



HUMANISTINEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

## **Kulttuuritapahtuman tuotteistaminen**

kohteena Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateen-  
kaarifestivaali -tapahtuma

*Ilkka Veiström*

Kulttuurituottaja AMK (240 op)

04/2015

[www.humak.fi](http://www.humak.fi)

# HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Koulutusohjelman nimi

### TIIVISTELMÄ

<b>Työn tekijä</b> Ilkka Veiström	<b>Sivumäärä</b> 64 ja 27 liitesivua
<b>Työn nimi</b> Kulttuuritapahtuman tuotteistaminen - kohteena Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuma	
<b>Ohjaava(t) opettaja(t)</b> Päivi Ruutiainen	
<b>Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja</b> Tampere Pride ry	
<b>Tiivistelmä</b> <p>Opinnäytetyö käsittelee vuosittain järjestettävän Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tuotteistamista. Työn alkutilanteessa tapahtuma on tuotanto-organisaation, tapahtuman sisällön punaisen langan ja ulos viestittävän imagon puolesta hajanainen, ja vaikeasti nähtävänä yhtenä kokonaisuutena, yhtenä tapahtumatuotteena. Opinnäyteprosessin tavoitteena on kirkastaa Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma tuotteena, jolla on selkeä tuotantorakenne, tuotanto- ja sisältöajatus sekä suunta, jota kohti tapahtumaa tuotetaan suunnitelmallisesti, kävijämäärää ja taloudellista kannattavuutta kasvattaen.</p> <p>Päämenetelminä tuotteistamisprosessissa on tuotantotiimin ideariihä, SWOT-analyysi sekä tapahtumasta tehtyjen kävijätutkimusaineistojen pohjalta dokumenttianalyysejä hyödyntäen suunniteltava tapahtuman kehittäminen. Opinnäytetyössä esitellään konkreettisia toteutuneita tuloksia sekä muutoksia ja linjauksia, joita tapahtumaa koskien tehdään tuotteistamisprosessin pohjalta.</p> <p>Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuma on erinomainen case-esimerkki säännöllisesti järjestettävästä tapahtumasta, jonka haasteet liittyvät tapahtuman tuotanto-organisaation harrastepohjaisuuteen, ja jonka kannattavuus sekä tuotannon voimavarat voivat lisääntyä merkittävästi, kun tapahtuman tuotantomallia ja sisältötuotannon linjauksia tarkastellaan analyyttisesti ja ammattimaisen kulttuurituotannon menetelmin.</p> <p>Työn tilaajana on Tampere Pride ry, joka on osana opinnäytetyöprosessin aloittamista, tapahtuman taustaorganisaatioksi perustettu tamperelainen kulttuuriyhdistys. Yhdistys on vastannut tapahtuman tuottamisesta vuodesta 2014 alkaen.</p>	
<b>Asiasanat</b> tuotteistus, kehittäminen, kulttuuritapahtumat, SWOT-analyysi, seksuaalivähemmistöt	

# HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## Name of the Degree Programme

### ABSTRACT

<b>Author</b> Ilkka Veiström	<b>Number of Pages</b> 67 and 27 attach.
<b>Title</b> Productization of a culture event - case Tampere Pride Culture Event And Rainbow Festival event	
<b>Supervisor(s)</b> Päivi Ruutiainen	
<b>Subscriber and/or Mentor</b> Tampere Pride ry	
<b>Abstract</b> <p>The thesis focuses on the annually arranged Tampere Pride Culture Event productization. Before thesis process started event's production organization, concept and visible brand were scattered and it was difficult to see Tampere Pride as an ensemble, a product. One aim of the processes of the thesis is to clarify Tampere Pride Culture Event as a product that has a functional production organization, clear production and a concept idea. The other aims are to develop the event systematically and increase the amount of visitors and financial profitability.</p> <p>Main productization methods that are used in this thesis are brainstorming, SWOT analysis and document analysis that is based on the existing surveys made from Tampere Pride Culture Event's visitors earlier. The thesis presents concrete results as well as upcoming changes and new policies that are based on the productization process.</p> <p>Tampere Pride Culture Event And Rainbow Festival event is an excellent case study example of a regularly arranged event that has challenges based on the non-commercial event arranger association and whose profitability and resources can increase substantially when the way of producing and the concept of the event are examined analytically and through professional culture production methods.</p> <p>The client of the thesis is Tampere Pride ry. The client is an association that was founded as part of the thesis cooperation process in 2014.</p>	
<b>Keywords</b> productization, development, culture events, SWOT analysis, sexual minorities	

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	5
2 TAMPERE PRIDE -KULTTUURITAPAHTUMA JA SATEENKAARIFESTIVAALI.....	7
2.1 Tapahtuman historia ja tausta.....	9
2.2 Tapahtuman talous, kävijämäärä sekä muut haasteet.....	12
2.3 Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma tuotteena.....	17
3 SUOMALAISET PRIDE- JA QUEER-TAPAHTUMAT.....	20
3.1 Suomalainen pride vuonna 2015.....	21
3.2 Pride-tapahtumakävijän profiili Suomessa tutkimusten valossa.....	22
3.3 Pride-tapahtumien kehittyminen ja tuotteistuminen.....	24
4 TAPAHTUMAN TUOTTEISTAMISEN LÄHTÖKOHDAT JA TYÖVÄLINEET .....	25
4.1 Tapahtuman järjestäjän näkemyksiä tapahtuman kehittämisestä.....	28
4.2 Tapahtuman järjestäjän konkreettiset tavoitteet tuotteistamiselle.....	31
4.3 Tapahtuman tuotteistamistyön lähtökohdiksi valitut menetelmät.....	32
4.4 Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma tuotteena -SWOT.....	34
4.5 Takaetikettimalli tuotteen kirkastamisen apuna.....	39
5 TAMPERE PRIDE -KULTTUURITAPAHTUMAN TUOTTEISTAMINEN.....	40
5.1 Ideariihi - sisäisen tiedon ja osaamisen hyödyntäminen.....	41
5.2 Asiakaslähtöinen tuotteistaminen kävijätutkimusten pohjalta.....	43
5.3 Markkinaroolin valinta - sinisen meren tavoittelu ja edelläkävijyys.....	49
5.4 Lisensointi, tuotanto-organisaation ja brändin tuotteistus sekä tuotesuojaus...	52
5.5 Tampere Pride -Kulttuuritapahtumat 2015 - 2025.....	53
6 LOPUKSI.....	57
LÄHTEET.....	60
LIITTEET.....	64

## 1 JOHDANTO

Tuotekehittäjän silmin suomalainen pride on tuotteena mahdollisuuksien ja haasteiden keskeneräinen yhdistelmä, jonka kotimaisiin - tai erityisesti ulkomaisiin - tapahtumakävijöihin perustuvasta potentiaalista on vaikea sanoa ensisilmäyksellä mitään. Pride-tapahtumia järjestävät lähtökohtaisesti pienet organisaatiot, joilla ei ole vakinaista henkilökuntaa tai muuten käytettävissä kulttuurituotannon asiantuntijaosaamista. Pride-tapahtuma koostuu yksittäisistä tilaisuuksista, joita järjestävät eri toimijat.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman on yksittäisten tilaisuuksien tapahtumakokonaisuus, eikä se ulospäin noudata mallia yhdestä tuotteesta, jolla on yksi brändi, yksi asiakasmarkkinoinnin sekä viestinnän punainen lanka. Jotain, joka sitoo yksittäisten tilaisuuksien tapahtumakokonaisuuden yhdeksi tuotteeksi, tarjottavaksi, viestittäväksi ja markkinoitavaksi asiakkaille.

Keskityn opinnäytetyössä vuosittain järjestettävän, nelipäiväisen Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tuottamiseen; yhdeksi tuotteeksi, yhdeksi perustaltaan yhtenäiseksi tapahtumatuotteeksi. Opinnäytetyössä sivutaan tapahtuman taloutta, mutta siinä käytettävät menetelmät ja tuotettavat konkreettiset ehdotukset keskittyvät juuri tapahtumatuotteen muotoiluun - siihen osaan joka tuotetaan, näkyy ja markkinoidaan tapahtuman potentiaalisille kävijöille, yhteistyökumppaneille sekä sidosryhmille.

