

HJK SONERA STADIUM -

JALKAPALLOSTADIONIN

BRÄNDÄYS TAITEELLISIN KEINAIN

HJK SONERA STADIUM -

JALKAPALLOSTADIONIN

BRÄNDÄYS TAITEELLISIN KEINAIN

TIIVISTELMÄ

Lahden ammattikorkeakoulu
Muotoilu- ja taideinstituutti
Pakkausmuotoilu ja grafiikka

Taneli Okkonen
HJK Sonera Stadium -
jalkapallostadionin brändäys taiteellisin keinoin

Opinnäytetyö AMK
72 sivua
Kevät 2014

Opinnäytetyöni käsittelee jalkapallostadionin brändäämistä taiteellisin ratkaisuin. Perehdyn opinnäytetyössäni HJK:n ja Sonera Stadiumin historiaan. Tutkin ulkomaisten stadioneiden ääripäitä, jotka ovat vahvasti kotijoukkueen imagon mukaisia. Kerron kuinka loin erilaisia tapoja tuoda HJK:ta esille kotistadionillaan ja keinoja katsomonosien viihtyisyyden parantamiseen. Kuvaan suunnitteluprosessiani ja suunnitelmieni pohjalta tehtyjä muutoksia Sonera Stadiumilla.

Asiasanat: jalkapallostadion, HJK, urheilu brändäys

ABSTRACT

Lahti University of Applied Sciences
The Institute of Design and Graphics

Taneli Okkonen
HJK Sonera stadium -
Footballstadium branding

Final Thesis
72 pages
Spring 2014

My final thesis focuses on branding a football stadium using artistic solutions. I familiarised myself with HJK's and Sonera Stadium's history. I collected information on different football stadium extremes around the world that strongly represented the image of the home team. I then applied this information in my design for Sonera Stadium. This thesis explains how I designed new ways to develop the stadium's comfortability and home team image. I go through the design process to show the new side of the HJK's home stadium.

Keywords: Football stadium, HJK, sport branding

SISÄLTÖ:

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT

1. JOHDANTO

2. AIHEEN KEHITTELY

3. TAVOITTEET

4. SONERA STADIUM

- 4.1. SONERA STADIUMIN LYHYT HISTORIIKKI
- 4.2. LÄHTÖKOHDAT SUUNNITTELULLE
- 4.3. PARAS KENTÄLLÄ. PARAS KENTÄN ULKOPUOLELLA.
- 4.4. JALKAPALLOON BRÄNDÄTTY STADION

5. STADIONIT

- 5.1. LEOFOROS TARINAT SEINILLÄ
- 5.2. SINIKELTAINEN LA BOMBONERA
- 5.3. MILLERNTOR PUNKKAREIDEN MILLERNTOR
- 5.4. EMIRATES STADIUM - ARSENALISATION
- 5.5. AVANGARD OMSK - FANIEN TOIVEIDEN TOTEUTTAJA
- 5.6. VÄRIÄ VAIHTAVA ALLIANZ ARENA

6. STADIONILLE TEHTÄVÄT UUDISTUKSET

- 6.1. STADIONIN ISTUIMET
- 6.2. ITÄKATSOMO
- 6.3. ISOT PINNAT

7. GRAFFITIT STADIONEILLA

- 7.1. GRAFFITILLA GRAFFITIA VASTAAN
- 7.2. GRAFFITIMAALARIT
- 7.3. GRAFFITI AIHEIDEN ESITTELY
- 7.4. METZIN IHME
- 7.5. TÖÖLÖ
- 7.6. JALKAPALLOPELIT
- 7.7. KAI PAHLMAN
- 7.8. GRAFFITIEN MAALAUUS

8. SONERA STADIUMIN KUVAMAAILMA

- 8.1. TYPOGRAFIA
- 8.2. VÄRIT
- 8.3. HJK SHOP & HJK OFFICE
- 8.4. HETKIÄ KLUBIN HISTORIASTA
- 8.5. SIIRTYNEET PELAAJAT
- 8.6. PELAAJAKOLLAASI
- 8.7. AITIOIDEN NIMEÄMINEN

9. ARVIOINTI

LÄHTEET

1. JOHDANTO

Olen kiinnostunut jalkapallokulttuureista ja siitä millaisia brändejä seurojen ympärille on kehittynyt. Halusin kehittää tuotteen, jossa pystyin yhdistämään nämä kiinnostuksen kohteet. Inspiroiduin jalkapallon synnyttämästä tunteesta ja siitä mitä se saa aikaan ihmisissä lajin ympärillä.

Opinnäytetyössäni tutkin miten maailmalla eri jalkapallostadioneihin on saatu eloa taiteellisin ratkaisuin ja kuinka voin hyödyntää näitä keinoja opinnäytetyössäni. Teorian lisäksi toteutan suunnitelmiani Töölössä sijaitsevalla Sonera Stadiumilla. Perehdyn myös HJK:n ja Sonera Stadiumin historiaan, jota hyödynnän stadionille tehtävissä muutoksissa.

Lopputuloksena tarjoan keinoja tehdä Sonera Stadiumista HJK:n näköinen stadion. Konkretisoimme ehdotuksia toteen Sonera Stadiumilla jalkapallokauden 2014 aikana.

2. AIHEEN KEHITTELY

“Urheilu on täynnä tunnetta urheilumarkkinointi ei. Cassiuksen tehtävä on tuoda urheiluun liittyvä intohimo täysillä urheiluun liittyvään markkinointiin.” -Erkko Mannila 2013

Opinnäytetyön hankkeistaja on intohimotoimisto Cassius. Nyrkkeilylegenda Cassius Clayn mukaan nimetty urheilumarkkinointiin keskittynyt mainostoimisto on perustettu keväällä 2013. Cassiuksen miehistö on tehnyt upeaa työtä mm. HJK:n kanssa. Suomen Palloliiton Pertti Alaja onkin kehumut HJK:n markkinoinnin olevan mestareiden liigan tasolla. Klubin kanssa upeasta työstä onkin tullut Cassiukselle kasoittain tunnustusta, Kultainen Effie, Vuoden huippuja. Ennen Cassiusta sama miehet nostivat TBWA:n leivissä mm. Veikkauksen mainonnan uusiin sfääreihin.

Työharjoitteluni Cassiuksen kotoisissa toimistossa aloitin 2013 lokakuun puolivälissä. Kun takana oli noin puolet harjoittelujaksostani, sain aiheen opinnäytetyöhöni.

HJK:n kauden 2014 mainontaa käsittelevässä palaverissa kävi ilmi että HJK:n kotistadionille, Sonera Stadiumille haluttaisiin yhtenäisempää ilmettä ja ohjeistusta, kuinka asioita voisi edistää tulevaisuudessa yhtenäistä linjaa noudattaen.

Miten Suomen suurin ja hienoin, mutta aikoinaan tiukalla aikataululla ja budjetilla rakennettu jalkapallostadion saataisiin myös mestareiden liiga tasolle.

Copywriterimme Antti Tuominen kysyi olisiko minulla kiinnostusta lähteä tekemään projektia opinnäytetyönä. Projekti vaikutti todella kiinnostavalta, joten lähdin siihen heti mukaan. Pidimme aiheen tiimoilta palaverin HJK:n markkinointijohtaja Sari Mikkonen-Mannilan ja Sonera Stadiumin toimitusjohtaja Aki Riihilahden kanssa.

Koin kyseisen projektin hyväksi aiheeksi opinnäytetyölleni, ennen kaikkea siksi että motivaationi ja tiedonjanoni aiheesta on huipussaan. Halusin päästä myös tekemään opinnäytetyössäni asioita jotka eivät jäisi pelkästään konseptiluontoisiksi. Palaverissa sovimme, että teen HJK:lle ohjeistuksen miten Sonera Stadiumista saataisiin yhtenäisempi kokonaisuus. Projekti tuntui mahdollisuudelta päästä mukaan kehittämään suomalaista jalkapallokulttuuria, sekä samalla laajentaa omaa suunnitteluosaamista.

3. TAVOITTEET

Jalkapallojoukkueen kotistadionin pitäisi olla osa joukkueen ilmettä ja brändiä. Harvemmin varsinkaan Suomessa siihen on päästy, johtuen suomalaisessa jalkapallossa liikkuvista pienistä rahamääristä. Suomessa stadionit ovat yleensä myös monitoimiareenoita, eivätkä seurojen vaan kaupunkien omistamia.

Monien helsinkiläisten silmissä Sonera Stadium eli tuttavallisemmin Sonski mielletään Klubin kotistadioniksi, vaikka HJK ei stadionia omistakaan. Stadionilla olisi hyvä näkyä selvästi että se on Suomen suurimman ja menestyneimmän jalkapalloseuran koti. Myös kannattajien tulisi kokea kannattamansa joukkueen stadion kodikseen. Tunnesiteen synnyttyä tiettyyn paikkaan haluaa sinne palata yhä uudestaan ja uudestaan.

Yksi tapa kohottaa seuran brändiä ja imagoa voi tapahtua joukkueen kotistadionin kautta. Töölössä sijaitsevan stadionin pitäisi olla paikka josta HJK:n kannattajat, fanit, helsinkiläiset ja koko Suomen futisväki voisivat olla ylpeitä.

Uskon että tutustumalla yleisellä tasolla ympäri maailmaa legendaarisiin jalkapallostadioneihin pystyn myös kehittämään Helsingin Töölössä sijaitsevaa Sonera Stadiumia. Selvitän millä eri tavoin kolkkoihin stadioneihin on saatu eloa ja tunnelmaa, taiteellisia ratkaisuja hyödyntäen.

Jalkapallo on minulle intohimo ja ennen kaikkea se mitä sen ympärillä kehittyä ja tapahtuu. Toivon opinnäytetyöni auttavan suomalaista jalkapallokulttuuria nousemaan lähemmäs kansainvälistä tasoa ja inspiroivan ihmisiä jalkapallon pariin.

4. SONERA STADIUM

STADIONIN ESITTELY LYHYESTI

- Sonera Stadium (aiempi sponsorinimi Finnair Stadium,)
- Helsingin Töölössä sijaitseva jalkapallostadion, joka valmistui kesällä 2000 kymmenen kuukauden rakentamisen jälkeen
- Yleisökapasiteetti on 10 770 katsojaa.
- Sonera Stadiumin pääomistaja on Helsingin kaupunki 84,5 % osuudellaan. Vähemmistöosakkaina ovat Suomen Palloliitto ja Helsinki Stadion Management Oy.
- Kenttää käyttävät jalkapallojoukkueet HJK ja HJK:n reservijoukkue Klubi-04.
- Uudesta stadionista järjestettiin arkkitehtikilpailu. Stadionin lopulta suunnittelivat Atelier23-arkkitehdit, Olivier Lemarchand, Ritva Kokkola ja Thomas Seehan.
- Stadionin lopulliset kokonaiskustannukset olivat 18,5 miljoonaa euroa.
- Stadionin rakentaminen aloitettiin syyskuussa 1999 ja paikan rakennuttaja oli Skanska.
- Ensimmäinen Veikkausliiga-ottelu stadionilla pelattiin kesäkuussa 2000, jolloin HJK ja FC Jokerit pelasivat vastakkain.
- Vuonna 2003 Finnair Stadiumille vaihdettiin tekonurmi, vaikka alun perin stadionilla oli ollut luonnonnurmi.
- 2003 stadionilla järjestettiin alle 17-vuotiaiden MM-kilpailut. Tämä oli ensimmäinen kerta, kun FIFA:n lopputurnaus pelattiin tekonurmella.

