

Marko Nikula

Höyrylaivasatamasta tapahtumatoriksi

Mustanlahden Tapahtumasataman tapahtumatuotannon
kehittämislinjaukset

Opinnäytetyö

Syksy 2010

Kulttuurialan yksikkö

Kulttuurituotannon koulutusohjelma
Sosiokulttuurisen työn suuntautumisvaihtoehto



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Kulttuuriala

Koulutusohjelma: Kulttuurituotannon koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Sosiokulttuurisen työn suuntautumisvaihtoehto

Tekijä: Marko Nikula

Työn nimi: Höyrylaivasatamasta tapahtumatoriksi – Mustanlahden Tapahtumasataman tapahtumatuotannon kehittämislinjaukset

Ohjaaja: Jussi Kareinen, Jari-Matti Lintala

Vuosi: 2010

Sivumäärä: 33

Liitteiden lukumäärä: 2

Opinnäytetyössä tarkasteltiin, miten tapahtumatuotannon osa-alueita tulisi kehittää Mustalahdessa. Tämän lisäksi työssä tarkasteltiin ongelmakohtia, ja tarjotaan työkaluja ja ratkaisuja niiden minimoimiseksi ja poistamiseksi.

Työ koostuu teoriaosuudesta, jossa käsitellään Mustanlahden Tapahtumasataman tapahtumatoimintaa nykypäivänä, kehittämislinjauksista, jossa tarjotaan työkaluja toiminnan kehittämiseksi ydinliiketoimintaa eli ravintolatoimintaa tukevaksi toiminnaksi. Työ päättyy pohdintaosuuteen, jossa tutkitaan työn tuloksia, kulttuurikenttää yleisellä tasolla ja omaa ammatillisuutta.

Oppinnäytetyön aineistona käytettiin seitsemän tapahtumatuotannon ammattilaisen haastatteluja, jotka ovat työskennelleet eri tapahtumatuotannon osa-alueilla Mustanlahden Tapahtumasatamassa.

Haastatteluaineistosta selvisi, että Mustanlahden Tapahtumasataman tapahtumatuotannossa on kehitettävää muun muassa aikataulutuksessa, ohjelmistosuunnittelussa, markkinoinnissa ja tiedotuksessa. Tapahtumatuotannolliset haasteet ovat kuitenkin ratkaistavissa, tai ainakin minimoitavissa hyvin pienillä ja selkeillä loogisilla ratkaisuilla.

Avainsanat: Tapahtumatuotanto, kehittäminen,

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: Department of Culture and Design
Degree programme: Cultural Management
Specialisation: Socio-Cultural work

Author/s: Marko Nikula

Title of thesis: From steamboat harbor to eventsquare – Development thoughts of event production for Mustanlahden Tapahtumasatama

Supervisor(s): Jussi Kareinen, Jari-Matti Lintala

Year: 2010

Number of pages: 33

Number of appendices: 2

In the thesis I researched how different parts of event production can be developed in Mustanlahden Tapahtumasatama. In addition to this I researched the challenges and problems of event production in Mustalahden Tapahtumasatama and offer tools and answers to minimize those problems.

The thesis consists of theory part in which I process how event production is done in Mustalahden Tapahtumasatama nowadays. It also includes a development thoughts for future which include tools to develop the production management to support the economic activity which is to run a restaurant activity. The thesis ends to a pondering part where I research the outcomes of the thesis, the cultural field in an inexact level and my own professionalism.

As the Material of the thesis I used seven interviews from professionals in cultural field who have worked in different worktasks in Mustanlahden Tapahtumasatama.

The material shows that there are many things to develop in event production in Mustanlahden Tapahtumasatama: In scheduling, in repertoire scheme, in marketing and in publicity. The event productional challenges are although soluble, or atleast are able to be minimized, with very small and clear logical solutions.

Keywords: Event production, development

SISÄLTÖ

OPINNÄYTETYÖN TIIVISTELMÄ.....	2
THESIS ABSTRACT.....	3
SISÄLTÖ.....	4
KÄYTETYT TERMIT JA LYHENTEET.....	5
1 JOHDANTO.....	6
2 TAUSTAA.....	8
2.1 Mustanlahden alueen historiaa.....	8
2.2 Nykytilanne.....	8
3 TAPAHTUMATUOTANTO MUSTALAHDESSA.....	11
3.1 Tapahtumatuotannolliset tavoitteet.....	11
3.2 Aikataulutus.....	12
3.3 Ohjelmistosuunnittelu.....	13
3.4 Markkinointi ja tiedotus.....	14
3.5 Ääni – ja valosuunnittelu.....	15
4 TAPAHTUMATUOTANNON KEHITTÄMINEN.....	16
4.1 Aikataulutus.....	16
4.2 Ohjelmistosuunnittelu.....	18
4.3 Markkinointi ja tiedotus.....	23
4.3.1 Markkinointi.....	23
4.3.2 Tiedotus ja sosiaalinen media.....	26
4.4 Ääni – ja valosuunnittelu.....	28
5 POHDINTA.....	30

Käytetyt termit ja lyhenteet

- Markkinointiviesti** Viesti, jota markkinoinnilla pyritään näyttämään ulospäin, ja jolla pyritään saamaan valittu kohde kiinnostumaan viestin sisällöstä.
- Kohderyhmä** Ryhmä ihmisiä, joilla on joko sama kiinnostuksen kohde tai vaikkapa sama ammattikunta. Esimerkiksi musiikkialan toimijat voivat olla kohderyhmänä vaikkapa musiikkimessuille.
- Sosiaalinen media** Vuorovaikutteinen media. Esimerkiksi Facebook, Twitter, Myspace yms.
- Viivelinja** Joukko kaiuttimia jotka ovat keinotekoisella viiveellä sovitettu etäisyyden vuoksi luonnolliseen viiveeseen.

1 JOHDANTO

Suomi on tuhansien tapahtumien ja tapahtumapaikkojen maa. Kulttuurillisten elämyksien helppo, nopea ja paikallinen saatavuus on tekemässä tapahtumatuotannosta yhä enemmän kilpailutettua. Tapahtumaorganisaatiot toimivat yhä enemmän yritysten kaltaisesti alati kasvavien taloudellisten paineiden johdosta. Suurin osa tapahtumaorganisaatioista on yhä toki voittoa tavoittelematon yhdistys, mutta tapahtumien ja tapahtumapaikkojen eloonjäämistäistelu on kasvanut viime vuosien aikana yhä kiivaammaksi.

Tapahtumatuotannon tuominen paikkaan missä sitä ei juurikaan ole koskaan ennen ollut on todella haastavaa. Ihmiset tottavat selkeisiin kaavoihin, joissa asiat ilmenevät aina jollakin tietyllä tavalla. Kaavan rikkominen aiheuttaa usein epätietoisuutta ja epäröintiä. Mustanlahden Tapahtumasatama on Tampereella, Särkänniemen välittömässä läheisyydessä toimiva sesonkipaikka, joka tarjoaa ihmisille kesäisin suuren määrän kulttuuritapahtumia. Tapahtumatuotannon ohessa alueella pyritetään ravintolatoimintaa á la carte ravintolan ja kahvilan tavoin. Ravintolatoiminta Mustalahdessa on jotakuinkin tuttua jo vuosien takaa, mutta tapahtumatuotanto on alueella vielä uusi ja vakiintumaton käsite.

Opinnäytetyön tutkimusongelmana, eli pääkysymyksenä on: Kuinka Mustanlahden Tapahtumasataman tapahtumatuotantoa voitaisiin kehittää, ja kuinka sen tapahtumatuotanto saataisiin tehokkaasti tukemaan sen ydinliiketoimintaa, eli ravintolatoimintaa. Työssä kartoitetaan tapahtumatuotannon haasteita Mustalahdessa ja pyritään minimoimaan sekä poistamaan niitä.

Opinnäytetyö tehtiin tilaustyönä Tampereen Satamaravintolat Oy:lle, joka hallinnoi Mustanlahden Tapahtumasataman toimintaa. Työn aineistona käytettiin Mustanlahden Tapahtumasataman kanssa eri rooleissa toimivien alan ammattilaisten haastatteluja. Työtä varten haastateltiin toimitusjohtajaa, markkinointijohtajaa, ohjelmistojohtajaa, tiedottajaa, tuottajaa,

äänentoistohenkilökuntaa, Tampereen Kaupungin edustajaa sekä artistia. Opinnäytetyössä esiintyvät sisennykset ovat suoria lainauksia haastatteluaineistosta. Haastattelukysymykset ovat opinnäytetyön lopussa liitteenä (Liite 1, haastattelukysymykset)

Kiinnostukseni opinnäytetyöni aihetta kohtaan on peräisin hyvin yksinkertaisesta asiasta. Olen työskennellyt Mustanlahden Tapahtumasataman ohjelmistokoordinaattorina kevästä 2010 lähtien ja täten nähnyt kuinka tapahtumatoimintaa Mustalahdessa pyritetään. Kulttuurituotannon opiskelijana sekä alalta saamallaani työkokemuksella pystyin toteamaan, että minulla olisi paljon annettavaa Mustanlahden tapahtumatuotantoon ja toiminnan kehittämiseen.

