

Joonas Helander

Ruoka osana tapahtumaelämystä

Metropolia Ammattikorkeakoulu
Kulttuurituottaja AMK
Kulttuurituotannon
koulutusohjelma
Opinnäytetyö 8.2.2012

Tekijä Otsikko	Joonas Helander Ruoka osana tapahtumaelämystä
Sivumäärä Aika	36 sivua + 2 liitettä 8.2.2012
Tutkinto	Kulttuurituottaja AMK
Koulutusohjelma	Kulttuurituotannon koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	
Ohjaaja	Laura-Maija Hero
<p>Ruokakulttuuri on ollut Suomessa nousevan kiinnostuksen kohteena viime vuosina. Ihmisten lisääntynyt matkustelu on edesauttanut ruokailuun liittyvien vaikutteiden rantautumista Suomeen. Pop up -ravintolat ja Ravintolapäivätapahtumat ovat osaltaan tuoneet uusia kulinaarisia elämyksiä ja kokemuksia ihmisille. Ruoan ympärille on alkanut rakentua omia tapahtumia. Luomu- ja lähiruoan saatavuus on parantunut, muokaten ihmisten kulutustottumuksia. Ruoka kiinnostaa tällä hetkellä monella eri tavalla. Ruokapalveluihin on alettu kiinnittää enemmän huomiota myös tapahtumissa. Ruoan ja muiden oheispalvelujen merkitys tapahtumasta syntyvään kokonaiselämykseen on kasvamassa.</p> <p>Tämä opinnäytetyö tarkastelee tapahtumien ruokapalveluita palvelujen ja elämyksien kontekstissa. Käytän case-esimerkinä Flow-festivaalin ruokapalveluita, joita tutkin tarkemmin. Pohdin työssäni ruokapalvelujen merkitystä tapahtumille ja kartoitan niiden mahdollisuuksia kokonaisvaltaisempaan kävijäkokemukseen. Otan työssäni huomioon ruokapalveluihin liittyviä käytännön realiteetteja ja säädöksiä, jotka tulee huomioida kun pohditaan tämän palvelun vaikutuksia osana tapahtumakokemusta.</p> <p>Pyrin muodostamaan näkökulmia ruokapalvelujen tulevaisuuteen tapahtumissa peilaamalla niiden kehittymistä, nykypäivää ja huomista. Esitän työssäni kysymyksen voiko ruoasta syntyä elämys tapahtumassa, ja jos näin on, mitkä asiat siihen vaikuttaa? Tutkin aihetta Flow'n yleisökyselyn, asiantuntijahaastattelujen ja oman hiljaisen tiedon pohjalta.</p> <p>Toimivan ruokapalvelun järjestäminen on haastavaa ja monien onnistuneiden asioiden summa. Yhteistyön tulee olla toimivaa niin festivaaliorganisaation, ruokatoimijoiden ja viranomaisten kannalta. Kun kaikki nämä asiat otetaan huomioon, voidaan lähteä painottamaan asioita, jotka voivat johtaa kokonaisvaltaisten elämyksien syntymiseen. Flow'n ruokapalveluissa on mahdollisuus elämyksien syntymiseen. Ruokaan liittyvä tapahtumaelämys voi syntyä monien asioiden summasta. Kun ympäristö, palvelu ja itse ruoka muodostuu osiansa suuremmaksi kokonaisuudeksi, kävijälle voi muodostua kiinnostavia seikkailuja tapahtumaruoan parissa.</p>	
Avainsanat	Ruoka, tapahtuma, festivaali, palvelu, elämys

Author Title	Joonas Helander Food as a part of an experience at festivals
Number of Pages Date	36 pages + 2 appendices 8.2.2012
Degree	Bachelor's Degree
Degree Programme	Cultural Management
Specialisation option	
Instructor	Laura-Maija Hero
<p>Food culture has been a popular theme in Finland for the past years. Increased travelling has brought about new influences from foreign countries to here. Pop up restaurants and restaurant day events have brought about new experiences and culinary phenomena for the citizens. Availability of near produced and ecological food has been increasing. People are these days more accurate about their consumer habits concerning food. In general, food has been an interesting issue in many ways.</p> <p>This thesis studies food services at festivals and events in a context of services and experiences. As an example, I discuss the food services at Flow Festival, which forms the core of my thesis. I am trying to find out how crucial food is to the festivals and also research the possibilities leading to an optimal experience. The present work also deals with the terms and conditions that should be followed when providing food services at festivals. Moreover, I am trying to create a future perspective of food services in festivals by reflecting the thoughts to the present and the past. The following question is also posed: is it possible that food can be more than just food in festivals? Is it possible that food will play a more important part of the experience in festivals? As research material, the visitor enquiry of Flow is analyzed. Moreover, expert interviews are conducted and my own knowledge about this topic is applied.</p> <p>Organizing functional food service in festivals has its challenges and it is always a result of many matters. Co-operation with festival organization, restaurants and authorities need to be workable. When all of this considered, we can start to pay more attention to matters that might lead us to experiences in a context of food. In my research I have come to a conclusion that food services in Flow Festival have potential to become more than just a necessary evil. It's not just food, it is also a matter of the surroundings of the festival area, intimacy, service and new ideas. If we can create ideas that will promote the experience around food, customers might be enable to discover something new. Experiences!</p>	
Keywords	Food, event, festival, experience, service

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Flow festivaalin ruokapalvelut	4
3	Palvelutuotannosta elämystuotantoon?	7
	3.1 Palveluista elämyksiin	10
	3.2 Tuote, palvelu ja elämys kuluttajakokemuksina	12
4	Tapahtumien ruokapalveluja koskevat säädökset	14
5	Tutkimuskysymykset	15
6	Kartoituksen aineiston keräämisen menetelmät ja aineistojen analyysi	16
	6.1 Asiakaskysely	16
	6.2 Asiantuntijahaastattelut	17
7	Festivaalien ruokapalvelut aineistojen valossa	17
	7.1 Festivaalien ruokapalvelut eilen ja tänään	18
	7.2 Ruokapalvelujen merkitys festivaalikävijälle	27
	7.3 Ruokapalvelun kehitysnäkymiä	31
	7.4 Palvelu vai elämys?	32
	7.5 Palvelun haasteet elämyksen rakentumiselle	33
8	Pohdinta	34
	Lähteet	35
	Liitteet	37

1 Johdanto

Ruokakulttuuri on ollut Suomessa kasvavan kiinnostuksen kohteena viime vuosina. Ihmisten lisääntynyt matkustelu on edesauttanut ruokailuun liittyvien vaikutteiden rantautumista Suomeen. Pop up -ravintolat ja Ravintolapäivätapahtumat ovat osaltaan tuoneet uusia kulinaarisia elämyksiä ja kokemuksia ihmisille. Ruoan ympärille on alkanut rakentua omia tapahtumia. Mediassa pyöriviltä kokkiohjelmilta on tuskin kukaan voinut välttyä. Kuluttajat ovat tulleet tietoisemmiksi vaatien laatua ja eettisyyttä ravinnoltaan. Luomu- ja lähiruoan saatavuus on parantunut, muokaten ihmisten kulutustottumuksia ekologisempaan suuntaan. Helsingin kaupungin kulttuuristrategiassa todetaan, että Helsinki haluaa olla tulevaisuudessa Pohjois-Euroopan kiinnostavin ruokakaupunki, ja se haluaa linkittää ruokakulttuuria osaksi tapahtumia. Maailmanlaajuiset kysymykset ruoan riittävydestä tulevaisuudessa ovat keskeisiä kysymyksiä nykypäivänä. Ruoka kiinnostaa tällä hetkellä monella eri tavalla.

Ruokapalveluihin on alettu kiinnittää enemmän huomiota myös tapahtumissa. Ruoan ja muiden oheispalvelujen merkitys tapahtumasta syntyvään kokonaiselämukseen on kasvanut. Festivaalit käyvät joka vuosi kilpailua kävijämääristä ja pyrkivät muodostamaan omasta tapahtumastaan kokonaisvaltaisen kokemuksen kävijöille. Ruoka on olennainen osa tapahtumien oheispalveluja. Onnistuneilla oheispalveluilla pystytään vaikuttamaan positiivisen kävijäkokemuksen syntymiseen.

Tässä opinnäytetyössä kartoitan tapahtumien ruokapalveluiden kehittymistä ja mahdollisuuksia tulevaisuudessa tapahtumajärjestäjän ja kävijän näkökulmasta. Käytän case-esimerkinä Flow-festivaalia, jossa työskentelin ruokapalveluiden koordinaattorina. Opinnäytetyössäni pohdin ruokailun mahdollisuuksia osana tapahtumaelämystä. Ruoanmyynnin koordinointiin liittyvissä tehtävissä olen päässyt seuraamaan läheltä ruokapalvelujen tuotantoa ja kehittymistä tapahtumissa. Työni johtopäätökset ovat tärkeitä, koska haluan tuoda relevanttia tietoa esille tästä näkökulmasta tuotantojen ja tapahtumien parissa työskenteleville ihmisille. Työ on tärkeä myös oman ammatillisen kehityksen ja työelämässä profiloitumisen kannalta.

Opinnäytetyössäni keskeisessä roolissa ovat festivaalijärjestäjät ja tapahtumaruokailun parissa toimivat ammattilaiset. Haastattelujen ja valmiiden kyselyaineistojen avulla

hahmottelen näkemyksiä festivaalien ruokapalveluista ja niiden kehittymismahdollisuuksista. Työni avulla pyrin löytämään ajatuksia, millä tavalla tapahtumat voisivat hyödyntää tällä hetkellä ruokaan liittyvää kiinnostusta ja miten asiakkaiden muuttuviin vaatimuksiin voisi vastata tulevaisuudessa.

Pyrin työssäni kartoittamaan tapahtumien ruoanmyyntipalveluiden kehittymistä nykymuotoon ja luomaan näkymiä tulevaisuuteen. Yritän määritellä palvelun ja sen mahdollistaman elämyksen suhteita. Näkökulma työssä pohjautuu pitkälti tapahtumajärjestäjien ja ruoanmyyntitoimijoiden haastatteluihin.

Valitsin kyseisen aiheen, koska minulla on työkokemuksen kautta tarttumapintaa tapahtumien ruokapalveluihin ja tiedostan asiaan liittyvät toimintatavat. Pyrin hyödyntämään työssäni omaa hiljaista tietoani muiden aineistomateriaalien kanssa. Näiden avulla rakennan näkemyksiä ruokapalveluiden roolista tapahtumissa.

Festivaaleja ja tapahtumia on tutkittu kohtuullisen paljon, mutta ruoanmyynti ja oheispalvelut ovat jääneet vähemmälle huomiolle. Ruoka on yleisesti nouseva trendi tällä hetkellä, joten nyt on mielestäni ajankohtainen hetki tehdä selvitys, miten tapahtumien järjestäjät kokevat asian ja miten he ajattelevat oman tapahtumansa voivan kehittyä tällä saralla.

Mikä on ruoan merkitys ihmiselle? Ruoan ja ruokakulttuurin tutkijan V.A. Heikkinen luettelee tutkimuksessaan ruokaan liittyviä perustarpeisiin ja ihmisen käyttäytymiseen liittyviä seikkoja.

Herkkuruokien ja -aterioiden tehtäviä ovat Heikkisen (Heikkinen 2005, 7) mukaan:

1. tyydyttää nälkä ja ravita ruumis
2. parantaa ja edistää terveyttä
3. toimia aloitteentekijänä ja välittäjänä henkilökohtaisten tapaamisten ja liikeneuvottelujen aikana
4. havainnollistaa suhteiden luonnetta, määrää ja laatua
5. ilmaisee tunteita: muun muassa rakkautta, huolta, ikävystyneisyyttä, jännitystä ja huolenpitoa

6. ilmaista yksilöllisyyttä ja yhteisöllisyyttä
 7. tuottaa mielihyvää, häivyttää stressiä ja huoventaa mieltä
 8. toimia palkkiona (joillekin jopa rangaistuksena)
 9. havainnollistaa sosiaalista statusta sekä taloudellista ja poliittista valtaa
 10. tukea itsetuntoa ja saavuttaa itsetunnustusta
 11. estää henkisiä ja fyysisiä sairauksia
 12. tuottaa turvallisuutta
 13. ilmaisee moraalialia
 14. ilmaisee hyvinvointia
- (Heikkinen 2005, 7)

Festivaalit ovat kehittyneet monimuotoisempaan suuntaan koko ajan. Taiteellisten sisältöjen rinnalle on nostettu myös muita keinoja palvella ihmisiä. Tapahtumat aletaan nähdä välineenä, joiden avulla pystytään luomaan laajoja kulttuurikokemuksia ihmisille. Järjestäjät haluavat myös tuoda esiin ja korostaa omien tapahtumiensa ainutlaatuisuutta. (Silvanto 2007, 16.)