(Allan Tiitta 2007)



ILMAKUVA, SONERA STADIUM 2006.
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/d0/Finnair_Stadium_Helsinki.JPG 17.4.2014

4.1. SONERA STADIUMIN LYHYT HISTORIIKKI

Katsojaluvut kyllä nousivat uuden stadionin valmistuessa Töölöön, mutta eivät sittenkään aivan toivotusti. Rakentamisesta vastannut Skanska Etelä-Suomi Oy:n Johtaja Jalo Takalo ylisti Finnair-stadion juhkakirjassa että stadion on laadullisesti ja toiminnallisesti koko Euroopan ykkönen. Olihan Finnair-stadion toki Suomessa täysin ainutlaatuinen ja vastaus helsinkiläisten jalkapallon ystävien rukouksiin. Katsojien ja pelaajien olot helpottuivat huomattavasti, kuten myös kotijoukkueiden Klubin ja Jokereiden yritysmyynti ja markkinointi. (Allan Tiitta 2007)

Uusi stadion sai katsojilta myös runsaasti kritiikkiä. Stadionin suunnittelukilpailun voittaneet arkkitehdit Olivier Lemarchandi, Ritva Kokkola ja Thomas Seehan eivät ilmeisesti miettineet katsojan näkökulmasta kaikkea loppuun. Katsomot voisivat olla lähempänä kenttää ja ääni katoaa stadionilta katsomoiden avoimien takaosien takia. Ongelmavyhyhti purkautui heti avauspelissä vuonna 2000 kun HJK ja Honka kohtasivat täydellä stadionilla. Nurmi alkoi kupruilemaan jo heti ensimmäisellä puoliajalla, eikä pitemmätkään päälle asiaa auttanut se että viheriötä lämmittävät putket oli kiireessä asennettu väärinpäin. Syvät paalutukset vaatinut savinen maaperä, tiukka aikataulu ja budjetti loivat Finnair-stadionin nurmelle sellaiset edellytykset ettei nurmi lopulta ikinä juurtunut kunnolla kasvualustaan.

Aurinko ei myöskään paista tarpeeksi montaa tuntia sisään stadionille. Sonera Stadiumin viemäroinnistä on myös vitsailtu että nurmen sijasta kentällä kannattaisi kasvattaa riisiä. (Erkka V. Lehtola 2007)

Katetun katsomon takaosat ovat avoimet joten tuuli pääsee puhaltamaan suoraan stadionin katsomoiden läpi. Kovan tuulisuuden ja liian lyhyeksi jätetyn katoksen lipan johdosta katetut katsomot eivät suojaa ylimpien ja alempien rivien katsojia sateelta.

Keväällä 2003 kenttä päällystettiin Mondo-tekonurmella kolmen vuoden temppuilun jälkeen. UEFA valitsi Finnair-stadionin yhdeksi uusista kolmannen sukupolven keinonurmia kokeilevaksi pilottiareenaksi, joten hankkeesta tuli kannattava sillä UEFA maksoi puolet 400 000 euroa maksavasta projektista. Uusi alusta jakaa edelleen mielipiteet vahvasti, toiset pelkäävät loukkaantumisia, toiset kaipaavat nurmen tuoksua. Tekonurmi on tuki tehnyt HJK:sta entistäkin vahvemman kotijoukkueen, tasaisen alustansa ansiosta. (Allan Tiitta 2007)

4.2 LÄHTÖKOHDAT SUUNNITTELULLE

Kaupungin omistaessa Sonera Stadiumin, rakenteellisia muutoksiin ei minulla opinnäytetyössäni ole mahdollista vaikuttaa. Kiinteistön arvoa nostavat rakenteelliset muutokset maksaa kaupunki, jos seiniä maalataan tai pukukoppiin halutaan uusi hieromapöytä, maksajana toimii stadionin vuokralainen: HJK.

Helsingin kaupunki ja Sonera Stadiumin arkkitehdit haluavat pitää stadionin seura neutraalina. Tämän takia Töölön jalkapallostadionin kyljessä ei komeile HJK vaakunaa tai vastaavaa. Selvää kuitenkin on että toista seuraa Sonera Stadiumin tiloihin ei mahdu. HJK ja HJK:n reservijoukkue Klubi 04 jakavat stadionin kahdestaan. Lisäksi Stadionilla pelataan satunnaisia cup otteluita ja naisten maajoukkueen pelejä, konserttien määrä on vähäinen.

Näkyvin asia mitä HJK ei ole missään nimessä saanut tehdä on katsomoiden penkkien värin vaihtaminen nykyisistä ruskeahkon punaisista sinisiin. kaudeksi 2012-2013 itäkatsomoon penkkien joukkoon saatiin kuitenkin ujutettua HJK:n toimesta valkoisia istuimia juuri sen verran että istuimista koostui kirjaimet "HJK".

Seuran henkilökunta pelkää myös tuoda Klubia liian rohkeasti esiin stadionilla. Sabotaasin varjo on laskeutunut Suomifutiksenkin ylle, vuosittain vierasjoukkueen kannattajat särkevät paikkoja stadioneilla Suomessa, myös Sonera Stadiumilla. Milloin joku onnistuu särkemään kuppi-istuimen, milloin joku vahva näppinen irrottamaan kaakelin vessan seinästä. Kaikilla on hyvässä muistissa kuinka Jari Litmanen -patsas turmeltiin useaan otteeseen, suomalaisen jalkapallon kuninkaan siirryttyä FC Lahden paidasta verivihollisen HJK:n raitapaitaan.



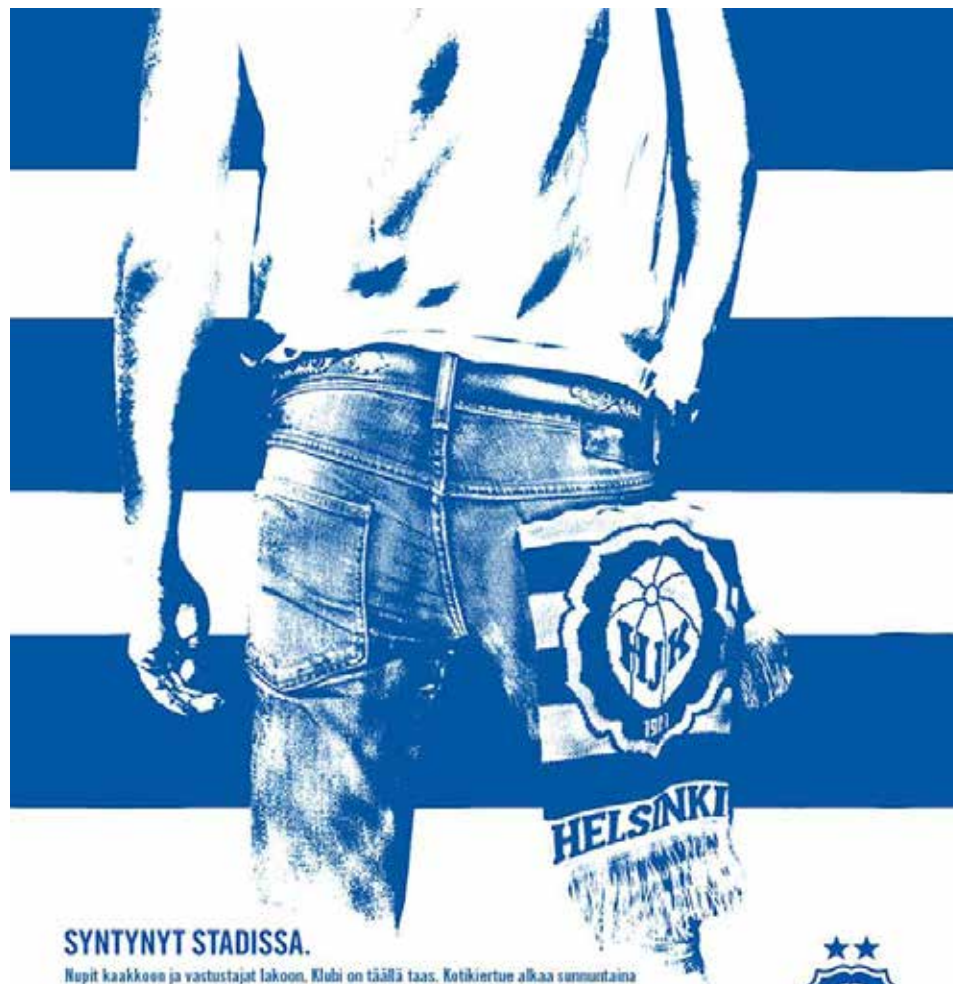
4.3. PARAS KENTÄLLÄ. PARAS KENTÄN ULKOPUOLELLA.

Brändin merkitys nykypäivänä on korvaamaton. Sitä on pystyttävä ylläpitämään ja samalla myös kehittämään. Coca-Colan markkinointijohtaja on sanonut, että jos hän heräisi aamulla puhelimen soittoon, jossa kerrottaisiin että tuotantolaitos ja varastot ovat tuhoutuneet tulipalossa, isku olisi tyrmäävä. Jonkin ajan kuluttua hän keräisi voimansa ja käynnistäisi toiminnan alusta. Mutta jos puhelimesta sanottaisiin, että yön aikana brändin arvo on tuhoutunut, ei olisi mitään mitä käynnistää. Brändi on siis kaikille yrityksille kaiken tärkein asia. Jos Coca-Colalla ei olisi nykyistä brändiaan, ei sen tuotteita myytäisin läheskään niin paljon kuin nyt. (Katja Lindroos 2005)

HJK haluaa olla paras kentällä ja myös sen ulkopuolella. HJK pyrkii siihen, että seuran faneilla ja seuran brändillä olisi mahdollisimman syvä suhde. Parhaimmillaan siten että tuotteesta on tullut osa jokaviikkoista tai jopa jokapäiväistä elämää seuran kannattajalle.

Vahva brandi koostuu monien ihmisten vahvoista mielikuvista, joiden kautta jalkapalloseura pystyy kasvattamaan toimintaansa ja nostamaan mainettaan muun muassa yhteistyökumppaneiden ja muiden kilpailevien seurojen silmissä.