Ennen Mustanlahden Tapahtumasatamassa työskentelemistäni olen toiminut muun muassa Kaustinen Folk Music Festivalin tuotantoassistenttina vuosina 2008 ja 2009, joten omaan myös laajan tietotaidon suuresta festivaalituotannosta. Tapahtumatuotanto on erittäin haastava ja alati muuttuva ala, jonka parissa toivon työskenteleväni myös tulevaisuudessa.

Tämä opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta, haastatteluaineiston analyysistä sekä johtopäätöksistä, ja päättyy pohdintaan. Teoriaosuus koostuu Mustanlahden tapahtumatoiminnan aluekohtaisista kuvauksista; aikataulut, ohjelmistosuunnittelu, markkinointi ja tiedotus ja ääni- ja valosuunnittelu. Haastatteluaineiston analyysissä perehdytään tapahtumatoiminnan kehitysideoihin ja esitellään vaihtoehtoisia toimintatapoja. Pohdintaosuudessa käsitellään johtopäätöksiä ja analysoidaan kehitysmahdollisuuksia, sekä pohditaan omaa ammatillista osaamista ja kulttuurikenttää yleisellä tasolla.

2 TAUSTAA

2.1 Mustanlahden alueen historiaa

Nykymuotoinen Mustanlahden satama on jo miltei satavuotias ja sijaitsee Tampereella, Näsijärven rannalla. (Liite 2, kuva alueesta) Ensimmäisiä laiturintapaisia rakennelmia Mustalahden rakennettiin jo 1830-luvulla. Sataman alue käsittää kaksi lahtea, Mustalahden ja Kortelahden, joiden väliselle alueelle rakennettiin oluttedas vuonna 1856.

Varsinaisesti satama-alue muotoutui vasta 1900-luvun alussa, kun Mustalahden oluttedas lopetti toimintansa. Silloin sen päätoiminnaksi muodostui puutavaran kuormaaminen. Vuonna 1916 Mustalahden perustettiin keisarillinen Satakunnan laivasto, ja se toimi osana Venäjän puolustussuunnitelmaa, jolla varauduttiin saksalaisten mahdolliseen maihinnousuun Suomessa. Laivaston sotilaallinen merkitys oli kuitenkin olematon.

Näsijärven laivaliikenne vilkastui ensimmäisen maailmansodan jälkeen. Usko höyrylaivoihin sai kuitenkin kovan kolauksen, kun höyrylaiva Kuru upposi Siilinkarin edustalla, ja vei 138 ihmisen hengen. Toisen maailmansodan jälkeen laivaliikenne koki uuden nousukauden Näsijärvellä, joka kuitenkin hiipui nopeasti autokannan uudistumisen ja polttoaineen paremman saatavuuden seurauksena. Viimeinen puutavarakuorma purettiin Mustalahdessa vuonna 1963. (Niemelä, 2005-2006.)

2.2 Nykytilanne

Mustalahden alueella sijaitsee kahvila ja ravintola. Alueella onkin viime vuosien aikana toiminut useita eri ravintola-alan yrittäjiä. Suurimpana syynä yrittäjien vaihtuvuuteen on ollut toiminnan huono menestys. Vuodesta 2009 lähtien ravintolatoiminnan pyörittämistä on hallinnoinut Tampereen Satamaravintolat Oy.

Edellisten yrittäjien huono menestys on oletettavasti johtunut siitä, että he ovat pyörittäneet Mustalahdessa ainoastaan ravintolatoimintaa, jonka tarjonta ei ole ollut poikkeavaa Tampereen keskustan ravintolatarjonnasta. Mustanlahden sijainti edellyttää niin ravintolatoiminnalta kuin tapahtumatuotannoltakin vaihtoehtoisuutta. Kun alue sijaitsee hieman keskustan ulkopuolella, on Mustalahdessa pystyttävä tarjoamaan jotakin, mitä ei keskustasta ole saatavilla.

Pelkän ravintolatoiminnan pyörittäminen alueella ei myöskään luo vaikutetta, että alueella on elämää, sillä silloin siellä ei ole luonnollista ulospäin näkyvää asiakasvirtaa. Tämä saattaa johtaa siihen, että monet eivät edes ole tietäneet paikan toiminnasta tarpeeksi.

Uuden yrittäjän valintaprosessissa mukana ollut Tampereen kaupungin toimistoinsinööri Anne Karinen kertoo, että tärkein kriteeri uuden toimijan valinnassa oli ravintolatoiminnan pyörittämisen ohessa alueen elävöittäminen. (Karinen, A. 20.10.2010.)

Tampereen Satamaravintolat Oy:n tarjouksessa oli valmiiksi selviä teemoja koskien tapahtumatuotantoa ja alueen kokonaisvaltaista hyödyntämistä. Ennen kesää 2009 alueelle rakennutettiin tanssipaviljonki tukemaan tapahtumatuotannon tavoitteita. Tampereen Satamaravintolat Oy:n tavoitteena ei ole tehdä voittoa tapahtumilla, vaan tapahtumatuotannon ensisijaisena tarkoituksena on nimenomaan alueen elävöittäminen. (Mäkelä, P. 13.10.2010.)

Mustanlahden alue on tamperelaisille erittäin tärkeä osa kaupunkia. Kaupunkilaiset ovatkin ilmaisseet viime vuosien aikana turhautumistaan alueen heikkoa hyödyntämistä kohtaan. Karisen (2010) mukaan tästä syystä Tampereen kaupunki pitää tärkeänä alueen elävöittämistä. Nykyisen yrittäjän aikana kaupunkilaisten suhtautuminen aluetta kohtaan on ollut paljon positiivisempaa. Ravintolatoimintaa on kehitetty, ja tapahtumatuotanto on tuonut suuren lisän alueen kansikuvaan.

Tampereella on kaivattu toimivaa satamaravintolatunnelmaa jo vuosia. Näsijärven ja Pyhäjärven ympäröimänä sitä luulisi Tampereella riittävän. Näin ei kuitenkaan

ole ollut. Pyhäjärvellä toimiva aktiivinen reittiliikenne toki tuo Tampereelle veden läheisyyden tuomaa tunnelmaa, mutta satamaravintolaelämä on Tampereella ollut vähäistä.

Satamapaikkoja alueella on kuitenkin paljon. Niistä osa on varattu reittiliikenteelle, jota pyritäänkin herättämään henkiin alueella. Suuri osa reittiliikennelaivoista tekee liikennettä niin sanotusti tilauksesta ja vain Tarjanne kulkee Mustalahdesta Näsijärvelle säännöllisesti. Alueella sijaitsee myös satamapaikkoja viranomaisveneille. Suurin osa satamapaikoista on kuitenkin yksityisten henkilöiden käytössä.

Mustanlahden Tapahtumasataman muodostavat Kahvila Korte, A la carte Ravintola Kaisla, Tanssipaviljonki Reuhari sekä Kahvila Kortin vieressä sijaitseva torialue, Ankkuritori, joka on saanut nimensä sen kohdalla asfalttiin painetusta ankkurin kuvasta, joka on nähtävissä kokonaisuudessaan esimerkiksi Näsinneulasta. Kokonaisuudessaan Mustalahden alue vetää noin 6000 henkeä. Käytännössä tämä siis mahdollistaa suurempienkin tapahtumien tuottamisen alueelle. Tapahtumasatama on nykyisessä muodossaan toiminut keväästä 2009 lähtien. Alueen tapahtumakaudeksi voidaan määrittää touko- elokuu. Tänä aikana tapahtumatarjonta on laajimmillaan heinä- elokuussa.

Mustanlahden Tapahtumasatamaan investoitiin paljon rahaa kevään 2010 aikana. Työ tuotti tulosta, sillä yrittäjien odotukset kävijämäärästä täyttyivät. Yrittäjät kiittelivät myös Tampereen kaupungin tiivistä mukana oloa. (vasara, P. 2010.)

Vuosaran (viitattu 18.11) mukaan nykyinen Mustanlahden Tapahtumasataman omistajaryhmä on onnistunut mallikkaasti elvyttämään alueen toimintaa. Hän kertoo sataman olleen aikoinaan kaupunkilaisille todella tärkeä illanviettopaikka, ja toteaa sen olleen kauan häpeällisessä maineessa. Vuosara kehottaa Tamperelaisia löytämään paikan ja arvostamaan mm. sen ennakkoluulotonta ja monipuolista ohjelmatarjontaa.

3 TAPAHTUMATUOTANTO MUSTALAHDESSA

3.1 Tapahtumatuotannolliset tavoitteet

Tampereen Satamaravintolat Oy:n tapahtumatuotannollisten tavoitteiden lähtökohtana on tehdä Mustalahdesta koko kansan tapahtumasatama, joka olisi olennainen osa Tampereen kesäelämää. Tarkoituksena ei ole tuottaa vain kertaluontoisia tapahtumia, vaan luoda teemoitettuja tapahtumakokonaisuuksia, jotka toistuvat vuosittain luoden vakiintuneisuutta (Mäkelä, P. 2010). Mielestäni sesonkipaikan haasteena on palauttaa ihmisten mieleen toiminnan olemassaolo. Käytännössä ihmisten tietoisuuteen on tehtävä markkinointihyökkäys joka kevät suurella volyymilla, jotta asiakasvirrat pystytään synnyttämään uudelleen. Tämä on itsessään haaste jo pelkälle ravintolatoiminnalle, mutta se moninkertaistuu tapahtumatuotannossa, koska Mustalahdessa tapahtumatuotanto on ihmisille jotakuinkin uusi ja vakiintumaton käsite.

