdamissa. Lisäksi Hollannissa on tapana kierrättää karsintaotteluita kaupungista toiseen toisin kuin Suomessa, jossa saatetaan välillä pelata harjoitusotteluita muilla paikkakunnilla. Otteluiden kierrättäminen ympäri maata on aivan eri tavalla mahdollista Hollannissa useista loistavista stadioneista johtuen, toisin kuin Suomessa, jossa Olympiastadionin jälkeen seuraavaksi suurin stadion on Tampereella sijaitseva Ratinan stadion 16 800 katsojan kapasiteetillaan (Tampereen kaupunki 2011). Pelien keskittäminen Helsinkiin johtuu myös siellä olevasta väestökeskittymästä ja tätä kautta potentiaalisista katsojista pääkaupunkiseudulla, jota vastaavaa ei muualta Suomesta löydy. Hollannissa taas suuria kaupunkeja löytyy enemmän. Esimerkiksi pelipaikkakuntana ollut Rotterdam on väkiluvultaan Helsinkiä suurempi.

Ottelutapahtumien stadioneina toimineet Stadion De Kuip ja Helsingin Olympiastadion olivat hyvin erityyppiset tapahtumapaikat. Vaikka ne on vihitty käyttöön peräkkäisinä vuosina 1930-luvulla, olivat puitteet niissä täysin eri tasoa. Suurin ero löytyi stadionien käyttötarkoituksesta, sillä De Kuipin pääkäyttötarkoitus on

jalkapallo, kun Helsingissä stadion tarjoaa puitteet myös yleisurheilulle. Tämä vähentää stadionin yleisöystävällisyyttä jalkapallon suhteen, sillä juoksuradat sekä muut yleisurheilualueet kentällä vievät nurmialuetta kauemmaksi katsojista. Lisäksi stadionien kunnossa oli selkeitä eroja, sillä De Kuipia on vuosien aikana remontoitu nykyaikaisemmaksi, kun taas Olympiastadionilla ei vuosiin ole tehty suurempia remontteja. Stadionin parantamisessa voitaisiin Suomessa ottaa Hollannista mallia, sillä siellä viihtyisät ja houkuttelevat olosuhteet tapahtumapaikalla ovat osa maan palloliiton strategiaa, jonka kautta pyritään varmistamaan katsojien tuleminen paikan päälle yhä uudelleen. Palautteen kerääminen ottelutapahtumista on myös osa tätä strategiaa. (KNVB 2010). Myös Suomessa on pyritty järjestämään vuodesta 2008 alkaen asiakastyytyväisyyskyselyitä suurten otteluiden yhteydessä. Viimeisin kysely suoritettiin lokakuisen Ruotsi-ottelun yhteydessä. (Marttinen 2011.)

De Kuipia ympäröivä katto sekä Hollannin joukkueen värien mukaiset penkit ovat asioita, joita Helsingin Olympiastadionilta ei löydy. Myös saniteetitilat tarvitsisivat remontointia Olympiastadionilla, ja niiden määrää voisi lisätä, jos resurssit ja mahdollisuudet tähän ovat olemassa. De Kuipilla saniteetitiloja oli riittävästi, ja niiden kunto oli hyvä. Kulkureitit molemmilla stadioneilla toimivat hyvin, tosin Olympiastadionilla olisi saattanut tulla ihmismassojen kanssa ongelmia tilan riittävyyden suhteen, jos Hollanti-ottelussa olisi ollut täysi stadion. Tälle asialle on kuitenkin vaikea tehdä suurempia remontteja Museoviraston sekä rakennuksen koon asettamien rajoitteiden takia. Stadionin kapasiteettien välinen ero ei vaikuttanut ottelutapahtumiin, sillä kummassakaan ottelutapahtumassa ei täysiä katsojapaikkoja paikalle onnistuttu houkuttelemaan.

## 6.2 Tapahtumien saavutettavuus

Vähäisiin yleisömääriin oli useita syitä, joihin järjestäjät eivät voineet vaikuttaa, kuten tapahtumapäivien sää tai karsinalohkon tilanne, mutta esimerkiksi otteluiden markkinointi, tapahtumapaikan valinta, lippujen hinnat ja tapahtumien rakennusohjelmointi sekä palveluineen olivat tekijöitä, joilla yleisöä voitiin pai-

kalle houkutella. Näistä toimista huolimatta molemmissa otteluissa jouduttiin kuitenkin pelaamaan puoliksi tyhjille stadioneille, minkä olisi voinut edellä mainittujen tekijöiden avulla välttää.

Myös hyvät liikenneyhteydet pelipaikalle edesauttavat yleisön paikalle saamista, mutta harvoin pelkästään tämän perusteella henkilö tulee tai jättää tulematta otteluun. Niin Helsingissä kuin Rotterdamissa olikin molemmissa keskustasta pelipaikoille hyvät liikenneyhteydet. Erityisesti tapahtumajärjestäjien sopimat julkisen liikenteen lisävuorot ottelupaikkakuntien kanssa olivat tehokasta otteluun paikalle saapuvien ihmisten huomiointia. Parkkipaikkojen merkitys ottelustadionien yhteydessä ei juuri runsaan julkisen liikenteen ansiosta ollut tapahtumapaikoilla suuri, sillä valtaosa katsojista saapui paikalle hyödyntäen tätä mahdollisuutta tai kulki jalan, ja yleisöä voisikin kannustaa enemmän saapumaan paikalle julkisilla. Tätä tukevia konsteja voisi olla esimerkiksi julkisilla ilmaiseksi matkustaminen ottelulipulla, joka muun muassa on käytössä Dortmundissa, Saksassa.