HJK:n markkinointi onkin onnistunut kerta toisensa jälkeen tuottamaan asiakkaille miellyttäviä elämyksiä ja tällä tavoin luomaan itselleen positiivista mielikuvaa ihmisten silmissä. Opinnäytetyöni tulisi olla jatkumoa tälle mielikuvalle ja näin tiivistää tuotteen ja kuluttajan suhdetta.



SYNTYNYT STADISSA.

Hupit kaakkoon ja vastustajat lakoon. Klubi on täällä taas. Kotikiertue alkaa sunnuntaina 6.4. Jarea vastaan klo 16.00 ja jatkuu siitä 16 kotiottelulla, joista KuPS, Ronka ja TPS heti huhtikuussa. Varmista paikkasi eturivistä kausikortilla (alk. 110 €) ja saavu paikalle ajoissa. Pomo is back, Mestarit areenalla ja mitä näitä nyt on. Keikkakalenteri ja liput hjk.6



Helsingin OP

SILJA LINE



ON VAIN YKSI KLUBI.

KLUBIN OTTELUMAINOS.
Urheilulehti 10.4.2014

4.4. JALKAPALLOON BRÄNDÄTTY STADION

Sonera Stadium painii Suomessa täysin omissa sarjassa. Suomen muille jalkapallostadioneille ominainen kehitystarina kulkee pitkälti samaa kaavaa. Ensin oli kenttä, sinne rakennettiin ensin yksi katsomonosa, sitten toinen. Seuraavaksi isompi remontti, myöhemmin päätykatsomot, kehitystä askelmittain. Jalkapalloon brändätylle stadionille Suomessa ei ole vertailukohtia, kaikki muut suuremmat stadionit joilla pelataan jalkapalloa ovat alunperin rakennettu muihin tarpeisiin. Tampereen Ratina yleisurheiluun, Lahden Hiihtostadion hyppymäkineen talviurheiluun. Tästä syystä stadioneilla ei päästä myöskään pelaamaan täysin jalkapallon ja seuran ehdoilla, vaan on otettava huomioon muutkin lajit ja tapahtumat. Esimerkkejä ja vertailukohtia joutuu Sonera Stadiumin kohdalla lähteä etsimään siis ulkomailta. Ympäri maailmaa on stadioneita joissa, ei tarvita edes jalkapallo-ottelua että turistikin jonottavat sisään. Esimerkiksi Kataloniassa Camp Noulla, FC Barcelonan kotistadionilla sijaitseva seuran oma museo on koko Espanjan toiseksi suosituin museo.

5. STADIONIT MAAILMALLA

Lähdin määrittelemään projektiani muiden stadioneiden ja Klubin historian kautta. HJK:n historian upeiden saavutusten ja faneilleen ikimuistoisia hetkiä tarjonnan joukkueen kautta voimme ymmärtää niiden tämänhetkisen arvon ja luoda sitä kautta uusia tulkintoja. Tutkimuksen tavoitteena oli kerätä tietoa erilaisista jalkapallostadioneista ja niiden brändäys ratkaisuksista. Hain esimerkki stadioneita ympäri maailmaa ja seuraavaksi esittelen muutamia niiden eri ääripäitä joilta sain suuntaa Sonera Stadiumille tehtyihin uudistuksiin.

Jalkapallo lajina on täynnä suurta tunnetta, hyvä jalkapallostadion myös, vaikka ei pelipäivä olisikaan.



CAMP NOU, BARCELONA.

<https://www.facebook.com/Original.Ultra.Style/photos/pb.158234831610>. 10.4.2014

5.1. LEOFOROS - TARINAT SEINILLÄ

Kreikan kaupungeissa seinät kertovat mitä seuraa paikalliset kannattavat. Varsinkin vanhat jo hieman rappeutuneet hornankattilat ovat saaneet värikerroksen päällensä, graffitein ja kuvituksineen. Ateenalaisen suurseura Panathinaikosin kotistadion Apostolos Nikolaidis, kannattajien kesken Leoforos, sijaitsee keskellä asuinalueita. Vaikka näkymä stadionin lehtereille paljastuu vasta viimeisen korttelin nurkalla, voi jo kauempaa havaita mitä kohti on kulkemassa. Graffitien määrä tihenee koko ajan, jopa itse taloja on maalattu kokonaan Panathinaikosin vihreäksi ja koristeltu joukkueen symbolein, apiloin. Joukossa on taidolla tehtyjä suurempia teoksia kuin pienempiä tageja, mutta kulkiessaan stadionille valtaa mielen tunne siitä että kyseessä on todellakin jotain paljon suurempaa, jotain sellaista johon itekin haluaisi kuuluvan. Aihealueina graffiteissa ja muraaleissa esiintyy Historiaa, "Glory days", uhoa rakasta vihollista kohtaan, "Panathinaikos kunnes kuolen", "all cops are bastards", suurimmat pelaajat, jalkapallo mellakassa kuollut kannattaja. Yhteisöllisyyttä, iloa, juhlaa, surua, veljellisyyttä, intohimoista rakkautta omaan seuraan.



LEOFOROKSEN GRAFFITEIDEN PEITTÄMIÄ SISÄÄNKÄYNTJÄ.
https://panathinaeos.files.wordpress.com/2012/03/thira13_3.jpg

5.2. SINIKELTAINEN LA BOMBONERA

Argentiinassa Buenos Airesissa Boca Juniorsin kotistadion La Bombonera on maalattu siniseksi ja keltaiseksi jokaista askelmaa myöten. Jopa itse Coca-cola, Boca Juniorsin suurin sponsori, joutui luopumaan omista väreistään tehdessään mainosmaalauksiaan La Bomboneralle. Syynä oli Boca Juniorsin paikallinen ja pahin vihollinen River Plate, joka kantaa asuissaan juuri punaista ja valkoista. Näin Bocan kotistadionista tulikin maailman ainut paikka jossa Coca-colat ovat mustavalkoisia. Graffiteja La Bomboneralta löytyy muihin Argentiinan stadioneihin verrattuna vain muutamia, jotka kaikki kertovat seuran kaikkien aikojen saavutuksesta. Maradonasta, joka sai oppinsa juuri näissä Bocan sinikeltaisissa väreissä. Betonin värisenä Järisyttävän kokoinen La Bombonera näyttäisi suurelle bunkkerille, mutta kirkkaan sinikeltainen stadion on itsessään suuri Boca Juniors mainos joka houkuttelee uumeniinsa. (Bernard Lions 2013)



BUENOS AIRES, LA BOMBONERA.

http://www.labombonera.com.ar/media/galeria/121/5/6/7/0/o_boca_juniors_la_bombonera-1660765.jpg

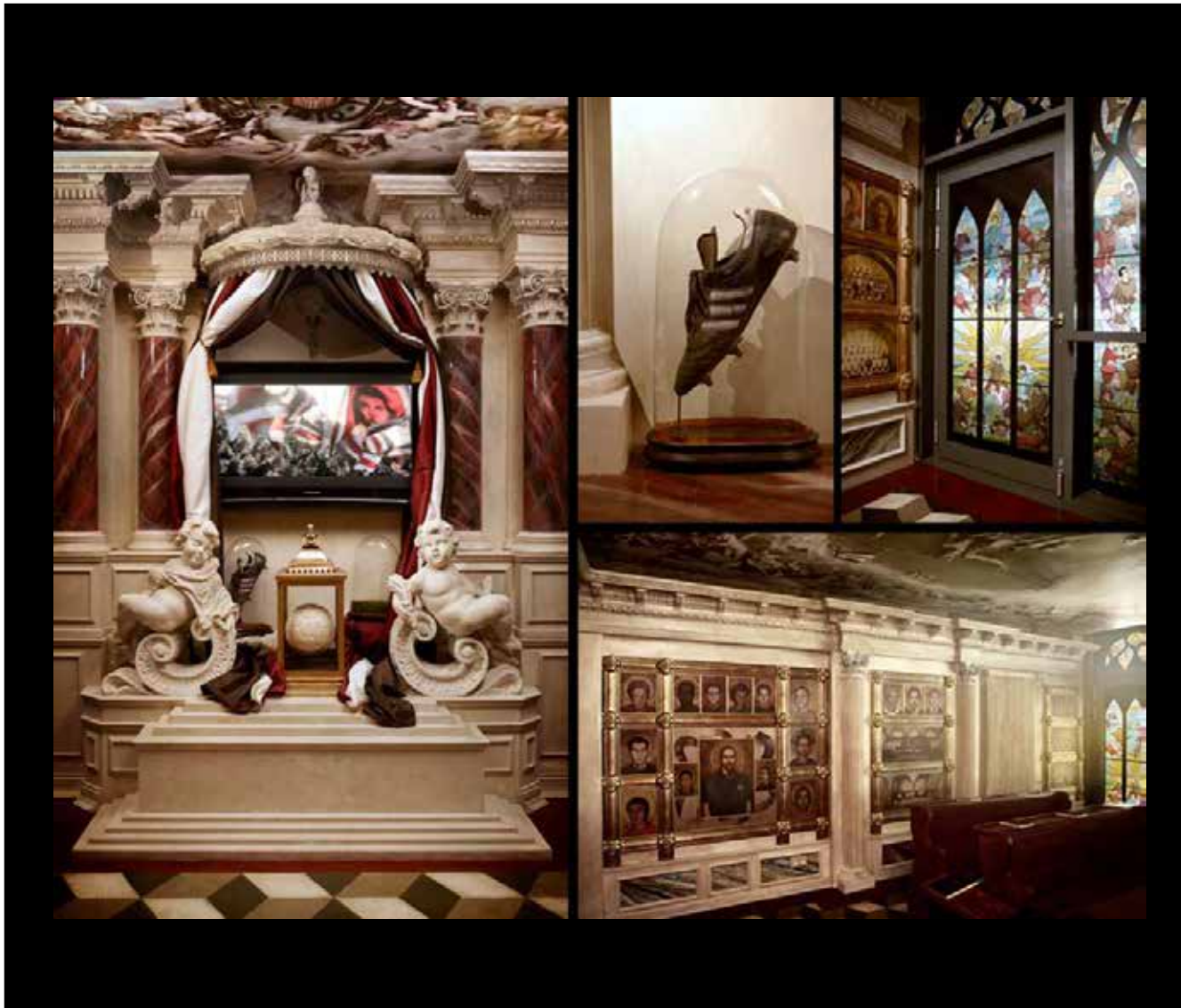
5.3. PUNKKAREIDEN MILLERNTOR

Hampurissa Saksan toiseksi ylimmällä sarjatasolla pelaavalla kulttjoukkueen maineeseen nousseella St. Paulin stadionilla Millerntorilla seuran kannattajat voivat todellakin tuntea stadioninsa kodikseen. Fanit ovat olleet vahvasti mukana stadionin remonttia suunnittelevassa työryhmässä. 2012 modernisoitu Millerntor on katutaiteensa, museonsa ja useiden fanitilojensa ansioista hyvin faniensa näköinen stadion.