Suomen kesän, ja näin myös Tampereen kaupungin runsas tapahtumatarjonta asettaa toiminnan vakiinnuttamiselle myös omat haasteensa. Aikataulutuksen alueen muiden tapahtumien mukaan on toiminnan jatkuvuudelle elintärkeää. Ohjelmistosuunnittelussa on otettava huomioon muiden kaupungin tapahtumien tarjonta, jotta ihmisille pystytään tarjoamaan jotain uutta ja mielekästä. Suomen kesän tapahtumatarjonnan laajuus ja helpostilähestyttävyys voi myös koitua nykypäivänä monen festivaalin turmioksi luoden tapahtumatuotannosta jatkuvasti enemmän bisnesmäistä ja ylikilpailutettua, jossa suuret menestyvät ja heikot menehtyvät. Mielestäni tämä tapahtumatuotannon murros avaa uusia ovia pienen budjetin tapahtumille, jotka voivat mahdollisesti tarjota taiteellisesti monipuolisempaa ja mielenkiintoisempaa ohjelmaa, kun suuret tapahtumat alkavat yhä enemmän muistuttaa toisiaan ja samaa tuotetta tarjoavia kilpailijoitaan. Pienten tapahtumien järjestämisessä on elintärkeää pyrkiä tarjoamaan jotakin uutta ja erilaista jatkuvuuden takaamiseksi.

Mustanlahden sijainti tuo mukanaan paljon haasteita, mutta myös mahdollisuuksia. Särkänniemen välitön läheisyys luo alueelle luonnollista ihmisvirtaa, mutta asiakkaiden houkutteleva vakiintumattomaan tapahtumasatamaan on haaste, vaikka Mustalahtea ei Särkänniemen kilpailijaksi varsinaisesti voidakaan todeta. Sijainniltaan hieman keskustan ulkopuolelle sijoittuvan tapahtumasataman täytyy myös tarjota ihmisille jotain vaihtoehtoja keskustaan verraten, jotta asiakkaat saadaan lähtemään keskustan ulkopuolelle. Miljö ja tapahtumapaikan ainutlaatuisuus tekevät Mustanlahden Tapahtumasatamasta varteenotettavan tapahtumapaikan.

3.2 Aikataulukus

Suurin syy tapahtumatuoantollisiin haasteisiin Mustalahdessa on aikataulutuksen puuttuminen, tai epäonnistuminen sen noudattamisessa. Mielestäni tämä on aiheuttanut edellisinä kesinä runsaasti kiirettä, joka on johtanut siihen, että mihinkään tapahtumatuoannon osa-alueeseen ei ole pystytty panostamaan täydellä teholla. Nämä ongelmat ovat muodostaneet oravanpyörän, jota on ollut vaikea pysäyttää – ohjelmisto ei ole valmis tarpeeksi ajoissa, sitä ei ehditä markkinoimaan ja tiedottamaan tarpeeksi suurella volyymilla, eikä tapahtuman sisäisiin aspekteihin ole pystytty paneutumaan. Ongelma ei tietenkään esiintynyt kaikissa viime kesien tapahtumissa, mutta muotoili työskentelyn yleisilmeen kiireiseksi.

On tärkeää myös etsiä syytä aikataulutuksen puuttumiseen. Yksi suuri tekijä tähän on ollut toimijoiden vaihtuvuus viime kesinä. Samat asiat ovat olleet useiden ihmisten takana lyhyellä aikavälillä, eikä selkeitä vastuualueita tapahtumapuolella ole jaettu. Tämä on johtanut siihen, että toimijat eivät ole ehtineet luomaan työhönsä niin sanottua omaa tilaa ja tapaa toimia. Uuden työntekijän sisäänajaminen joka kevät vie aikaa ja resursseja, etenkin, kun sisäänajo on tapahtunut vaiheessa, jossa ohjelmiston kuuluisi olla jo valmis.

3.3 Ohjelmistosuunnittelu

Tapahtumapaikkana Mustanlahden Tapahtumatasama on monimuotoinen. Alueella sijaitsevassa Paviljongissa pystytään järjestämään keikkoja, jota Ravintola Kaislan suuri terassialue tukee. Pienimuotoisia keikkoja pystytään myös järjestämään Ravintola Kaislan sisätiloissa, mikäli sää ei ole suosiollinen. Lisäksi Mustanlahden alueella on mahdollista järjestää ulkoilmatapahtumia, mutta tätä mahdollisuutta on käytetty hyvin vähän viime vuosien aikana. Vähäiselle huomiolle on jäänyt myös teemallisten risteilyjen käyttö.

Valitettavasti sopivia aluksia ei ole ollut viime kesien aikana saatavilla. Asia on siinä mielessä vireillä, mutta tarvittaisiin vähän toisenlaista aluskantaa.

Ohjelmistosuunnittelu Mustalahdessa on viime vuosien aikana muodostunut seuraavista pääteemoista:

- Arkipäivisin ja/tai iltaisin pääsääntöisesti ilmaista kulttuurillista ohjelmaa, kuten esimerkiksi tanssi-iltamia, kokoontumisia yms.
- Viikonloppuisin pääsääntöisesti maksullista kulttuurillista ohjelmaa, kuten pienimuotoisia festivaaleja, keikkoja, teemallisia kokonaisuuksia yms.
- Vähintään yksi kuukausittainen ilmainen lasten tapahtuma.

Mustanlahden tapahtumakesän runkona tämä toimii mielestäni aivan mallikkaasti, sillä Mustalahtea pidetään enemmän ruokaravintolana, kuin vartenotettavana tapahtumapaikkana. Tämä johtaa siihen, että pääsymaksullisten tapahtumien järjestäminen myös arkipäivinä ei palvelisi Mustanlahden asiakaskuntaa. Yksi ohjelmistosuunnittelun haasteista Mustalahdessa onkin Ala Carte ravintolan ja pääsymaksullisten tapahtumien yhteensulauttaminen. Tämä varmasti tapahtuukin ajan kanssa, kun Mustalahti vakiinnuttaa paikkaansa myös vartenotettavana tapahtumapaikkana. Tämä vaatii kuitenkin selkeitä linjoja, kuten esimerkiksi sen, että maksulliset tapahtumat painottuvat viikonloppuihin. Ihmiset tottuvat selkeisiin kaavoihin.

Lisäksi Mustalahdessa on ollut viime kesien aikana jonkin verran ulkopuolisten tuottajien järjestämiä tapahtumia, johon Tampereen Satamaravintolat Oy on antanut tilansa käyttöön pyörittäen itse tapahtuman ohessa ravintolatoimintaa. Osa näistä tapahtumista on ollut kertaluontoisia maksullisia tapahtumia, ja osa viikoittain toistuvia ilmaisia tapahtumia, kuten esimerkiksi tanssiseurojen järjestämiä tanssi-iltoja. Tämä on hyvä tapa tuoda alueelle toimintaa ja kulttuuria ilman suurta lippuriskiä. On myös virkistävää, että kesän ohjelmisto saa tuulia myös ulkopuolisilta tuottajilta.

Aikataulullisesti ohjelmiston runko on ollut valmiina viime kesien osalta alkukevästä. Ohjelmistosuunnittelun aikataululliset ongelmat ovat johtuneet uuden toimijan työhönastumisen ajankohdasta. Itse astuin ohjelmistokoordinaattorin työhön Mustalahdessa viime kesänä huhtikuun alussa. Tässä vaiheessa ohjelmiston runko oli pikemminkin suunnitelmarunko, jossa selkeitä varmistettuja tapahtumia oli hyvin rajoitetusti. Osa ilmaisista tapahtumista oli sovittu kesän osalta, joten sitä ajatellen perusrunko oli kasassa. Työhön sisäänajaminen vei kuitenkin oman aikansa, ja äkkiä oltiin jo todella myöhässä maksullisten tapahtumien osalta. Kokonaisuudessaan viime kesää ei voi luonnehtia huonoksi, mutta toimintaan jäi paljon kehitettävää.

3.4 Markkinointi ja tiedotus

Mustanlahden markkinointi ja tiedotus on ollut pääsääntöisesti myöhässä johtuen ohjelmiston myöhäisestä valmistumisesta. Markkinointi on koostunut lähinnä tapahtumakohtaisesta markkinoinnista, jonka ilme vaihtelee tapahtuman luonteen mukaan. Maksullisia ilmoituksia on käytetty lehdissä ja radiossa jonkin verran, mutta kokonaisuudessaan tapahtumapuolen markkinointi on ollut vähäistä.

Tapahtumakohtaisen tiedotuksen osalta Mustalahti on saanut aika paljon näkyvyyttä Tampereen painetussa mediassa, mutta sosiaalisen median hyödyntämisessä on paljon kehitettävää. Omat internetsivut ovat keskivertoa aktiivisemmat, mutta esimerkiksi Facebookin, Twitterin ja niiden kaltaisten internetfoorumien hyödyntäminen on jäänyt aika vähäiselle huomiolle.

Mustalahdella on toki omat Facebook-sivut, mutta toiminta ei ole ollut aktiivista, joten sen tarjoama hyötyarvo on jäänyt vähäiseksi.