### 6.3 Tekniikka ja turvallisuus

Vaikka stadionin olosuhteissa Helsingin Olympiastadion on monessa asiassa De Kuipia jäljessä, ei tekniikka näihin asioihin lukeutunut, sillä Olympiastadionin tekniikka on stadionin vanhanaikaisesta olemuksesta huolimatta ajan tasalla. Stadion De Kuipilla oli myös ajan tasalla oleva tekniikka, lukuun ottamatta puuttuvaa suurta screeniä. Molemmilla stadioneilla valaistus, äänentoisto, mainostaulut sekä muu tekniikka toimivat lähes moitteettomasti. Tulevaisuudessa tekniikkaa voisi hyödyntää molemmilla stadioneilla porteilla, jolloin turvatarkastukset saataisiin tehokkaammiksi.

Turvallisuuteen liittyvissä asioissa Suomella olisi paljon oppimista Hollannilta, jossa turvallisuus jalkapallo-otteluiden järjestämiseen liittyen on selvästi rutinoituneempaa. Esimerkiksi massojen liikuttelu sekä turvatarkastus sujuivat Rotterdamissa Helsinkiä paremmin huolimatta siitä, että De Kuipilla prosessi oli Olympiastadionin vastaavaa tarkempi. Helsingissä erityisesti E-katsomon turvatarkastuksen kesto ja ihmisten pääseminen stadionille vasta ottelun alettua oli asia, jon-

ka kaltaista ei pitäisi tapahtua suuressa kansainvälisessä tapahtumassa. Suomessa parempiin tuloksiin voitaisiin päästä turvallisuushenkilökunnan paremmalla koulutuksella sekä suunnittelun ja organisoinnin parantamisella.

#### 6.4 Opasteet ja muu näkyvyys

Myös kylttejä ja opasteita lisäämällä saataisiin helpotusta suurten tapahtumien sujuvuuteen sekä turvallisuuteen, sillä esimerkiksi De Kuipilta löytyneiden kiinteiden kylttien sekä opasteiden kaltaisia ei Olympiastadionilta löytynyt juuri ollenkaan. Väliaikaisia opasteitakin oli Helsingissä nähtävissä vähän. Turvallisuusohjeet olivat kansainväliset katsojat huomioiden hoidettu Suomessa paremmin, sillä ohjeet olivat näkyvillä myös englanniksi kuvilla varustettuna, toisin kuin Rotterdammassa, jossa ohjeet olivat ainoastaan hollanniksi. Tosin kokonaisuudessaan turvallisuusohjeiden määrä oli Olympiastadionilla hyvin suppeaa. Määrää tulisikin tulevaisuudessa lisätä sujuvuuden ja selkeyden vuoksi. Porttien kirjaimet sekä sisäänkäyntien numerot olivat molemmilla stadioneilla hyvin esillä. Järjestysvalvojia sekä poliiseja oli molemmissa tapahtumissa paikalla tarpeeksi otte- luiden kontrollissa pysymisen kannalta, eikä merkittäviä häiriköintejä päässyt tapahtumaan.

Kaupunkinäkyvyys oli Suomen ja Hollannin välisten otteluiden yhteydessä asia, johon molemmat ottelupaikkakunnat olisivat voineet kiinnittää enemmän huomiota. Kannattajien lisäksi ei jalkapalloa seuraamattomille ihmisille selvinnyt katukuvassa mistään, että paikkakunnilla pelattiin kyseisinä päivinä kansainvälisiä jalkapallo-otteluita. Esimerkiksi mainokset sekä oheistapahtumat päivän aikana olisivat voineet herättää ihmisten mielenkiinnon ja houkutella otteluihin lisää katsojia. Näissä toimissa esimerkiksi yhteistyökumppaneiden, paikallisten jalkapalloseurojen sekä ottelupaikkakunnan kanssa yhteistyön tekeminen voisi toimia. Esimerkiksi parin vuoden takaisten naisten EM-kisojen yhteydessä Helsingissä osa raitiovaunukuljettajista työskenteli Suomen maajoukkuepaidoissa, mikä toi lisänäkyvyyttä kisoille kaupungilla. Paikalle saapuvia kannattajia voisi myös rohkaista pukeutumaan oman joukkueen väriin mukaisesti ja kannustaa heitä houkuttelemaan kaverinsakin mukaan otteluun. Hollannissa osa maan palloliiton strate-

giaa on fanien kannustaminen tunnustamaan oman joukkueen värejä, jolloin he ovat osa joukkuetta ja tuntevat näin itsensä tärkeäksi osaksi sen menestystä (KNVB 2010).