St. Paulin joukkue on perustettu vastapainoksi Hampurin toiselle joukkueelle, aikoinaan kansallisosialistiselle Hamburger Sportvereinille. St. Paulissa kukoistaakin punk-kulttuuri voimakkaasti, hyvänä esimerkkinä siitä on joka ottelun jälkeen parhaan pelaajan palkintona jaettava auton pölykapseli, jota koristaa St. Paulin logo. Seuraa kannattavat taiteilijat ovat päässeet jättämään oman kädenjälkensä uuden stadionin seiniin. Nyt seinät huokuvat seuran aatteita joita ovat: antifasismi, antirasismi ja antiseksismi. Stadionin lipputangossa heiluukin aina seuran logon vieressä sateenkaarilippu ja pääkallolippu. Yhdestä käytävästä on tehty kokonaan galleria jossa on vaihtuvia taidemyyntinäyttelyitä, joista tulot menevät taiteilijoille sekä vesiprojektiin. Vip katsomossa kiertää pienoismallijuna joka tuo carrywurstit suoraan istuimen eteen.

Stadionin aitiot on sisustettu vahvasti eri teemojen mukaan. Aitio repertuaariin kuuluvat esimerkiksi Bwinin pokeriaitio, ilotaloaitio. Erikoisin aitoista on Stefan Mildnerin suunnittelema kappeli jalkapallolle. Alttarilla olevat esineet muistuttavat hienoista hetkistä. Goottilaistyyllisissä lasimaalauksissa kuvataan joukkueen sankareita. Millerntorin seuran kappelissa parit haluavat mennä jopa naimisiin ja kastaa lapsiaan. (Stefan Mildner 2013)

Seuran fanit ovat onnistuneet lyömään läpi päätöksen, että stadion-nimeä, taukonumeroita, kulmapotkuja ei ikinä tulla myymään yhteistyökumppaneille. Tällä kaikella seura voisi ansaita huomattavia varoja, mutta toisaalta kaupallisuudelle periksi antaminen tuhoaisi vaihtoehtoseuran imagoa. St. Paulin pääkallopaita ei ehkä olisi enää cool. Harvalle seuralle imagosta huolehtiminen on yhtä tärkeää kuin St. Paulille. (Johanna Nordling 2014)



STEFAN MILDERIN SUUNNITTELEMA JALKAPALLO KAPPELI MILLERNTORILLA.
http://www.stefanmildner.com/vis/work_pauli_21.jpg

5.4. AVANGARD OMSK - FANIEEN TOIVEIDEN TOTEUTTAJA

KHL:n suurin seuroihin kuuluva Avangard Omskin jääkiekkoareenan remontti oli loistava esimerkki siitä kuinka seuran fanit otettiin uudistustyössä huomioon. Ennen kautta 2013-2014 KHL seura remontoivat halliaan ja kysyi kannattajiltaan, mitä he haluaisivat nähdä uudessa kotipyhätössä. Yksi toiveista koski tiettyä portaikkoa ja Moskovan Dynamossa pelaavaa suomalaispelaaja Leo Komarovia, joka on nousemassa kovaa vauhtia Venäjällä kulttipelaajaksi nokkelan suunsa ja aggressiivisen pelitapansa vuoksi.

Avangardin kannattajat vaativat, että portaikkoon täytyy maalata julmetun kokoinen kuva Komarovista, jotta ihmiset voivat jatkossa aina talloa suomalaishyökkääjää matkalla omille paikoilleen. Seura kuunteli kiltisti toiveita ja maalautti noin 20-metrinen kuvan Komarovista portaisiin. Komarov on niittänyt läpi uransa mainetta vastustajia ärsyttävänä agitaattorina. (Sami Hoffren 2014)



AVANGARD OMSK ARENA, VASEMASSA ALAREUNASSA "KOMAROVPORTAAT".
<http://www.sports.ru/tribuna/blogs/hockeytea/508028.html> 17.4.2014

5.5. EMIRATES STADIUM - ARSENALISATION

Arsenal, yksi Lontoon jalkapallon suurseuroista, rakensi 2003 itselleen upean uuden kotistadionin vanhaksi ja pieneksi käyneen Highburyn tilalle. Kannattajat kaipasivat silti vanhan Highburyn henkeä ja tunnelmaa. Highburylla oli luontainen sielu sen menestyksekkään historian takia, uudelta modernilta stadionilta se vielä puuttui. Uusi jättimäinen stadion hienouksineen ei vain enää tuntunut kannattajien kodilta, tunnelmakin muistutti hornankattilan sijaan kirjastoa. Stadionia kritisoitiin bisnesmiesten ja sheikkien lounastreffipaikaksi jossa jalkapallo ei enää ollut keskiössä. Historiaa on luotava uudellakin stadionilla, jotta haikailut vanhojen muistojen perään laantuvat.

Kuultuaan jo pitkään palautetta kannattajiltaan seuran toimitusjohtaja Ivan Gazidis päätti toimia. Elokuussa 2009, alkoi "Arsenalisation" -ohjelma jota Gazidis itse johti. Arsenalisationin tarkoituksena oli erilaisia taiteellisia ja luovia keinoja käyttäen luoda henkeä Emirates stadiumille.

"This whole process is about making the stadium into a home for our fans. When I arrived at Arsenal, it was quite obvious we had a beautiful stadium, but we had to put the soul into it. So we've engaged in a long process of consultation with the fans to work out how we can make Emirates Stadium more of a home.

This is an ongoing process and we're only at the beginning, but is something we're committed to going forward into the future, in order to make our stadium a constantly evolving home for our fans." –Ivan Gazidis, Arsenal.com 2010

Ensimmäiseksi Arsenalin verkkosivuilla tehtiin "12 greatest moments" -äänestys. Jossa seuran fanit pääsivät äänestämään omia suosikkejaan seuran historian kohokohdista. 12 suurimmasta hetkestä tehtiin Emirates Stadiumin käytäville upeat seinämaalaukset.

Perässä seurasivat patsaat ja suuret maalaukset Arsenalin legendaarisista pelaajista, hat-trick heroes seinä ja monia muita upeita teoksia. "Spirit of Highbury" teeman kruunasi huhtikuussa 2011 Blackpool ottelussa paljastettu vanha Highburyn legendaarinen kello. Päätykatsomo nimettiin myös samalla Clock Endiksi niin kuin vanhalla stadionillakin.

Nykyään Arsenalin Emirates Stadium on yksi maailman parhaita moderneja jalkapallopyhättöjä.



ARSENALISATION AIKAAN SAAMA MURAALI EMIRATES STADIUMIN KYLJESSÄ 2010.
<http://www.7amkickoff.com/wp-content/uploads/2010/01/arsenalisation.jpg> 17.4.2014

5.6. VÄRIÄ VAIHTAVA ALLIANZ ARENA

Useat joukkueet ympäri maailmaa jakavat kotistadioninsa toisen paikallisen seuran kanssa. Tässä tapauksessa stadion ei voi olla liian selkeästi kummallekaan brändätty. Upeasti ongelman ovat ratkaisseet Saksassa Bayern München ja paikallisvastustaja München 1860 jotka jakavat 2006 Saksan mm-kisoihin valmistuneen Allianz Areenan. EFTE muovipaneelien ansiosta Allianz oli ensimmäinen kokonaan väriä vaihtava Stadionin. Ulkopaneelit vaihtavat aina väriään kotijoukkueena pelaavan joukkueen mukaan. Kun Bayern München pelaa otteluaan on stadion punainen, München 1860 pelatessa sininen ja Saksan maajoukkueen saapuessa kaupunkiin Allianz Arena hehkuu valkoisena. (Bernard Lions 2013)



ALLIAZ ARENA 2007.

<http://debatefootball.com/wp-content/uploads/2011/12/Allianz-Arena-at-night-Munich1.jpg> 17.4.2014

https://www.allianz.com/v_1341330326000/media/about_us/sponsoring/images/allianz_arena_views_44_72dpi.jpg 17.4.2014

http://www.mimoo.eu/images/973_l.jpg 17.4.2014

6. STADIONILLE TEHTÄVÄT UUDISTUKSET

6.1. STADIONIN ISTUIMET

Kauden 2012-2013 alkuun stadionin punaruskeiden istuimien joukkoon asennettiin HJK:n toimesta valkoisia istuimia, jotka muodostivat kirjaimet HJK. Kokonaan sinisiä istuimia stadionille ollaan haikailtu jo pitkään. Siniset istuimet valkoisella HJK tekstillä olisivat kieltämättä loistava ja seurahenkeä nostattava muutos. Totta tai tarua, mutta nykyisten penkkien värin väitetään tulevan, Hjalliksen veljen vaimon maun mukaan.

Eteläpäädyssä seisovat otteluissa HJK:n kannattajaryhmät Forza HJK ja Sakilaiset, joten penkkejä on poistettu päädyistä heidän pyynnöstään seisomista helpottamaan. Ongelmaksi tuleekin että HJK menestyvänä seurana pelaa jokainen vuosi myös karsintaotteluita eurooppaan pääsystä. Näissä otteluissa UEFA:n (Union of European Football Associations) säännökset määräävät että stadionilla täytyy olla istumapaikka jokaiselle katsojalle.

Penkit joudutaan euro-otteluita varten kiinnittämään fanipäätyyn paikoilleen ja taas irrottamaan Veikkausliiga ottelua varten. Tämän on kallista ja aikaa vievää toimintaa, jota helpottaisi uudet istuimet. Jos Sonera Stadiumin

Olivat penkit sitten ihan minkä värisiä tahansa, näyttävät ne tyhjinä masentavilta. Uusilla stadioneilla, esim, Tukholmassa Tele2 areenalla ja Torinossa Juventus stadionilla penkkien värityksen avulla on luotu illuusio siitä että katsomo näyttää täydemmältä vaikka stadion ei täysi olisikaan. Osa penkeistä katsomossa on eri sävyisiä ja luovat harhan siitä että niilläkin istuu väkeä katsomon ollessaan puolillaan. Tulevaisuudessa uusia penkkejä hankittaessa tämä vaihtoehto kanttaa ottaa huomioon. Koska vapaita istuimia kymmentuhat paikkaiselta Sonera Stadiumilta lähes poikkeuksetta löytyy.



TELE2 , TUKHOLMA.
<http://blogg.tele2arena.se/wp-content/uploads/2012/12/Stolar3.jpg>

6.2. ITÄKATSOMO

Esittelin HJK:n markkinointijohtajalle ideoita, millaisia ratkaisuita katsomonosiin tulisi tehdä viihtyisyyden parantamiseksi. Sonera Stadiumin kiireellisin paikka minne muutoksia haluttiin ennen jalkapallokauden alkua oli Itäkatsomo.