Tämän lisäksi tiedotusta tehdään omien tapahtumakalenterijulisteiden ja flyereiden muodossa. Tässä ollaan mielestäni oltu liian myöhässä, ja osa tapahtumista on jouduttu jopa karsimaan pois julisteista myöhäisen varmistumisen johdosta. Oman painomateriaalin ilme on hyvin sopiva Mustanlahden luonteeseen.

3.5 Ääni – ja valosuunnittelu

Mustalahdessa ääni – ja valotekniikka ovat ajantasalla. Tanssipaviljonki Reuharin pieni koko antaa selkeät rajoitukset siihen, mikä on paviljongissa järkevää ja riittävää ääni – ja valotuotannon osalta. Suuremmissa tapahtumissa on äänituotannon puolesta ajoittain käytetty viivelinjoa, jotta pystytään paremmin kattamaan koko terassialueelle hyvä kuuluvuus. Valotuotannon puolesta paviljonki on paljon haastavampi runsaan ikkunamäärän ja Suomen valoisan kesän johdosta. Loppukesän pimenevinä iltoina paviljongin valot kuitenkin loivat kaunista tunnelmaa tapahtumiin.

Mustanlahden äänentoistolaitteistoon on myös kytketty Ravintola Kaislan sisätiloissa ja terassin luona olevia pieniä kaiuttimia, joiden kautta voidaan ajaa ääntä niin sisätiloihin, kuin voimistaa terassille tulevaa ääntä. Tämä takaa sen, että koko alueelle saadaan kuulumaan tietty musiikki, mikä vahvistaa tapahtuman kuin tapahtuman tunnelman kokonaisvaltaisuutta alueella.

Valotekniikkaa on hyödynnetty lähinnä vain paviljongissa. Valotekniikalla pystytään tekemään ihmeitä tapahtumien tunnelmalle ja luonteelle, joten sitä olisi mahdollista hyödyntää muutenkin alueella.

4 TAPAHTUMATUOTANNON KEHITTÄMINEN

4.1 Aikataulutus

Tapahtumatuotannossa aikataulutus on jokaisen hyvän tapahtuman perusta. Sen pohjalle luodaan tapahtuman järjestämiseen edellyttävien toimintojen, kuten markkinoinnin, tiedotuksen ja ohjelmistosuunnittelun, sekä itse tapahtuman runko. Järkevää ja realistista aikataulua noudattamalla voidaan luoda rauhallinen ja tehokas työympäristö, jonka kanssa on luonnollista työskennellä.

Useita tapahtumia kesän aikana järjestävälle taholle hyvän aikataulutuksen merkitys korostuu entisestään, sillä erilaisia markkinointiviestejä on yhtä useita, kuin eri tapahtumiakin.

Mustanlahden Tapahtumasataman osalta aikataulutuksen kehittäminen on erittäin oleellista. Jo pelkästään aikataulutuksen tarkalla suunnittelulla pystytään ehkäisemään tai ainakin minimoimaan suurimmat tapahtumatuotannolliset haasteet.

Aikataulutuksen pääpiirteet kutakin toimialuetta koskien olisi syytä olla valmiina jo hyvissä ajoin ennen kyseisen toimialueen työtehtävien alkua. Esimerkiksi ohjelmistosuunnittelun osalta olisi tärkeää olla jo edeltävän syksyn aikana selvillä tulevan kesän budjetti, ja selkeät suunnitelmat tulevan kesän ohjelmistokalenterin koostavista peruselementeistä. Näiden tietojen pohjalta pystytään luomaan toiminnan kannalta selkeä aikataulu.

Ohjelmistosuunnittelun osalta aikataulutus on oltava selvillä ensimmäisenä, sillä itse ohjelmisto luo pohjan markkinoitaville asioille tapahtumatuotannossa. Mielestäni Mustanlahden Tapahtumasataman tapauksessa kesän ohjelmiston tulisi olla valmis huhtikuun aikana, jotta pystytään keskittymään markkinoinnin ja tiedotuksen aikataulutukseen. Ohjelmiston laatimiseen ja jäsentelyyn on syytä käyttää reilusti aikaa, jotta ohjelmisto saadaan kasattua järkevään ja

tapahtumapaikkaa palvelevaan muotoon. Jos budjetti ja tapahtumarungon suunnitelma on selvillä syksyn aikana, saadaan koko alkuvuosi hyödynnettyä ohjelmiston tarkempaan suunnitteluun.

Markkinoinnin aikataulutuksen merkitys on valtava, sillä tapahtuma on tuotava ihmisten tietoisuuteen juuri oikeaan aikaan, oikeaan paikkaan ja oikealla tavalla, jotta sen hyöty pystytään maksimoimaan. Markkinoinnin aikataulutukseen on syytä käyttää paljon aikaa, jotta aikataulu antaa lähempänä tapahtumaa mahdollisuuden keskittyä itse markkinointiin.

Tätä varten olisi mielestäni tärkeää tehdä selkeä markkinointisuunnitelma, jonka pohjana toimisi markkinoinnille suunniteltu aikataulu. Kun kyseessä olisi kuitenkin useaa erillistä tapahtumaa koskeva markkinointisuunnitelma, siinä ei ole syytä keskittyä niinkään markkinoinnin tyyliin, vaan nimenomaan toiminnan tehokkaaseen aikatauluttamiseen – milloin on syytä iskeä tieto ulos mistäkin tapahtumasta ja millä tavalla.

Selkeän aikataulutuksen puuttuminen on ollut suurimpana tapahtumatuotannollisten haasteiden muodostajana viime kesien aikana.

Mielestäni jo hyvin pienillä parannuksilla pystytään toteuttamaan ohjelmisto ajoissa, mikä mahdollistaa markkinoinnin ja tiedotuksen tekemisen tehokkaasti ja oikealle kohderyhmälle.

Kunnon aikataulutuksen luominen on ollut viime kesien suhteen myös omasta mielestäni miltei mahdotonta, sillä tapahtumatuotannon työtehtävistä vastaavat henkilöt ovat vaihtuneet useasti kahden viimekesän aikana. Työntekijöiden ja työtehtävien vakiinnuttaminen on todella tärkeää tapahtumatuotannon vakiinnuttamisen kannalta.

Jatkuvuudella pystytään takaamaan työympäristön kehittyminen, jonka kautta voidaan myös luoda uusia ja parempia tapoja työskennellä. Ihmisten väliset hyvät kemiauttavat luonnollisesti työnteossa jokaista osapuolta työyhteisössä. Uuden työntekijän sisäänajo vie myös työyhteisöltä paljon energiaa ja aikaa.

4.2 Ohjelmistosuunnittelu

Mustanlahden Tapahtumasataman tituleeraaminen ”koko kansan satamaksi” tapahtumatuotannollisissa tavoitteissa tuo mukanaan haasteita, mutta myös paljon vapauksia. Ensimmäinen mielikuva sanonnasta on: kaikille jotakin, jotakin kaikille. Omasta mielestäni huonoin vaihtoehto tapahtumatuotannossa on tuoda jotakin kaikille, sillä sitä kautta ei päästä keskinkertaisuuden yläpuolelle. Hyvän ohjelmiston luominen vaatii suunnitelmallisuutta ja luovuutta, mutta myös taloudellista näkemystä.

Usein puhutaan selkeiden kohderyhmien asettamisen tärkeydestä. Mustanlahden Tapahtumasataman kohderyhmänä toimivat kuitenkin yleisellä tasolla selkeästi ihmiset. Jokaisen erillisen tapahtuman kohdalla on toki tärkeää pyrkiä tiedottamaan ja markkinoimaan tapahtumaa juuri niille, joita uskoo tapahtuman eniten koskettavan.

Ohjelmistosuunnittelun osalta kohderyhmäajattelu on suljettava pois mielestä. Suomen kesän lyhyys yhdistettynä siihen, että kesän aikana tulisi olla tarjota monipuolista ja erilaista ohjelmaa, voi olla haastavaa, etenkin tapahtumapaikalle, joka ei ole vakiinnuttanut vielä asemaansa Tampereen tapahtumatarjonnassa. Vakiinnuttaminen vaatii selkeitä konsepteja ja toistuvuutta. Siten ihmiset alkavat tiedostamaan toimintaa mielestäni selkeämmin.

Sisällön tuottamisessa on aina yksinkertaisuudessaan kyse mielipiteistä. Jokainen pitää ja arvostaa eri asioita eri arvoisina. Hyvässä sisällöntuottamisessa, ja tässä tapauksessa ohjelmistosuunnittelussa ja tuotannossa, on pyrittävä näkemään asiat asiakkaiden silmin. On tiedettävä millainen ohjelma myy. Jokainen ohjelmistotuotannon kanssa tekemisissä oleva ihminen tekee joskus virhearviointeja. Toisinaan ollaan aikaansa edellä, joskus taas jäljessä. Vaikka usean tapahtumapaikan ja niiden toimintaa hallinnoivien tahojen tapahtumatuotannolliset tavoitteet ovatkin enemmän kulttuurillisia, ei ole syytä unohtaa alan kilpailua ja taloudellisia lähtökohtia. Mielestäni jokainen tapahtumapaikka joutuu joskus karsimaan niin sanotusta kulttuurillisesta arvosta, jotta saadaan rahavirtaa liikkumaan. Tämä on kuitenkin täysin luonnollista, sillä

sitä rahavirtaa tarvitaan nimenomaan myös ainutlaatuisempien kulttuurielämysten tuomiseen ihmisten luo.