Aineistoina opinnäytetyössä käytän olemassa olevaa tutkimusaineistoa Tampere Pride -Kulttuuritapahtumasta sekä muista koti- ja ulkomaisista pride-tapahtumista. Erityisesti tuotteistamisessa nojaan tapahtuma- ja sukupuoli- sekä seksuaalivähemmistösisältötuotannon asiantuntijoiden aineistoihin ja artikkeleihin.

Hyödynnän lisäksi omaa taloushallinnon, matkailupalvelutuotannon ja tuotekehityksen koulutustani. Erityisosaamisaluettani ovat sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöt asiakasryhmänä sekä heihin liittyvät erityiskysymykset ja ostovoimapotentiaali.

Olen järjestänyt pride-tapahtumia vuodesta 2004 sekä toiminut työntekijänä ja vapaaehtoisena useissa sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjärjestöissä. Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotannossa olen toiminut alusta, vuodesta 2009, alkaen.

Kulttuurituottajaopinnot ovat antaneet erinomaisen pohjan tarkastella minulle tuttua tapahtumaa opinnäytetyökohteena ikään kuin ulkopuolisen silmin, vaikka samanaikaisesti käytössä ovat olleet tapahtuman tunteminen ja oma muu koulutus- sekä osaamistausta. Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tuotteistaminen ansaitsisi tätäkin laajemman panostuksen, mutta uskon opinnäytetyöni olevan arvokas panostus tapahtuman ajankohtaisimpiin haasteisiin; järjestäjien tuntemukseen tapahtuman järjestämisen raskaudesta, kävijämäärän kasvattamiseen, tapahtuman heikon taloustilanteen parantamiseen sekä tunnettuuden lisääntymiseen.

Tarpeet, joihin tämän päivän pride-tapahtumista haetaan tyydytystä, ovat merkittävästi erilaiset kuin vuoden 1974 ensimmäisessä mielenilmauksessa tai jopa 2000-luvun alun prideissa. Yhteiskunnallinen tasavertaistuminen, arvoliberaatio, sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjen oikeuksien parantuminen sekä sosiaalisen median käytön ja kanavien määrän kasvu ovat korostaneet tapahtumien viihdesisällön merkitystä. Käsitelen opinnäytetyössä pride-tapahtumakävijän tapahtumasisältötarpeita, joihin myös Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tulee vastata. Kysymys on tuotekehityksestä ja tuotteen uudistumisesta.

Käsitelen opinnäytetyössä Tampere Pride -Kulttuuritapahtumaa tuotteistusnäkökulmasta kuin mitä tahansa tuotekehityskohdetta. Tärkeä päämäärä on hahmottaa tapahtuma yhdeksi tuotteeksi, jolla on elinkaari, sisällöntuotannon selkeä ja eteenpäin ohjaava perusajatus, imago sekä järjestäjän asettamat tavoitteet, arvot ja päämäärä.

Tuotteistus toteutetaan Tampere Pride ry -yhdistyksen asettamien arvojen sekä periaatteiden sisällä. Tapahtumalle tehdään ensin aloituskartoitus, jossa kerätään tarvit-

tavat tiedot kohteesta tuotteistamisen perustaksi. Tampere Pride -Kulttuuritapahtumasta tehdään alkuun SWOT-analyysi nimenomaan tapahtumasta tuotteena.

Varsinaisessa tuotteistusvaiheessa lähtötilanteeksi on opinnäytetyön tilaaja toiveesta määritelty tapahtuman näkeminen ei-tuotteena. Lähtöasetelmaan perustuen tuotteistamisessa käytettäväksi valikoituivat perinteiset tuotekehitysmenetelmät, joita olivat tuotantotiimin ideariih- ja kehitystapaamiset, tapahtuman markkinaroolin valinta ja sen pohjalta tuotettavan sisällön kirkastaminen sekä tapahtumasta ja muista suomalaisista pride-tapahtumista tehtyjen kävijätutkimusten pohjalta tehtävä tuotteistaminen. Kirkastamisella tarkoitan opinnäytetyössä esimerkiksi tuotantotapojen tai mallien selkeyttämistä tai yksinkertaistamista toimivampaan muotoon.

Hyvin erityisestä tapahtumakohdeasiakassegmentistä johtuen, olen työssäni ottanut huomioon asiakkaiden sekä pride-tuottajien näkemyksiä tapahtumistaan aivan erityisellä herkkyydellä. Opinnäytetyössä painottuu tästä johtuen Tampere Pride -tuotantotiimin näkemykset sekä tapahtumakävijöiden antama palaute.

## 2 TAMPERE PRIDE -KULTTUURITAPAHTUMA JA SATEENKAARIFESTIVAALI

Pride tai Gay pride on maailmanlaajuinen tapahtumatyyppi, joka on perinteisesti kohdennettu sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöihin kuuluville. Pride-tapahtuma tarjoaa osallistujille mahdollisuuden olla ylpeä itsestään juuri sellaisena, ja se tarjoaa heille erilaista sisältöä yhteiskunnallisesta kannanottamisesta samanhenkisten ihmisten tapamisen mahdollisuuteen. (Seta ry 2015)

Suomessa seksuaalivähemmistöjen oikeuksia ajava Seta ry määrittelee seksuaalivähemmistöihin homot, lesbot ja biseksuaalit. Seksuaalisen suuntautumisen määrittelyn perustana ilmoitetaan se, ketä kohtaan tuntee emotionaalisia ja/tai eroottisia vetovoimia; homot ja lesbot omaa sukupuolta olevia kohtaan. Biseksuaalit tuntevat vetovoimaa

maa omaa sekä vastakkaista sukupuolta edustavia henkilöitä kohtaan. Seta ry nostaa esille myös seksuaalivähemmistönä transsuuntautuneisuuden, jossa henkilö tuntee vetovoimaa transihmisiin. Sukupuolivähemmistöihin lasketaan transihmiset, joita ovat muun muassa transsukupuoliset, transgenderit, transvestiitit, intersukupuoliset sekä muunsukupuoliset henkilöt. (Seta ry 2015)

Eri tutkimusten mukaan väestöstä 5 - 10 % kuuluu seksuaali- ja sukupuolivähemmistöihin. Olen toiminut aikaisemmin konsulttina muun muassa gay-matkailupalvelutautannolle ja kouluttanut oppilaitosten opiskelijoita sekä viranomaistahojen henkilökuntaa vähemmistönäkökulmasta. Näissä yhteyksissä on ollut hyvä edetä varovaisuusperiaatetta noudattaen, ja laskea väestöosuus seksuaali- ja sukupuolivähemmistöasiakaspotentiaalin osalta alinta, 5 % osuutta käyttäen. Varovaisuusperiaatteen käyttö perustuu taloudellisen päätöksenteon peruslähtökohtaan, jossa potentiaalinen tuottolähde tai tässä tapauksessa tapahtumaosallistujasegmentin koko kannattaa mahdollisimman realistisen laskentaperustan varmistamiseksi pienintä mahdollista lähtöarvoa käyttäen.

Tampere on kolmanneksi suurin Suomen kunta 223004 asukkaalla. Lähikunnat mukaan lukien Pirkanmaan väkiluku on yhteensä 503382. (Tilastokeskus 2015)

5 % otaksunnalla Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman asiakaspotentiaali on pelkästään suoraan segmenttiin kuuluva väestö huomioiden, ja siis niin sanotut heterot pois lukien, Pirkanmaalla noin 25 000 henkilöä, koko Suomi asiakaspotentiaalisissa huomioiden (väkiluku 27.04.2015 5478203 henkeä), Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman kotimainen asiakaspotentiaali on hieman yli 270 000 henkilöä. (Väestörekisterikeskus 2015)

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuma on vuosittain järjestettävä nelipäiväinen sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjä edustava tapahtuma Tampereella. Tapahtuman kiinteä järjestämisaikajankohta on viikko 29 ja tapahtumapäi-



vät torstai - sunnuntai. Ensimmäinen nykymuotoinen Tampere Pride järjestettiin vuonna 2010 ja tapahtuma on jäänyt järjestämättä kerran, vuonna 2013.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma on alusta alkaen eronnut muista suomalaisista pride-tapahtumista tavoiteltujen asiakasryhmien osalta. Tampere Pride on tarkoitettu kaikille paikallisille asukkaille sekä koti- ja ulkomaisille matkailijoille. Toinen merkittävä ero on tapahtuman luonne. Kun muut suomalaiset pride-tapahtumat painottavat olevansa ihmisoikeustapahtumia, Tampere Pride etenee kulttuurin keinoin ja edistää sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjen oikeuksia sloganinsa mukaisesti olemalla Kulttuuritapahtuma isolla Koollla! (Seta ry 2015)