Sonera Stadiumin kolkoimpia paikkoja on ehdottomasti itäkatsomon takana oleva käytävä jossa myyntipisteet sijaitsevat. Myyntipisteiden välissä on kaksi isoa aaltopellillä päällystettyä seinää, väriltään harmaita kumpikin. Näitä muutamaa isoa seinäpintaa vaivasi myös vandalismit. Jo pitemmän aikaa noin kerran viikossa erään paikallisvastustajajoukkueen huligaani on kivunnut yli aidan kera törkykannujen ja antanut niiden laulaa Sonera Stadiumin itäkatsomon seiniin. Niinpä viikosta toiseen HJK:lla meni aikaa ja rahaa töhryjen putsamiseen. Itäkatsomo on sikäli helppo vandalismin kohde, koska se on piilossa Urheilukadun ihmisten katseilta ja sen viereinen pallokenttäkin on talvisaikaan ja yön pikkutunneilla täysin autio. Sonera Stadiumin itäkatsomon aidankin onnistuu ylittämään kuka tahansa ilman väkevämpää voimistelutaustaa tai seivästä.

Stadionin rakenteita tukevat pylväät näyttelivät suurta osaa itäkatsomon karuudessa. Betonin värisiä pylväitä on yhteensä 18 kappaletta. Jokaiseen pylvääseen on kiinnitetty Soneran/Veikkauksen mainoskyltti sekä pienet kyltit jotka kertovat katsojille kyseisen katsomonsisäänkäynnin numeron.

Neljään pylvääseen oli jo ennen briefini saantia kokeiltu parantuisiko itäkatsomon viihtyvyys purkilla maalia. Ehdottomasti tuore maalikerros pinnassa auttaa aina asiaa, värivalinta ei liipaissut vielä ihan täydellisyyttä. HJK:n sinistä oli haettu, mutta ilmeisesti maali ei ollut oikeanlaista maalia betonille. Karhea betoni oli nielaissut maalin sinisen pigmentin syövereihinsä kun pohjamaalausta ei oltu tehty. Tein heti ensimmäiseksi maalareille nyt tarkat värimääritelmät HJK:n sinisestä ja maalasimme pylväät kauttaaltaan sinisiksi.

HJK on Suomen menestynein jalkapallojoukkue, joka on kerännyt yhteensä 26 suomenmestaruutta. Halusin seuran menestyksen näkyvän myös Klubin kotistadionilla. Jääkiekossa on perinteikästä jäädyttää jäähallin kattoon vuosiluvut mestaruuksista. jokaisen uuden mestaruuden voitettua joukkue saa jäädyttää aina uuden merkinnän ihmisten ihailtavaksi. Sonera Stadiumin itäkatsomon betonipylväitä hyödynsin samaan käyttöön. Jokaiseen pylvääseen maalattiin kummallekin puolelle Klubin voittaman suomenmestaruuden vuosiluku ja pokaali muistuttamaan mestaruudesta.

HJK:n 26 voitettua suomenmestaruutta näkyy HJK:n tunnuksessa kahtena keltaisen tähdenä, jotka koristavat pelipaidan rinnassa olevaa logoa. Joka kymmenenestä mestaruudesta on tapana lisätä yksi tähti joukkueen logon yläpuolelle. Tästä syntyi idea maalata kultainen tähti joka kymmenenteen mestaruuspylvääseen.

Mestaruuksien merkitsemisen tekniikaksi valitsin sapluunat, jotka valmistin nestekartongista laaserleikkaamalla. Maalaaminen onnistui tällöin kätevästi maalareilta. Jotta stadionilla vierailevat katsojat eivät sekoittaisi vahingossa pylväiden mestaruusvuosia katsomon sisäänkäyntien numerointeihin, maalasimme katsomonumerot itäkatsomon katossa oleviin betoniisiin katsomorakenteisiin.



Mikko @MikkoHalinen · 12. huhtikuuta
@hjkhelsinki Riittääkö palkit tulevaisuudelle? pic.twitter.com/Q9YVWMNcGF
Vastaa Uudelleentwittaus Suosikki

Käyttäjän HJK Helsinki uudelleentwittaus
Semi Gulin @Zicjar · 12. huhtikuuta
@hjkhelsinki alkaa näyttää jo hyvältä, ei enää pelkkää harmaata betonia :)
pic.twitter.com/fdP6oIFp4



Uudelleentwittaukset Suosikit
2 7

MESTARUUSVUOSIPYLVÄISTÄ KUVIA TWITTERISSÄ, POKAALIT VIELÄ PUUTTUVAT.
<https://twitter.com/hjkhelsinki>

6.3. ISOT SEINÄPINNAT

Isoille seinäpinnoille vaihtoehtoina esittelin mm. Seinäteippauksia HJK:n historiasta, HJK:n sankareista kertovia tauluja ja jalkapallosta kertovia graffiteja.

Seinäteippauksissa haasteena oli stadionin ulkoseinien tekstuuri. Stadionin kummankin päädyn ja itäkatsomon kaikki isot seinäpinnat ovat aaltopeltiä. Aaltopellin kerroksellisuus tekee isojen seinäteippauksien tekemisestä haasteellista ja kallista toteuttaa. Lopputuloksen laatu kärsisi jos ”muhkuraisen” pinnan päälle teippaisi suoraan henkilökuvia. Täten hylkäsimme ajatuksen käyttää seinäteippauksia stadionin ulkoseinillä.

Suuret pleksitaulut olivat yksi vaihtoehto, tällöin ulkoseinien epätasaisuus ei muodostuisi ongelmaksi. Ulkona olevissa tauluissa vaurioitumisriski on kuitenkin suuri, johtuen vandalismista jota Sonera Stadiumilla esiintyy.

Graffitit tuntuivat heti näyttävimmältä, mutta myös edullisimmalta ratkaisulta stadionin itäkatsomon ja eteläpäädyn isoille seinille. Graffitit ovat myös nopea ja monipuolinen tapa toteuttaa kuvia seinille. Graffitit stadionin seinissä toimivat myös HJK:n pysyvinä ulkomainoksina ja ovat hauska, perinteisestä viestinnästä poikkeava tapa herättää huomiota. Graffitit rikkovat myös HJK:n oman brändin rajoja positiivisella tavalla sekä laittavat katsojan huulille hymyn. Lisäksi graffitimaalarit ovat erittäin motivoituneita kun pääsevät kerrankin maalaamaan laillisesti ja pysyviä teoksia.



KOKEILU MILLE PLEKSITÄULUT NÄYTTÄISIVÄT ITÄKATSOMOSSA.
Taneli Okkonen 2014



SEINÄT SONERA STADIUMILLA JOILLE MAALATAAN GRAFFITIT.
Taneli Okkonen 2014



ITÄKATSOMO
Taneli Okkonen 2014



ITÄKATSON SUUNNITELMA
Taneli Okkonen 2014

7. GRAFFITIT STADIONEILLA

”Graffiti on merkittävin kuvataiteen suuntaus, joka maailmassa on nähty viimeisen sadan vuoden aikana. Se on syntynyt kadulla ilman instituutioita ja levinnyt maailman joka kolkkaan. Viimeisten 40 vuoden aikana se on eniten dokumentoitu taiteen muoto.”

Jani Tolin 2012

Graffitit jalkapallostadioneilla eivät suinkaan ole harvinainen näky. Ympäri maailmaan joukkueiden kannattajat ovat jättäneen merkkinsä rakkaalle stadionilleen. Varsinkin vanhat stadionit ympäri maailmaan on rakennettu keskelle tiivistä asutusta ja tästä syystä stadionin muurit ovat alttiit graffiteille. Uudemmillä stadioneilla jotka ovat paremmin vartioituja esiintyy vähemmän graffiteja.

Helsingin Sonera Stadiumilla myös lähes viikoittain ilmestyy tageja ja muiden joukkueiden nimiä. Aikaa ja rahaa kuluu sotkujen pesemiseen. Niin sanottuja luvallisia graffiteja on käytetty myös sotkujen torjumiseen. Sonera Stadiumin järjestyksenvalvojaa lainatakseni: ”eikös ne tatskaajat arvosta toisia tatskaajia”. Tarkoittoaen että yksi graffitimaalareiden etiikan keskeisiä sääntöjä on ettei toisen teoksen päälle maalata.

Suomessa stadioneilla graffiteja ei näy. Pieni häivähdys kansainvälisestä jalkapallo fanikulttuurista on kuitenkin havaittavissa Sonera Stadiumin ulkopuolella Urheilukadun ja Saharan kentän kulmassa. Kentälle vievän portin rakenteisiin ja HJK:n pieneen fanikojuun alkanut ilmestyä eri seurojen kannattajaklubien tarroja ympäri Eurooppaa, esim. Zenit, Spartak Moscow Ultras, HJK, JJK, Grasshoppers... Mielestäni juuri nämä tarrat tuovat arvokkaan vivahteen että jotain ihmisiä todella kiinnostaa sen verran, että pikaisella Pietari-Helsinki risteilyllä on aikaa käydä terrorisoimassa toisen joukkueen kotistadionia pienellä tarralla. Mielestäni Ultrien tarrat (jos kutakuinkin pysyvät hyvänmaun rajoissa) tuovat juuri sitä eurooppalaista jalkapallokulttuuria tänne jota meille härmään aina kaivataan. Tietysti vielä parempaa olisi jos tarrat saisi kanavoitua stadionilla paikkaan joka miellyttäisi kaikkia osapuolia.



STADIO GIUSEPPE MEAZZA, MILANO

<http://media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-s/02/6a/46/6a/filename-dsc0536-jpg> 21.4.2014



PARC DE PRINCESS, PARIS
<http://nsm03.casimages.com/img/2010/05/18/100518043126413546057333.jpg> 21.4.2014



STADIO SAN PAOLO, NAPOLI
<http://images.corrieredelmezzogiorno.corriereobjects.it/campania/fotogallery/campania/2012/12.jpg> 21.4.2014

7.1. GRAFFITILLA GRAFFITIA VASTAAN

Lahdessa keväällä 2012 mainostoimisto Ilmeessä oli kyllästytty vanhaan, heidän omaan ulkomainokseensa, joka joutui toistuvasti töhrimisen kohteeksi. Suunnittelijat päättivät uudistaa mainoksensa ennakkoluulottomasti tuhrijoiden omia keinoja hyödyntäen. Multim mediasuunnittelija Mirko Saastamoinen maalasi Ilmeelle uniikin graffitimainoksen. Siitä lähtien mainostoimisto Ilmeen graffiti on saanut rauhassa komeilla mainostaulussa, ilman siihen kohdistuvaa vahinkoa.

Sonera Stadiumin itäkatsomossa voitaisiin käyttää täysin samoja keinoja tuhrimisen torjumiseen ja samalla luoda henkeä koko stadioniin. Ennakkoluulottomalla lähestymistavalla HJK tavoittaisi myös mediahuomiota ja saisi ilmaista mainosta.