## 6.5 Myynti ottelutapahtumissa

Ravitsemuspalvelujen järjestämisessä oli Helsingissä ja Rotterdamissa turvauduttu osittain erilaisiin ratkaisuihin, joista molemmat toimivat kohtalaisesti, tässäkin asiassa Rotterdamissa Helsinkiä paremmin. Kummassakaan ottelutapahtumassa ei suurempia jonoja päässyt syntymään ja tuotteiden valikoima oli laaja. Helsingissä valinnanvaraa oli enemmän kuin Rotterdamissa, mutta molemmissa tapahtumissa vaihtoehtoja oli tarpeeksi. Myynnin eriyttäminen tuotteittain oli toimiva ratkaisu, mikä oli yksi myynnin sujuvuuden avaintekijöistä. Olympiastadionilla ainakin E-katsomossa kaikki myyntipisteet olivat tilapäisiä, kun taas De Kuipilla osa oli kiinteitä. Tällä ei ole suurtakaan merkitystä myyntiin, vaan lähinnä myyntipisteiden määrä on tekijä, jolla on enemmän vaikutusta. Molempien ottelutapahtumien yhteydessä pisteiden määrä oli sopiva ja takasi myynnin sujuvuuden paikalla olevalle yleisömäärälle, vaikka Helsingissä pieniä jonoja pääsikin syntymään.

Maksuvälineissä oli suuri ero stadioneiden välillä, sillä Olympiastadionilla kävi kortti sekä käteinen, kun taas De Kuipin maksuvälineenä toimivat ainoastaan stadionin omat poletit, joita pystyi ostamaan automaateista. Tällä toimenpiteellä saatiin myynti sujuvammaksi, tosin kyseinen menetelmä ei suomalaisilta kannattajilta saanut kovinkaan positiivista palautetta. Polettisysteemi voisi kuitenkin olla kokeilemisen arvoinen asia Suomessakin, jos sen kustannukset eivät nouse liian suuriksi. Polettisysteemin käyttäminen vaatii totuttelua, mutta tämän jälkeen se voisi toimia nykyistä systeemiä paremmin. Hintaluokka molemmissa ottelutapahtumissa oli tämänkaltaisille tapahtumille normaalia tasoa.

## 6.6 Oheistapahtumat ja muu tunnelman luonti

Myös oheistapahtumat oli järjestetty hyvin samankaltaisesti sekä Hollannissa että Suomessa, tosin ensin mainitussa laajemmin ja perusteellisemmin. Ensimmäisenä Helsingin ottelutapahtumassa huomio kiinnittyi kannattajaottelun puuttumiseen. Varsinaista ottelutapahtumaa järjestävä taho voisi tehdä faniottelun suhteen enemmän yhteistyötä kannattajien kanssa, jolloin pelistä voisi tehdä osan ottelutapahtumien oheisohjelmatarjontaa, jolla ennakoitaisiin itse ottelua. Nykyisin kannattajaotteluiden olemassaolo on ainoastaan pienen joukon tiedossa, vaikka sen ympärille voisi hyvinkin rakentaa potentiaalisen oheistapahtuman. Sen voisi liittää yhteen tapahtumatorin ohjelmaan, jonka sisältöä voisi tulevaisuudessa kehittää. Tosin kannattajaotteluiden järjestämisen edellytyksenä on se, että molempien joukkueiden kannattajat saavat joukkueen kasaan tapahtumaa varten, joten tapahtuman toteutumisen edellytykset eivät ole täysin ottelutapahtuman järjestäjän käsissä.

Rotterdamissa järjestetyssä tapahtumatorissa oli paljon asioita, joita Helsingistä ei löytynyt, mutta jatkossa niistä voisi ottaa mallia. Musiikkiartistien palkkaaminen viihdyttämään torin vieraita sekä laajemmat ravitsemuspalvelut olivat asioita, joita ainoastaan Hollannista löytyi. Tosin musiikkiartisteja mietittäessä voisi tehdä yhteistyötä esimerkiksi opiskelijoiden kanssa, jolloin kustannukset eivät nousisi suuriksi. Suomen tapahtumatorin eduksi taas oli laskettava suuri screen, jonka avulla ennakoitiin illan ottelua eri tavoin. Tori on tapahtuma, jonka avulla on mahdollista houkutella lisäkatsojia otteluun. Tämän takia molemmissa maissa sen läheisyydestä löytyi lipunmyynti, mikä oli hyvin tärkeää. Myös fanituotemyynnin löytäminen alueelta oli oleellinen asia. Tapahtumatori toimii lisäksi kanavana houkutella yhteistyökumppaneita mukaan toimintaan, sillä se tarjoaa mahdollisuudet näkyvälle markkinoinnille.

Tapahtumatorin lisäksi Hollannin ottelun oheisohjelmatarjonnasta löytyi asioita, joita Suomessa ei ollut hyödynnetty. Muutama asia, kuten maskotit ja musiikin soittaminen ottelutapahtumissa ovat elementtejä, jotka Helsingin ottelun osalta vaatisivat parannuksia, kun niitä verrataan Rotterdamin otteluun. De Kuipin ympäristössä oli ennen ottelua havaittavissa maskotteja, ja niitä näkyi stadionilla

myös ottelun aikana. Helsingissä maskotteja ei ollut ollenkaan. Tosin tämä saattaa johtua siitä, ettei Suomen jalkapallojoukkueella ole varsinaista maskottia, ellei sellaiseksi lasketa Stadionilla satunnaisesti havaittavaa Bubi-huuhkajaa. Myös musiikin soittamista niin ennen ottelua, sen aikana kuin jälkeenkin ei Olympiastadionilla käytetty, kun taas De Kuipilla sitä hyödynnettiin tunnelman nostattamiseksi.