Tampere Pride kutsuu jokaisen sukupuoleen tai seksuaaliseen suuntautumiseen katsomatta tutustumaan vähemmistöihin, nauttimaan kulttuurista heidän kanssaan; samanarvoisina, ystävinä, hyvässä ja positiivisessa ilmapiirissä. (Tampere Pride ry 2014b)

## 2.1 Tapahtuman historia ja tausta

Ensimmäinen nykymuotoinen Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma järjestettiin 22. - 25.07.2010. Tapahtuman järjestäjänä toimi myös muita gay-palveluita Suomessa tuottanut MyEvent, jonka yksi omistajista olin. Vaikka Tampere on yksi suomen suurimmista kaupungeista, ei pride-tapahtumaa ollut järjestetty paikallisen Tampereen SETA ry -järjestön toimesta vuoden 2005 jälkeen, eikä paikallinen järjestö ollut kiinnostunut tapahtuman järjestämisestä tai tapahtumayhteistyöstä. Yksi syy useisiin välivuosiin on varmasti Helsingin seudun Seta ry:n vuonna 2006 tekemä päätös järjestää Helsinki Pride vuosittain. (Pirkanmaan Seta ry 2015),

Vuonna 2005 paikallisen Tampereen SETA ry -yhdistyksen 07. - 10.07.2005 Onks noi niitä?! -teemalla järjestämä tapahtuma ja sen eri tilaisuudet keräsivät koti- ja ulkomai-

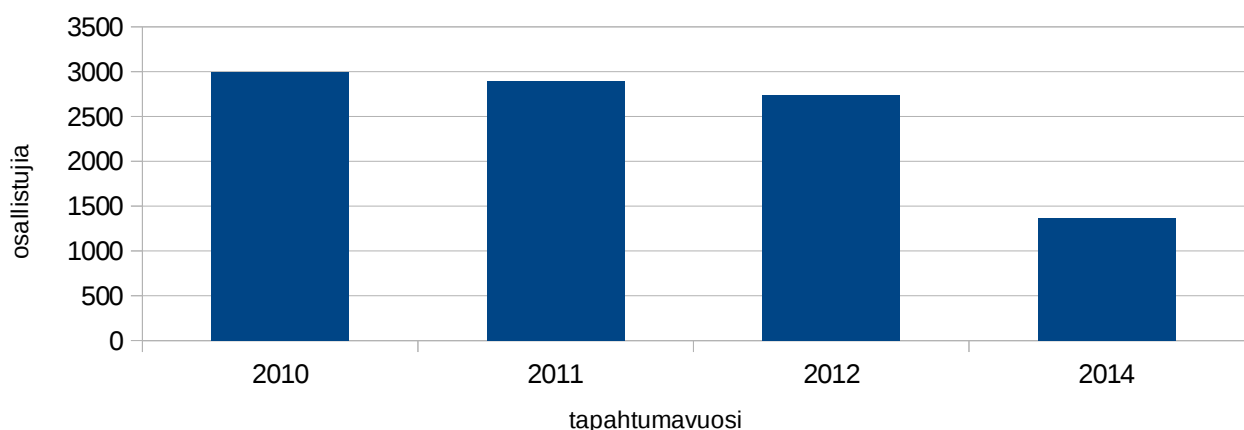
sia osallistujia. Esimerkiksi Tullintorin aukiolla järjestetyssä tapahtumassa oli osallistujia noin 300. (Sateenkaariyhteisöt ry 2015a)

Seuraavan kerran Tampere Pride järjestettiin vasta vuonna 2010 ja tapahtuman virallinen nimi oli Tampere Pride Queer Culture Event Finland. Tähän ensimmäiseen tapahtumaan panostettiin erityisen paljon ja tapahtuma onnistui hyvin. Tampere Pride 2010 22. - 25.07.2010 kokosi neljän päivän aikana järjestettyihin tilaisuuksiin yhteensä noin 3000 osallistujaa. (Paavola 2010). Eri tilaisuuksia oli yhteensä 25. Tapahtuman pääesiintyjänä nähtiin ruotsalainen poplaulaja Eric Saade. (MyEvent 2010)

Tampere pride 2011 21. - 24.07.2011 tuotettiin samalla kaavalla kuin vuoden 2010 tapahtuma ja neljän päivän aikana järjestettiin yhteensä 29 eri tilaisuutta. Tapahtuman esiintyjissä nähtiin tunnettuja esiintyjä, kuten esimerkiksi laulajat Gareth Gates (UK) ja Stina Girs sekä moninkertaisesti palkittu drag-hahmo Linnea von Kattendam. Vuonna 2011 tapahtuman osallistujamäärä jäi kuitenkin hieman edellisestä vuodesta ja oli yhteensä noin 2900 osallistujaa. (MyEvent 2011)

Tampere Pride 2012 järjestettiin 19. - 22.07.2012 ja tapahtumanaikaiset tilaisuudet kokosivat yhteensä 2736 osallistujaa. (MyEvent 2012a). Eri tilaisuuksia järjestettiin tapahtuma aikana yhteensä 18. Vuoden 2012 tapahtuman osalta oli ennalta päätetty, ettei päätilaisuuksiin hankita esiintyjä. (MyEvent 2012b)

Tapahtuma piti paikallisista olosuhteista väli vuoden vuonna 2013 ja seuraavan kerran Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuma järjestettiin 2014. Tampere Pride 2014 17. - 20.07.2014 sisälsi 15 tilaisuutta ja kokosi neljän päivän aikana yhteensä noin 1370 tapahtumakävijää. (Tampere Pride ry 2014a)



## diagrammi 1: Tampere Pride -tapahtuman kävijät vuosittain

Vuoden 2014 Tampere Pride - Kulttuuritapahtuman ohjelmaan sisältyi suomalaisissa pride-tapahtumissa ainutlaatuisena lisänä Hyväntekeväisyys Ihmishuutokauppa, jossa myytiin elämyksiä ja kokemuksia julkisuudesta tunnettujen henkilöiden kanssa sekä Homokirppis, joka pureutui yleiseen luuloon, että homoilla on parhaat vaatteet ja kaikki luksusta. Muita uutuuksia vuonna 2014 olivat Lavatanssit Väinö Linnan aukiolla ja Ylen suoraan verkossa lähettämä paneelikeskustelutilaisuus sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöihin kuuluvien nuorten korkeammasta itsemurhariskistä. Paneelin keskustelijoihin kuului muun muassa kansanedustaja Eila Tiainen. Tapahtuman osallistujamäärä jatkoi vähentymistä, ja tapahtuma jäi selvästi kävijätavoitteestaan. (Tampere Pride ry 2014c)

Tampere Pride on tapahtumana kärsinyt alusta alkaen paikallisen sekä valtakunnallisen setajärjestön sekä muun muassa ranneliike.net -palvelun asenteesta, jonka mukaan sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöille suunnattua tapahtumaa ei saisi järjestää muu kuin tasavertaisuusjärjestö. Nykyisen Pirkanmaan Seta ry:n kanta asiaan on ollut vieläkin tiukempi, ja järjestö onkin järjestänyt Tampereella vuodesta 2013 alkaen kilpailevaa Pirkanmaan Pride -nimistä tapahtumaa, jonka ajankohta on sijoittunut kesäkuun alkuun. (Mollgren 2013)

Kun vuonna 2009 tehtiin päätös vuosittaisen Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman järjestämisestä, pohjimmainen syy oli halu tuottaa tamperelaisille, pirkanmaalaisille ja suomalaisille sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöihin kuuluville positiivishenkinen säännöllinen tapahtuma, joka tarjoaisi mahdollisuuden kokea ja kohdata. Nimenomaan kohtaamisen ja kokemuksen mahdollisuus on ollut ja on tapahtuman sisällön avainajatus, josta tapahtuman järjestäjä haluaa pitää kiinni myös tulevaisuudessa.