Festivaaliruoka on kehittynyt yksinkertaiseen tarpeeseen tuottaa ihmiselle ravintoa tapahtumissa. Ruokapalvelut ovat kehittyneet monella tavalla tapahtumissa. Hyvin järjestetyssä tapahtumassa ruokapalvelut hyödyttävät asiakasta, ruokamyymiä ja järjestäjää. Palvelua ei voida tarkastella mielekkäästi vain yhdestä näkökulmasta. Toimivan palvelun järjestämisessä tulee huomioida jokaisen siihen osallistuvan toimijan intressit.

Seuraavassa luvussa esittelen Flow festivaalin ja sen ruokapalveluja. Flow'n ruokapalvelut on kiinnostava tarkastelun kohde. Ruokapalveluihin on kiinnitetty mielestäni muita festivaaleja enemmän huomiota ja ne ovat sitä kautta muodostuneet tärkeäksi osaksi tapahtumakokonaisuutta.

2 Flow festivaalin ruokapalvelut

Flow Festival on musiikki- ja kaupunkikulttuurifestivaali, joka järjestetään vuosittain elokuussa Helsingin Suvilahdessa. Flow´n esiintyjät ovat valikoima esiintyjä kotimaasta ja ulkomailta. Flow´n musiikkitarjonta on hyvin monipuolista. Se yhdistelee eri genrejä samassa tapahtumassa. Ideana on esitellä yleisölle uusia artisteja ja luoda katsauksia huomisen musiikkiin.

Tämän lisäksi Flow panostaa kaupunkikulttuuriin, visuaaliseen taiteeseen, palveluihin ja tapahtumapaikan viihtyvyyteen. Suvilahden historiallisen voimala-alueen puitteet luovat omalta osaltaan ainutlaatuiset puitteet tapahtumalle. Flow on kasvattanut koko ajan kävijämääräänsä ja tavoitti vuonna 2011 yli 50 000 kävijää. Myös Festivaalialue on laajentunut lisää tämän myötä. (www.flowfestival.com.)

”Flow on sekä mielentila että fyysinen tila, jossa tunne virtaa kollektiivisesti musiikin kautta osaksi suurempaa kokonaisuutta” (www.flowfestival.com.)

Flow´n ruokapalvelut on suunniteltu palvelemaan asiakkaita monipuolisesti.

Ruokapalvelujen tarkoituksena on tuottaa ihmisille herkullisia makuelämyksiä osana festivaalia. Festivaaliorganisaatio on halunnut kiinnittää erityistä huomiota ruokapalvelujen korkeaan laatuun, haluten nostaa myös ruoan osaksi kokonaiselämystä. Ravintolapisteet ovat osa Flow´n visuaalista kokonaisuutta ja kaikki myytävät ruoat pyritään maistamaan etukäteen ennen tapahtumaa.

Olemme rohkeasti lähteneet panostamaan myös kaikkeen muuhun kuin musiikkiin. Vaikka musiikki on tottakai tärkeää, se on kuitenkin yksi osa-alue kokonaisuutta. Se alue, se ruoka mitä siellä tarjotaan, miksei juomakin, kaikki niin kuin valaistus, koko sen alueen kokonaisuus, paikat joita sieltä voi löytää. Se on vähän niin kuin kylämäinen kokonaisuus kolme päivää, missä ihmiset voi löytää yllätyksiä kulman takaa. Kyl mä uskon, että siinä on paljon sitä, että on paljon kävijöitä joille se musiikki ei ole se ensimmäinen asia miks ne haluaa Flow'hun tulla. Se kokonaisuus voi olla näiden ulkomusiikillisten tekijöiden puolelta yhtä tärkeä asia kuin musiikki tai jopa tärkeämpi. (Tuomas Kallio, haastattelu, Yle-elävä arkisto, 13.08.2010.)



Kuva 1. Flow'ssa ruokapisteiden visuaalisuuteen on panostettu. Kojut ovat suunniteltu kokonaisuuteen sopivaksi. Kuva: Riitta Sourander.

Esittelen seuraavassa Flow 2011 ravintolat.

GROTESK

Ravintola Grotesk hoiti Flow'n 2011 suurinta ruokaravintolaa, joka kulki nimellä Ruokamaailma. Menu sisälsi: Nuudelisalaatteja, Tacoja eri täytteillä, gazpacho keittoa, marjasmoothieta, tuoreita mansikoita ja mascarponevaahtoa sekä suklaabrownieita.

FOUR SEASONS

Four Seasons ravintola toimii Helsingin Ullanlinnassa. Ravintola tarjoilee aitoja

ranskalaisia ja italialaisia makuja. Flow'ssa menu sisälsi: Jauhelihalasagne vihersalaatilla ja tuore basilikakastike, Artisokka-comté-juusto-salaatti ja tuore basilikakastike , Maissikana à l'estragon, Maissikana rakuunakastikkeen, vihannesten ja pilahviriisin kera.

TORI

Punavuorella sijaitsevan Torin Flow-listalta löytyi Torin lihapullat jallukermakastikkeella. Kasvisvaihtoehtona oli Vuohenjuusto-pinaattinyytit, bulgursalaatti ja tzatsiki

TAMARIN

Ravintola Tamarin valmistaa aitoa Thai-ruokaa neljässä eri ravintolassa Helsingin keskustassa. Flow'ssa tarjolla oli kolme annosta: paistettua nautaa thaibasilikalla ja chilillä, kana cashew-pähkinöillä sekä punaista currya tofulla

NEW YORK NINJA

New York Ninja on catering yritys, jonka taustalla vaikuttavat Siltasesta ja Shanghai Cowboysta tutut tekijät. Menu on tehty vietnamilaisen keittiön hengessä.

UMESHU

Umeshu on Sushiravintola, joka toimii Helsingin Töölössä. Umeshu valmistaa sushit ensiluokkaisista raaka-aineista käsityönä.

VIINI & SAPAS

Viini & Sapas tarjoilusta huolehti ravintola Juuri. Tiivistämön tiloissa toiminut Juuri tarjoi Sapaksia musiikkiesitysten elävöittäessä tunnelmaa.

NAKKIKOJU

Meri-Tuuli Lindströmin Nakkikoju tarjoi Flow'ssa hodareita. Listalla olivat jenkkidogi Can U West, aasialainen, mm. wasabimajoneesilla maustettu Singapore Sling sekä Hercules in Love, jonka täytteinä on chorizoa ja itse tehtyä salsaa. Sekä hodarit että lihapiirakat olivat saatavilla kasvis- ja vegaaniversioina. Nakkikojusta sai myös ranskalaisia perunoita, piparjuurikerma ja tulisella Suvilahti -BBQ-kastikkeella.

PIPSA HURMERINTA

Top Chef -televisio-ohjelman juontaja ja tuomari Pipsa Hurmerinta on lähiruoan puolestapuhuja. Flow'ssa tarjolla oli lähellä tuotettuja salaatteja & kasvisburritoja.

M.A.T.

M.A.T. tarjoili Flow'ssa kasvisherkkuja omatekoisten pikkelssien ja höysteiden kera. Erikoisuutena oli itse leivottu leipä.

IHANA KAHVILA

Kalasadamassa kesällä toimineen Ihanan kahvilan Sanni Jouhki tarjosi Flow'n kävijöille festarikahvit ja leivonnaiset.

SIS. DELI + CAFÉ

SIS. Deli on helsinkiläinen kahvila-delimyymälä. Flow'ssa SIS. Deli tarjosi mm. talon tummapaahitoista luomukahvia, täytettyjä leipiä ja leivonnaisia, luomumehuja ja smoothieita sekä talon omaa jääteetä.

COCOVI SMOOTHIE

Cocovi toi ravitsevat superfoodit Flow'hun maistuvien juomien muodossa. Mukana oli pehmeä ja makea raakakaakaopirtelö Suklaasydän ja superlime-limonadi. Tarjolla oli myös purtavaa trailmix-sekoituksen muodossa. Kaikki Cocovi-menun tuotteet ovat luontaisesti maidottomia, laktoosittomia ja gluteenittomia.

BEN & JERRY'S

Flow'n Ben & Jerry's -kioskista löytyi festivaalien kattava jätskivalikoima.
(www.flowfestival.com)

3 Palvelutuotannosta elämystuotantoon?

Tässä luvussa pyrin tarkastelemaan palvelun, tuotannon ja elämystuotannon välistä suhdetta. Olen kiinnostunut löytämään sen risteyskohdan, jossa tunnumme kulttuurituotannon toimialalla olevan: elämmekö palvelutaloudessa vai elämystaloudessa, ja kummasta näkökulmasta festivaaliruokaa olisi herkullisempaa tarkastella? Aiheen selvittämiseksi tarkastelen asiaa myös osittain ravintola-alan

nousevien trendien kautta, jotka osaltaan maalaavat kuvaa myös tapahtumaruokailun suuntaan.



Kuva 2. Elämyksiä voi syntyä kun ympäristö, tunnelma ja herkulliset ruoat kulkevat käsi kädessä tapahtumassa. Kuva: Jussi Hellsten.

”Kuluttaja liikkuu vapaa-aikanaan elämysteollisuuden pelitilassa, johon ravitsemisalan palvelut kuuluvat” (Heikkinen 2003, 16.)

Silvanto (2007, 164) kirjoittaa Festivaalien yleisön ajatuksista; Ihmiset jotka mieltävät festivaalit itselleen tärkeiksi, korostavat positiivista kokemusta. Festivaalit ”tuottavat tunteita, elämyksiä ja seikkailun tuntua”.

Palvelujen rooli on korostunut yhteiskunnassa voimakkaasti viime vuosikymmeninä. Tilastokeskuksen mukaan 2000-luvun alussa suomalaiset kotitaloudet käyttivät palveluihin lähes 60 % tuloistaan. Palvelujen laatuun kiinnitetään enemmän huomiota ja painopiste on siirtynyt asiakaspainotteiseksi. (Lämsä & Uusitalo 2003, 7-8.)

Myös kulttuurituotannon tutkija Katri Halonen määrittelee palvelujen merkityksen kasvua liiketoiminnallisesta näkökulmasta: ”Palveluiden merkityksen kasvulla viitataan prosessiin, jossa fyysisen tuotteen sijasta olennaiseksi ansaintalogiikan osaksi syntyy palvelu (Halonen 2011, 10.)”

Asiakkaan näkökulmasta katsottuna kulutuksen lisäksi arvot ovat nousseet osaksi palveluprosessia. Palvelujen johtamisen tutkijan Grönroosin mukaan asiakkaat etsivät palveluja, jotka tukevat heidän omia arvojaan ja määrittävät niitä. (Grönroos 2009, 25-26.) Palveluja voidaan siis tarkastella monesta näkökulmasta, mutta mielekkäintä minusta kulttuurituotannon saralla on keskittyä palvelun määritelmän etsimiseen elämystalouden kontekstista.

Palvelujen lisäksi myös elämyksistä ja elämystaloudesta puhutaan paljon varsinkin kulttuuriin liittyen. Ahola (2007, 1) mainitsee, että jo 1980-luvun alussa kuluttajatutkimus on osoittanut kasvavaa kiinnostusta elämyksellisiin näkökulmiin kulutuksessa. Elämystalous on kasvava liiketoiminnan ala. Elämyksen ja elämyksellisyyden määrittely saattaa olla välillä hankalaa. Termit ovat saaneet erilaisia merkityksiä eri yhteyksissä käytettyinä. Kulttuurialalla palveluissa on perinteisesti jaettu kulttuuripalvelukokemus ydinkokemukseen ja laajennettuun kokemukseen. Ydinkokemus on taide-elämys ja laajennettu kokemus voi olla tässä tapauksessa ruokailu tapahtumassa.

Palvelun tärkeimpiä ominaispiirteitä ovat sen: aineettomuus, heterogeenisyys, tuotannon sekä kulutuksen samanaikaisuus ja ainutkertaisuus. Tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus liittyy esim. ravintolapalveluihin, jolloin tuotanto, ruokailu ja palvelu ovat osa kokonaisuutta. Palvelu on ainutkertainen, jolloin se on käytettävä sillä hetkellä. Palvelun tarjoajan kannalta tämä aiheuttaa tarvetta ennakointiin ja valmistautumista menekin jakaantumiseen eri ajoille. Palvelu on vuorovaikutusta ihmisten välillä, mikä korostaa sen ainutkertaisuutta. (Lämsä & Uusitalo 2003, 17-19.)

Myös festivaalien ruokapalveluissa näyttäytyy korostetusti tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus ja palvelukokemuksen ainutkertaisuus. Lisäksi korostuu tuotannon ennakkoinnin merkitys palvelun tuottajan haasteena. Pelkkä menekin arvioiminen ei riitä, vaan on panostettava myös asiakkaan kohtaamiseen.