Äänentoistoa voisi muutenkin käyttää hyväksi tunnelman luomisessa, esimerkiksi huudattamalla yleisöllä pelaajien nimiä ennen ottelun. Kannustukseen ei Helsingissä olisi kuuluttamosta tarvinnut apua, sillä yleisö oli äänessä Pohjoiskaarteen johdolla. Otteluja verrattaessa oli yllättävää huomata, että Helsingissä kotijoukkueen kannattajat pitivät Rotterdamin vastaavia enemmän ääntä. De Kuipilla tosin koko yleisö osallistui kannustamisen, kun Helsingissä äänen pitäminen jäi pääosin pienen kannattajajoukon tehtäväksi. Lisäksi juhlallisemmän tunnelman ottelun alla loi Hollannissa kansallislauluissa käytetty soittokunta ääninauhan sijasta, mitä voisi myös Suomessa käyttää. Ottelua ennakoivan oheisohjelman lisäksi puoliajalle ohjelman järjestäminen loisi lisätunnelmaa tapahtumaan. Hollannissa esitetty paikallisen radioaseman show on hyvä esimerkki yksinkertaisesta ohjelmanumerosta, joka tuo lisäarvoa otteluun. Yhteistyökumppaneiden hyödyntäminen tällä saralla toimii hyvin ja tuo samalla sponsoreille näkyvyyttä.

## 6.7 Oheismateriaali ja sponsorit

Molemmissa otteluissa tärkeimmät oheismateriaalit oli hoidettu asianmukaisesti, sillä niitä ei perinteisesti paljoa tarvita jalkapallo-otteluissa. Esimerkiksi otteluohjelmaan panostaminen riittää valtaosalle katsojista. Sekä Hollanti-Suomi- että Suomi-Hollanti-otteluiden ohjelmat oli hyvin tehtyjä sekä näyttäviä, ja niistä löytyi tärkeimmät faktat lisätiedoilla varustettuna. Myös otteluliput oli kummankin ottelun tapauksissa tehty selkeästi, ja tärkeimmät tiedot kävivät niistä ilmi helposti. Näiden lisäksi Helsingistä ei muuta oheismateriaalia löytynyt, kun taas Hollannissa De Kuipilla oli jaettu jokaiselle penkille oransseja lippuja, joita katsojat heiluttelivat kannustuslaulujen tahdissa. Tämänkaltaisen materiaalin jakaminen katsojille on tapana jokaisessa Hollannin maaottelussa, ja ne luovat tunnelmaa otte-

lussa. Oheismateriaalin parempi hyödyntäminen on mielestäni asia, josta voisi ottaa mallia myös Suomessa. Tässä voisi hyödyntää yhteistyökumppaneita sekä sponsoreita, niin kuin Hollannissa oli kannustuslippujen suhteen tehty.

Muiden suurten kansainvälisten tapahtumien tavoin myös Suomen ja Hollannin välisissä ottelutapahtumissa sponsorit sekä yhteistyökumppanit olivat esillä monin eri tavoin. Erityisesti ottelua ennakoineet tapahtumatorit sekä stadionin mainokset toivat vahvasti esille joukkueita sponsoroivia yrityksiä. Sekä Rotterdammassa että Helsingissä oli päädytty samankaltaisiin ratkaisuihin sponsoroiden näkyvyyden suhteen, eikä eroja tai parannusehdotuksia tämän asian suhteen löytynytäkään.

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA ARVIOINTI

### 7.1 Yhteenveto

Tässä opinnäytetyössä tutkin Suomen ja Hollannin välisten jalkapallon karsintaottelutapahtumien välisiä eroja katsojan näkökulmasta. Ottelut pelattiin 7.9.2010 Rotterdamissa sekä 6.9.2011 Helsingissä. Opinnäytetyöni tarkoituksena oli vertailla tapahtumista paikan päältä hankitun kuvamateriaalin sekä muistiinpanojen avulla ottelutapahtumia keskenään. Tutkimuskysymykseni olivat: Onko ottelutapahtumajärjestäminen jommassa kummassa maassa edistyneempää? Onko Hollannissa järjestettävässä tapahtumassa joitain seikkoja, joista voitaisiin ottaa mallia Suomeen? Tarkoitukseni oli siis löytää ottelutapahtumien suurimmat erot ja tämän pohjalta antaa mahdollisia parannusehdotuksia Suomessa tulevaisuudessa järjestettäviin ottelutapahtumiin. Keskeisimmät teoreettiset käsitteet opinnäytetyössäni ovat tapahtumajärjestäminen, tapahtuma, tapahtumamatkailu, urheilumatkailu, urheilutapahtuma sekä special interest tourism. Toimeksiantajana opinnäytetyössäni toimi Palloliitto.