Toisena kantavana ajatuksena oli jo mainittu halu tehdä pride-tapahtuma, joka on tarkoitettu ihan kaikille - myös niin sanotulle heteroväestölle, jotka tahdottiin mukaan viettämään aikaa ja tutustumaan niin vähemmistöihin kuuluviin henkilöihin kuin myös

heidän kulttuuriinsa. Tässä tapahtuma on vuosittain onnistunut erinomaisesti, ja Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma on vuosittain näkynyt paikallisissa sekä valtakunnallisissa uutisoinneissa, ja tapahtumiin on säännöstäen osallistunut valtaväestöön kuuluvia henkilöitä.

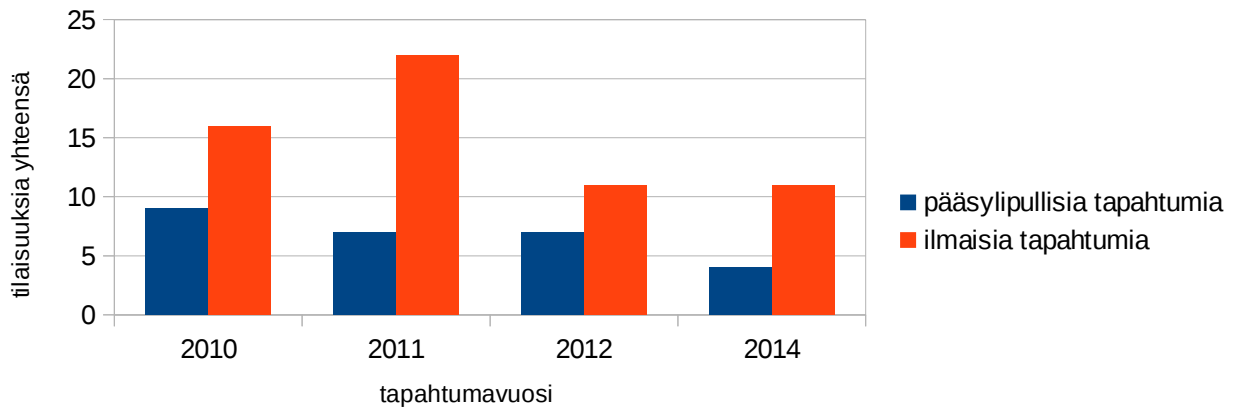
Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman rooli paikallisena palvelutuottajana on edelleen ainutlaatuinen. Tapahtuma tuottaa kesällä lukuisia tapahtumia, joiden yhdistävä tekijä on kulttuuri ja tarjoama mahdollisuus kohtaaminen. Tapahtuman aikana järjestetyt iltajuhlat on alusta alkaen kohdennettu erityisesti vähemmistöasiakkaille, ja näin on käytännössä ollutkin.

## 2.2 Tapahtuman talous, kävijämäärä sekä muut haasteet

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtumaa on tuottanut vuoden 2014 tapahtumasta alkaen Tampere Pride ry -niminen kulttuuriyhdistys. Yhdistyspohjaiseen järjestäjätyyppiin siirtyminen muodostui pakolliseksi toimenpiteeksi paikallisen sekä valtakunnallisten vähemmistöjärjestöjen Tampere Pride -tapahtumaa kohtaan kohdistamasta paha kaupallinen tapahtuma -leimaamisesta. Yhdistyspohjaan siirtymisen toisena syynä on suomalaisen kulttuurituotannon rahoitus rakenne, joka ei käytännössä mahdollista kaupallisen toimijan yhteiskunnallisen rahoituksen hakemista.

Taloudellisesti kannattava Tampere Pride kuitenkin ei ole ollut kaupallisen toimijan järjestämänä yhtenäkkään vuonna. Vuonna 2010 tapahtuman taloudellinen tulos oli jopa 10 000 euron tappio. Vuoden 2014 tapahtuman tappio oli tapahtuman sisällön sekä tuotannon kehittämisen jälkeen enää 2000 euroa. Alkuvuosien tappiot ovat ymmärrettävissä tapahtuman vielä hakiessa muotoaan. Pienen ja uuden Tampere Pride ry:n talous ei kuitenkaan kestä tappiollista toimintaa, ja ratkaisua tilanteeseen päätettiin hakea opinnäytetyöprosessin kautta.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman taloudellisen kannattamattomuuden takaa löytyy useita syitä. Vuosittain vähentyneen kävijämäärän lisäksi merkittävä syy on lippumyynnillä rahoitettavan tapahtuman kulu-tuottorakenne.



diagrammi 2: Tampere Pride -tapahtuman pääsylipulliset ja ilmaiset tapahtumat

Kyseessä on mahdollisesti järjestäjien sisäinen epäselvyys siitä, mikä Tampere Pride lopulta on tuotteena. Tapahtuman ensimmäisenä järjestämisvuonna tapahtuman liikevaihto on ollut korkein, mutta samanaikaisesti ilmaistapahtumien määrän vähyys suhteessa pääsylipullisiin tilaisuuksiin koettiin tapahtumapalautteissa sekä esimerkiksi suosittun ranneliike.net -palvelun tapahtumasta tekemässä jutussa erittäin negatiiviseksi tekijäksi. Tapahtumajärjestäjä on palauteperusteisesti pyrkinyt lisäämään ilmaistapahtumien määrää. Pääsyliputtomien tilaisuuksien kulut maksetaan päälippu-tuotoista, mikä on kasvattanut merkittävästi järjestämiskustannuksia.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotannolliseksi haasteeksi koetaan tarve tuottaa kaikille kaikkea; ilmaisia ja pääsylipullisia tilaisuuksia. Edelleen vuoden 2015 pride-tapahtuman ohjelmasisällössä korostuu selkeästi rakenne, jossa suurin osa kustannuksista syntyy ilmaistapahtumista, ja samaan aikaan tapahtumaperjantai- ja lauantai-iltojen biletilaisuuksien lipunmyyntituoton toimiessa ainoana - ja epävakana - tulonlähteenä.

Tampereella on oltu vuodesta 2013 alkaen erikoisessa tilanteessa, jossa kaupungissa järjestetään vuosittain kaksi täysin erillistä pride-tapahtumaa; kesäkuun alussa Pirkanmaan Pride ja heinäkuun lopussa Tampere Pride. (Mollgren 2013). Tilanne on haasteellinen niin tapahtumien järjestäjille kuin myös tapahtumakävijöille, jotka eivät ymmärrä perustetta kahdelle erilliselle tapahtumalle. Samanaikaisesti tapahtumakävijät sekoittavat tapahtumat sekä niiden sisällöt toisiinsa. Ongelmia on ollut myös paikallisten viranomaisten kanssa, jotka säännöstäen ovat sekoittaneet esimerkiksi myönnettävissä luvissa tapahtumat toisiinsa.

Kahden erillisen paikallisen pride-tapahtuman tilanne ei ole näillä näkymin muuttumassa lähivuosina, tapahtumien järjestäjien hyvin tulehtuneista väleistä sekä tapahtumien tuotannon merkittävästi eroavista arvolähtökohdista. Tampere Pride on pystynyt pitämään toistaiseksi pintansa kilpailutilanteessa tunnettuutensa johdosta, mutta Pirkanmaan Priden vaikutukset kävijämääriin sekä tapahtuman tuotantoresursseihin on ollut selvästi havaittavissa. Myös vuonna 2015 Tampereella on kaksi pride-tapahtumaa. Tulevaisuutta ajatellen, Tampere Pride ry näkee tapahtumansa tunnettuuden, näkyvyyden ja markkinoinnin moninkertaistamisen sekä yleensäkin tapahtuman kiristämisen kriittisen tärkeäksi, mikä huomioidaan osana tapahtuman tuotteistamista.