Palvelut voidaan jakaa kolmeen palveluryhmään: Ydinpalvelu, mahdollistavat palvelut ja tukipalvelut (Grönroos 2009, 224.) Palvelupaketti jakoa voisi soveltaa myös tapahtumiin. Festivaalin ydintuote on yleensä sen taiteellinen sisältö, joka on esim.

musiikki tai tanssi. Festivaalien ruokapalvelut voidaan nähdä tässä kontekstissa mahdollistavina palveluina samoin kuin tukipalveluina.

Grönroos (2009, 224-225) kirjoittaa, että mahdollistaviksi palveluiksi mielletään palvelut, joita ilman ydinpalvelua ei voi kuluttaa. Tukipalveluilla pyritään lisäämään ydinpalvelun arvoa ja sillä pyritään erottautumaan kilpailijoiden palvelutarjoamasta.

Tässä opinnäytetyössä haluan määritellä festivaalin ruokapalvelun alustavasti tukipalveluksi, mutta haluan kysyä: voisiko ruokapalvelun nähdä muunakin kuin mahdollistavana tukipalveluna eli välttämättömänä nälän tyydyttäjänä säännöllisin väliajoin, jotta ydinpalvelu eli festivaaliohjelma ”jaksetaan” kokea?

3.1 Palveluista elämyksiin

Lepolan mukaan palvelu voi olla parhaimmillaan elämysten tuottamista, ei vain ainoastaan tiettyjen tarpeiden tyydytystä (Lepola ym. 1998, 29.) Tätä näkemystä tukee Katri Halosen ajatus siitä, että elämyksellisyys lähtökohtana soveltuu kulttuuripalveluihin ja tulevaisuuden ajatukseen, jossa kaikkia aisteja pyritään ruokkimaan. Kaikkia aisteja ruokkivat holistiset kokemukset ovat keskeinen näkökulma tulevaisuuden tapahtumasuunnittelulle. Enää ei riitä pelkän musiikin tarjoaminen, koska kilpailu ja kulutustottumukset ovat muuttuneet elämyshakuisemmiksi. Kulttuuritapahtumissa elämyksellisyys voidaan Halosen mukaan saavuttaa eri aisteja stimuloivalla tasapainolla. (Halonen 2011, 11.)

Ruoan yhteydessä elämyksistä puhuttaessa, itse ruoan elämyksellisyys liittyy ainutlaatuisuuteen ja ilmentyy usein gastronomisina kokemuksina. Hyvään ruokaan liittyvän ainutkertaisuuden oivaltaminen voi olla tie elämyksiin. Myös ruokaan liittyvä monikulttuurisuus on mahdollisuus elämyksille ja seikkailulle. (Heikkinen 2005, 8.)

Festivaalien yhteydessä kuitenkin palvelukokemus korostuu gastronomisen elämyksen rinnalla, koska yhdellä festivaalialueella on usein paljon samoista asiakkaista kilpailevia palveluja tarjolla. Myös tapahtuman ympäristö ja viihtyisyys nousevat osaksi kokonaiskokemusta.

Taloustieteilijät ovat useimmiten laittaneet elämykset samaan mappiin palvelujen kanssa vaikka itse asiassa ne ovat yhtä erillisiä toisistaan kuin tuotteet ovat palveluista. Nykyään on alettu nähdä elämyksellisyys omana liiketoimintanaan. Elämyksiä ihmiset todella himoitsevat. Jos kuljetat ihmisiä taksilla paikasta toiseen, se on palvelua. Jos kuljetat ihmisiä paikasta toiseen taksilla ja tarjoilet ruokaa, juomaa sekä laulat Frank Sinatraa matkustajille, olet tarjoamassa elämyksiä ja lisäarvoa pelkän tavallisen taksimatkan sijasta. Elämys syntyy, kun yritys käyttää tarkoituksenmukaisesti palveluja ja tuotteita ainoastaan välineinä matkalla kohti yksilöllistä muistettavaa kokemusta. (Pine II & Gilmore, 1998, 97-98.)

Pelkästään tällaisella reseptillä festivaaliruokailu ei voi pärjätä, koska muuttujia palvelukokemuksessa on kerralla niin paljon. Elämyksellisyyttä voidaan kuitenkin lähestyä erilaisin tavoin. Yksi tapa katsoa asiaa on asiakkaan osallistumisena elämykseen, jolloin asiakkaan rooli on aktiivinen. Toinen ääripää on asiakkaan passiivisuus, jolloin asiakas ei osallistu millään tavalla elämyksen toteutumiseen. Aktiivisessa roolissa asiakas näyttelee tärkeitä osaa esim. tapahtuman sisällön tuotannossa. Periaatteessa passiivinenkin katsojan rooli tapahtumassa on osittain osallistuvaa. (Pine II & Gilmore, 1998, 101.)

Ahola (2007, 65-66) jakaa elämykset neljään eri ryhmään: Tunne-elämyksiin, edistykseen liittyviin elämyksiin, kehollisiin elämyksiin sekä henkilökohtaiseen osallisuuteen liittyviin elämyksiin.

”Tunteisiin liittyvä elämyksellisyys ilmentää kuluttajien rajoituksista vapaata mahdollisuutta kokea ja työstää henkilökohtaisella tasolla moninaisia tunteita ja elämäkokemuksia.” (Ahola 2007, 65-66.)

”Edistyksen kokemiseen liittyvä elämyksellisyys on osa-alue, joka ilmentää kuluttajan tarvetta kerätä ideoita, inspiraatiota ja asiantuntijuutta sekä kokea oivalluksia. Se koostuu luovuuden kehittämisestä ja asiantuntijuuden kasvattamisesta.” (Ahola 2007, 65-66.)

”kehollinen elämyksellisyys ilmentää kuluttajan fyysisiä kokemuksia tapahtumatiloissa. Tämä elämyksellisyyden osa-alue koostuu liikkumisesta ja aistimisesta.” (Ahola 2007, 65-66.)

”Neljäs osa-alue on henkilökohtaiseen osallisuuteen liittyvä elämyksellisyys. Se ilmentää kuluttajan tarvetta vastaanottaa ja kommentoida kulttuuripalveluihin liittyviä kokemuksia sekä mahdollisuutta osallistua näistä palveluista rakentuviin yksityisiin ja julkisiin foorumeihin.” (Ahola 2007, 65-66.)

Valitsen tulosluvussa sovellettavaksi Aholan, Pine & Gilmoren ja Halosen näkemyksiä soveltuvien osin. En siis vielä rajaa mitään elämyksen määritelmiä, jotta voin aineistolähtöisesti nostaa esiin mahdollisia ajatuksia ruokapalvelujen elämyksellisemmälle tulevaisuudelle. Seuraavassa alaluvussa vertailen kuitenkin tuotteen, palvelun ja elämyksen eroja festivaalikuluttajan ja festivaalituottajan näkökulmia avatakseni.

3.2 Tuote, palvelu ja elämys kuluttajakokemuksina

Katri Halonen (2011) on soveltanut Eeva-Katri Aholan elämymallista tuottajan ja kuluttajan rooleja tuotteen, palvelun ja elämyksen kokemusten kannalta valottavan taulukon.

	TUOTE	PALVELU	ELÄMYS
Kokemuksen ydin	Täyttää kuluttajan tarpeet	Täyttää kuluttajan tarpeet	Auttaa kuluttajaa löytämään uutta, tuntematonta, huomaamatta jäänyttä
Kuluttaja	Ostaja	Arvioija	Tutkimusmatkailija
Tuottaja	Valmistaja	Tarjoaja	Opas
Metafora kokemukselle	Tehdashalli	Palvelupolun arviointipisteet	Seikkailu

Taulukko 1. Tuotteiden, palvelujen ja elämysten piirteitä. (Halonen 2011, 9. vapaasti suomennettu Ahola 2007, 153)

Aholan taulukossa tuotteet, palvelut ja elämykset on pyritty erottelemaan ja löytämään niiden ominaispiirteet. Näitä ominaispiirteitä lähestytään kokemuksen, kuluttajan ja tuottajan kautta. Jokaiselle mallille on kehitelty myös sitä kuvaava metafora. Tuotteissa ja palvelussa kokemuksen ydin on Aholan mukaan sama; täyttää kuluttajan tarpeet. Elämyksen aikaansaama kokemus taas on auttaa kuluttajaa löytämään jotain uutta, tuntematonta ja huomaamatta jäänyttä.

Jos tarkastellaan tuotetta kuluttajan kannalta, kuluttajan voi määritellä yksinkertaisesti ostajaksi. Palveluun kuluttaja suhtautuu enemmän arvioijan roolista käsin. Elämyksen kannalta kuluttaja nähdään tutkimusmatkailijana.

Tuottajan rooli on tässä tapauksessa olla valmistaja, tarjoaja tai opas. Opas tarjoaa elämyksiä asiakkailleen. Opas saattaa olla myös valmistajan ja tarjoajan roolissa mutta käyttää näitä astinlautana lopputulokseen pääsemiseen, eli elämyksien tarjoamiseen. Kuluttamisen luonne on siis muuttunut elämyksistä puhuttaessa. Ensisijaisesti elämyshakuisessa kuluttamisessa korostuvat tunteet, kokemukset ja merkitykset, sekä elämykset. Kokemukset ovat tärkeämpiä kuin fyysiset tuotteet ja omistus. Perinteisessä tuoteorientoituneessa markkinakäsityksessä tuotteiden rooli on korostunut. Tuotteilla pyritään täyttämään ihmisten tarpeet ensin tunnistamalla ne. Tuotteita voidaan markkinoida myös elämylähtöisesti korostaen kuluttajan kokemusta (Halonen 2011, 10-11.)

Myös ravintolakulttuurin tutkijoiden keskuudessa kulutuksen kokonaisvaltaisuus on tunnistettu ja kuluttajien rajat ravintolakulttuurissa ovat hämärtyneet. Korkea- ja matalaruokakulttuuri ovat sekoittuneet keskenään. Kuluttaja liikkuu sulavasti näiden välillä omasta tilanteesta riippuen. "Myös majoitus- ja ravitsemisalman markkinat ovat popularisoituneet. Huippukokkien ruoanvalmistuksesta, ulkona syömisestä sekä ravintola- ja kahvilakulttuurista on tullut viihdettä, osa keskiluokkaista elämystaloutta." (Heikkinen 2003, 12.)

Jos elämyksen kannalta on olennaista tarjota kokonainen seikkailu, joudumme festivaaliruokailun yhteydessä koettelemaan rajoja, etsimään uusia elämyksellisiä ja kokonaisvaltaisia tapoja tarjota ravintoa yleisölle. Ruoassa on kuitenkin aina kysymys itse tuotteesta. Mitä ruoan ympärille voidaan kehittää tulevaisuudessa tapahtumissa on kiinnostava ajatus. Ruokailu festivaaleilla on kuitenkin hyvin säädelyä. Seuraavassa luvussa etsin näitä reunaehtoja. Pyrin selvittämään tapahtumien ruokapalveluja koskevia säädöksiä, jotta todellista muutoksen mahdollisuutta voidaan tarkastella realistisista puitteista.

4 Tapahtumien ruokapalveluja koskevat säädökset

Tapahtumien ruokapalveluihin liittyy lainsäädännöllisiä asioita ja säädöksiä, jotka pitää ottaa huomioon. Helsingin kaupungin ympäristökeskuksella on ruoan ulkomyyntiin tehdyt ohjeistukset, jotka löytyvät ympäristökeskuksen sivuilta.

(<http://www.hel.fi/hki/ymk/fi/Elintarvikkeet/Ulkomyynti.>)

Elintarvikkeiden myyntisäädökset ovat muuttuneet pikkuhiljaa hieman helpommiksi ja byrokratiaa on karsittu joltain osin. Tähän on osaltaan varmasti vaikuttanut Ravintolapäivän kaltaisten tempausten suosio ja tosiasia, että ympäristökeskuksen on käytännössä mahdoton valvoa tällaista toimintaa. Toisaalta säädöksiä on myös kiristetty. Kaikki ruokatuotteet tulee olla hyvin pitkälle esivalmistettuja, jolloin festivaalin ruokapisteet toimivat oikeastaan vain myynti- ja lämmitystarkoituksessa.