Tapahtumat koostuvat monista osista, jotka muodostavat yhdessä lähtökohtaisesti onnistuneen kokonaisuuden. Tapahtumia on useita eri tyyppejä, kuten opinnäytetyössäni käsittelemät urheilutapahtumat. Tapahtumat ovat usein osa matkailua, jolloin puhutaan tapahtumamatkailusta. Opinnäytetyöni tapauksessa kyseessä on tarkemmin urheilutapahtumaan liittyvä matkailu, joka on special interest tourismia. Käsittelem näitä edellä mainittuja asioita opinnäytetyössäni päätyen lopulta jalkapallo-ottelutapahtumien käsittelemiseen palveluineen ja osa-alueineen. Teoreettisen osuuden jälkeen käsittelem tapahtumien eri osa-alueita, mitä seuraa Hollannissa ja Suomessa pelattujen otteluiden vertailu paikan päältä hankitun materiaalin perusteella. Vertailun yhteydessä pohdin myös mahdollisia parannusehdotuksia tulevia ottelutapahtumia ajatellen Suomessa.

Tutkimusmenetelmänä käytin havainnointia tapahtumissa paikan päällä. Osallistuin sekä Rotterdamissa että Helsingissä järjestettyihin ottelutapahtumiin, joista keräsin muistiinpanoja sekä otin runsaasti kuvamateriaalia. Huolimatta materiaa-

lin keräämisen vastuun olleen pelkästään itselläni koen sen olleen riittävää opin-  
näytetyötäni varten.

## 7.2 Tulosten pohdinta ja tarkastelu

Vertailun tulokset olivat oletetut, sillä Suomessa ja Hollannissa järjestettyjen otte-  
lutapahtumien välillä oli eroja, ja Rotterdamin ottelusta löytyi osa-alueita, joista  
voidaan tulevaisuudessa ottaa mallia ottelutapahtumien järjestämiseen Suomessa.  
Suurimmat erot olivat yleisessä suuren jalkapallotapahtuman järjestämisen koke-  
muksessa, mikä näkyi esimerkiksi turvallisuusjärjestelyissä, suurten massojen  
liikuttamisessa ja ravitsemuspalveluiden järjestämisessä. Edellä mainitut asiat  
sujuiivat ilman suurempia ongelmia, mutta niitä voisi tulevaisuudessa kehittää pa-  
remmiksi esimerkiksi suunnittelun ja organisoinnin parantamisella, minkä kautta  
asiakkaiden viihtyminen ja tapahtuman yleinen sujuvuus paranisivat. Myös sta-  
dionin puitteissa sekä oheisohjelman sisällössä oli parantamisen varaa. Erityisesti  
Olympiastadionin olosuhteita parantamalla sekä tehostetulla yhteistyöllä sponso-  
reiden kanssa voitaisiin saada positiivisia tuloksia yleisömäärien sekä jalkapallon  
yleisen näkyvyyden lisäämiseksi.

Pääasiallisesti ottelutapahtumat olivat molempien maiden tapauksessa hoidettu  
hyvin, ja huolimatta useista osa-alueista, jotka Hollannissa oli järjestetty parem-  
min, löytyi myös Suomesta asioita, joissa oltiin Hollantia edellä. Näitä olivat  
muun muassa Olympiastadionilta löytyvä screen sekä ravitsemuspalveluiden laaja  
tuotevalikoima. Nämä ovatkin osa-alueita, jotka eivät tarvitse tällä hetkellä suu-  
rempia parannuksia Suomessa.

Tapahtumista löytyi myös eri tavoin tehtyjä ratkaisuja, joista ei suoraan voinut  
sanoa oliko asia paremmin järjestetty Hollannissa vai Suomessa, kuten stadioneil-  
la käytössä olleet erilaiset maksuvälineratkaisut. Muutenkaan en tutkimukseni  
aikana löytänyt ottelutapahtumista osa-alueita, joiden suhteen tehdyt ratkaisut  
olisivat olleet todella huonoja, eikä suurempia epäonnistumisia tullut vastaan jär-  
jestelyjen yhteydessä. Vähäiset yleisömäärät molempien otteluiden osalta olivat  
asia, joihin voisi tulevaisuudessa kiinnittää huomiota esimerkiksi näkyvyyden

lisäämisellä niin medioissa kuin myös kaupunkien katukuvassakin. Tosin Suomessa paras keino yleisön mielenkiinnon herättämiseksi olisi maajoukkueen menestys, johon ottelutapahtumien järjestäjä ei pysty vaikuttamaan.

### 7.3 Työn onnistumisen arviointi

Saavutin mielestäni tutkimustavoitteeni hyvin ja löysin vastaukset tutkimuskysymyksiini. Kerättyjen havaintojen määrä olisi voinut olla suurempi, tosin tälläkin määrällä tulokset olivat mielestäni reliaabeleja eli luotettavia (Tilastokeskus 2011). Tosin toisen henkilön suorittamana havainnoinnista saattaisi tulla erilaisia tuloksia, johtuen kyseisen tutkimusmenetelmän vaihtelevuudesta sekä vaativuudesta. Tutkimuksen reliabiliteetti kärsi myös siitä, että tein havaintoja ainoastaan yhdessä katsomonosassa molemmissa ottelussa. Näin ollen tutkimustulokseni koskevat joiltain osin vain kannattajakatsomoa, sillä Suomessa tein havainnointini Pohjoiskaarten kannattajakatsomossa ja Hollannissa vieraskannattajien katsomossa. Saamani tulokset vaihtelevat todennäköisesti muiden katsomonosien tapauksissa. Tutkimuksen toteutuksen ajankohdan suhteen reliabiliteetti oli hyvä, sillä suoritin havainnointini paikan päällä tapahtumapäivinä.