Vaikka Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuma on näkynyt vuosittain mediassa ja seuraavan vuoden tapahtuman ajankohta on ilmoitettu ajoissa, on tapahtuman näkyvyys - tai oikeastaan näkymättömyys - todellinen ongelma. Tampere Pride -tapahtumasta on tehty vuosittain kävijätutkimus, ja tutkimustuloksissa on käytännössä aina noussut hyvin vahvana esille tapahtuman huono markkinointi. Edes paikalliset vähemmistöihin kuuluvat asiakkaat eivät ole tienneet tapahtumasta, eivätkä siksi ole osallistuneet Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tilaisuuksiin. Kävijätutkimusten mukaisia markkinointi- näkyvyysaasteita käsitellään tarkemmin tuotteistamisen yhteydessä. (MyEvent 2012), (Paavola 2010)

Tehtyjen tutkimusten mukaan, Tampere Pride -tapahtumakävijä kuluttaa Tamperekäyntinsä yhteydessä keskimäärin 100,00 - 150,00 euroa. Tästä summasta Tampere

Pride -tapahtuman ainoaan tuottolähteeseen, pääsylippuihin, kulutti tapahtumasta vuonna 2011 tehdyn kävijätutkimuksen perusteella kävijöistä jopa 43 % 0,00 euroa ja seuraava 29 % enintään 19,00 euroa . (Leskinen, Norontaus 2011), (Paavola 2010)

Tampere Pride -tapahtuma ei ole onnistunut kasvattamaan tapahtumakävijän keski-ostosta - eli tapahtumakävijän tapahtuman tuottamiseen jättämää euromäärää. Tapahtuman aikana kulutettu kokonaisrahamäärä on päivittäin laskenut kolmannes, ja oli vuonna 2011 keskimäärin 100,00 euroa. Yksi syy saattaa tähän voi toki olla maksuttomien tilaisuuksien merkittävä lisääntyminen suhteessa pääsylipullisiin vuodesta 2010. (Leskinen, Norontaus 2011), (Paavola 2010)

Tehtyjen tutkimusten valossa tilanne ei ole helppo, sillä esimerkiksi majoitusmyyntiyhteistyön tuottomahdollisuudet näyttävät erittäin heikoilta, eikä monien perinteisten tapahtumakävijöiden ostamien tuotteiden ja palveluiden tarjoaminen osana Tampere Pride -tapahtuman pääsylippu- ja oheistuote- sekä -palvelumyyntitoimintaa ole mahdollista tai tutkimusten valossa kannattavaa.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtumasta ei ole toistaiseksi ollut tarjolla perinteisiä oheistuotteita, kuten t-paitoja tai vastaavia, joiden myynnillä voidaan kattaa tapahtuman tuotantokustannuksia. Tapahtuman järjestäjä on kyseenalaistanut tällaisten tuotteiden myyntipotentiaalin, kun myyntimäärien jäädessä pieneksi, muodostuu kappale-hinta automaattisesti varsin korkeaksi.

Yksi tuottomahdollisuus Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtumalle on sponsori- ja näkyvyysmyyntiyhteistyötuotteiden myyminen. Näkyvyysmyyntiyhteistyöstä on tapahtuman osalta tietoa vain vuosilta 2010 ja 2011. Tapahtumaa aikaisemmin järjestäneen MyEvent-yhtiön mukaan myynti ei kuitenkaan ole ollut kannattavaa. Suuret brändit ovat nähneet Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman vielä liian marginaalisena tapahtumana. Paikalliset toimijat eivät ole eri syistä lähteneet näkyvyysyhteistyöhön.

Aktiivisempi sponsori- ja näkyvyysmyyntiyhteistyön tarjoaminen on mahdollisuus, joka Tampere Pride ry:ssä nähdään potentiaalisena mahdollisuutena. Erityisesti nyt, kun tapahtuman takana on kulttuuriyhdistys, jonka tavoitteena on tuottaa ympärivuotisesti tilaisuuksia ja aktiivista toimintaa, joissa näkyminen voidaan tarjota osana yhteistyötä. Mahdollisuuksia nähdään järjestäjän puolesta myös muun rahoituksen hankinnan kohdalla, mutta selvityksiä ei ole tehty.

Sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöihin kuuluvien henkilöiden yhteisöllisyyden kokemus ja sen kautta halu osallistua ja kannattaa järjestettyä toimintaa, vaikuttaisi paikallisten toimijoiden kertoman sekä toimintansa lopettaneiden homobaarien ja -palveluiden määrän pohjalta olevan heikompi kuin esimerkiksi pääkaupunkiseudulla, jossa yhteisöllisyydellä on ollut suuri merkitys paikallisten toimijoiden kaupallisen toiminnan jatkumisen mahdollistumisessa. (Syrjänen Suvi 2011)

Tampereen ainoan homobaarin Mixein asiakasmäärät ovat hyvä osoitus siitä, etteivät paikalliset sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöihin kuuluvat koe velvollisuudekseen tukea paikallista vähemmistöpalvelua tai kohdata nimenomaan heille kohdennetussa sosiaalisessa ympäristössä. Ainoksi tamperelaista homoja ja lesboja kokoavaksi tapahtumaksi näyttää muodostuneen noin 1,5 kuukauden välein järjestettävä Leimaritbileilta, jota järjestää paikallinen Pirkanmaan Seta -yhdistys.

Jos paikallisilla sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöihin kuuluvilla ei ole tarvetta tai halua kohdata tai osallistua erityisesti heille tarkoitettuihin tilaisuuksiin, joihin Tampere Pride luonnollisesti kuuluu, onko tapahtumalle todellista tilausta? Mikä vaikutus on Pirkanmaan ulkopuolelta tulevien koti- ja ulkomaisten matkailijoiden osallistumisen vahvistamiselle? Tämä on asia, jota Tampere Pride ry tapahtuman järjestäjänä pohtii. (Syrjänen Suvi 2011)

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman yhtenä haasteena on helppoa nähdä taloudellisen tilanteen lisäksi tuotannollisen sidosryhmien kapea-alaisuus. Pirkanmaalla toimivia sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjärjestöjä tai -yrityksiä on vain muutama; järjes-



töinä Tampere Pride ry:n lisäksi Pirkanmaan Seta ry. Lisäksi palveluita tuottavat yksityisomisteinen Mixei Nightclub -niminen homobaari ja Helsingissä toimivat homourheilujärjestö HOT ry:n Tampereen paikallinen ryhmä, joka on tosin erittäin pieni ja keskittynyt vain yhden lajin ympärille.

Alueen järjestöjen yhteistyön haasteet ja Mixein vähäinen osallistuminen muiden järjestämiin tapahtumiin tarkoittaa käytännössä ohjelmatuotannon osalta sitä, että Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtumaan on hyvin hankalaa saada ohjelmasisältöä paikallisen yhteistyön kautta. Tähänastinen sisältöyhteistyö onkin pitkälti nojannut tamperelaisiin valtaväestötoimijoihin, joiden kautta Tampere Pride -tapahtumassa on nähty esimerkiksi standup-viihdettä ja osallistuttu avoimille tanssikursseille sekä toisaalta valtakunnallisten toimijoiden sisällöntuotantoon.

Muilta osin lisäohjelmaa on hankittu esimerkiksi Helsingistä ja muista suurista kaupungeista. Näitä ovat olleet muun muassa DJ-palvelut, drag-esiintyjät ja teatteriesitykset. Luonnollisesti tuontisisällön kustannukset ovat matkakorvausten ja ohjelmasisällön tuottamisen viemän pidemmän ajan johdosta merkittävästi kalliimmat.

Tampere Pride -tapahtuma on tehnyt vuosittain yhteistyötä Tampereen kaupungin matkailun kanssa. (MyEvent 2011). Yhteistyössä Tampereen matkailu on saanut Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtumasta monipuolistavan tekijän paikalliseen tapahtumatarjontaan. Tampere Pride -tapahtuma on vastavuoroisesti saanut kaupungin matkailun kautta näkyvyyttä matkailunmarkkinointiyhteyksissä. Tehtyjen tutkimusten perusteella kuitenkin näyttää siltä, ettei Tampere Pride -tapahtuman kävijämäärissä näy matkailun kautta saatu markkinointinäkyvyys. Erityisesti ulkomaalaisten matkailijoiden osuus tapahtuman kävijöistä on marginaalinen. (Leskinen, Norontaus 2011), (Paavola 2010)