Ohjelmistosuunnittelun perusasiat ovat mielestäni Mustalahdessa hyvällä tavalla järjestyksessä. Kesän tapahtumakalenterin koostuminen arkipäivisin pääasiallisesti pääsymaksuttomista tapahtumista palvelee paikan toimintaa.

Viikonloppuisin ohjelma on ollut pääsääntöisin pääsymaksullista. Tässä perusrungossa ei ole mielestäni muuttamisen eikä suoranaisten kehittämisen aihetta. Pääsymaksullinen ohjelma karrikoiden tarkoittaa sitä, että itse ohjelma on myös kalliimpaa. Tämä huomioon ottaen ei arkipäivisin järjestettävä pääsymaksullinen ohjelma olisi Mustanlahden kaltaisessa sesonkipaikassa millään muotoa kannattavaa.

Mustanlahden Tapahtumasataman ohjelmistosuunnittelussa on tärkeää pyrkiä tarjoamaan ihmisille vaihtoehtoista ohjelmistoa Tampereen suuren rock-musiikkitarjonnan keskelle.

Ohjelmistoa voisi lähteä tekemään lähtökohtaisesti Soul- ja jazzmusiikin kaltaisten rytmimusiikkien pohjalta, sillä sen kaltaisen musiikin tarjonta Tampereella on rajoitettua.

Mielestäni vaihtoehtoisuus on tapahtumatuotannossa aina haastavaa, sillä se tarkoittaa jonkin uudenlaisen asian kokeilemistä. Nykypäivän suuren kulttuuritarjonnan keskellä vaihtoehtoisuus on kuitenkin muodostunut jo elinehdoksi. Vaihtoehtoisuuden tarkoituksena on tehdä kaupungin tapahtumatarjonnasta monimuotoisempaa.

Mustanlahden sijainti edellyttää ohjelmistotuotannollisesti vaihtoehtoista ajattelutapaa. Miksi kukaan lähtisi keskustan ulkopuolelle, mikäli keskustasta olisi mahdollista saada samankaltainen elämys?

14.7.2010 Mustalahden Tapahtumasatamassa järjestetty Louisiana Cajun Party keräsi hyvän määrän ihmisiä Tapahtumasatamaan, vaikka samana päivänä alkoi myös Tammerfest. Tapahtuman yleisö oli tyytyväistä ja tarkoituksena on järjestää tapahtuma ensi vuonna uudestaan (Kallio, 2010).

Tämänkaltaisten tapahtumien järjestäminen Mustalahdessa olisi mielestäni tärkeää, koska se poikkeaa alueen valtavirrasta. Olisi kokeilu sitten onnistunut, tai ei, olisi se pyrkimys nimenomaan vaihtoehtoisuuteen.

Suurena osana ohjelmistosuunnittelua on muiden tapahtumatuottajien tapahtumakalenterien tarkkailu. Mielestäni tyyllisiä päällekkäisyyksiä on hyvä välttää, sillä niistä koituu yleensä vain harmia jokaiselle osapuolelle, koska tällöin tapahtumat syövät osallistujia toisiltaan. Muiden tuottajien tarjonnan kartoittaminen auttaa myös hahmottamaan kokonaiskuvaa, milloin kaupungissa kannattaa mitään ohjelmaa tuottaa.

Haastattelemini ihmisten mielestä Mustanlahden tapahtumasataman viime kesän ohjelmistossa oli paljon tapahtumakonsepteja, jotka toimivat hyvin, mutta myös paljon ideoita koskien tulevia vuosia. Ohessa poimintoja haastatteluista, koskien Tapahtumasataman ohjelmiston kehittämistä.

- Tanssilava kulttuurin ja discon kohtaaminen. Monipuolista Dj – pohjalta soitettua tanssimusiikkia; jazzia, salsaa yms. Yhdistäisi sukupolvia ja alkaisi luoda Tampereelle vaihtoehtoista tanssilavakulttuuria.
- Kesäistä ja hienostunutta ohjelmaa. Selkeitä toistuvia tapahtumakokonaisuuksia. Livemusiikin käyttäminen tapahtumaa tukien, ei itsearvoisesti yksittäisiä keikkoja.
- Aitoa ja nostalgista ohjelmaa, jonka kautta pystytään sulattamaan kulttuureita yhteen.
- Rentoa ja kesäistä ohjelmaa. Vuosittain toistuvia tapahtumakokonaisuuksia.
- ”Trubaduuriklubi” - Kesän yksi teemakokonaisuus, joka olisi helposti siirrettävissä kylminä iltoina ravintola Kaislan sisätiloihin.
- Avainsanoina letkeys ja rentous.

Mustanlahden Tapahtumasataman tavoitteena on luoda Mustalahteen vuosittain toistuvia tapahtumakokonaisuuksia. Pitkäaikaisena tavoitteena onkin luoda Mustalahteen selkeä oma tapahtumakulttuuri, joka muodostuu pääasiallisesti pienimuotoisista festivaaleista ja jatkuvasta toiminnasta. Osa näistä tapahtumista tulisi muodostumaan ulkopuolisten tuottajien tuottamista tapahtumista, mihin Mustanlahden Tapahtumasatama vuokraa vain tilansa (Mäkelä, P. 2010).

Mielestäni Mustanlahden aluetta ei ole koskaan hyödynnetty sen tarjoamien resurssien mukaisesti tapahtumatuotannossa. Alue pystyy vetämään noin 6000 henkeä kokonaisuudessaan, joten alueella olisi mahdollista tuottaa tapahtumia myös suuremmalla volyymilla. Tämä vaatii toki suuria taloudellisia panostuksia, mutta alueen mahdollisuudet on hyvä tiedostaa. Kävijämääriltään suurempien tapahtumien markkinointiarvo on myös suurempi, ja sitä kautta olisi mahdollista saada paljon suurempaa näkyvyyttä, mikä mielestäni edesauttaisi Mustanlahden vakiintumista tapahtumapaikkana.

Koko alueen hyödyntäminen tapahtumatuotannossa on mahdollista ja kannattavaa pidemmällä tähtäimellä. Lyhyellä tähtäimellä olisi kuitenkin ensisijaista panostaa Mustanlahden maineen ja tunnettavuuden lisäämiseen.

Suuremman, koko Mustanlahden alueen kattavan tapahtuman, järjestäminen ei sisällä ongelmia äänentoisto – ja valosuunnittelun osalta, sillä silloin kyseessä olisi aivan tavallinen ulkoilmatapahtuma. Ulkoilmalavan rakentaminen alueelle ei myöskään tule ongelmaksi saakka. Suurin kysymys suurempien tapahtumien järjestämisessä onkin pelastusteiden ja muun logiikan selventäminen alueella, mitä ympäröi suurelta osin vesi (Vuorinen, M. 3.11.2010).

Hyvien yhteistyökumppanitahojen löytäminen tekee suurempien tapahtumien tekemisestä helpompaa ja minimoi riskejä. Silloin vastuu jakautuu niin työmäärällisesti kuin taloudellisestikin. Esimerkiksi paikallisen matkailua tukevan matkailutoimisto GoTampereen kontaktoiminen yhteistyön merkeissä olisi järkevää.

Mielestäni Mustanlahden ohjelmisto on ollut viime kesien aikana monipuolista, mutta siitä on suurelta osin puuttunut määrätietoisuus. Olisi tärkeää keskittyä

uusien vaihtoehtoisten ideoiden jalostamiseen ja sovelluttamiseen Mustalahden. Tällöin olisi mahdollista luoda Mustalahden itsensä näköinen tapahtumakulttuuri.

Ohjelmisto on pääsääntöisesti koostunut musiikin ympärille, vaikka Mustalahden alue antaa resursseja myös muunlaiseen ohjelmistoon. Viime kesänä Mustalahdessa järjestettiin ensimmäistä kertaa harrastajateatterifestivaali. Tämän kaltainen muunkin kuin musiikkikulttuurin tuominen alueelle toisi sille lisäarvoa. Ohjelmisto voi jatkossakin koostua pääsääntöisesti musiikin ympärille, mutta mielestäni tuoreet ideat on aina syytä ottaa vastaan mielenkiinnolla ja pyrkiä jalostamaan niitä alueen näköiseksi.

Vaihtoehtoisen ohjelman tuottaminen ei ole mielestäni varsinaisesti tähtitiedettä, sillä pyörää ei tarvitse keksiä aina uudelleen. Jossain muualla hyväksi havaitun teeman voi jalostaa tapahtumapaikalle sopivaksi omanlaisekseen kokonaisuudeksi. Tärkeää on selvittää kuitenkin se, onko sellaista tapahtumaa jo kaupungissa.

Jo viime kevään aikana oli paljon puhetta teemallisista risteilyistä ja järven hyödyntämisestä tapahtumatuotannossa.

Valitettavasti alueella ei ole toistaiseksi sopivia aluksia risteilytapahtumille.