Myös tutkimuksen validiteetti eli pätevyys oli mielestäni hyvä, sillä havainnoin tapahtumissa asioita, joita olin suunnitellutkin, ja sain vastaukset tutkimuskysymyksiini. Havainnoin mielestäni kokonaisvaltaisesti kaikkia tapahtumien osalualueita, jolloin mikään asia ei jäänyt tutkimuksen ulkopuolelle. Lisäksi tapahtumapaikalta hankkimani muistiinpanot sekä kuvamateriaali edesauttoivat omalta osaltaan tutkimuksen validiteetin varmistamisessa, ja valitsemani tutkimusmenetelmä oli mielestäni paras mahdollinen tutkimuskysymyksieni vastausten saamiseksi. (Tilastokeskus 2011.)

Tutkimukseni tavoitteena oli, että sen reliabiliteetti ja validiteetti ovat hyviä. Onnistuin tässä mielestäni hyvin, mutta molempien parantaminen olisi onnistunut parhaiten tekemällä opinnäytetyö parin tai pienen ryhmän kanssa. Tällöin havainnoinnin määrä olisi lisääntynyt, jolloin myös sen luotettavuus sekä pätevyys olisivat olleet paremmat. Yksin havainnoidessa, erityisesti suuressa tapahtumassa, jää

helposti jokin asia huomaamatta. Myös pohdinta toisen ihmisen kanssa olisi voinut tuoda lisää ideoita opinnäytetyön tekemiseen. Kuitenkin oman tutkimusaiheeni kohdalla ei työparin löytäminen olisi ollut helppoa, sillä olisin tarvinnut työparikseni henkilön, joka olisi ollut yhtä motivoitunut ja kiinnostunut jalkapallo-ottelutapahtumiin liittyneestä tutkimuksesta, ja jonka kanssa työn tekemisen aikatauluttaminen olisi onnistunut. Näiden kriteerien täyttävän henkilön löytyminen ei välttämättä olisi onnistunut kovinkaan hyvin, joten olenkin kaikesta huolimatta tyytyväinen, että tein opinnäytetyöni yksin.

Pareittain opinnäytetyön tekeminen olisi ollut avuksi myös hetkinä, jolloin motivoituminen ja jaksaminen olivat koetuksella, sillä kannustaminen molemmin puolin olisi auttanut eteenpäin. Tosin yksin pystyi suunnittelemaan paremmin työskentelyn aikataulun, jolloin mahdollisen epätoivon hetken pystyi paikkaamaan omien menojen ehdoilla. Välillä opinnäytetyön tekeminen jäi vähemmälle samanaikaisen harjoittelun ja töissäkäynnin takia, mutta suunnittelemalla sain kaiken sopimaan kalenteriini. Ensimmäisen ottelutapahtuman järjestäminen jo hyvissä ajoin syyskuussa 2010 ja sen jälkeinen vuoden tauko ennen toista osaottelua loivat myös väljän aikataulun projektin tekemisen suhteen, mikä helpotti huomattavasti opinnäytetyöni tekemistä.

Opinnäytetyö oli kaiken kaikkiaan hyvin informatiivinen prosessi, jonka aikana opin paljon uusia asioita, pääasiallisesti tutkimuksen tekemisestä, tapahtumajärjestämisestä sekä urheilutapahtumista. Kokeneena urheilutapahtumissa kävijänäkin löysin ottelutapahtumista aivan uusia osa-alueita ja mahdollisuuksia. Tärkeimpänä opinnäytetyön antina koin itse sen, että huomasin urheilutapahtumien järjestämisen kiinnostavan itseäni suuresti, ja voinkin mahdollisesti hyödyntää opinnäytetyötä tehdessä oppimiani asioita tulevaisuudessa työelämässä. Mielestäni työ onnistui kaikin puolin hyvin, enkä koe siinä olleen suurempia ongelmakohtia, joita haluaisin jälkeenpäin ajatellen tehdä toisin.

Yhteistyö eri tahojen kanssa sujui opinnäytetyöprosessini aikana hyvin, erityisesti opinnäytetyön toimeksiantajani kanssa asiointi oli vaivatonta ja toimivaa, sillä aina tarvittaessa sain tarvitsemiani tietoja opinnäytetyötäni varten. Tapasin toimeksiantajani ensimmäistä kertaa kesällä 2010, jolloin sovimme tarkemmin opin-

näytetyön sisällöstä, josta olimme olleet yhteydessä alustavasti puhelimitse sekä sähköpostitse. Myös tapaamisen jälkeen pidimme yhteyttä sähköpostitse ja prosessin loppuvaiheessa tapasimme muutaman kerran. Toimeksiantajani mukanaolo ideoinnista lähtien oli kiitettävää, ja koin yhteisymmärryksen löytyneen heti alusta lähtien. Tarkoitukseni on tavata toimeksiantaja palautteen merkeissä lopullisen opinnäytetyön palautuksen jälkeen. Jos toimeksiantaja haluaa, on tarkoitukseni luoda varsinaisen opinnäytetyön lisäksi erillinen kollaasi ottelutapahtumien kuvamateriaalista, sillä opinnäytetyön kokorajoitusten takia pystyin liittämään ainoastaan murto-osan haluamistani kuvista tähän työhön.