(<http://www.hel.fi/hki/ymk/fi/Elintarvikkeet/Ulkomyynti.>)

Syyskuussa 2011 voimaan tulleen säännöksen mukaan enää ei tarvitse tehdä elintarvikeilmoitusta pienestä ja vähäriskiseksi katsotusta toiminnasta. Tämä tarkoittaa käytännössä yksityishenkilöitä, järjestöjä, koulun myyjäisiä, urheiluseurojen makkaranpaistoa, seurakunnan kahvitilaisuuksia tms. Tällaisessa toiminnassa on kuitenkin huomioitava oikeat toimintatavat elintarvikkeisiin liittyen, kuten oikeat säilytyslämpötilat. (<http://www.hel.fi/hki/ymk/fi/Elintarvikkeet/Ulkomyynti.>)

Suuremmissa tapahtumissa ruoanmyyntiin ja elintarvikkeisiin liittyvästä toiminnasta pitää jokaisen toimijan täyttää elintarvikeilmoitus. Ilmoitukset pitää toimittaa ympäristökeskukseen terveystarkastajalla viimeistään 4 arkipäivää ennen myyntitapahtumaa. Elintarvikeilmoituslomakkeita löytyy ympäristökeskuksen sivuilta (<http://www.hel.fi/hki/ymk/fi/Elintarvikkeet/Ulkomyynti.>)

Ruokamyymien tulee suorittaa omavalvontaa tapahtuman aikana ja kirjata ylös ruoan kylmäsäilytys- ja valmistuslämpötiloja. Myös tarvittavista hygieniaan liittyvistä järjestelyistä pitää huolehtia järjestäjän kanssa. Ruokamyymillä tulee olla käytössä omat wc-tilat, käsienpesupisteet ja kylmäsäilytystilat. Myyntipiste tulee suojata hyvin. Ruoanmyynti tulee tapahtua katetusta tilasta (telttä) käsin, jotta ruoat eivät pääse alltiiksi esim. ilmassa leijuvalle pölylle. Käytännössä tämä tarkoittaa, että teltassa pitää olla seinät kolmella sivulla ja avonaisella myyntisivulla tulee olla pisarasuojus (esim. pleksi) jos ruoat ovat esillä tiskillä. Teltan lattia tulee suojata lattiamateriaalilla (esim.

messumatto, pressu) erityisesti jos pohjana on maa, hiekka tai muu helposti pölisevä alusta. Edes avaamattomia elintarvikkeita ei saa säilyttää lattialla tai maassa. Kaikki elintarvikkeet tulisi säilyttää hyllyillä tai lavoilla tms., niille sopivissa lämpötiloissa. Ruoan valmistuspiste tulee olla helposti puhdistettavissa.

Jätehuollosta pitää huolehtia ja keräysastioita on tyhjennettävä riittävän usein, jotta ne eivät houkuttele paikalle lintuja tai hyönteisiä. (Helsingin kaupungin ulkomyyntiä koskevat ohjeet.)

Terveystarkastaja suorittaa käynnin yleensä aina isoissa tapahtumissa, joissa myydään ruokaa. Toimenpiteellä halutaan varmistua siitä, että kaikki järjestelyt ovat hoidettu oikealla tavalla ja kävijät voivat olla luottavaisin mielin ruokailun suhteen.

Myös paloturvallisuussäädökset tulee ottaa myyntikojuissa huomioon. Kojussa tulee olla riittävä ensisammutuskalusto tulipalon varalta (sammukspeite & jauhesammutin). Nestekaasua saa olla 4x4 m kokoisessa myyntipisteessä max. 25 kg. Kaikki teltassa olevat kaasupullot tulee olla kytkettynä käytössä oleviin laitteisiin. Kojussa tai sen läheisyydessä ei saa varastoida kaasuja. Helsingin pelastuslaitos suosittelee, että tapahtumissa käytettäisiin pieniä 5 kg kaasupulloja. (Helsingin kaupungin ohjeita ja lomakkeita.)

5 Tutkimuskysymykset

Työskentelin Flow festivaalilla 2011 ruokapalvelujen koordinaattorina. Havaitsin ruokapalvelujen olevan tärkeässä roolissa niin järjestäjälle kuin yleisöllekin. Ruokapalveluihin kiinnitettiin erityistä huomioita järjestäjän osalta ja se on kävijöille tärkeä osa tapahtuman kokonaisuutta. Flow käyttää ruokapalveluja myös osana nettisivuilla tapahtuvaa ennakkomarkkinointia. Ihmiset voivat käydä katsomassa netistä ennen tapahtumaa ravintoloiden esittelyn ja menut. He voivat jo ennen tapahtumaa alkaa suunnittelemaan omaa tapahtumaelämystä etukäteen muunkin kuin musiikin suhteen.

Työni viitekehys on ruokapalvelun kehittämisen näkökulma,

Miten ruokapalveluja pitäisi kehittää jatkossa?

Miten ruoasta tulisi tärkeämpi ja olennaisempi osa tapahtuman kokonaiselämystä?

Mitä kuluttaja ja järjestäjä haluavat festivaaliruoalta?

6 Kartoituksen aineiston keräämisen menetelmät ja aineistojen analyysi

Opinnäytetyössäni keskeisessä roolissa ovat festivaalijärjestäjät ja kävijäpalautte. Keräsin aineistot Festivaalijärjestäjiä haastatteleamalla ja analysoimalla Flow'n (2010 ja 2011) asiakaskyselyjä. Haastattelujen avulla pyrin kartoittamaan ammattilaisten näkemyksiä festivaalien ruokapalveluihin ja niiden kehitykseen liittyen. Esittelen festivaalien ruokapalvelujen kehittymistä ja sovellan siihen liittyviä säädöksiä ja rakennan sitä kautta lukijalle kuvan tapahtumien ruokapalveluista. Syvennän aihetta kartoittaen esimerkkinä Flow-festivaalin ruokapalveluita, joka on työni keskeinen sisältö.

6.1 Asiakaskysely

Monenlaisten aiheiden ja ilmiöiden tutkimuksessa kysely on yksi käytetyimmistä tiedonkeruun menetelmistä. Kyselyllä voidaan saada kerättyä laaja aineisto halutusta aiheesta. Kysely voidaan toteuttaa monella eli tavalla, esim. netissä täytettävä kyselomake tai puhelinkysely. Kyselytutkimuksessa on olennaista, että kysymykset ovat mietitty kunnolla ja vastaaminen on helppoa, eikä kysymyksissä ole liikaa tulkinnanvaraa. Kyselyllä voidaan tuottaa kvantitatiivista tai kvalitatiivista tietoa. Kyselytutkimus toimii kuitenkin ensisijaisesti määrällisen tutkimuksen menetelmänä. (Ojasalo 2009, 108-119.)

Tässä opinnäytetyössä käytän valmiita kyselyaineistoja, joita Flow festivaaleilla on kerätty. Sain aineiston käyttöni tätä opinnäytetyötä varten ja tulkitsen sitä aiheeseeni liittyviltä osin. Kyselyt toteutettiin 23.9.-7.10. 2010 ja 17.10.-29.10. 2011 Flow'n nettisivuilla. Kyselylomakkeen kysymykset löytyvät liitteestä 1. Analysoin yleisökyselyn vastauksia ja etsin aineistosta kehittämissuhteita ja rivien väliin jääviä näkemyksiä, joita sitten tulkitsin myös omaa hiljaista tietoaani vasten ja sen siivittämänä.

6.2 Asiantuntijahaastattelut

Toimijoiden näkemyksiä kartoitin haastattelemalla seuraavia henkilöitä:

Tuomas Kallio, Taiteellinen johtaja, Flow festival Oy

Jari Sirén, Toimitusjohtaja, Rokkihotelli Oy

Valitsin nämä haastateltavat, koska halusin erilaisten toimijoiden näkemyksiä festivaaliruokaan liittyen. Halusin löytää vertailukohtia Flow´n ruokakonseptiin haastattelemalla Jari Siréniä, joka toi esille ajatuksiaan yleisemmin muiden tapahtumien ruokapalveluista.

Valitsin haastattelun aineiston keräämisen menetelmäksi, koska halusin henkilökohtaisesti tavata ja keskustella kyseisten henkilöiden kanssa. Tavoitteena oli saada haastatteluista tukea aiheen analysointiin. Ojasalon mukaan haastattelu on hyvä yhdistää muihin kehittämistyön menetelmiin. Haastattelulla voidaan saada syventävää tietoa tutkitusta asiasta. Haastattelulla voidaan saada relevanttia tietoa vähän tutkitusta asiasta sekä tuoda esiin yksilöllisiä näkemyksiä. (Ojasalo, 2009, 95.) Sovelsin nk. avoimen haastattelun metodia.

Avoin haastattelu perustuu haastattelijan ja haastateltavan avoimelle keskustelulle kyseessä olevasta aiheesta. Avoin ja puolistrukturoitu haastattelu sopivat kun esim. tutkitaan jonkin ilmiön merkitystä osallistujille. (Ojasalo 2009, 97- 98.) Käytin haastattelurunkona tutkimuskysymyksiäni, joiden tuloksia analysoin omaa hiljaista tietoaani hyödyntäen. Haastattelut äänitettiin 27.12.2012 ja 3.1.2012.

7 Festivaalien ruokapalvelut aineistojen valossa

Tässä luvussa esittelen tutkimustyöni tuloksia ja pyrin luomaan näkökulmia festivaaliruoan vaikutuksesta tapahtumiin nyt ja tulevaisuudessa. Esittelen Flow'n kävijöiden kokemuksia ruokapalveluihin liittyen ja haastattelujen avulla peilaan järjestäjän näkemyksiä ja kävijäkyselyn tuloksia. Pyrin löytämään yhteisiä tekijöitä näiden aineistojen pohjalta. Tavoitteeni on löytää vastauksia ja hahmotella

tapahtumaruokaan liittyviä kokemuksia. Analysoin yleisökyselyn avoimia vastauksia ja vertailen niitä haastatteluihin sekä omaan hiljaiseen tietooni. Tarkoitukseni on tutkia, mitkä asiat vaikuttavat ja on huomioitava ruokapalvelun onnistumisessa tapahtumakontekstissa.

7.1 Festivaalien ruokapalvelut eilen ja tänään

Ruokapalvelut ovat kehittyneet monipuolisemmiksi tapahtumissa. Hyvin järjestetyssä tapahtumassa ruokapalvelut hyödyttävät asiakasta, ruokamyymiä ja järjestäjää. Palvelua ei voida tarkastella mielekkäästi vain yhdestä näkökulmasta. Toimivan palvelun järjestämisessä tulee huomioida jokaisen siihen osallistuvan toimijan intressit.

Jari Sirén kertoo festivaaliruokailun kehittymisestä 90-luvun alusta tähän päivään. Sirén on toiminut 15 vuoden ajan festivaaleilla ruokamyynnä, sekä välittänyt ja koordinoitunut myyntipaikkoja mm. Ruisrockiin. (Kts. liite1)

Sirénin mukaan eniten festivaalien ruokapalveluissa on muuttunut tarjonta, joka on vuosien aikana monipuolistunut. 90-luvun alussa tarjonta muodostui pääasiassa makkara, pyttipannu ja hernekeitto vaihtoehtoista. Varsinaisia keiteltäviä ja valmistettuja ruokia ei vielä tarjonnasta löytynyt. Ruokatarjonta muodostui pääosin valmiista aineksista kasatuista ja lämmitetyistä annoksista. Ruoan valmistaminen paikan päällä oikeista raaka-aineista oli vielä harvinaista. (Sirén, Haastattelu 27.12.2012.)

Ruokapisteiden näkyvyyteen yleisölle ja ulkoasuun ei vielä tuolloin kiinnitetty erityisesti huomiota. Myyntipisteiden kyltit oli usein pahvista itse tehtyjä mainoksia, joihin oli tussilla kirjoitettu päälle mainostekstit ja hinnastot. Myyntipisteiden tarjonta ei erottunut kovin kauaksi yleisölle, Sirén sanoo. (Sirén, Haastattelu 27.12.2012.)

Me viriteltiin meidän ensimmäisenä Provinssi vuotena lakanasta myyntipisteen mainos josta näki, että me myydään pastaa. Seuraavana vuonna me alettiin tehdä yhteistyötä Santa Maria tuotemerkin kanssa ja kehitettiin oikeat kyltit näkyvyyden parantamiseksi. Pikkuhiljaa ruokamyymät alkoivat kiinnittää enemmän huomiota myös kyltteihin ja näkyvyyteen. (Sirén, Haastattelu 27.12.2012.)

Ravintolapisteiden näkyvyyteen on myös Flow'ssa pyritty kiinnittämään huomiota. Suvilahdessa järjestettävän Flow-festivaalialue on kohtuullisen pieni yleisömäärään nähden. Vanhan tehdasalueen rakennuksien väliin jäävät kulkutiet ja sisätiloihin tehdyt väliaikaisravintolat eivät aina erotu helposti kävijöille ihmismassojen läpi.



Kuva 3. Flow'ssa menut ovat kirjoitettu valaistuille liitutauluille. Ravintolat voivat itse taiteilla oman taulunsa ilmeen. Kuva: Riitta Sourander.