Mielestäni risteilyiden mahdollinen hyödyntäminen tulevaisuudessa antaisi Mustalahdelle ainutlaatuisen tapahtumaresurssin Tampereella. Ohjelmallisia risteilyjä järjestetään Pyhäjärven puolella, mutta ne toimivat mielestäni lähinnä niin sanoittuina yksittäisinä kertaluontoisina keikkoina.

Mustalahden Tapahtumasataman tavoitteena olisi hyödyntää teemallisia risteilyjä osana muita tapahtumia.

Mikä olisikaan parempaa satama-alueen hyödyntämistä kuin esimerkiksi reggae-festivaali, jonka osana toimisi reggae-risteilyjä?

Erilaiset tanssi-illat soveltuvat mielestäni Mustalahden Tapahtumasataman ohjelmistoon hyvin.

On miettimisen arvoista, että onko yhdistysten tuoma tanssikulttuuri oikeanlaista Mustalahden. Usein tällaista toimintaa tuottavien yhdistysten toiminta tuo paikalle pääsääntöisesti yhdistyksen sisäistä ihmismassaa. Se saattaa johtaa osaltaan toiminnan sisäsiittoisuuteen. Tavallinen rahvas tanssista kiinnostunut henkilö ei välttämättä koe itseään tervetulleeksi.

Mielestäni tällöin on tärkeää tehdä tiivistä yhteistyötä järjestävän tahon kanssa, jotta oikeanlainen markkinointiviesti saadaan potentiaalisille asiakkaille. Lisäksi on sovittava tarkasti pelisäännöistä kummankin tahon osalta.

Mustalahden Tapahtumasatama ei mielestäni pysty tasavertaisesti kilpailemaan tavallisen klubin kanssa pelkkänä keikkapaikkana. Tästä syystä onkin tärkeää pyrkiä luomaan täysin omannäköinen tapahtumakulttuuri, jollaista ei muualta kaupungista löydy. Alueen ainutlaatuisen tunnelman ympärille olisi mielestäni syytä kehittää tunnelmaa korostavaa tapahtumatoimintaa, joka pystyy tuomaan alueen parhaat puolet esiin. On olennaista miettiä, mitä sellaisia resursseja satama-alue sisältää, mitkä tekevät siitä ainutlaatuisen, ja pyrkiä kokoamaan ohjelmisto sitä tukevaksi.

4.3 Markkinointi ja tiedotus

4.3.1 Markkinointi

Markkinoinnin merkitys tapahtumatuotannossa on merkittävä. Elämme aikaa, jolloin informaatiota tulee enemmän kuin mieli ehtii sisäistää. Tästä syystä onkin tärkeää keksiä uusia markkinointimenetelmiä, jotka painuvat mieleen. Jokainen muistaa Myspacen, Youtuben ja Facebookin merkityksen markkinoille tullessaan: Sosiaalinen media avasi ovet aivan uudenlaiseen tehokkaaseen markkinointiin ja tiedotukseen. Nyt näidenkin foorumeiden kulta-aika on auttamatta ohitse. Informaatiota tulee jokaisesta palvelusta niin paljon, ettei ihminen enää jaksaa kiinnostua yhä enemmän toisiaan muistuttavista ilmoituksista. Auttamatta ajan kanssa jokainen maailmanlaajuisesti hyväksi todettu markkinointitapa kuihtuu omaan kiinnostavuuteensa. Toki televisiomainokset, julisteet ja muu

markkinointimateriaali voivat painua mieleen hyvällä, nerokkaalla ilmeellä, mutta markkinointi on alati uudistuva ala. Se tekee siitä mielenkiintoista ja haastavaa.

Markkinoinnin pohjana on hyvä tuote. Tapahtumatuotannossa se on sisällöltään hyvin tuotettu tapahtuma. Mikäli nämä perusedellytykset löytyvät, on olemassa edellytykset hyvälle markkinoinnille. Markkinoinnissa kohderyhmäajattelu on olennaista. Ei ole olemassa yhtä sopivaa markkinointiviestiä 16-vuotiaalle pojalle ja 47-vuotiaalle perheenäidille. Ihmiset sisäistävät asiat eri tavoin. Tämän vuoksi onkin mielestäni luotava sopiva markkinointiviesti eri kohderyhmille. Tapahtumatuotannon markkinoinnissa on kartoitettava mitkä ovat tietyn ihmisryhmän kiinnostuksen kohteet. On mietittävä tarkkaan markkinoinnissa käytettävät foorumit ja markkinoinnin ilme. Vanhin ja vahvin markkinoinnin ase on toisto.

Se mikä hyppii silmillesi jatkuvasti eri foorumeissa on varmasti myös sinun muistissasi. Tapa jolla se tuodaan ulos, on mielestäni yhtä lailla tärkeässä osassa onnistuneessa markkinoinnissa. Kuka tänä päivänä pystyy sanomaan ettei muista esimerkiksi Dna:n televisiomainoksia, joissa yhye etsii uutta manageria? Tai vaikkapa Saunalahden ”Mistä näitä senttejä oikein tulee?” mainoksia. Mielestäni teleoperaattorit ovatkin monessa suhteessa markkinoinnin edelläkävijöitä, sillä ala on niin kilpailutettua, että markkinointiin on panostettava jatkuvasti isolla volyyymilla ja keksittävä uusia tapoja markkinoida jo entuudestaan kaikille tuttua tuotetta.

Mustanlahden Tapahtumasataman kaltaisessa tapahtumapaikassa markkinoinnille olisi mielestäni syytä luoda selkeä markkinointisuunnitelma. Itse markkinoinnin olisi syytä olla tapahtumakohtaista niin ilmeeltään kuin markkinointitavaltaan. Markkinointisuunnitelmassa olisi syytä kiinnittää huomiota lähinnä markkinointikanavien kartoittamiseen ja niiden tehokkaisuuden hyödyntämistapoihin, joiden pohjalta itse markkinointi pystyttäisiin toteuttamaan.

Mielestäni Mustanlahden tapahtumamarkkinoinnin olisi hyvä olla yhteisessä viitekehyksessä Mustanlahden ravintolatoiminnan kanssa, jotta ihmiset oppisivat mieltämään, että kyseessä on nimenomaan samassa paikassa tapahtuvaa toimintaa.

Ihmisille saattaa olla vaikeaa sisäistää Mustalahden alueella toimivien kahvila Korten, ravintola Kaislan, tanssipaviljonki Reuharin ja tapahtumatoiminnan yhteinen linkkiytyminen toisiinsa. Voisi olla selkeää, että markkinoinnissa käytettäisiin nimenomaan Mustalahden Tapahtumasatama nimikettä kaikessa sen toiminnassa. Mikäli markkinointia on liian monella nimikkeellä samassa paikassa, saattaa se muodostaa ihmisille vääränlaista kuvaa paikan toiminnasta.

Koska tapahtumatuotanto ei ole vakiintunut käsite Mustalahdessa, olisivat mielestäni markkinoinnin yhtenäinen ilme ja yhtenäiset nimikkeet erittäin tärkeitä. Ihmisille olisi tärkeä luoda kuva, että Mustalahti on nimenomaan tapahtumapaikka, eikä niinkään ravintola, jossa silloin tällöin on tapahtumia. Viime kesänä esimerkiksi pääsymaksullisten tapahtumien aikaan saapui paikalle ihmisiä jotka olisivat vain halunneet tulla syömään. Ovella he hämmästelivät pääsymaksullista tapahtumaa ja päätyivät ruokailemaan toiseen ravintolaan. Tästä syystä tapahtumatuotannon vakiinnuttaminen alueella on erittäin tärkeää, ja yksinimikkeinen markkinointi tukisi mielestäni tätä tarkoituksena.

Tampereen kaupunki on ollut tyytyväinen Mustalahden Tapahtumasataman saamaan huomioon Tampereen mediassa (Karinen, A. 2010). Tapahtumat ovat mielestäni olleet hyvin esillä painomediassa. Joitakin tapahtumia on pyritty saamaan läpi myös radiossa. Näiden lisäksi painomateriaalia on ollut julisteiden ja flyereiden muodossa.

Painomateriaalin merkitys on mielestäni nykypäivänä paljon pienempi kuin ennen. Sen levittäminen on aina vain työläämpää, sillä niiden maksutonta levittämistä rajoitetaan sakkojenkin uhalla. Ilmaiset levityspaikat ovat harvassa, mikä tekee tämän markkinointitavan tuottavuudesta heikkoa. Painokustannukset ovat suuria, ja mikäli levittämisestäkin täytyy maksaa, kokee sen painoarvo kovan inflaation. Julisteiden painamisessa olisi syytä keskittyä mielestäni lähinnä pieniin painomääriin ja sijoittamiseen lähinnä itse tapahtumapaikalle ja ostoskeskuksiin, sillä ne ovat yhä niitä harvoja paikkoja, joissa julisteiden levittäminen on ilmaista.