### 2.3 Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma tuotteena

Kulttuuritapahtuman järjestäjä on toivonut tapahtuman tuotteistamistyössä lähde-  
vän lähtöajatukselta, että Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali  
-tapahtuma ole vielä tuote siitä mielessä, että se voitaisiin nähdä selkeän imagon  
omaavana myyntiyksikkönä. Järjestäjästä Tampere Pride on nelipäiväinen yksittäisis-  
tä tilaisuuksista koostuva tapahtumakokonaisuus, jonka sisällöstä ja imagosta puut-  
tuu kaiken yhdistävä punainen lanka. (MyEvent 2010), (MyEvent 2011), (MyEvent  
2012), (Tampere Pride ry 2014c). Tuotteistamisen tavoitteeksi on asetettu nimen-  
omaan tapahtuman määrittelystä kokonaisuuden pudottaminen pois ja Tampere Pri-  
de -Kulttuuritapahtuman kirkastaminen mielenkiintoiseksi ja houkuttelevaksi tapahtu-  
maksiksi, tapahtuman tuotannollisia arvoja noudattaen.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman on kuitenkin helposti tuotteistettava juuri sen ar-  
vojen ja järjestäjäorganisaation hengen johdosta. Siihen mitä ja millainen Tampere  
Pride on tuotteena, jonka voisi helposti tarjota esimerkiksi Tampereelle suuntaavalle  
matkailijalle, saadaan tarkennusta tuotteistusmenetelmiä hyödyntäen.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotteistami-  
nen käynnistyi osittain jo, kun tapahtuma julkistettiin ensimmäisen kerran kevättalvel-  
la 2010. MyEvent hankki tapahtumalle kuvatavaramerkin, joka toimii tapahtuman tun-  
nuksena. Jatkotuotteistusta on tapahtumaorganisaation teknisenä kehitystyönä, sa-  
moin kuin sisällöntuotannon kehityksenä, tehty erityisesti vuodesta 2014 alkaen osa-  
na tämän opinnäytetyön prosessia. (Tampere Pride ry 2014b)



kuva 1: tavaramerkkisuojattu Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman virallinen tunniste

Ensimmäiset suuret uudistukset astuivat voimaan jo heinäkuussa 2014. Vuoden 2015 tapahtuman aktiivisen tiedottamisen aloittamisen yhteydessä tullaan paljastamaan seuraavat merkittävät uudistukset, jotka liittyvät tapahtuman sisältötarjonnan vapauttamisen suomalaisille pride-tapahtumille ainutlaatuisella tavalla.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tekniset tunnistetiedot:

tapahtuman virallinen nimi:

Tampere Pride Queer Culture Event Finland

tapahtuman markkinointinimi:

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuma

in English: Tampere Pride Culture Event And Rainbow Festival

tapahtuman lyhyet käyttönimet:

Tampere Pride

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma

Tampere Pride -tapahtuma

in English: Tampere Pride, Tampere Pride Culture Event, Tampere Pride Event

tapahtuman slogan-tunniste:

Kulttuuritapahtuma isolla Koolla!

in English: Culture event with a big C!

(Tampere Pride ry 2014b)

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman logo on suojattu tavaramerkki (reknro. 248806). Suomessa Patentti- ja rekisterihallitus on katsonut kaupungin nimen ja pride-sanan yhdistelmän yleisnimiksi, ja kuka tahansa voi järjestää esimerkiksi Helsinki Pride -nimisen tapahtuman. Luonnollisesti tapahtuman järjestäjä voi vakiintumismenettelyn

pohjalta riitauttaa asian tuomioistuimessa. Tampere Pride on näin ollen tapahtumanimenä ainutlaatuinen. (Tampere Pride ry 2014b)

Tavaramerkin suojatessa tapahtuman nimeä vain osittain, lisäsuojattiin tapahtuman brändiä kesällä 2014 Tampere Pride ry -nimisen yhdistyksen rekisteröinnillä. Alkuperäisen tavaramerkin omistaa yhä MyEvent (My Solutions Oy), joka on myöntänyt Tampere Pride ry:lle nimen käyttöoikeuden yhdistyksen nimessä sekä toistaiseksi voimassa olevan järjestäjälisenssin, jonka puitteissa Tampere Pride ry voi tuottaa tapahtumaa vuosittain. (Tampere Pride ry 2014d)

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman sijoittuminen suomalaisten pride-tapahtumien vuosikalenteriin on tarkan harkinnan tulos. Samaan aikaan ei ole järjestetty Oulun pride-tapahtumaa lukuun ottamatta muita suuria vastaavia tapahtumia. Kilpaileva Pirkanmaan Pride on tähän asti järjestetty noin kuukautta aiemmin, kesäkuun alussa. (Sateenkaariryhteisöt ry 2015b)

Mikäli Tampere Pride -Kulttuuritapahtumaa katsottaisiin nykyisellään tuotteena, sen heikoimpia ominaisuuksia olisi tunnettuus ja näkyvyys. Tampere Pride -nimen nimi on kuullut, muttei osaisi välttämättä kertoa mitään tapahtumasta tai sen olemassa olosta. Tampere Pride -brändi on olemassa, mutta sitä tulee kehittää nykyistä huomattavasti järjestelmällisemmin ja tavoitteellisemmin. Tapahtuman hengen ja erilaisuuden muihin pride-tapahtumiin nähden, tulee näkyä vahvemmin viestinnässä. (Paavola 2010)

### 3 SUOMALAISET PRIDE- JA QUEER-TAPAHTUMAT

Ensimmäisen kerran 27.7.1974 järjestetty mielenosoitustapahtuma Helsingin Vanhankirkon seurakunnan nuorisotyöntekijä Seppo Kivistön virasta erottamisen johdosta vakiintui välittömästi säännölliseksi vapautuspäivät-tapahtumaksi. Vuonna 2000

otettiin Suomessa käyttöön kansainvälisesti käytetty pride-nimi. Maailman ensimmäiseksi pride-tapahtumaksi katsotaan New Yorkissa vuonna 1969 poliisin suorittaman Stonewall Inn -nimisen homobaarin ratsian aiheuttama avoin vastarinta.

Pride-tapahtumia Suomessa järjestävät perinteisesti valtakunnallisen Seta ry:n jäsenjärjestöt, kuten Helsingin seudun Seta ry Helsinki Pride -tapahtumaa. Eri pride-järjestäjiä on kuitenkin lukuisia ja tapahtumia on useita vuosittain. (Sateenkaariyhteisöt ry 2015a)

### 3.1 Suomalainen pride vuonna 2015

Vuonna 2015 Suomessa järjestetään ainakin kahdeksan pride-tapahtumaa:

- Arctic Pride 20.2. - 22.2.
- Pride-bileet Kokkolassa 15.4.
- Joensuu Hohto 4.5. - 15.5.
- Pirkanmaa Pride 6.6. - 7.6.
- Helsinki Pride 22.6. - 28.6.
- Tampere Pride 16.7 - 19.7.
- Turku Pride 10.6 - 18.6.
- Åland Pride 17.8. - 23.8.

(Sateenkaariyhteisöt ry 2015b)

Tapahtumien määrä Suomen kokoisessa maassa on jokseenkin kyseenalainen ja tapahtumat kilpailevat osallistujista. On kysytty, onko suomalainen pride menettänyt erityislaatuisuutensa? Miten tapahtumat erottuvat ohjelmallisesti tai muuten toisistaan?

Suomessa järjestettävät pride-tapahtumat ovat sisällöltään varsin samansuuntaisia ja tapahtumien ohjelman perusrakenne on säilynyt muuttumattomana viimeiset 15 vuot-

ta. Perussisältöä ovat kulkue, ulkoilmatapahtuma, iltabileet sekä erilaiset ryhmien tapaukset. Rakenne toistuu oikeastaan jokaisessa tapahtumassa, ja myös Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma on integroinut näitä perinteisiä osia ohjelmaansa. Esimerkiksi Pride-marssi ei aikaisemmin kuulunut ohjelmaan Tampereella mielenosoitusluonteensa johdosta, mutta muun muassa 2010 tehdyn kävijätutkimusten tulosten johdosta, se sisällytetään vuonna 2015 pysyvänä osana Tampere Pride -Kulttuuritapahtumaan - tosin paraatina, joka sopii paremmin moninaisuutta juhliivan Kulttuuritapahtuman luonteeseen ja ideologiaan. (Paavola 2011), (MyEvent 2012b)

Kaupallisuus nähdään ainakin vähemmistöjärjestötasolla Suomessa negatiivisena asiana, ja Tampere Pride -tapahtuman viralliseksi järjestäjäksi perustettiin vuonna 2014 Tampere Pride ry. Kaupalliseksi ymmärtäminen on keskittynyt järjestäjätahon tekniseen statukseen. Esimerkiksi Helsinki Pride -tapahtuman tilaisuuksien järjestäjiltä tai tapahtuman Puistujuhlan myyntipisteiltä vaatimia jopa tuhansien eurojen osallistumismaksuja ei ole pidetty kaupallisena toimintana.