Kun Flow'ssa tehtiin ensimmäistä kertaa Umeshun sushi-ravintola sisälle Magiton tiloihin. Perjantaina ravintoloitsija oli aika pettynyt koska jengi ei vaan yksinkertaisesti löytänyt sinne. Ihmiset kuitenkin enemmän pyörii siinä ulkosalla ja muuta. Sitten lavaspiikeissä toivotettiin, että tällainen paikka löytyy alueelta ja sittenhän lauantaina ja sunnuntaina se homma räjähti ihan käsiin heillä. Tänä vuonna ne oli tosi tyytyväisiä kun jengi löysi hyvin paikan. (Kallio, haastattelu 3.1.2012.)

Tuomas Kallio kertoo Flow'n ruokapalvelujen ajatuksen kehittyneen siitä, mitä itse haluaisi syödä festivaaleilla. Ensimmäisessä Flow'ssa 2004, joka järjestettiin silloin Makasiineilla, ainoa ruoka oli tapahtumassa Kabukin Akin tekemä sushi. Aki ei ollut ilmeisesti tehnyt mitään catering-tyyppisiä juttuja aikaisemmin ja meininki oli muutenkin yleisesti aika kokeilevaa. . (Kallio, haastattelu 3.1.2012.)



Kuva 4. Sushia on ollut Flow'ssa tarjolla alusta lähtien, vaikka sen valmistamisessa festivaaliolosuhteissa on omat haasteensa. Kuva: Riitta Sourander.

Tietyissä mielessä sama malli on säilynyt Flow'ssa mutta kokemusta on tullut mukaan lisää miten asioita pitää hoitaa. Tuntuu, että osittain säädökset ja valvonta ovat 2000-luvun puolivälin jälkeen tiukentuneet. Esimerkiksi sushi homma vaatii oman sisätilansa, jossa sitä voi tehdä. (Kallio, haastattelu 3.1.2012.)

Kallion mukaan tapahtumien ruokapalvelut pitää miettiä aina kohderyhmä edellä. Tapahtumien segmentit ovat erilaisia ja yhden tapahtuman sisällä on useita eri kohderyhmiä. Flow'n kohderyhmä on hiukan vaativampaa myös ruoan suhteen, joka pitää ottaa tarjonnassa huomioon. (Kallio, haastattelu 3.1.2012.)

Luomu- ja lähiruoasta puhutaan tapahtumaruokailuun liittyen. Flow'ssa osa myyjistä on tuonut tätä puolta esiin omassa toiminnassaan. Flow'ssa 2011 ravintolakojuja pitänyt Pipsa Hurmerinta on mm. puhunut lähiruoan puolesta.

Ehkä hiukan Flow'n menestyksen myötä on osittain alettu muissakin tapahtumissa kiinnittää huomiota ruokapalveluihin enemmän, niin järjestäjän kuin myös kuluttajan puolelta, Kallion pohtii. (Kallio, haastattelu 3.1.2012.)

Ideologialtaan Kallio näkee Flow'n ruokapalvelujen kehityssuunnan tulevaisuudessa samanlaisena kuin tällä hetkellä. Ideana on käyttää paikallisia toimijoita, joitten koetaan olevan hyviä ja kiinnostavia. Mahdollisuuksien rajoissa mielummin pyritään käyttämään sellaisia toimijoita, jotka eivät varsinaisesti tekisi catering tai festarihommaa, eli paikallisia ravintoloita. Ajatuksena tässä on se, että kokemuksesta muodostuisi kävijälle uniikki sitä kautta, että samoja toimijoita ei ehkä ole muualla. Persoonalliset helsinkiläiset ravintolat, niissä joissa itse tykätään käydä, ovat se meidän juttu kaikessa yksinkertaisuudessaan. (Kallio, haastattelu 3.1.2012.)



Kuva 5. Juuren herkulliset Sapakset tarjoiltuna hyvien viinien kanssa uniikissa Tiivistämöön rakennetussa ravintolassa voi olla monelle ainutlaatuinen kokemus festivaaleilla. Kuva: Riitta Sourander.

Kallio myös peräänkuuluttaa ravintoloiden omaa osallistumista markkinointiin. Kilpailua eri ravintoloiden kesken syntyy luonnollisesti tapahtuma-alueella, joten olisi hyvä asia, että ravintolat ottaisivat asian ikään kuin omakseen ja hyödyntäisivät omia markkinointikanaviaan erottuakseen kilpailijoista. (Kallio, haastattelu 3.1.2012.)

Ruokapaikkojen myynti on tapahtumajärjestäjälle keino saada tuloja. Jossain tapahtumissa järjestäjät ovat alkaneet kiinnostua myös itse ruokapuolen hoitamisesta. Sirén on havainnut saman aiheen puhututtavan myös muilla festivaaleilla. Hänen mukaansa järjestäjät ovat myös olleet kiinnostuneita toteuttamaan ruoanmyyntiä osittain itse. Järjestäjät todennäköisesti näkevät sen yhtenä keinona saada lisäansioita

enemmän kuin pelkästä myyntipaikan myynnistä ulospäin. (Sirén, Haastattelu 27.12.2012.)

”Rivienvälistä on ollut luettavissa, että järjestäjät haluavat ottaa ruoanmyyntiä itselleen, osittain tuodakseen saataville luomu- ja lähiruokaa, joka tuntuu olevan tällä hetkellä paljon esillä.” (Sirén, Haastattelu 27.12.2012.)

Siren näkee, että hyvä tapahtumien ruokapalvelu voi tuoda lisäarvoa tapahtumalle. Luomu- ja lähiruoalla pystytään tapahtumissa palvelemaan aluksi hiukan valveutuneempia kuluttajia. Kehityssuunta on hyvä ja se voi tuoda tervettä kilpailua, joka parantaa ja monipuolistaa laatua. On olennaista, että pystytään palvelemaan yleisöä oikealla tavalla. Tapahtumat ovat erilaisia ja yleisöpohja on erilainen. Samanlainen ajattelu ruokapalveluiden suhteen ei toimi joka tapahtumassa. (Sirén, Haastattelu 27.12.2012.)

Kävijät eivät ole aina valmiita maksamaan enemmän paremmasta ruoasta ja kokevat, että festivaaleille kuuluu tietynlainen ruoka. Tämä on vaikea kysymys, johon ei ole yhtä oikeaa mallia. Valitettavasti usein kuitenkin valtaosa väestöstä haluaa, että ruoka on mahdollisimman halpaa ja siitä tulee maha täyteen, toteaa Siren. (Sirén, Haastattelu 27.12.2012.)

Ruokapalvelujen ja yleisesti muiden oheispalvelujen tulisi olla monipuolisia. Suurin osa yleisöltä Flow'hun tulevasta palautteesta on Kallion mukaan positiivista, ruokapalvelujen osalta. Hän sanoo myös, että aika ajoin palautteesta nousee esiin myös se, että pitäisi saada mahdollisimman halvalla perus makkaraperuna-setti. Palautteesta näkyy aika hyvin mistä segmentistä puhutaan, Kallio miettii. (Kallio, haastattelu 3.1.2012.)

” Eri asiakassegmenteillä on erilaisia ajatuksia ruokapalvelujen suhteen Flow'ssa, vaikka kaikki tykkäisivät samalla lailla musiikista ja Flow'n meiningistä. 18-vuotiaalla patukkatukalla Kalliosta ja nelikymppisellä mainosalan toimijalla Punavuoresta on usein eri lähtökohdat ja vaatimukset ruoan suhteen.” (Kallio, haastattelu 3.1.2012.)

Festivaaleilla olisi mahdollisuus tehdä monenlaisia juttuja ruoan suhteen mutta asiakkaiden pitää olla valmiita maksamaan paremmasta laadusta enemmän. Toisaalta jos järjestäjä haluaa panostaa tapahtumassa laadukkaampaan ruokaan, tulisi miettiä myös ruokapaikkojen hintoja siltä kannalta. Kuitenkin kustannukset ovat asia joka vaikuttaa ruokamyymyjien tuotteisiin ja palveluun. Usein myyntipaikkojen vuokra on n. 15-25 prosentin luokkaa myynnistä, jolloin se on kestävämmällä pohjalla. Semmoinen 10 prosentin osuus olisi lähempänä oikeaa suhdetta, pohtii Siren. (Sirén, Haastattelu 27.12.2012.)

Kallio kokee, että Flow'ssa ruokien hinnat ovat pysyneet järkevällä tasolla ottaen huomioon, että kuitenkin laadukkaan ruoan valmistamisesta ja myymisestä tulee paljon kuluja ruokatoimijalle. Flow'ssa ravintolakojut on nähty ensisijaisesti hyvänä palveluna asiakkaalle eikä niinkään järjestäjän tulonmuodostuskeinona. Kallio sanoo, ettei ruokapaikat ole heillä mitenkään kovin suuri tulonlähde, koska järjestäjä vastaa toimijoiden teltoista, kylmätiloista ja oikeastaan koko siihen liittyvästä infrasta. Kustannuksia syntyy myös järjestäjän puolelle. (Kallio, haastattelu 3.1.2012.)

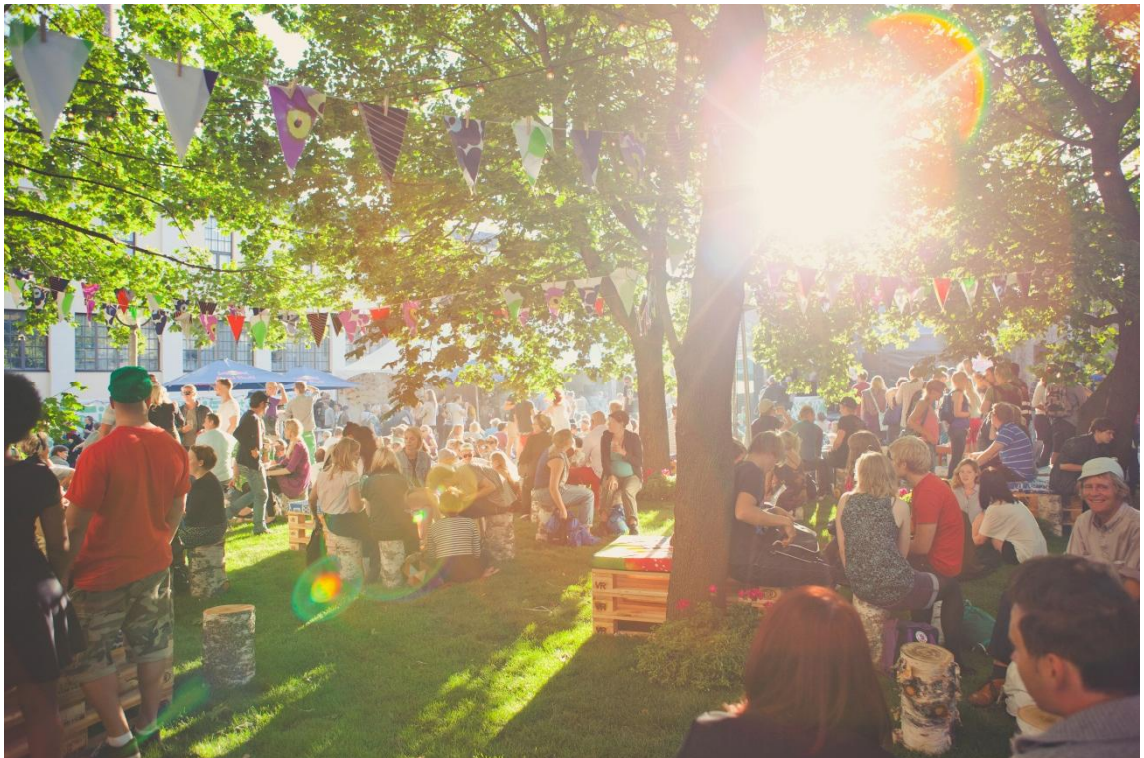
Ruokapalvelujen rooli tapahtumissa saattaa korostua jatkossa mutta se ei kovin helposti tule olemaan syy minkä takia ihmiset osallistuvat festivaaleille. Mutta on hyvä asia jos festivaaleilta saa hyvää ruokaa ja se puoli kehitty entisestään. Kilpailu ruokapaikoista tulee todennäköisesti kasvamaan jatkossa kun palvelut kehittyvät siihen suuntaan, että yleisölle aletaan tarjota laadukkaampaa ruokaa, Siren pohtii. (Sirén, Haastattelu 27.12.2012.)

Siren näkee tällä hetkellä luomu- ja lähiruoan tulemisessa isoihin tapahtumiin vielä kuitenkin haasteita. Tukkuporras ei ole lähtenyt kovin hanakasti mukaan tähän ajatteluun, jolloin raaka-aineiden löytäminen on vaikeaa kun toimitaan poikkeusolosuhteissa festivaalientällä. Varsinkin kun lainsäädäntö ei mahdollista esim. raakojen lihatuotteiden valmistamista tapahtumissa. Esikypsennettyjen luomutuotteiden löytäminen on haasteellista paikallisista tukuista. (Sirén, Haastattelu 27.12.2012.)