Ensimmäinen jatkotutkimusehdotukseni koskee konkreettisten parannustoimien tekemistä Suomen jalkapallomaajoukkueen tulevia karsintaotteluita varten, jotka alkavat syyskuussa 2012. Tätä varten opinnäytetyön aiheena voisi olla esimerkiksi markkinointisuunnitelman tekeminen karsintaotteluiden mainostamista varten, yleisöpalautteen kerääminen katsojilta tai oheistapahtuman luomisessa mukana oleminen ja sen kehittäminen. Myös opinnäytetyöni kaltaisen kahden maan välisen ottelutapahtumien vertailuun voisi toistaa, tosin tällä kertaa näkökulmaksi voisi ottaa keskivertokatsojan sijasta jonkin erityisryhmän, kuten kutsuvieraat, vieraskannattajat tai liikuntarajoitteiset henkilöt.

Toinen jatkotutkimusehdotukseni koskee parannusideoiden hankkimista perinteisten jalkapallomaiden ottelutapahtumien järjestämisestä. Jalkapallosta muutenkin kiinnostunut henkilö voisi ulkomailla otteluissa käydessään havainnoida tapahtumia, hankkia uusia ideoita ja kehittää niiden kautta ehdotuksia, joiden avulla Suomessa voitaisiin kehittää maajoukkueen ottelutapahtumia.

## LÄHTEET

Aaltola, J. & Valli, R. 2007a. Ikkunoita tutkimusmetodeihin I - Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 2. korjattu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Aaltola, J. & Valli, R. 2007b. Ikkunoita tutkimusmetodeihin II – Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. 2. korjattu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

FIFA (Fédération Internationale de Football Association). 2011. Football Stadiums – Technical recommendations and requirements [viitattu 8.11.2011]. Saatavissa: [http://www.fifa.com/mm/document/tournament/competition/01/37/17/76/stadiumbook2010\\_buch.pdf](http://www.fifa.com/mm/document/tournament/competition/01/37/17/76/stadiumbook2010_buch.pdf)

Getz, D. 2007. Event Studies – Theory, Research and Policy for Planned Events. 1.painos. Oxford: Elsevier.

Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. 4. uudistettu painos. Porvoo: WSOY

Hudson, S. 2003. Sport and Adventure Tourism. New York: The Haworth Press.

Jongerius, E. 2010. Event Manager. KNVB. Haastattelu 7.9.2010

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. 1. painos. Vantaa: Dark Oy.

KNVB. 2010. Building atmosphere. Hollannin palloliiton sähköinen esittelymateriaali.

Mallen, C. & Adams, L.J. 2008. Sport, Recreation and Tourism Event Management. 1. Painos. Burlington, USA: Elsevier Inc. (seuraava 1 kuva)

Marttinen, K. 2011. Re: Opparista taasen [sähköpostiviesti]. Vastaanottaja Toikka, E. Lähetetty 8.11.2011.

Muhonen, R., M. & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain - Tapahtumamarkkinoinnin voima. Jyväskylä: Talentum Media Oy.

Olympiastadion. 2011. Olympiastadionin historia [viitattu 2.11.2011]. Saatavissa: <http://stadion.fi/index.php?areaid=historia>

Pearson, G. 2007. Fig Fact-Sheet Four: Hooliganism. Football Industry Group [viitattu 4.10.2011]. Saatavissa: <http://www.liv.ac.uk/footballindustry/hooligan.html>.

Ritchie, B. 2011. Sport Tourism – Small-scale Sport Event Tourism: the Changing dynamics of the New Zealand Master Games [viitattu 3.10.2011]. Saatavissa: [http://www.downloadit.org/free\\_files/filePages%20from%202013.%20Sport%20tourism.pdf](http://www.downloadit.org/free_files/filePages%20from%202013.%20Sport%20tourism.pdf).

Shone, A. & Parry, B. 2004. Successful Event Management – A Practical Handbook. 2. painos. Lontoo: Cengage Learning EMEA.

Stadion Feijenoord. 2011. De Kuip [viitattu 2.11.2011]. Saatavissa: <http://www.dekuip.nl/DeKuip/StadionFeijenoord/Organisatie.aspx>

Palloliitto. 2011. Suomen Palloliitto [viitattu 3.10.2011]. Saatavissa: <http://www.palloliitto.fi/palloliitto/>.

Puustinen, A. & Rouhiainen, U-M. 2007. Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. Helsinki: Edita Prima Oy.