Viimeisen viiden vuoden aikana on suomalaisissa pride-tapahtumissa ilmennyt ilmiöitä, joita voitaisiin katsoa kaupallisina. Näitä ovat pääsylipulliset tapahtumat, ulkopuolisilta järjestäjiltä perityt osallistumismaksut, sponsori- ja näkyvyysmyynnin lisääntyminen sekä esimerkiksi Helsingissä kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston vahva osallistuminen Helsinki Pride -tapahtuman markkinointiin ja tuotannon tukeminen.

Yksi perinteinen kaupallistumisilmiö on esiintyjien tunnettuustason kasvaminen. Suomalaisissa pride-tapahtumissa on nähty koti- ja ulkomaisia tähtiesiintyjä, kuten Antti Tuisku, Stina Girsi, Gareth Gates sekä Jari Sillanpää. (MyEvent 2011), (Jyväskylä SETA 2015), (Euroviisuklubi OGAE Finland ry 2015)

### 3.2 Pride-tapahtumakävijän profiili Suomessa tutkimusten valossa

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotanto on toteuttanut vuosittain tapahtumasta kävijätutkimuksen, jossa on kävijäytyväisyyden lisäksi kartoitettu yleisemmin pride-tapahtuma-asiakkaiden profiilia ja kuluttajakäyttäytymistä. Käytän näiden aineistojen läpikäynnissä niiden aineistotyyppiin perustuen dokumenttianalyysia. (Anttila 1998)

Tärkeimmät tutkimuksista ovat Annastiina Paavolan Tampere Pride 2010 -kävijäprofiili, vuonna 2011 opinnäytetyönä tehty vertailututkimus kohdevuoden suurimpien pride-tapahtumien kävijöiden ostokäyttäytymisestä (Katri Leskinen sekä Meri Norontaus) sekä uusimpana sekä laaja-alaisimpana Jussi Mäen opinnäytetyö suomalaisen gay-matkailijan muotokuvasta vuonna 2013.

Kaikki mainitut tutkimukset ovat tulossisällöltään Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman näkökulmasta varsin samansuuntaisia ja niiden perusteella stereotyyppinen suomalainen pride-tapahtumakävijä esimerkiksi Tampe-reella on allaolevanlainen. Esittelyssä ilmoitetaan ominaisuus (ikä, sukupuoli, ja niin edelleen), yleisin ominaisuuden toteuma (kuten yleisin ikäryhmä tai sukupuoli) sekä kyseisen ominaisuuden toteutuman osuus pride-tapahtumien kävijöistä.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuma sekä Tapah-tumakävijöiden kulutuskäyttäytyminen Suomen Gay Pride 2011 -tapahtumien aikana -kävijätutkimusten valossa stereotyyppinen Tampere Pride -tapahtumaosallistuja:

taulukko 1: stereotyyppinen Tampere Pride -tapahtumaosallistuja

<b>ominaisuus</b>	<b>yleisin ominaisuuden toteuma</b>	<b>osuus</b>
ikä	20 - 29 vuotta	45,5 %
sukupuoli	nainen	50,5 %
seksuaalinen suunt.	homoseksuaali (mies/nainen)	59,8 %
kansallisuus	suomalainen	99,9 %
siviilisäätö	naimaton	54,0 %
koulutustaso	korkeakouluopiskelija	29,5 %

		24(91)
ammattillinen status	opiskelija	37,0 %
vuositulotaso	0 - 9999 eur	39,0 %
harrastaa	urheilu/kulttuuri	67,6 %
matkustamisen pääsyy	loma	51,0 %
syy osallistua Tampere Pride -tapahtumaan	ystävät/yleinen ilmapiiri	71,0 %
Tampere Pride -tapahtumassa viettää	1 - 2 päivää	66,0 %
asuinkunta/-alue	Pirkanmaa	60,0 %
majoittuminen tapahtuman aikana	kotona	67,0 %
kokenut tärkeimmäksi tietolähteeksi tapaht.	tapahtuman www/Facebook	77,0 %

(Leskinen, Norontaus 2011), (Paavola 2010)

### 3.3 Pride-tapahtumien kehittyminen ja tuotteistuminen

Suomalaiset pride-tapahtumat ovat pitkälti pitäneet tiukasti kiinni alkuperäisestä ihmisoikeustapahtumaleimasta, jonka negatiiviseksi vastailmiöksi on nähty kaupallisuus. Esimerkiksi Sateenkaariyhteisöt ry:n ylläpitämä, ja sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöjen suosima viihde- ja tiedotusverkkopalvelu ranneliike.net on kutsunut Tampere Pride -tapahtumaa priden-kaltaiseksi tapahtumaksi (ei pride-tapahtumaksi) kaupallisen järjestäjätahon takia.



Ulkomailla, kuten Ruotsissa kaikki suuret pride-tapahtumat ovat suomalaisia pride-tapahtumia kaupallisempia sekä ulospäin kuluttajanäkökulmasta tuotteistetumpia. Suomalaisista pride-tapahtumista tuotteistetuin tapahtuma on varmasti tapahtumista suurin ja pitkäaikaisin, eli Helsinki Pride, jossa luovuttiin muutamia vuosia sitten ihmisoi-keustapahtumapainotuksesta, ja siirryttiin puhumaan kulttuuritapahtumasta.

Helsinki Pride -tapahtuma myy oheistuotteita, kuten brändättyjä t-paitoja, kangaskasseja sekä muita oheismyyntituotteita. Helsinki Priden ohjelman tilaisuuksista suuri osa on pääsylipullisia ja tapahtuma tekee yhteistyötä Helsingin kaupungin tapahtumayksikön kanssa.

Helsingin ulkopuolella pride-tapahtumat ovat toistaiseksi olleet pienempiä. Tapahtumien järjestäjät ovat yleisimmin pieniä seksuaalinen tasavertaisuus -järjestöjä, ja ilta-bileitä lukuun ottamatta, ohjelmistoltaan maksuttomia. (Jyväskylä SETA 2015)

#### 4 TAPAHTUMAN TUOTTEISTAMISEN LÄHTÖKOHDAT JA TYÖVÄLINEET

Tapahtuman käsittely tuotteena on varsin uusi tapa lähestyä tapahtumien kehittämistä ja tuottamista. Alan kirjallisuuteen ja esimerkkeihin tutustuminen vakuuttaa kuitenkin nopeasti asian merkityksen. Puhutaan sitten tuotemuotoilusta, tuotepolusta tai muuta termistöä käyttäen, nimenomaan tuotenäkökulma toimii erinomaisesti tapahtuman kehittämisen, tuottamisen, hallinnan sekä markkinoinnin tuotannon tehostajana. (Iso-Aho, Kinnunen 2011), (Tuulaniemi 2011)

Peruslähtökohta on, että tapahtuman tulee olla tuote - tai siitä pitää kehittää tuotteen kriteerit täyttävä myyntiyksikkö. Tuotteistamisessa voidaan käyttää tuotekehityksestä tuttuja menetelmiä, joita käytetään hahmottamaan tuote, kartoittamaan sen mahdoli-

sesti vaatima jatkokehitys ja kirkastamaan tuotteen ominaisuudet ja sisältö. Opinnäytetyössä.

Suomalaisten tapahtumien ja kulttuurihankkeiden ongelma on järjestäen riittämättömät taloudelliset resurssit. Avustus- ja tukiperusteisia tuottoja on hankkeille jaettu vuosi vuodelta vähemmän. Samanaikaisesti suomalainen kulttuurituotantomalli kannustaa järjestöperusteiseen tapahtumatuotantoon, mikä usein tarkoittaa myös osamisesurssien vähentymistä.

Tapahtuman tuotteistaminen ei tarkoita sen täydellistä alistamista täydelliseen talousperustaiseen tuottamiseen, vaan se ajaa tapahtuman positiivisessa mielessä käymään läpi prosessin, jossa tapahtuman perusta-ajatus kirkastuu, tuotannossa sekä sisällöntuotannossa keskitytään olennaiseen ja tapahtuman ulospäin näkyvä imago tai brändi saa hallittavuutta, kokonaisuuden ja usein aikaisempaa konkreettisemmän julkiasun. Tapahtuman tuotteistaminen auttaa kohdistamaan resurssit oikein ja lähtökohtaisesti tekee tapahtumasta tuotteena vahvemman.