Flyereiden jakaminen on aina luonut monenlaisia mielipiteitä. Osa ihmisistä pitää niiden jakamista turhana, sillä usein ihmiset heittävät ne samantien roskiin. Toiset

taas pitävät sitä pientäkin hetkeä, kun joku kantaa sitä kädessään tärkeänä hetkenä luomaan tietoisuutta. Tässä asiassa ei ole mielestäni oikeaa tai väärää vastausta, sillä nämä ovat vain selkeitä näkemyseroja, joissa molemmissa on osa totuutta. Flyereiden jakamisen tehokkuus piileekin mielestäni siinä, missä niitä jaetaan, kuka niitä jakaa, ja millä tavalla niitä jaetaan. Flyerin sisällön on oltava hyvin lyhyt ja ytimekäs. Flyer ei ole tehokas markkinointitapa suurelle määrällä informaatiota, mutta se voi olla yksi tehokkaimmista tavoista luoda yleistä tietoutta olemassaolosta. Tästä syystä flyereiden jako oikeanlaisella informaatiolla ja tarkalla toiminnan suunnittelulla voisi olla hyvä tapa kasvattaa Mustanlahden Tapahtumasataman tietoisuutta.

Tampereen keskustassa sijaitsevien staattisten mainostaulujen hyödyntäminen voisi olla erittäin tehokasta Mustanlahden Tapahtumasataman osalta.

Mainospaikkojen hinnat saattavat olla korkeita, mutta niiden näkyvyysarvo on myös suuri. On mielestäni selvää, että Mustanlahden Tapahtumasataman kaltainen vakiintumaton tapahtumapaikka tarvitsee kaikenkaltaista näkyvyyttä ja toistoa, jotta se pystyy saavuttamaan paikkansa vartenotettavana tapahtumapaikkana.

Radioaaltojen tehokkaampaa hyödyntämistä olisi mielestäni myös syytä miettiä. Paikallisilla radiokanavilla kuuntelijakunnat ovat usein valtakunnallisia kanavia huomattavasti pienempiä, mutta paikallisuuden tuoma hyöty on nimenomaan paikallisuus itsessään. Esimerkiksi Radio 957 kanssa voisi olla hyödyllistä keskustella laajemmasta yhteistyöstä.

4.3.2 Tiedotus ja sosiaalinen media

Sosiaalisen median hyödyntämisessä on mielestäni paljon kehitettävää Mustalahdessa. Omat nettisivut ovat kohtuu aktiiviset, mutta niiden tuoma arvo on vielä vähäistä johtuen paikan vakiintumattomuudesta. Olisikin mielestäni ensisijaisen tärkeää, että Mustanlahden Tapahtumasataman facebook-sivuja pyrittäisiin käyttämään huomattavasti aktiivisemmin. Vaikka facebook on muiden

muassa kokenut huomattavaa inflaatiota tiedotuskanavana johtuen informaation käsittämättömästä määrästä, on se mielestäni yhä erittäin hyvä tiedotuskanava aktiivisesti käytettynä. Informaatiomäärän kasvu on johtanut siihen, että facebookin kaltaisessa foorumissa tiedotuksessa on käytettävä enemmän toistoa. Aktiivisella facebookin käytöllä tarkoitan päivittäistä Mustanlahden esilletuontia. Tämä toiminta on mielestäni oltava edes jollain tasolla suunnitelmallista. Mustanlahden Facebook-sivut eivät ole tällä hetkellä lainkaan aktiiviset.

Myös muiden sosiaalisen median foorumeiden hyödyntäminen on mielestäni ainakin harkitsemisen arvoista. Myspace-profiilin luominen voisi olla hyödyllistä, vaikka se ei olekaan enää niin tehokas informaation jakamiskeskus kun aikoinaan. Se on silti musiikkipiireissä yllättävän hyvä statuksen ylläpito- ja luomispaikka. Sitä kautta myös pystytään ”ystävystymään” esimerkiksi kesän aikana esiintyvien artistien kanssa, ja tiedottaa eri tapahtumista.

Youtuben käyttäminen on mielestäni aktivoitunut jälleen tehokkaammaksi muiden sosiaalisen median kanavien kautta, sillä youtubeen lataaman videon linkittäminen esimerkiksi Facebookiin on tehnyt siitä jälleen järkevän tavan tiedottaa. Esimerkiksi videoita viime kesän tapahtumista olisi mielestäni hyvä ladata youtubeen, ja aktiivisesti hyödyntämällä Facebookia ne saataisiin ihmisten luo. Täten ihmiset pystyisivät aistimaan edes palan Mustanlahden aidosta tunnelmasta, ja siten kiinnostumaan paikasta enemmän.

Twitter on suomalaisille vielä ehkä hieman uusi käsite. Sen suosio Suomessa ei ole lainkaan esimerkiksi Facebookin tasolla, mutta tässä asiassa olisi hyvä olla mielestäni aikaansa edellä. Myös Last.fm-profiilin luominen voisi olla hyödyllistä. Sitä kautta voisi esimerkiksi tuoda esille kesän artistien musiikkia.

Blogit ovat mielestäni ehkäpä uusin läpimurto sosiaalisessa mediassa. Niiden vaikutus ei Suomessa ole vielä niin suurta luokkaa kuin Yhdysvalloissa ja Etelä-Euroopassa, mutta se on alati kasvava sosiaalisen median osa. Ehkä blogin perustaminenkin voisi olla jo varteenotettava sosiaalisen median tiedotuskanava. Hyvillä yhteistyökumppaneilla sen näkyvyys voitaisiin saada jo tänä päivänä huomattavaksi.

Mielestäni sosiaalisen median hienous on siinä, että sen eri foorumeita voi tiedottaa toisissaan tehokkaasti. Foorumit linkittyvät hyvin yhteen ja luovat näin suurempaa kuvaa ja profiilia tapahtumapaikasta. Sosiaalisen median kokonaisvaltainen, aktiivinen hyödyntäminen vaatii paljon aikaa ja suunnitelmallisuutta. Sitä varten olisi mielestäni hyvä luoda toimintastrategia, jonka avulla voidaan kartoittaa sen tehokkain hyödyntäminen.

4.4 Ääni – ja valosuunnittelu

Äänentoisto – ja valosuunnittelulla pystytään luomaan aistillisesti kokonaisvaltaisempia kokonaisuuksia. Hyvän äänentoiston lähtökohtana on hyvä laitteisto, ja sen tyylijäinen käyttö. Mustanlahden Tapahtumasataman äänentoistolaitteisto on paikan kokoon nähden erittäin sopiva. Haasteina äänentoistollisesti on tapahtumapaikan monimuotoisuus – osittain sisätilaa ja suurelta osin ulkotilaa. Äänellä täytyy kattaa niin ravintola Kaislan sisätilat, kuin terassikin, sekä itse paviljonki, jossa tapahtumat pääsääntöisesti tapahtuvat.

Koko tapahtuma-alue ollaan viime kesänkin aikana pystytty kattamaan äänentoistollisesti terassilla ja ravintola Kaislan sisätiloissa sijaitsevilla pienillä kaiuttimilla. Tämän toimintatavan hankaluus on kaiuttimien pieni koko ja hankala hallinnoiminen, sillä ne vaativat oman pienen mikserin, joka sijaitsee ravintola Kaislan puolella.

Piha-alueen viivelinjoittamisella saataisiin luotua koko alueelle miellyttävä kuuntelukokemus. Viivelinjoittaminen ei itsessään ole kovinkaan työläs tehtävä, eikä kustannuksiiltaan kovinkaan kallis. Ravintola Kaislan sisätiloissa järjestettäviä pienempimuotoisia esityksiä varten kyettäisiin pystyttämään kiinteä laitteisto ravintolan sisätiloihin, joka olisi aina valmis pienille sisätilakonserteille.

Mustanlahden Tapahtumasataman DJ-laitteisto olisi myös mielestäni päivityksen tarpeessa. Viime kesän aikana laitteiston kanssa oli usein ongelmia, ja niiden huoltaminen vei paljon aikaa.

Laitteisto voitaisiin kytkeä helpommalla tavalla, jotta laitteiston riskit pystyttäisiin minimoimaan.

Valosuunnittelulla pystytään somistamaan aluetta kuin aluetta tehokkaasti, mikäli tapahtumapaikassa on tarpeeksi pimeää. Suomen kesä on tunnetusti kovin valoisa.

Alku- ja loppukesän pimeinä iltoina aluetta pystyttäisiin somistamaan hienosti tunnelman mukaan käyttämällä valotekniikkaa. Paviljonkia ja ravintola Kaislan ulkoseiniä voitaisiin maalata led-valoilla luoden alueelle todella vaikuttavaa tunnelmaa. Valojen värejä pystyttäisiin muuttamaan myös tapahtuman luonteeseen sopiviksi.

Mielestäni näiden olisi syytä olla helposti purettavissa ja asennettavissa, jotta ulkotiloissa olevat valot pystyttäisiin purkamaan yöksi pois. Myös paviljongin sisällä olevia valomääriä voitaisiin mielestäni lisätä. Se mahdollistaisi lavan ja paviljongin sisätilojen monimuotoisemman valaisemisen. Paviljongin lavan tyylikäs somistaminen mustilla kankailla olisi järkevää. Tällöin lavan ja sen ympäristön siisteys ja pelkistetty tyyli tukisivat paremmin valosuunnittelulla luotavaa tunnelmaa.

5 POHDINTA

Tapahtumatuotanto on alati kehittyvä toimiala. Sen suurina haasteina on pysyä mukana sen sisäisten toimialueiden trendeissä - Ohjelmiston täytyy olla aikansa mukaista, ja ohjelmistoa pitää pystyä markkinoimaan ajan hengen mukaisesti. Markkinoinnin ja viestinnän on oltava osa sen tapahtumatuotannollista toimintastrategiaa.