Rotterdam Marketing. 2011. Rotterdam info [viitattu 2.11.2011]. Saatavissa: <http://en.rotterdam.info/visitors/>

Tampereen kaupunki. 2011. Tampereen stadion [viitattu 6.11.2011]. Saatavissa:

<http://www.tampere.fi/liikuntajavapaaika/liikuntajaulkoilu/paikat/stadion.html>

Tilastokeskus. 2011. Käsitteet ja määritelmät [viitattu 3.10.2011]. Saatavissa: <http://www.stat.fi/meta/kas/index.html>.

Trauer, Birgit. 2006. Conceptualizing special interest tourism – frameworks for analysis. Science direct [viitattu 28.11.2011]. Saatavissa:[http://www.sciencedirect.com/aineistot.phkk.fi/science?\\_ob=MImg&\\_cid=271716&\\_user=4246040&\\_pii=S0261517704002213&\\_coverDate=04%2F30%2F2006&view=c&wchp=dGLzVlV-zSkWA&md5=20a0dfb23d755e8c8febe1b5118ee1a6/1-s2.0-S0261517704002213-main.pdf](http://www.sciencedirect.com/aineistot/phkk.fi/science?_ob=MImg&_cid=271716&_user=4246040&_pii=S0261517704002213&_coverDate=04%2F30%2F2006&view=c&wchp=dGLzVlV-zSkWA&md5=20a0dfb23d755e8c8febe1b5118ee1a6/1-s2.0-S0261517704002213-main.pdf)

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2003. Tapahtuma on tilaisuus – opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Helsinki: Tietosanoma Oy

Väestökisterikeskus. 2011. Kuntien asukasluvut aakkosjärjestyksessä [viitattu 2.11.2011]. Saatavissa: <http://vrk.fi/default.aspx?docid=5154&site=3&id=0>

## LIITTEET

LIITE 1: Kuvia Hollanti-Suomi-ottelusta, Rotterdam 7.9.2010

LIITE 2: Kuvia Suomi-Hollanti-ottelusta, Helsinki 6.9.2011

KUVIA HOLLANTI-SUOMI-OTTELUSTA, ROTTERDAM 7.9.2010

© Eveliina Toikka



KUVA 1. Stadion De Kuip



KUVA 2. Stadionkartta



KUVA 3. Ons Oranje Park – fanialue



KUVA 4. Sisääntuloportit



KUVA 5. Polettiautomaatit



KUVA 6 Maskotit



KUVA 7. Saniteettitilat



KUVA 8. Ravitsemuspalvelupisteitä



KUVA 9. Oheismateriaali



KUVA 10. Tulostaulu & sponsoreita katsomoiden sekä kentän laidoilla

KUVIA SUOMI-HOLLANTI-OTTELUSTA, HELSINKI 6.9.2011

© Eveliina Toikka



KUVA 11. Helsingin Olympiastadion & Tapahtumatori



KUVA 12. Opastelakana



KUVA 13. Sisääntuloportit



KUVA 14. Jonot E-katsomoon



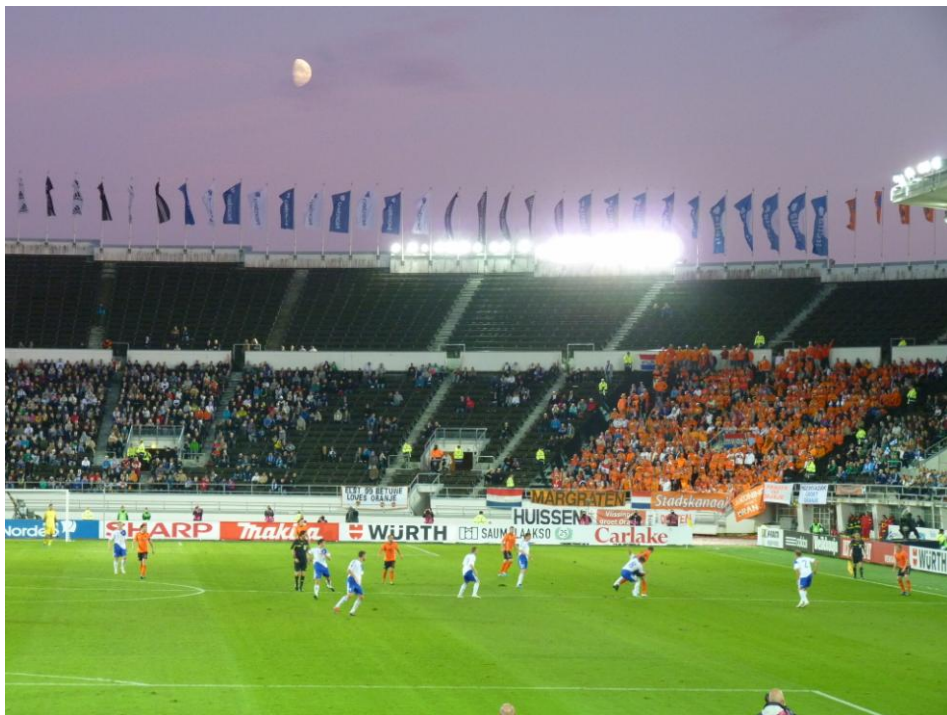
KUVA 15. Saniteetitilat



KUVA 16. Ravitsemuspalvelupiste



KUVA 17. Näyttöscreen



KUVA 18. Sponsoreita