Graffitien aiheet täytyy valita tarkkaan, jotta kukaan ei loukkaannu tai provosoidu. Ulkomailla stadioneidengraffiti aiheet ovat usein provosoivia ja rakkaimpia vihollisiaan pilkkaavia. HJK:n kohdalla moiseen ei ole varaa koska HJK on Suomen suurin seura jolla jo valmiiksi riittää kateellisia ja kiukkuisia ”vihollisia”. Monien muiden joukkueiden kannattajien katkeruus HJK:ta kohtaan kumpuaa tietysti seuran menestyksekkästä historiasta. Kaikki pelaajat haluavat menestyvään seuraan, joten HJK:n on helppo ollut vuosien varrella noukkia parhaat profiilipelaajat kilpailevista seuroista. Helppo rakastaa, helppo vihata.



MAINOSTOIMISTO ILMEEN GRAFFITI, LAHTI

http://www.ilme.fi/files/cache/a49224da66822842e49d787b117c2901_f119.jpg 21.4.2014

7.2. GRAFFITIMAALARIT

Heti saatuani luvat seinien maalaamiseen aloitin kartoittamaan Suomen parhaimpia graffititaiteilijoita. Käytin maalareiden etsimisessä apuna tuttujani sekä sosiaalista mediaa. Yhdellä viestillä koulumme oppilaiden yhteiselle facebook -sivustolle tavoitinkin hetkessä suomalaisen graffiti-genren kerman. Seuraavan tunnin aikana sähköpostissani odotti puolen tusinaa graffitiportfoliota. Facebookissa odotti sitten toiset puoli tusinaa. Viesti kiiri nopeasti graffitiprojektista ja yhteyttä otti myös Kiasmassa työskentelevä Veera Jalava, joka on vetänyt muun muassa graffiti-workshopeja eläkeläisille. Hänen kauttaan sain yhteystiedot useisiin, Suomalaisen graffiti kulttuurin pitkänlinjan tekijöihin.

Nopeasti eteeni olikin tullut valinnan vaikeus huippuluokan "töhrijoista". Piti alkaa välittömästi miettimään kenen tyyli sopisi parhaiten aiheeseen, paikkaan ja Sonera Stadiumin tapahtumiin.

Vanhaan oulutoveriini Pietu Kotilaan otin heti ensimmäisenä yhteyttä. Nykyisin graafista suunnittelua Lapin yliopistossa opiskelevan Pietun tyyli oli tuttua kauraa jo Oulun sähkökaapeista, joita hän maalasi lukiossa ollessaan kesätyönään. Olin heti varma että Pietun karkkimainen ja kuvittava graffitityyli sopisi mainiosti myös jalkapallostadionille.

Johannes Rantapuskalta, joka nykyisin majoilee Berliinissä graafikon hommissa, sain hyvää tuutorointia maalareiden valitsemisessa, varsinkin siinä kuka maalari sopisi juuri Pietun tyyli kanssa. Paras match osuikin toiseen graafikkoon, Martin Martoseen kenen kanssa Rantapuska oli tehnyt yhteistyötä mm. Lamina shopin graffitimaalauksissa.

Kolmanneksi valitsin Lahden Muotoiluinstituutista graafikoksi valmistuneen Aleksi Ahjopalon, joka vaikutti erittäin motivoituneelta ja halukkaalta päästä stadionille maalaamaan.

7.3. GRAFFITI AIHEIDEN ESITTELY

Annoin graffitimaalareille listan aiheista jotka olin ensin hyväksyttänyt HJK:n markkinointijohtaja Sari Mikkonen-Mannilalta. Listalla oli lopulta neljä aihetta. Nämä olivat Töölö / Helsinki, banaanipotkumies Pahlman, Metzin Ihme, Pöytäjalkapallopelit. Tein myös kyselyn jalkapalloon erikoistuneessa facebook-ryhmä GOOooooOOL:issa millaisen graffitin Klubin fanit haluaisivat stadionille. ylivoimaisesti eniten ääniä saaneessa aiheessa oli myös provokatiiviset ajatukset takana. "Litin napit edellä antama taklaus Höwedesiä vastaan Schalke pelissä 2011. Hyvä ettei punanen viuhunu, mutta kuningas on kuningas. Ja Lahtelaisia vituttaisi ainakin littigraffitit klubin stadionilla" (Antti Tähtinen 2014)



Kuvitus
Taneli Okkonen 2014

7.4. METZIN IHME

Suomalaisen seurajalkapalloilun tärkein voitto. 1998 Mestareiden liigan viimeisellä karsintakierroksella vastustajana oli Ranskan liigassa kolmanneksi sijoittunut Metz. Ottelu päättyi Metzissä lukemiin 1-1 ja HJK:n meni parista jatkoon vierasmaalinsa ansiosta. Näin HJK selvitti tiensä ensimmäisenä suomalaisena joukkueena mestareiden liigaan asti.



RUUTUKAAPPAUS

<https://www.youtube.com/watch?v=SiQqblMoLCg>

7.5. TÖÖLÖ

HJK edusti alun perin Helsingin porvariväestöä ja miellettiin pitkään Töölöläiseksi porvarijoukkueeksi. Nykyisin porvarileima on kadonnut HJK:n ympäriltä, kannattajat tulevat eri yhteiskuntaluokista. Tähän vaikuttaneita asioita ovat olleet muiden helsinkiläisseurojen katoaminen pääsarjatasolta ja Helsingin vilkkaan muuttoliikkeen sekoittama väestöpohja. HJK:n pelatessa 1998 mestareiden liigaa, seuran takana oli jo lähes koko Suomi. Seuran alkuperäinen kannattajajoukko tuli kuitenkin Töölöstä ja siellä seuran toiminta on aina myös pyörinyt. (HJK wikipedia)

7.6. JALKAPALLOPELIT

Aiheena pöytäjalkapallopeli. Peliukkeleina HJK:n legendaariset pelaajat Aulis Rytkösestä Mika Kottilaan..



HJK TABLESOCCER
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/ba/Fussball_Player.JPG

7.7. KAI PAHLMAN

Kai Pahlman tunnettiin viihdyttävänä henkilönä niin kentällä kuin sen ulkopuolellakin. ”Kaitsun” kiertainen banaanipotku oli vastustajan kauhu. HJK:n ja suomalaisen jalkapalloilun Hall of Fameen kuuluva legenda paukutti kaikkien aikojen toiseksi eniten maaleja sm-tasolla, 1956–1972 288 ottelussa kaikkiaan 191 maalia. Sörkän Sibeliukseksikin kutsuttu viihdyttäjä oli myös huippuluokan muusikko, joka säästi monia Suomessa vierailleita maailmanluokan Jazztähtiä. (Atik Ismael 2006)

KAI PAHLMAN



BANANAMAN

KAI PAHLMAN

<http://img.yle.fi/urheilu/jalkapallo/article6540425.ece/ALTERNATES/w960/15+Kai+Pahlman.jpg> 19.4.2014

7.8. MAALAUUS

Itäkatsomossa on kaksi isoa pintaa joille on tarkoitus tehdä koko seinän kokoiset jalkapalloaiheiset graffitit. Itäkatsomojen isojen pintojen ollessa aaltopeltiä, päätimme päällystää ne vanerilevyillä. Tällöin graffitit päästiin maalaamaan tasaiselle pinnalle. Levyjen ansiosta graffitit ovat myös vaihdettavissa. Kolmas Itäkatsomon graffitin paikka on katsomon takaosan eteläpuoleisessa päädyssä. Eteläpäädyssä maalaus onnistui suoraan betonille. Ennen kauden alkua toteutettiin kaksi viidestä suunnitellusta graffitista.

Reilu viikko ennen Veikkausliigakauden alkua sain ensimmäiset sketsit graffiteista. Aleksin Ahjopalo oli valinnut itsellensä aiheeksi Töölön ja Klubin.

Martin Martonen valitsi aiheekseen oldschoon henkisen jalkapalloilijan ja tekstiksi wildstyle tyylliset ”FORZA” -graffitin. Wildstyle on erityinen graffitikirjoitustyyli, joita muiden kuin graffititaiteilijoiden on vaikea hahmottaa. Wildstyle piissee ja pidetään graffitien monimutkaisimpana muotona. Wildstyle graffitiin kirjaimet ”forza” tulevat Italiasta tarkoittavat voimakkuutta ja valtaa. Forza HJK niminen fan club on kannustanut Klubia ja luonut tunnelmaa HJK:n peleissä vuodesta 1999, he ovat ehdottomasti oman graffitinsa ansainneet. (www.forszahjk.yhdistysavain.fi)



SEINÄT JOTKA MAALATTIIN ENNEN JALKAPALLOKAUDEN ALKUA
Antti Sepponen 2014



Prosessikuva
Antti Sepponen 2014



Prosessikuva
Antti Sepponen 2014



Prosessikuva.
Antti Sepponen 2014



Valmis graffiti
Antti Sepponen 2014



ITÄKATSOMO <https://www.youtube.com/watch?v=90bwtuvCIAM>



Eteläpääty <https://www.youtube.com/watch?v=GMm7EWciShY>

Kuvasin valokuvaaja Antti Sepposen kanssa timelapse videot graffitien maalaamisen edistymisestä. Latasimme videot jo samana iltana Youtubeen, josta ihmiset pääsivät heti ihmettelemään Sonera Stadiumin tuoreimpia tapahtumia. Myös HJK:n twitter tili @hjkhelsinki twiittasi aktiivisesti maalaamisen edistymistä. Pian kuvat upeista graffiteista kiersivät jo Instagramissa ja Twitterissä.

Lainaus käyttäjältä: Bacchus - 5. Huhtikuuta 2014 klo 13:22:35

Onko tää nyt itäkatsomon alla?



Tämä löytyy Itäkatsomon alta, hieno 🙌

istään koristeus ohjelmassa?
<https://twitter.com/hjkelsinki/status/452373107899971584/photo/1>

Tää on kyllä älyttömän hieno juttu 🙌 Kunhan vain maalaukset ovat tyylikkääitä ja mikseivät olisi kun ammattinmiehet ovat asialla.

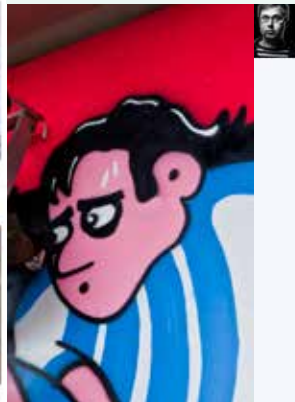
Koristele edistyy. <https://twitter.com/hjkelsinki/status/452387218095906336/photo/1>

Siis en tiedä mihin kohtaan tämä on tulossa. Pitää käydä kävelemässä ympäri tänään.