Haastatteluaineistosta käy selkeästi ilmi, että Mustanlahden Tapahtumasataman tapahtumatoiminnassa on aihetta kehitykselle. Uskon kuitenkin, että jokaisella tapahtuman takana toimivalla organisaatiolla, on aina kehitettävää toiminnassaan, sillä kulttuuriala on alati muuttuva toimiala. Erilaisia kehityssuuntia on yhtä useita, kun on maailmassa mielipiteitä. Kunkin tapahtumaorganisaation onkin selkeästi päätettävä mitä se haluaa tapahtumatuotannollaan saavuttaa ja viestiä. Tämän jälkeen pystytään vasta toimimaan tehokkaasti tavoitteita kuunnellen. Olemassa olevan tapahtumatoiminnan kehittämisvaiheessa onkin tärkeä kysyä, pyrimmekö saamaan ohjelmistotarjonnastamme tavoitteidemme mukaista? Onko markkinointi- ja tiedotusviestimme ohjelmistoamme tukevaa? Mitä ohjelmallisia mahdollisuuksia ja rajoituksia toimipaikkamme asettaa? Mikä on se kuva, mitä haluamme markkinoinnilla ja tiedotuksella tuoda esille? Näihin kysymyksiin on hyvä pyrkiä vastaamaan säännöllisesti. Vaikka tapahtumajärjestön tapahtumatuotannolliset toimintastrategiat ja suunnitelmat olisi määritelty tarkasti ja ajatuksella, vaativat tavoitteet ja suunnitelmat aina päivittämistä.

Haastatteluaineistoa kerätessäni huomasin, että Mustanlahden tapahtumatuotantoa koskevat ongelmat tiedostetaan hyvin toiminnassa mukana olevien ihmisten piirissä, mutta myös sen, että nuo ongelmakohdat eivät heijastu ainakaan suurissa mittakaavoissa yleisön keskuuteen. Ongelmien tiedostaminen on ensimmäinen askel kohti toimivaa tapahtumakulttuuria. Tapahtumatuotannosta vastaavan työyhteisön suuri toimijoiden vaihtuvuus ei ole antanut mahdollisuutta Mustalahdelle muodostaa selkeää kestävästä kehityksen työskentelykulttuuria tapahtumatuotannon saralla. Usein tutunkin toiminnan aloittaminen uudessa ympäristössä synnyttää ongelmia sellaisilla osa-alueilla, jotka ovat jossain muussa

ympäristössä olleet hyvinkin selkeitä. Ongelma korostuu paikassa, missä tapahtumatuotanto on uusi käsite. Kiinnostuneen ja innovatiivisen työyhteisön muodostamisen myötä on mahdollista luoda selkeämmät linjat ja tavoitteet, joiden mukaan koko yhteisön on parempi ja helpompi tehdä työtä, jolla on selkeä päämäärä.

Seitsemän tapahtumatuotannon ammattilaisen haastattelun myötä saatu aineisto oli melko laaja. Aineistoa olisi voinut kuitenkin laajentaa esimerkiksi asiakastyytyväisyyskyselyllä. Täten oltaisiin saatu selkeämpää informaatiota myös asiakkaiden näkökulmasta. Mikäli aikaa olisi ollut enemmän, oltaisiin myös voitu tehdä niin sanottuja jatkohaastatteluja aiheesta. Haastatteluista muodostuneen kokonaiskuvan muodostamisen jälkeen, olisi ollut mielenkiintoista syventyä tutkimusongelmaan.

Tulevaisuudessa olisi mielenkiintoista syventyä tarkkailemaan tapahtumatuotannossa syntyvää murrosta laajemmin. Musiikkibisnesmaailmassa tapahtunut murros on alkanut jo heijastumaan myös tapahtumatuotantoon, ja on muokkaamassa alasta enemmän bisnesmallien mukaista. Myös tapahtumafoorumit moninaistuvat jatkuvasti teknologian kehityksen myötä. Hyvänä esimerkkinä aiheesta voisi käyttää esimerkiksi Second Life virtuaalimaailmaa, jossa on jo järjestetty niin sanottuja live-konsertteja. Onkin jännä nähdä millaisia tapahtumafoorumeita lähitulevaisuus tuo tullessaan.

Henkilökohtainen ammatillinen kasvu kulttuurituottajana on ollut merkittävää opinnäytetyön tekemisprosessin aikana. Teoriatietoa on saatu lisää, toimintatapojen soveltamisessa on havaittavissa selkeää kehitystä. Suurimpana kehittyneenä osa-alueena pidän kuitenkin omien ideoiden ja luovuuden soveltamista käytäntöön.

Tapahtumatuotannon kehityssuunnitelman tekeminen opinnäytetyönä on ollut minulle merkitykseltään ammatillisesti suuri. Prosessi on ollut minulle todella tärkeä niin kulttuurituottajana, mutta myös organisaation sisäisenä ohjelmistontuottajana. Prosessista keräämäni ammatillinen kasvu on ollut mielestäni hyvin merkittävää.

Tampereen Satamaravintolat Oy:lle tämän kehityssuunnitelman tarkoitus on tuoda innovatiivisia ideoita tapahtumatuotannon kehittämisen saralle Mustalahdessa. Sitä pystytään käyttämään myös koosteena alan ammattilaisten tapahtumatuotannollisista näkemyksistä. Kokonaisuudessaan opinnäytetyö on kehityssuunnitelma tietylle alan toimijalle, mutta siitä voi olla apua jokaiselle uudelle tapahtumatuotannon kentällä työskentelevälle taholle.

LÄHTEET

- Kallio, J. 2010. Louisiana Cajun Party Mustanlahden Tapahtumasatamassa 14.7.2010. Blogimerkintä. Saatavana: <http://aamulehdenblogit.ning.com/profiles/blogs/louisiana-cajun-party>
- Karinen, A. 2010. Toimistoinsinööri. Tampereen Kaupunki. Henkilökohtainen tiedonanto. 20.10.2010.
- Mäkelä, P. 2010. Toimitusjohtaja. Tampereen Satamaravintolat Oy. Henkilökohtainen tiedonanto. 13.10.2010.
- Niemelä, J.P.A. 2004-2005. Mustanlahden sataman historia. Saatavana: <http://www.mustalahti.info/fi/history/index.htm>
- Vasara, P. 2010. Mustassalahdessa ei enää kompuroida mukulakivillä. Saatavana: <http://www.aamulehti.fi/moro/uutisellista/mustassalahdessa-ei-ena-kompuroida-mukulakivilla/178133>
- Vuorinen, M. 2010. Toimitusjohtaja. Citysound Oy. Henkilökohtainen tiedonanto. 3.11.2010.
- Vuosara, S. 2010. Tuottaja-harrastaja. Henkilökohtainen tiedonanto. 4.11.2010
- Vuosara, S. Viitattu 18.11.2010. Blogimerkintä. Saatavana: <http://santerivuosara.tumblr.com/post/860561694/mustanlahden-tapahtumasatama-on-nyt-toista-kesaa>

LIITTEET

Liite 1. Haastattelukysymykset

Mitkä olivat Tampereen Kaupungin edellytykset alueen toiminnan luovuttamisessa Tampereen Satamaravintolat Oy:lle?

Mitkä ovat Mustanlahden Tapahtumasataman tapahtumatuotannolliset tavoitteet?

Kuinka tavoitteet ovat tähän saakka toteutuneet?

Mitkä tapahtumatuotannon osa-alueet vaativat kehittämistä?

Kuinka näitä osa-alueita voitaisiin kehittää?

Millainen ohjelmisto soveltuu parhaiten Mustalahteen?

Kuinka Mustanlahden aluetta pitäisi/voisi hyödyntää tapahtumatuotannossa?

Mikä tekee Mustalahdesta varteenotettavan ja erityisen paikan tapahtumatuotannolle?

Mikä on Mustanlahden kulttuurillinen arvo Tampereen kaupungille?

Onko Mustanlahden aluetta koskaan hyödynnetty kokonaisvaltaisesti sen resurssien antamien puitteiden mukaan?

Kuinka Mustanlahden aluetta voitaisiin kehittää kulttuurillisesti?

Onko Mustanlahden Tapahtumasataman graafinen ilme paikan itsensä näköinen ja paikalle sopiva?

Kuinka Mustanlahden tiedotusta ja markkinointia voitaisiin kehittää?

Millaisia tiedotuskanavia olisi syytä hyödyntää Mustanlahden kaltaisessa tapahtumapaikassa?

Kuinka Mustanlahden Tapahtumasataman valo- ja äänisuunnittelua voitaisiin kehittää?

Minkälaisia valo- ja äänitekniillisiä rajoitteita ja mahdollisuuksia Mustanlahden Tapahtumasatamama antaa?

Onko niin sanottujen ulkoistettujen tuottajien käyttäminen varteenotettava tapa tuottaa tapahtumia Mustalahdessa?

Kuinka tuottajat saataisiin kiinnostumaan Mustalahden tapahtumatuotannollisista mahdollisuuksista paremmin?

Onko Mustanlahden Tapahtumasatamalla potentiaalia muodostua valtakunnallisesti merkittäväksi tapahtumapaikaksi? Jos on, kuinka?

Liite 2. Valokuva Mustanlahden alueesta