Kallio mieltää ruoan tärkeäksi osaksi festivaalin oheispalveluita. Oheispalvelut muodostavat viimekädessä festivaalien luonteen." Mä pelkistäisin asian niin, että jos

otat lavat ja bändit sieltä pois, niin mitä sulle jää jäljelle on ikäänkuin se festarin lisäarvo. Ja jos ei jää mitään jäljelle niin sitten se on vaan sarja konsertteja. Sitä kautta festarilla ei oikeastaan ole mitään identiteettiä.” (Kallio, haastattelu 3.1.2012.)

Kallion mukaan oheispalvelut ovat asia johon järjestäjä pystyy suoranaisesti vaikuttamaan ja sen takia niitä kannattaa kehittää. Esim. ulkomaisten bändien saatavuuteen tai peruutuksiin ei voi aina vaikuttaa. Erilaisten asioiden kokeileminen ja kehittyminen on osa Flow'n ideologiaa. (Kallio, haastattelu 3.1.2012.)



Kuva 6. Festivaaliympäristön viihtyvyyteen on Flow'ssa panostettu. Elämyksiä voi syntyä kun ruoka ja viihtyisyys yhdistyvät. Kuva: Jussi Hellsten.

Ruokapuolella Kallio nostaa kokemuksellisuuden esiin yhtenä asiana Flow'ssa. Ravintolassakin pelkkä ruoka on vain osa kokemusta. Muun muassa ympäristö ja fiilis vaikuttavat kokemusten syntyyn. Kallio pohtii, että Flow'ssa voisi pyrkiä enemmän rakentamaan festivaalin sisälle erilaisia ravintolakokonaisuuksia joissa elämyksellisyys voisi korostua paremmin. (Kallio, haastattelu 3.1.2012.)



Kuva 6: Tiivistämön ravintola. Kuva: Riitta Sourander.

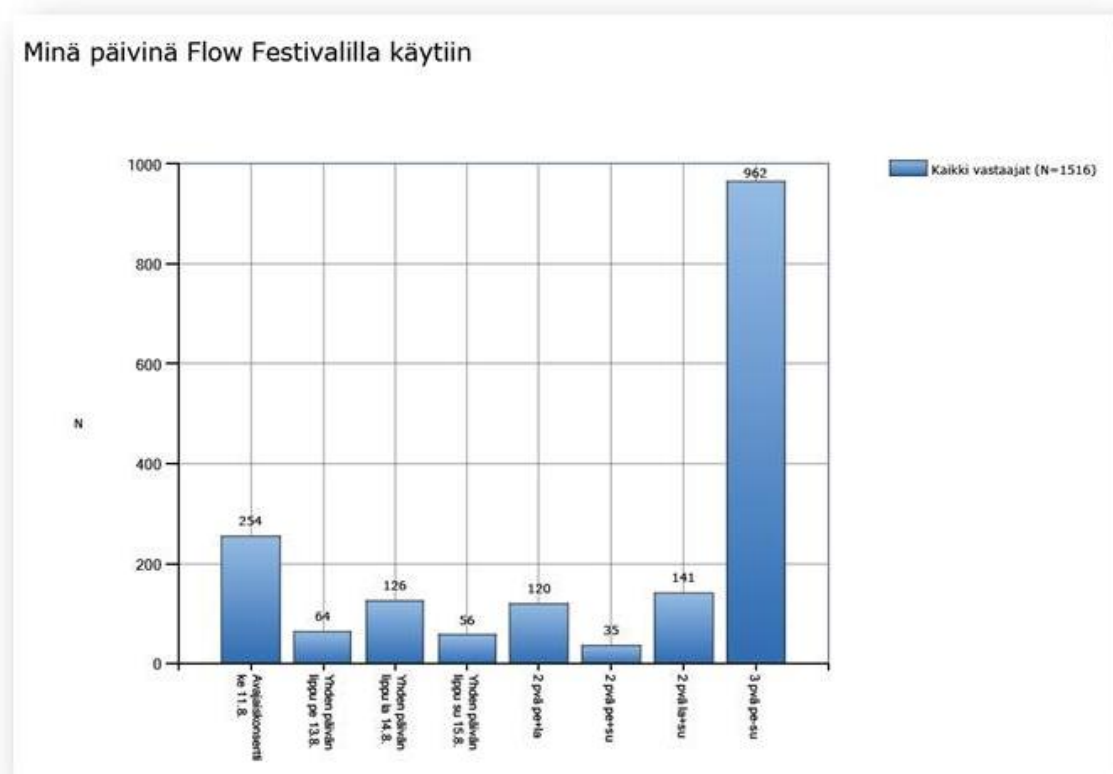
Ruoan elämyksellisyyttä voitaisiin Flow'ssa korostaa nimenomaan kehittämällä uusia ravintolakonsepteja festivaalialueen sisälle. Perinteisestä ajatuksesta, että haetaan teltasta ruoka, syödään se kertakäyttöastioista ja heitetään roskat roskeen mallista on vaikea löytää elämyksen syntymiseen vaikuttavia tekijöitä, Kallio miettii.

On otettava huomioon, että väliaikaisten ravintolakonseptien kehittäminen vaatii omanlaista ammattitaitoa ja kokemusta. Miten saadaan luotua hyvä fiilis ravintolaan ja rakennettua homma kaikin puolin toimivaksi. Esimerkiksi Antto Melasniemi on tehnyt

tämän tyyppisiä juttuja ja tulee kehittämään tämän tyylistä konseptia ensi kesän Flow'hun. Tämän tyyllisissä jutuissa voisi olla ainesta elämyksien rakentumiselle, visioi Kallio. (Kallio, haastattelu 3.1.2012.)

7.2 Ruokapalvelujen merkitys festivaalikävijälle

Tässä luvussa yritän tulkita yleisökyselyn vastauksia ruokapalvelun merkityksestä kävijöille ja pohtia mitkä asiat vaikuttavat ruokapalveluihin. (kts. liite2)



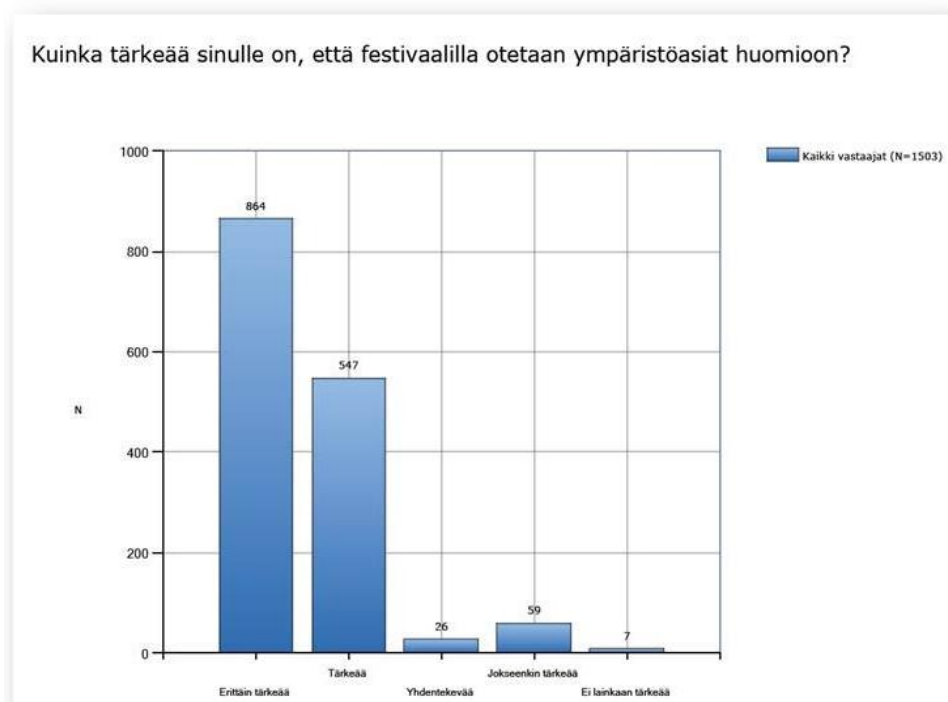
Kuvio 1. Osallistuminen Flow festivaalilla 2010. Vastanneista 1516 henkilöstä 962 oli hankkinut 3 päivän lipun.

Flow festivaalin kyselyyn vastanneista suurin osa mainitsee tärkeimmäksi asiaksi osallistumiselleen tapahtumaan festivaalin kokonaisuutena. Tästä pystytään jo yleisesti päättelemään jotain oheispalvelujen merkityksestä tapahtumakokemukselle. Suurin osa vastanneista teki päätöksen osallistumisesta seuraavan vuoden tapahtumaan heti edellisen tapahtuman jälkeen. Tämä tukee osittain näkemystä kokonaiselämyksen

merkityksestä ja palvelujen roolista tapahtumassa. Ruokapalvelujen rooli korostuu mielestäni myös osallistumisajassa. Suurin osa kyselyyn vastanneista oli ostanut tapahtumaan kolmen päivän lipun. Tästä voi päätellä ruokapalvelujen merkityksen korostumista kävijälle, koska tapahtuma-alueella vietetty aika lisää ihmisten tarvetta ruokapalveluiden käyttämiseen.

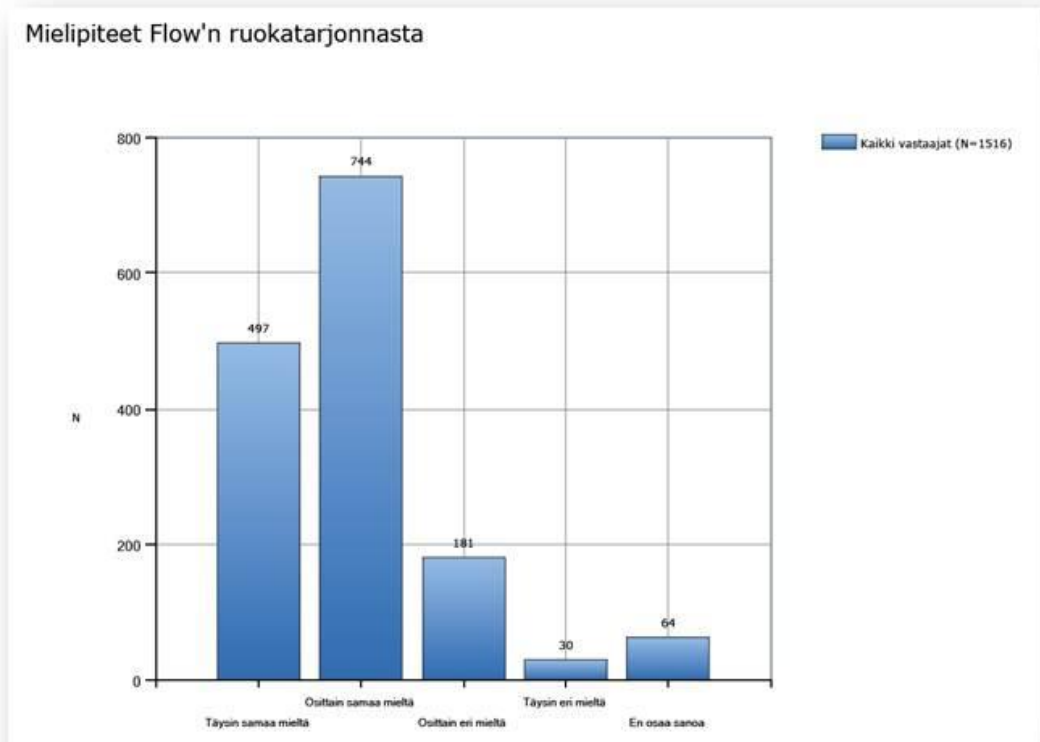
Lähiiruoka ja biohajoavat astiat nousivat esille yhtenä ekologisena asiana johon vastanneet olivat kiinnittäneet huomiota. Ruokaan liitetään erilaisia arvoja, joilla ihmiset määrittelevät omaa maailmankuvaansa. Grönroosin mukaan (Grönroos 2009, 25-26.) asiakkaan näkökulmasta katsottuna arvot ovat nousseet myös osaksi palveluprosessia.

Asiakkaat etsivät palveluja, jotka tukevat heidän omia arvojaan ja määrittävät niitä. Selvästi suurin osa kyselyyn osallistujista vastasi, että ympäristöasioiden huomioiminen festivaalilla on erittäin tärkeä asia. Ympäristöön liittyviä arvoja voidaan korostaa myös ruokapalveluissa ja huomioida ekologiset arvot entistä paremmin asiakkaiden arvomaailmaa korostaen. Vastauksista ilmeni, että Flow'ssa ympäristöasiat on otettu tällä hetkellä hyvin huomioon.