HJK Helsinki @hjk Helsinki · 5. huhtikuuta
Istään, mutta varmasti huoneesta kaikki on väärässä. #HJK #veikkausliiga #veikkoliiga #veikkoliiga #veikkoliiga pic.twitter.com/0gqulZetJKA



HJK Helsinki @hjk Helsinki · 5. huhtikuuta
Tässä se istään... #HJK #veikkoliiga pic.twitter.com/F4jwvWJa3



HJK Helsinki @hjk Helsinki · 5. huhtikuuta
Tästä tää itäkatsomossa, tuomenna kerralla. #veikkoliiga #veikkoliiga pic.twitter.com/VZ2p1wVU4



Laajena · Vastaa · Uudelleentwiittaa · Suosikki · Lisää

HJK Helsinki @hjk Helsinki · 5. huhtikuuta
26 korttia esillä #HJK #veikkoliiga #veikkoliiga pic.twitter.com/VWVY5agYU8



HJK Helsinki @hjk Helsinki · 5. huhtikuuta
HJK #veikkoliiga #veikkoliiga #veikkoliiga pic.twitter.com/0gqulZetJKA

an twi...

On se komea! #klubi @hjkelsinki #veikkausliiga pic.twitter.com/dG9a9imGI4



Laajena · Vastaa · Uudelleentwiittaa · Suosikki · Lisää

KUVAT GRAFFITEISTÄ LEVISIVÄT NOPEASTI TWITTERISSÄ.

<https://twitter.com/hjkelsinki>

<http://futisforum2.org/index.php?topic=82078.0>

8. SONERA STADIUMIN KUVAMAAILMA

Stadionin sisä- ja ulkotiloissa on paljon tyhjiä seinäpintoja. Näitä pintoja koristamalla on mahdollisuus tehdä stadionista viihtyisämpi ja tuoda HJK:n historiaa tyylittävästi esiin. Kehitin kolme erilaista tapaa hyödyntää valokuvakuvia stadionilla.

Valmistin myös 27 sivuisen kuva ohjeistuksen HJK:lle. Manuaalissa käy ilmi kuinka stadionin kehitystä HJK voi jatkaa itse noudattaen jo luotua linjaa. Ohjeistuksessa on myös maalareille jatko-ohjeita kuinka maalata seiniä stadionin sisä ja -ulkotiloissa.

8.1. VÄRIT

Stadionille tehtävien kylttien, opasteiden ja muiden mahdollisten teosten värimaailman on oltava yhtenäinen ja niiden on tunnistettava HJK:n värejä. Väriarvot tulevat suoraan HJK:n graafisesta ohjeistuksesta.

HJK perustettiin vuonna 1907, silloin pelipaidan väriksi valittiin valkoinen, shortsit ja sukat olivat mustat. Sinivalkoraitaisiksi pelipaidat vaihdettiin jo muutaman vuoden kuluttua 1909. Sininen ja valkoinen oli kannanotto suomalaisuuden puolesta.

SININEN

PANTONE 286
CMYK: 100 – 75 – 0 – 0
RGB: 0 – 57 – 166
WEB: 0039a6

Kuvateksti sinisellä

KELTAINEN (TÄHTI 2)

PANTONE 116
CMYK: 0 – 20 – 100 – 0
RGB: 255 – 204 – 0
WEB: ffcc00



8.2. TYPOGRAFIA

HJK on käyttänyt mainoksissaan ja tiedotteissaan jo vuosia TRADE GOTHIC kirjaintyyppiä. Sonera Stadiumilla tehtävissä muutoksissa, kuten mestaruuspylväissä ja katsomonumeroinneissa käytän HJK graafisesta ohjeistuksen mukaan TRADE GOTHIC BOLD CONDENSED NO. 20 kirjaintyyppiä. Leipätekstissä leikkausta: TRADE GOTHIC BOLD CONDENSED NO.18.

OTSIKOT

TRADE GOTHIC BOLD CONDENSED NO.20

ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

abcdefghijklmopqrstuvwxyzääö

1234567890!"#€%&/()=?@£\$.:;,-

LEIPÄTEKSTIT

TRADE GOTHIC CONDENSED NO.18

ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

abcdefghijklmopqrstuvwxyzääö

1234567890!"#€%&/()=?@£\$.:;,-

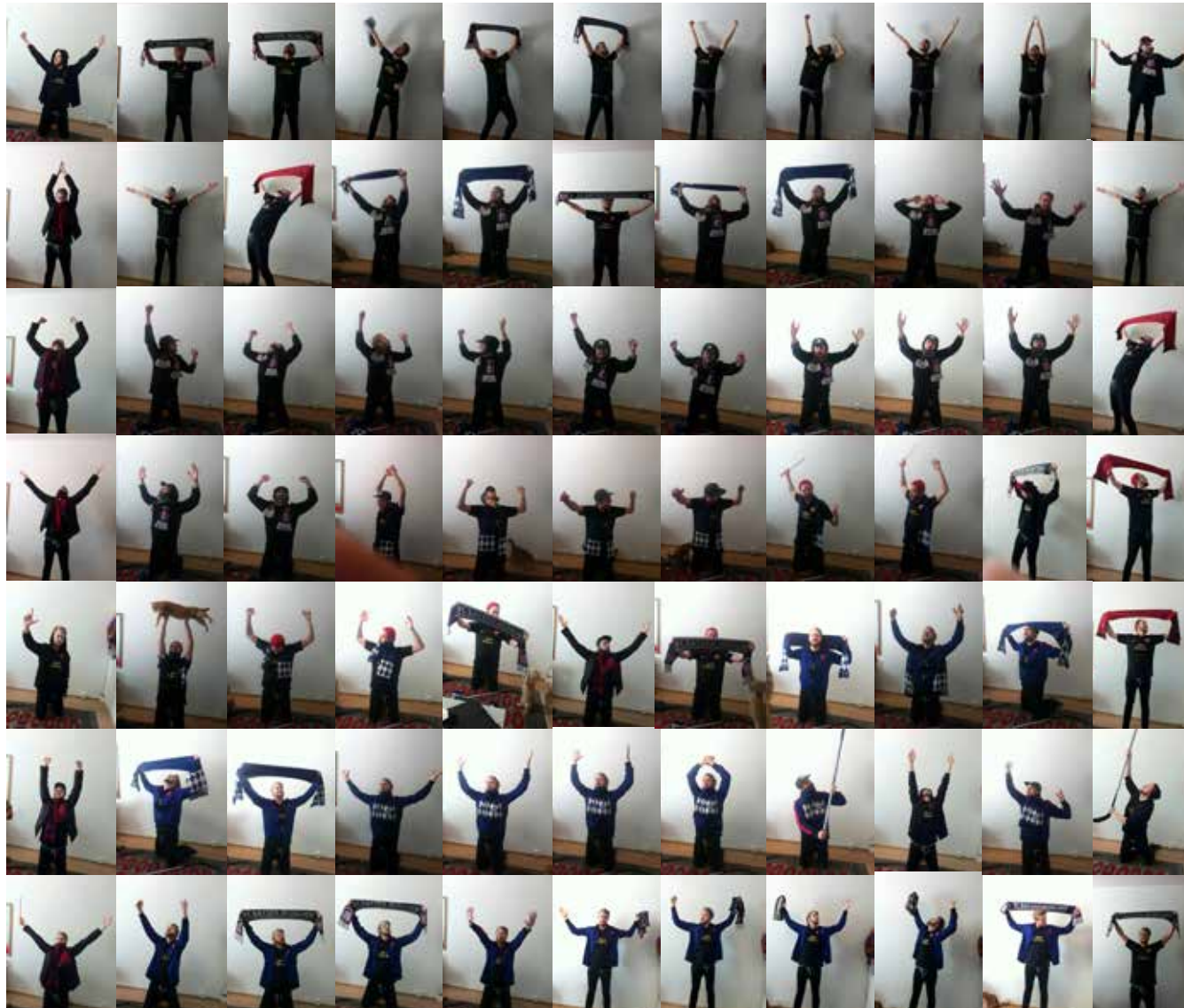
8.3. HJK SHOP & HJK OFFICE

HJK:n toimitilat muuttivat kauden alussa uusiin tiloihin stadionin yläkerrasta. Uudet toimitilat sijaitsevat Sonera Stadiumin katutasossa Urheilukadun puolella. Toimitilojen yhteyteen avataan myös HJK:n fanikauppa. Ikkunateippauksia suunnitellessani otin huomioon läpinäkyvyyden sisätiloihin, varsinkin kauppaan on hyvä nähdä sisälle, jotta tuotteita voi ihailia kaupan ollessa suljettunakin. Ikkunoiden tulee myös toimia näyteikkunoina fanituotteille.

Ikkunat ulottuvat sen verran matalalle että sisäpuolella olevat lämpöpatterit kurkistavat ikkunan alareunasta. Tätä varten suunnittelin ikkunan alareunaan silhuetin juhlivasta kannattajajoukosta peittämään pattereita ja luomaan tunnelmaa ikkunaan.



UUSI HJK TOIMISTO JA FANIKAUPPA ILMAN IKKUNATEIPPAUKSIA.
Taneli Okkonen 2014



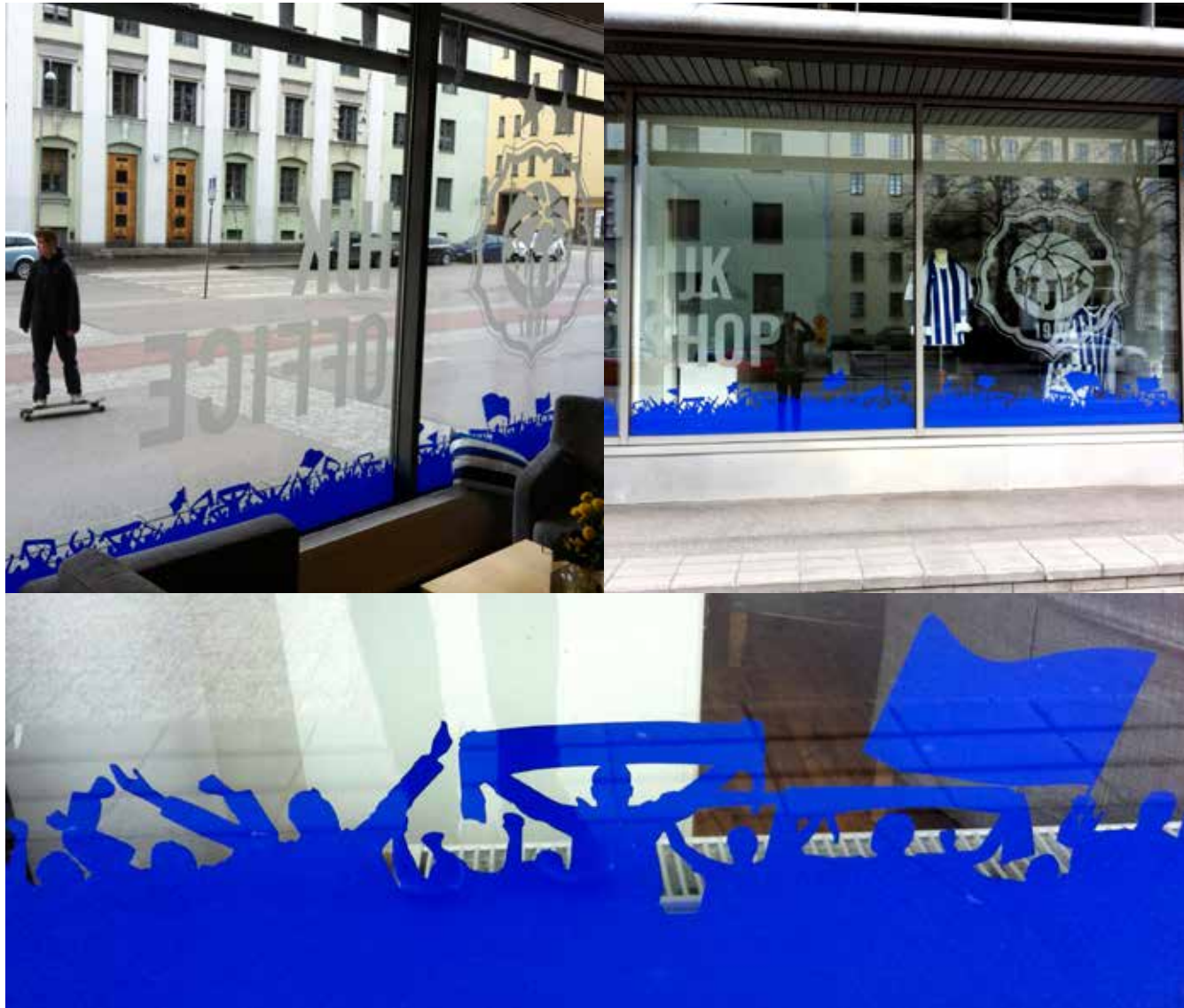
TEIN SILHUETIN IKKUNAAN OIKEIDEN KUVIEN POHJALTA.
Iina Koskikallio 2014