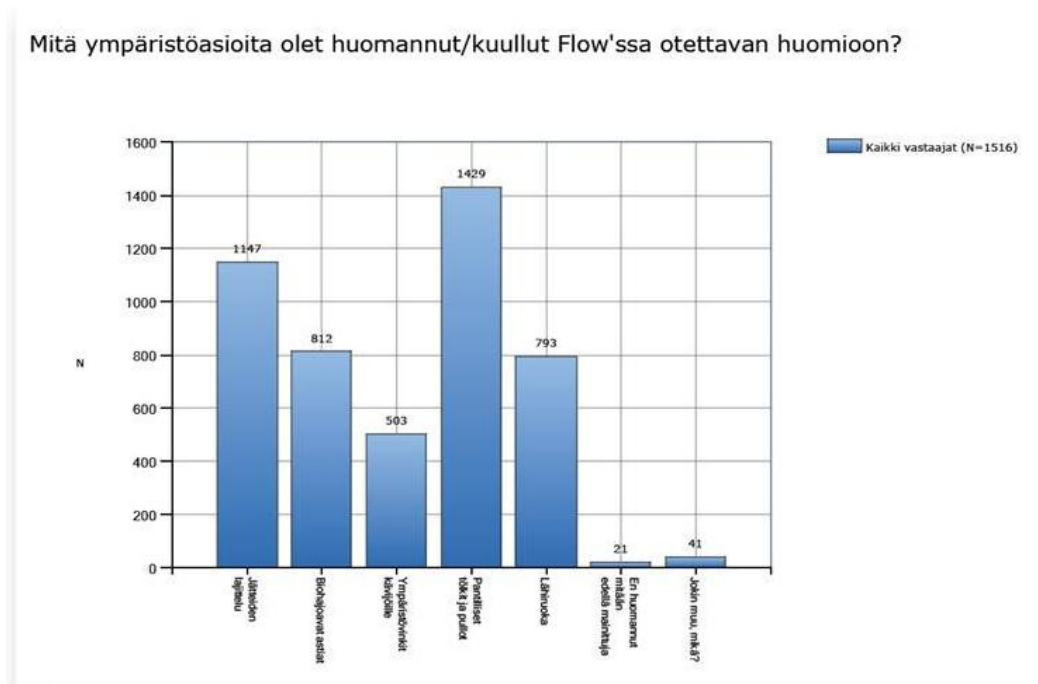
Kuvio 2. Ympäristöasioiden huomioiminen Flow'ssa 2010 on erittäin tärkeää suurimmalla osalle vastanneista.

Yksi päävaatimus festivaaliruoan suhteen on monipuolisuus. Kuluttaja haluaa, että palvelutarjoamasta löytyy diversiteettiä, josta löytyy omia mieltymyksiä tyydyttävä vaihtoehto. Halonen (2010) nostaa esiin Kulttuuri kokoa, Kulttuurin muuttuvat verkostot raportissa kulttuuritapahtumien ruokaan liittyviä muutos- ja tulevaisuussignaaleja. Raportissa kuluttajien ruokaan liittyvät vaatimukset monipuolistuvat entisestään ja ne nousevat suurempaan rooliin tapahtumien kokonaiselämyksestä.



Kuvio 3. Suurin osa vastanneista oli osittain samaa mieltä, että Flow'n ruokatarjonta oli 2010 onnistunut.

Flow'n kyselyyn vastanneista suurin osa vastasi suorittaneensa ylemmän korkeakoulututkinnon. Vastaajista pääosa oli Helsingissä asuvia 25-34 vuotiaita ihmisiä. Tämän hetkistä ammatillista statusta kysyttäessä reilu enemmistö vastasi olevansa opiskelijoita. Nostan nämä asiat esiin koska on olennaista hahmottaa yleisöpohjan rakenne, jotta voidaan kehittää ruokapalvelua palvelemaan asiakkaita paremmin. Vastanneet olivat myös valmiita maksamaan festivaalilipusta hieman enemmän jos ympäristöasioihin kiinnitetään enemmän huomioita.



Kuvio 4. Biohajoavat astiat ja lähiruoka nousivat esiin kysyttäessä: mitä ympäristöasioita olet huomannut/kuullut Flow'ssa otettavan huomioon?

Kävijöiden heterogeenisuus on otettava huomioon ruokapalveluita suunniteltaessa. Tämä tarkoittaa erilaisia mieltymyksiä ruoan suhteen ja myös osittain näkemyksiä siitä mikä on sopiva hinta festivaaliruoalle. Kävijät nostivat esille jonkin verran ruokien hintoihin liittyvää tyytymättömyyttä. Hinnat ja pitkät jonot aiheuttavat helposti harmaita hiuksia kävijöille.

On kuitenkin muistettava, että festivaaleilla toimitaan poikkeuksellisissa olosuhteissa, jolloin kustannusrakenne on myös ruoan suhteen erilainen kuin esimerkiksi pysyvässä

ravintolassa toimittaessa. Haasteena on valmistaa korkealaatuista ruokaa erityisolosuhteissa ja tehdä palvelu riittävän nopeaksi liian pitkien jonojen välttämiseksi. Tapahtumissa suuret ihmismassat tulevat ravintolakojuille usein samaan aikaan esiintyjien välissä, jolloin ruuhkautuminen on todennäköistä. Flow'ssa ravintolakojut on sijoitettu eri puolille tapahtuma-alueella. Tapahtumassa on valtava määrä ihmisiä kohtuullisen pienellä alueella, jolloin palvelun sujuvuus on yksi haaste.

7.3 Ruokapalvelun kehitysnäkymiä

Monipuolisuus on siis yksi kriteeri tapahtumaruokailua suunniteltaessa ja toimijoita valittaessa. Kuitenkin kyselystä on pääteltävissä kävijöiden mieltymys myös yksinkertaiseen perusruokaan tapahtumassa. Osa näkee ns. perinteisen festarigrilliruoan sopivan myös Flow'hun ja näkee sen kuuluvan osaltaan yleisesti festivaalien tarjontaan. Toisaalta nimenomaan tapahtuman normaalia laadukkaampi ruokatarjonta nähdään olennaisena osana Flow'ta. (Kallio, haastattelu 3.1.2012.)

Enemmän hodorityyppisiä simppeleitä ja halpoja ruokia, samoin halvempaa kaljaa. 6 euron kaljan on vain liian kallis.
 Ruokien hinnat ovat paikoin aika kovat. Vaikka on hienoa että ruokatarjonta on laadukasta, olisi kiva saada myös ihan rehellistä snägärimättöä välillä. Saattaa olla että sellaistaikin oli tarjolla, mutta en huomannut.
 Liian kallista juomaa ja olut merkki huono. t'ruoka ylihinoiteltu ja kauheeta kuraa....
 Vaihtoehtoja alkoholittomiin juomiin.
 Tarkistaisin juomapuolen hintoja alaspäin. 5e pikkutölkistä on överit, vaikka kuinka noudattelisi markkinatalouden periaatteita.
 Enemmän eri limppareita myyntiin, kun kaikki ei halua ottaa festareilla kaljaa.
 Siideribrändejä voisi olla tarjolla enemmän.
 Tahtoisin festareille täyttävää, proteiinipitoista kasvisruokaa, jolla nälkä oikeasti lähtee!
 Vaikka jotain papupataa tms. jota olisi iso annos. Esimerkiksi tänä vuonna oli lihansyöjille lammaspataa, mutta kun en sitä voi syödä... Kasvisruoat ovat aina turhan kevyitä: salaattia, keittoa tms. Kaikki kasvisvaihtoehdon valitsevat eivät ole laihdutuskuurilla! :)
 Shamppanjabaaari oli mielestäni kiva. Idea ensi vuodelle: viinibaari! Olisi kiva jos olisi vähän enemmän vaihtoehtoja kuin yksi punkku ja yksi valkkari.
 Oli positiivinen yllätys tänä vuonna, että vihdoinkin tarjolla oli myös edullisempaa

Kuvio 5. Otos kävijöiden avoimista vastauksista: kuinka parantaisit Flow'n ruoka- ja juomatarjontaa.

Hinta on monelle kävijälle olennainen kysymys, joka ilmenee varsin selvästi vastauksista. Laadukkaan festivaaliruoan valmistamisesta aiheutuu kustannuksia ja palvelun tuottaja joutuu mm. palkkaamaan paljon työvoimaa tapahtuman ajaksi, jotta asiakkaita pystytään palvelemaan hyvin. Mielestäni on kiinnostavaa tutkia tässä yhteydessä myös hieman sitä miten ruoan hinta vaikuttaa ihmisten kokemuksiin. Kuten aiemmin totesin, on palveluiden tuottamisessa erikoisolosuhteissa omat haasteensa. Kun halutaan korostaa tapahtumassa ruokaan liittyvää laadukkuutta ja siihen liittyviä ekologisia arvoja, on luonnollista että tämä heijastuu myös hintoihin.

Kävijöiden tärkeiksi mainitsevat asiat, ekologisuus ja ympäristön huomioiminen näkyvät ruokapalvelun hinnoittelussa. Kuluttajan pitää kuitenkin vielä tänä päivänä tehdä valintoja ja äänestää lompakolla jos halutaan, että lautaselta löytyy esim. lähellä tuotettuja luomutuotteita.

7.4 Palvelu vai elämys?

Tässä luvussa vertailen näkemyksiä palvelun ja elämyksien välillä. Voiko ruoka nousta tärkeämpään rooliin tapahtumissa? Vai onko se vain välttämätön palvelu muiden joukossa?

Ruokaan liittyvistä elämyksissä korostuu ainutkertaisuus. Hyvästä ruoasta puhuttaessa ainutkertaisuuden oivaltaminen voi olla tie elämyksiin.

Festivaali on ainutkertainen tapahtuma, joka toistuu vuosittain mutta on ohjelmaltaan ja sisällöltään aina erilainen. Ruokailuun liittyvää ainutlaatuisuutta voidaan korostaa kehittämällä ruokapalveluita enemmän vain tapahtumassa tarjolla olevaksi uniikiksi tarjonnaksi. Flow'n ruokatarjonta on muodostunut pääosin Helsingissä toimivien tunnettujen ravintoloiden palveluista. Tällöin ruokaan liittyvän ainutkertaisuuden muodostaa festivaaliympäristö enemmän kuin itse ruoka. Useilla kävijöillä on valmiiksi mielikuva ravintoloista, joka saattaa vähentää elämyksiin johtavaa ainutkertaisuutta.

Esimerkiksi Flow'n Nakkikoju oli nimennyt ja suunnitellut menun nimenomaan Flow'ta silmällä pitäen. Tällöin voidaan korostaa ruokapalvelun ainutlaatuisuutta, joka on tarjolla vain kyseisessä tapahtumassa. Tämä voi olla yksi mahdollisuus tehdä palvelusta elämyksellinen kokemus kävijälle sen ainutlaatuisuuden vuoksi.

Heikkisen (2003, 9) mukaan ravintolaruokaan liittyvät korkea- ja matalaruokakulttuurin rajat ovat hämärtyneet kuluttajien keskuudessa. Kuluttaja liikkuu sulavasti näiden välillä omasta tilanteesta riippuen.

Jos peilataan tätä ajatusta Flow'n yleisökyselyn vastauksiin, voidaan kuluttaja nähdä hyvin tiedostava yksilönä, joka osaa määritellä omat tarpeensa tilanteen mukaan. Vaikka elämyksellisyys rakentuu yhdeltä osaltaan ainutlaatuisuudesta ja uusien asioiden esittelemisestä kuluttajalle, osaa kuluttaja liikkua matala- ja korkearuokakulttuurin rajapinnoilla sujuvasti. Ei voida ajatella, että mitä hienompaa "finediningia" ihmiselle tarjotaan, sitä elämyksellisempää se on. Kuluttaja osaa hahmottaa ruokapalvelut kontekstiin sidonnaiseksi palveluksi, jonka voi määritellä itselleen sopivaksi.

Kävijöillä on selkeitä näkemyksiä siitä mitä festivaaliruoan tulisi olla. Ruoka on asia, joka herättää voimakkaita intohimoja ihmisissä. Se näyttää olevan asia, joka vaikuttaa jollain tavalla ihmisten elämukseen vaikka sitä ei välttämättä ehkä osata vielä mieltää elämyksiä rakentavaksi tekijäksi. Ruokapalvelujen onnistuminen on yksi osa-alue, joka auttaa kävijää saamaan tapahtumasta holistisen kokemuksen itselleen. Ruoka on välttämätön asia ihmiselle ja sen tulee palvella tapahtumakokonaisuutta. Parhaimmillaan se voi auttaa rakentamaan tapahtumasta kaikin puolin onnistuneen kokonaiselämyksen.

Halosen (2011, 11) mukaan ihmiset hakevat kulttuuritapahtumista kokonaisvaltaisia kokemuksia. Kaikkia aisteja ruokkivat holistiset kokemukset ovat keskeinen näkökulma tulevaisuuden tapahtumasuunnittelulle. Kulttuuritapahtumissa elämyksellisyys saavutetaan eri aisteja stimuloivalla tasapainolla.

7.5 Palvelun haasteet elämyksen rakentumiselle

Halosen kaaviossa (ks. s.11) palvelun ydin on täyttää kuluttajan tarpeet. Elämyksen ydin-ajatukset on auttaa kuluttajaa löytämään uutta, tuntematonta ja huomaamatta jäänyttä.

Festivaalilla ruokapalvelujen tuottaminen ja organisointi on haasteellista saada kaikilta osin toimivaksi. Elämyksellisyyteen voidaan päästä jos palvelu saadaan tuotettua

mahdollisemman hyvin ja realiteetit mahdollistavat sen. Tällä hetkellä festivaalilla kävijöiden vastauksista; miten ruokapalveluita voitaisiin kehittää, korostui nimenomaan ruokapalveluihin liittyvät käytännön järjestelyt. Ongelmana on usein suuri väenpaljous, joka tekee palvelujen tuottamisesta haasteellista. Se, että pystytään tuottamaan hyvä ja toimiva ruokapalvelu kävijöille, on monien asioiden summa. Kun onnistutaan palvelemaan kuluttajia tarpeeksi monipuolisesti ja sujuvasti, voidaan lähteä painottamaan ruokapalvelujen elämyksellisyyttä ja ainutkertaisuutta.

Flow'n festivaalialue kasvaa vuonna 2012 entisestään isommaksi, joka tulee heijastumaan myös ruokapalveluihin. Kävijöitä pitää pystyä palvelemaan entistä kattavammin ja aluesuunnitteluun ruokapaikkojen osalta tulee kiinnittää huomiota.

Palvelut ovat yleisesti nousseet yhteiskunnassa entistä merkittävämpään rooliin. Kehitys on vaikuttanut siihen, että palveluilla kilpaillaan ja perinteinen palvelu/tuote jako on hämärtynyt.

8 Pohdinta

Tapahtumien ruokapalveluihin liittyy erilaisia huomioitavia tekijöitä. Lainsäädäntö ja säädökset ovat asioita, joiden puitteissa pitää toimia. Toimiva ja monipuolinen ruokapalvelu rakennetaan, kun pystytään huomioimaan eri asiakassegmentit ja kävijöitä pystytään palvelemaan sujuvasti. Festivaalijärjestäjän ja ravintolatoimijoiden pitää löytää molemmille järkevät hinnat ja ehdot, joiden pohjalta toimitaan. Mielestäni lähtökohta hyvälle ruokapalvelulle syntyy toimijoiden välisestä luottamussuhteesta ja intresseistä.

Festivaaleilla yleisesti ruokapalvelujen avulla kävijöille elämyksellisyyden syntyminen on erittäin haastavaa. Pelkästään hyvän palvelun järjestäminen on useiden onnistuneiden asioiden summa. Festivaalin ruokapalveluihin liittyvä infrastruktuuri pitää olla kunnossa, jotta ruokatoimijoilla on perusteet hyvän palvelun rakentamiselle. Toimijoilla pitää olla ammattitaitoa ja näkemystä siitä, miten festivaalien ruoanmyynti tehdään toimivaksi.

Mielestäni Flow'ssa on ajateltu ruokapalvelu tärkeäksi osaksi festivaalia. Ruokapalveluihin panostetaan ja niitä pyritään kehittämään koko ajan. Flow organisaation tavassa ajatella ja palvella yleisöä on mahdollisuus kehittää suurempia

kokonaisuuksia ja elämyksiä kävijöille. Oivallus siitä, mistä elämyksellisyys voi rakentua on yksi työni tärkeimpiä havaintoja. Erilaisten ruokakonseptien ja alueiden luominen festivaalin sisälle voi olla tie kokonaiselämyksiin. Kun pystytään ajattelemaan ruokapalveluita tarpeeksi luovasti ja kokonaisvaltaisesti, kuitenkin tietyt realiteetit huomioiden, voidaan olla oikealla tiellä kohti suurempia elämyksiä. Ei yksin ruoka, vaan muun muassa ympäristö, uudet konseptit, alueen viihtyvyys, hyvät toimijat ja yhteistyökumppanit voivat mahdollistaa sen, että ruoka nähdään tulevaisuudessa entistä tärkeämmäksi tapahtumissa, ellei jopa elämyksien luojaksi.

Lähteet

Ahola, Eeva-Katri 2007. Producing Experiences in Marketplace Encounters. A Study of Consumption Experiences in Art Exhibitions and Trade Fairs. Väitöskirja. Helsinki: HSE Print.

Ahola, Eeva-katri 2007. Lektio: Elämysten kulutus. Helsinki: HSE Print.

Grönroos, Christian 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOYpro Oy.

Grönroos, Christian 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. Helsinki: WSOY.

Halonen, Katri 2011. Kulttuuri katalysoi: Megatrendien tärahtäminen kulttuurituotannon kenttään. Metropolia Ammattikorkeakoulu, Kulttuuri ja luova ala, 2011. Tuottaja2020 - Osaraportti 2.

Heikkinen, Vesa 2005. Koukussa hyvään ruokaan. Suomalaisen herkkuooppineisuuden ja gastromodernismin kuvaus. Teoksessa M. Itkonen, V.A. Heikkinen & S. Inkinen (toim.) Kadonneen tapa- ja ruokakulttuurin säkeet. Filosofis-esteettinen tutkimuskatkaus. Jyväskylä: Haaga Instituutin ammatti korkeakoulu, Jyväskylän yliopisto, Haaga Instituutin ammattikorkeakoulu & Euroopan kestävän tietoyhteiskunnan instituutti, 288-312.

Heikkinen, Vesa 2003. Moderni kuluttaja elämysteollisuuden pelitilassa. Tulkintoja majoitus- ja ravitsemisalalan kuluttajan asiakas- ja kulutusikäyttäytymisestä. The Modern

Consumer in the Playfield of the Event Industry. Interpretations of the Customer and consumption behaviour of consumers in the hotel and restaurant industry. Jyväskylä: Jyväskylä Polytechnic

Helsingin kulttuuristrategia 2012-2017.

http://www.hel.fi/static/public/hela/Terveyslautakunta/Suomi/Esitys/2011/Terke_2011-08-23_Tervlk_11_EI/1DF0FCA5-CA08-49C1-AAD9-0F770BE81F57/Liite.pdf

Helsingin kaupungin ulkomyyntiä koskevat ohjeet:

<http://www.hel.fi/hki/ymk/fi/Elintarvikkeet/Ulkomyynti> (Luettu: 11.12.2011)

Helsingin kaupungin ohjeita ja lomakkeita:

<http://www.hel.fi/hki/pela/fi/Ohjeet+ja+lomakkeet> (Luettu: 29.11.2011)

Lepola, R., Pulkkinen, I., Raivio, L., Selinheimo, R. & Sulkanen L. 1998. Asiakaspalvelu. Por- voo: WSOY.

Lämsä, Anna-Maija, & Uusitalo, Outi 2003. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita Prima Oy.

Ojasalo, Katri, Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2009. Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy.

Pine, B. Joseph II & Gilmore, James H. 1998. Welcome to the experience economy. Boston: Harvard Business School Press.

Silvanto, Satu 2007. Festivaalien Helsinki. Jyväskylä: Gummerus.

Tuomas Kallio, haastattelu, Yle-elävä arkisto, 13.08.2010.

Yleisökysely, 2010 & 2011. Flow Festival Oy.

www.flowfestival.com

Haastattelut:

Kallio, Tuomas. taiteellinen johtaja. Flow Festival Oy. Haastattelu 3.1.2012

Sirén, Jari. toimitusjohtaja. Rokkihotelli Oy. Haastattelu 27.12.2012

Liitteet

Liite 1. Haastattelurunko

Miten ruokapalvelut ovat kehittyneet nykymuotoon tapahtumissa?

Miten ruokapalveluja pitäisi kehittää jatkossa?

Miten ruoasta tulisi tärkeämpi ja olennaisempi osa festarin kokonaiselämyksestä?

Mitä kuluttajat haluavat tulevaisuudessa festariruualta? vaativat tapahtumien ruokapalveluilta tänään?

Tuleeko ruokapalveluiden/oheispalveluiden rooli korostumaan jatkossa?

Liite 2. Yleisökysely

1. Sukupuoli

(nainen/mies)

2. Ikä

(alle 18 vuotta, 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, yli 64 vuotta)

3. Asuinpaikkakunta

(Helsinki, Espoo, Vantaa, Kauniainen, Tampere, Turku, Jyväskylä, Jokin muu, mikä?)

4. Koulutus

(ylempi korkeakoulututkinto, alempi korkeakoulututkinto, ammattikorkeakoulututkinto, opistotason tutkinto, ammattikoulu, ylioppilas, lukio, peruskoulu)

5. Ammatti tai asema (johtaja, ylempi toimihenkilö, yrittäjä, työntekijä, opiskelija, eläkeläinen, jokin muu, mikä?)

6. Minä vuosina olet käynyt Flow Festivalilla? (2010, 2009, 2008, 2007, 2006, 2005, 2004, joka vuosi 2004-2010)

7. Päätös osallistumisesta 2010 festivalille?

(heti viime vuoden tapahtuman jälkeen, 4-6 kk ennen tapahtumaa, 1-3 kk ennen tapahtumaa, 1-3 vkoa ennen tapahtumaa, hieman ennen tapahtumaa)

8. Milloin hankit pääsylipun Flow'hun?

(joulukampanjan aikana 2009, heti ennakkomyynnin alettua huhtikuussa, 3-4 kk ennen tapahtumaa, 1-2 kk ennen tapahtumaa, 1-2 vkoa ennen tapahtumaa, tapahtumapäivänä)

9. Minä päivinä Flow Festivalilla käytiin?

(avajaiskonsertti ke 11.8., yhden päivän lippu pe 13.8.2010, la 14.8, su 15.8., 2 päivän lippu pe+la, pe+su, la+su, kolmen päivän lippu pe-su)

10. Mitkä tekijät vaikuttivat päätökseen osallistua Flow'hun tänä vuonna?

(Flow festival kokonaisuutena, tietty artyisti/artistit, taide- ja designsisällöt, sosiaaliset tekijät/paljon kavereita festareilla, sain ilmaisen lipun, hetken mielijohteesta, pyrin aina käymään Flow'ssa, hyvä yleistunnelma, kaveri suositteli, jokin muu, mikä?)

11. Mielipiteet Flow'n ruokatarjonnasta?

(Täysin samaa mieltä, osittain samaa mieltä, osittain eri mieltä, täysin eri mieltä, en osaa sanoa)

12. Flow'n juomatarjonnan monipuolisuus ja laadukkuus?

(Täysin samaa mieltä, osittain samaa mieltä, osittain eri mieltä, täysin eri mieltä, en osaa sanoa)

13. Flow Festivalin tapahtumaalueen viihtyisyys oli mielestäni?

(erittäin hyvä, melko hyvä, melko huono, erittäin huono, en osaa sanoa)

14. Alueen yleinen siisteys oli mielestäni? (erittäin hyvä, hyvä, keskinkertainen, huono, erittäin huono)

18. Rahankäyttö festivaalin palveluihin? (1-15, 16-30, 31-60, 61-100, yli 100 €, jokin muu mikä?)

19. Kuinka tärkeää sinulle on, että festivaalilla otetaan ympäristöasiat huomioon?

(erittäin tärkeää, tärkeää, yhdentekevää, jokseenkin tärkeää, ei lainkaan tärkeää)

20. Ympäristöasioiden huomiointi Flow Festivalilla?

(erittäin hyvin, hyvin, ei hyvin eikä huonosti, huonosti, erittäin huonosti)

21. Mitä ympäristöasioita olet huomannut/kuullut Flow'ssa otettavan huomioon?

(jätteiden lajittelu, biohajoavat astiat, ympäristövinkit kävijöille, pantilliset tölkit ja pullo, lähiruoka, en huomannut mitään edellä mainittuja, jokin muu, mikä?)

22. Halukkuus maksamaan enemmän lipusta, jos ympäristöasioita parannettaisiin?

(kyllä 1-5 €, kyllä 6-10 €, kyllä yli 10 €, en, jokin muu, mikä?)

23. Kuinka parantaisit Flow'n ruoka- ja juomatarjontaa? (avoin)