VALMIITA SILHUETTEJA.
Taneli Okkonen 2014



TEKNINENPIIRRUSTUS JOIDEN POHJALTA DMP TOTEUTTI IKKUNA TEIPPAUKSET.
Taneli Okkonen 2014



TEIN SILUETIN IKKUNAAN OIKEIDEN KUVIEN POHJALTA.

Taneli Okkonen 2014

8.4. HETKIÄ KLUBIN HISTORIASTA

Uusi HJK shop valmistui myös liigakauden kynnyksellä. Uuteen liikkeeseen suunnittelin henkeä luomaan hetkiä HJK:n historiasta kuvasarjan. Kahlasin läpi satoja vanhoja valokuvia HJK:n historiasta. Talvisodassa kaatuneen HJK ja Suomen maajoukkueelaaja Antero Rinteen valokuvaalbumeista löysin varsin harvinaisia kuvia. Poimin mielenkiintoisimmat, joista historia taulut toteutettiin. Sain kuvia käyttöön HJK:n legendaariselta pelaajalta ja nykyiseltä joukkueenjohtajalta Markku Peltoniemeltä, käytössäni oli myös palloliiton hovikuvaajan Jussi Eskolan kuvapankki.

Jokaisen kuvan tueksi tuli vuosiluku ja lyhyt teksti syventämään katsojaa kuvan tarinaan. Tekstit ovat lainauksia suureksi osaksi HJK:n historiasta kertovasta Helsingin jalkapalloklubi 100 vuotta -kirjasta. Kuvat kehystettiin tummiin kehyksiin ja asetettiin HJK kaupan seinälle.



HJK-LIVERPOOL 1-0

1982

Jalkapallomaailmaa hallinneen Liverpoolin kaatuminen Olympiastadionilla oli huikea suoritus, etenkin kun muistetaan, että kyse oli avausottelusta. Atik Ismailin pommi siivitti sinivalkoraidat upeaan voittoon. Vieraskentällä tuli sitten kylmää kyytiä (0-5), mutta yksittäisenä suorituksena Klubin voitto kuuluu kaikkien aikojen urotekoihin.



HETKIÄ KLUBIN HISTORIASTA SARJAN TAULU.
Markku Peltoniemi 2014

8.5. SIIRTYNEET PELAAJAT

HJK tunnetaan parhaana pelaajana näyteikkunana ulkomaille, vuosien menestyksen ja jokavuotisten europeliensä ansiosta. HJK:sta on siirtynyt lähes seitsemänkymmentä pelaajaa vuosien varrella ulkomaille pelaaja-ammattilaisiksi.

Ajatuksena oli että jokaisesta ulkomaille siirtyneestä pelaajasta tehtäisiin oma pieni taulu pelaajatunnelia edeltävään aulatilaan jonka läpi pelaajat kävelevät kentälle.

Kuvista koostuisi vaikuttava seitsemänkymmenen kuvan, joka vuosi kasvava mosaiikki. Kuvat olisivat kannusteena HJK:n pelaajille siitä kuinka kovalla työllä ja onnistumisilla voi päästä lähemmäs unelmiaan ja suurten liigojen viheriöitä. Suunnitellessani tätä mielessäni oli myös inhottavampi asia, se kuinka Pietarsaaren Jaron pelaajat kävelevät seinän ohi kentälle. Kateellisella katseellaan ihailien ulkomaille siirtyneitä sankareitaan. Jokainen heistä haluaisi sillä hetkellä syvällä mielessään vaihtaa Klubin siniraitapaidan yllensä ja vaihtaa leiriä Suomen parhaimpaan jalkapalloilijoiden näyteikkunaan.

Kuvat voidaan tulostaa joko pleksille tai paperille. Paperille tulostettaessa käytetään sinisiä kehyksiä, johon kuva asetetaan.



MEDO
HJK ★ FK PARTIZAN
2010



TEEMU
PUKKI
HJK ★ SCHALKE 04
2011



MIKAEL
FORSSELL
HJK ★ CHELSEA
1998



Kuulusimmat pelaajasiirrot voidaan toteuttaa suurempina tulosteina. Rikkomalla toistuva kuvio, seinä saadaan näyttämään mielenkiintoisemmalta.
<http://www.sporting-heroes.net/content/thumbnails/00115/11411-zoom.jpg>



Havainnekuva. Taulut seinällä ja käytävän alaosa maalattu siniseksi.
Taneli okkonen 2014

8.6. PELAAJAKOLLAASI

Suunnittelin myös HJK:lle tavaMustavalkoisessa kollaasissa voidaan samaan kuvaan yhdistää pelaajia ja tapahtumia eri vuosilta ja vuosikymmeniltä.



Mustavalkoisen pelaajakollaasin voi tehdä myös suoraan seinäpinnalle teipaten. Tällöin pelaajat rajataan irti kuvasta.



Esimerkkikuva.
Kuvat Jussi Eskola



Havainnekuva pelaajakollaasista toimiston seinällä. Taulu voidaan tulostaa joko peksille tai kankaiselle taulupohjalle.
Taneli Okkonen 2014

8.7. AITIOIDEN NIMEÄMINEN

Aitiot haluttiin saada persoonallisemmiksi ja erottumaan paremmin toisistaan. Ratkaisuksi tähän tarjosin että aitiot voidaan nimetä Klubin Hall of fame -pelaajien mukaan. Aitioiden oviin kyltit joissa pelaajan nimi ja aition numero. Kyltit teetetään esimerkiksi kiiltävästä pleksisästä ja leikataan Klubin logon muotoon.



9. ARVIOINTI

Opinnäytetyössäni pääsin syventymään Suomen suurimman ja menestyneimmän jalkapalloseuran ja sen stadionin toimintaan. Pääsin myös oppimaan faneille suunnatusta muotoilusta ja kulttuurista. Tutustuin tuottajana ja muotoilijana kuinka eri puolella maailmaa stadioneita on parannettu taiteellisin ratkaisuin. Aihevalintani tukee vahvasti henkilökohtaista päämäärääni jatkaa uraani muotoilijana urheilumarkkinoinnin parissa.

Olen erittäin tyytyväinen miten projekti on lähtenyt käyntiin Sonera Stadiumilla. Projektin tuotoksia konkretisoidaan stadionille pitkin tulevaa kesää, joten seuran kannattajat saavat ilahtua vielä monta kertaa.

Tämän projektin kautta sain entistä laajemman kuvan urheilumarkkinoinnista ja tunnen kehittyneeni muotoilijana niin teknisesti kuin identiteetiltäni. Koen olevani vahvasti ryhmätyöskentelijä, mutta olen löytänyt itselleni myös sopivia tapoja työskennellä itsenäisesti. HJK:n markkinoitijohdon kanssa tekemäni tiiviin yhteistyön ansiosta sain myös varmuutta omaan esiintymiseeni ja esityksien rakenteen hallintaan. Tunnen onnistuneeni työssäni hyvin, sillä ulkopuolisilta ja HJK:n kannattajilta saamani palaute on ollut erittäin positiivista.

Olen todella kiitollinen HJK:lle ja Intohimotoimisto Cassiuk-selle että pääsin toteuttamaan unelmieni projektia. Projekti näytti HJK:lta hienoa rohkeutta ja viesti seuran luovuudesta ja avoimesta suhtautumisesta uusiin ja erilaisiin muotoiluratkaisuihin.

Opponoiija:
Roosa Riski

Opinnäytetyön ohjaajat:
Antti Tuominen
Hermann Kanerva
Noora Nylander

Toimeksiantaja:
HJK
Intoihimotoimisto Cassius

LÄHTEET

Kirjallisuus

Seppo Aalto, Erkki V. Lehtola, Esa Sulkava, Allan Tiitta (2007)
Helsingin jalkapalloklubi 100 vuotta tähtien tarina, WSOY

Bernard Lions (2013)
1000 jalkapallopaitaa, Nemo

Rick Banks, Sheridan Bird (2013)
Footballtype, Football Foundation

Atik Ismael (2006)
Klubin kundit - 20 vuotta koukussa, Lamplite

Yrjö Lautela, Göran Wallen (2007)
Rakas jalkapallo, Sata vuotta suomalaista jalkapalloa, Teos

Satu Lindroos, Göte Nyman, 3 Katja Lindroos (2007)
Kirkas Brandi, WSOY

Johanna Nordling (24.4.2014)
Urheilusanomat, Sanoma

Internet

Arsenal.com

Ilme.fi

Sankt Pauli
www.fcstpauli.com/home/news

Stefan Milder design
http://www.stefanmildner.com/work_chapel.html

<http://www.welt.de/regionales/hamburg/article2862636/Eine-sakrale-Loge-fuer-die-Pilger-des-FC-St-Pauli.html>

Futisforum2
<http://futisforum2.org/index.php?topic=82078.3425>

G0000000L
https://www.facebook.com/groups/223167047715797/763311320368031/?notif_t=group_activity

www.theguardian.com/football/2009/aug/24/portsmouth-feel-march-arsenalisation

City-Lehti
www.city.fi/ilmiot/katutaiteilija+jani+tolin/4847

Iltasanomat
<http://www.iltasanomat.fi/khl/art-1288662472045.html>

<https://twitter.com/hjkhelsinki>

(www.forszahjk.yhdistysavain.fi)

www.cassius.fi