On helpompaa myydä tiettyä virvoitusjuomaa kuin virvoitusjuomia yleensä. Juuri tästä on kyse tapahtuman tuotteistamisessa Tampere pride -Kulttuuritapahtuman kohdalla; toisaalta tapahtuman kirkastamisesta ulospäin (imago ja brändi, näkyvyys ja viestinä), toisaalta tuotteistusprosessin osana tapahtuman tuotanto-organisaation ja -taustan selkeyttämisestä. Seurauksena on nähtävissä mahdollisuus Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman kasvattaa osallistujamäärää ja olla taloudellisesti paremmin tuottava myyntiyksikkö.

Tapahtuman tuotteistaminen alkaa ajatuksesta, ja päättyy tuotteen elinkaaren päässä. Ideatasolla tuote syntyy hyvin varhaisessa vaiheessa esimerkiksi tapahtuman järjestämisajatusyössä. Teknisesti tuote on olemassa, kun sille syntyy fyysisiä muotoja. Hallinnollisesti tuote on olemassa, kun se rekisteröidään, sille hankitaan lupia tai se esimerkiksi hankkii verkko-osoitteen. Asiakaslähtöinen ajattelumalli näkee tuot-

teen syntyvän sillä hetkellä, kun se ensimmäisen kerran näkyy asiakaspotentiaalilleen, eli antaa ensimmäiset asiakaslupauksensa. (Tuulaniemi 2011)

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuma oli tuote ensimmäisen kerran vuoden 2009 keväällä, kun muussa yhteydessä Tampereen SETA ry:n edustajien kanssa järjestetyssä tapaamisessa, järjestöltä tiedusteltiin kiinnostusta tapahtumayhteistyölle. Asia ei yhteistyönä kuitenkaan edennyt ja hallinnollisesti Tampere Pride Queer Culture Event Finland syntyi tuotteena, kun sitä koskeva tavaramerkki- ja verkkosivusoitehakemus jätettiin Patentti- ja rekisterihallitukseen syksyllä 2009. Asiakasnäkökulmasta Tampere Pride -tuote näkyi ensimmäisen kerran keväällä 2010, kun MyEvent avasi tamperepride.fi -verkkosivuston ja julkisti vuoden 2010 tapahtuman.

Tapahtuman järjestäjä on painottanut säännöllisesti tapahtuman tuotteistamista koskevissa opinnäytetyöyhteistyötapaamisissa, ettei näe Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtumaa nykyisellään tuotteena - ainakaan verrattuna siihen, millainen se voisi tuotteena olla; sen valossa, mitä Tampere Pride ry:ssä nähdään potentiaaliksi. Tuotteistusprosessin pohjana toimii asiakkaan näkemys.

Tuote-elinkaaren osalta Tampere Pride -Kulttuuritapahtumalle ei ole olemassa kuin lähtöpiste. Mikäli tapahtuma saa vahvistettua markkinarooliaan ja pidettyä Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuma -tuotteen houkuttelevana sekä mielenkiintoisena vaihtoehtona vastaaventyypisille koti- ja ulkomaalaisille kilpailijoille, sekä pystyy kehittymään asiakasodotusten ja yhteiskunnan muutosten mukana, on Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma helppo nähdä tarpeellisena ja kannattavana vuosia eteenpäin - alkuun vuoteen 2025 asti.

Opinnäytetyössä käytettäviksi valikoituneet menetelmät ovat perinteisiä tuotekehitysmenetelmiä, joissa hyödynnetään olemassa oleva tietoa sekä asiantuntijuutta, ja luodaan kokonaan uutta erilaisten ideointimenetelmien pohjalta. Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman järjestäjäorganisaation henkilöstön kanssa tehtävään tuotteistamiseen

valitsin käyttöön ideariihimenetelmän, joka mahdollistaa vapaan assosiaation ja hultkin ajatukset, joista jatkokehitykseen valitaan toteutuskelpoisimmat. (Jyväskylän yliopisto 2015)

Tampere Pride -tuotekehitys- ja tuotteistusprosessi käynnistyi aktiivisesti alkukesästä 2014, samanaikaisesti tuotteistusta koskevan opinnäytetyöprosessin alkamisen kanssa. Tuotekehityksen menetelmiä ja tavoitteita esiteltäessä prosesseista puhutaan pääsääntöisesti vielä toteutumattomina, ja tarkemmin jo tehtyihin muutoksiin sekä niiden mahdollisiin tuloksiin palataan Tampere Pride 2015 - 2025 -tuote-esittelyssä osana tuotekokonaisuutta.

#### 4.1 Tapahtuman järjestäjän näkemyksiä tapahtuman kehittämisestä

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman järjestäjä, Tampere Pride ry on antanut tuotteistusprosessiin näkemyksen tapahtuman nykytilasta sekä siitä, mihin he tulevat tapahtumaa kehittämään, ja miten yleisesti ottaen on heidän näkemyksensä mukaan todennäköinen suomalaisten pride-tapahtumien kehityssuunta tulevina vuosina. Tapahtuman järjestäjän näkemyksille on tuotteistamisprosessissa erityisesti sisällöntuotannon kohdalla annettu erittäin suuri painoarvo, johon tuen kotimaisen pride-tapahtuma-asiantuntijuuden vähäisyydestä. Ei ole montakaan tahoja, josta kysyä nimenomaan sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöille suunnattujen palveluiden muutosodotuksista. Tampere Pride ry on Pirkanmaalla ja Suomessa yksi tällaisista toimijoista, enkä halua heidän mielipidettään väheksyä opinnäytetyön tilaajaroolin perusteella.

Suomalaisten pride-tapahtumien kehittymisessä on selkeinä trendeinä nähty kaksituhattaluvulla seuraavia tekijöitä:

1. tilaisuuksien ja osallistujamäärien kasvaminen
2. tapahtumakävijöiden odotus tapahtumien vuosittaisesta kehittymisestä

3. keskeisten tapahtumaosion (Pääjuhla, kulkue, puistujuhla) toistuvuus
4. viihdesisällön merkityksen ja kulutuksen kasvu
5. ulkomaalaisten osallistujien lisääntyminen
6. tapahtumatuottajien tarve lisätä (huippu-)esiintyjien määrää ja osuutta

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ei ole Helsinki Priden tavoin tavoittanut koti- ja ulkomaisten matkailijoiden tietoisuutta, mistä johtuen näiden osuus osallistujamäärissä on ensimmäisen tapahtumavuoden (2010) jälkeen ollut selvässä laskussa. Tapahtuman järjestäjän mukaan syy voi olla myös ohjelmatarjonnassa, jossa ei olla päästy tavoitteiden mukaisesti laaja-alaiseen ja vahvasti kulttuuripainotteiseen sisältöraenteeseen. Tapahtuman ohjelma ja keskeinen sisältö on sen sijaan ollut tarjolla myös englanniksi alusta, vuodesta 2010 alkaen. (Leskinen, Norontaus 2011), (MyEvent 2012b), (Paavola 2010)

Toinen yleisistä kehityssuunnista poikkeava ilmiö Tampere Pride -Kulttuuritapahtumissa 2012 ja 2014 on ollut pääiltajuhlasta poisjätetyn esiintyjän positiivinen vaikutus tilaisuuksien lipunmyyntiin. Teemalliset bileet ovat olleet suosittuja - kuten Black & White -mustavalobileet vuonna 2012, eikä Tampere Pride -Kulttuuritapahtumasta tehtyjen kävijätutkimusten valossa ole selkeästi nähtävissä asiakasperusteista syytä lisätä nimekkäiden esiintyjien määrää jo olemassa olevien tapahtumien yhteydessä. (Paavola 2010)

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tuotannon kanssa käytyjen alkusuunnittelupalaverien yhteydessä kiteytettiin seuraavat tapahtuman järjestäjän näkemykset Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman kehittämisestä (-) tai kehittymisestä(+):

1. tavan tuottaa tapahtumaa kirkastaminen(-)
2. tapahtuma näkyvyyden ja kävijämäärän lisääminen(-)
3. tapahtuman talouden - erityisesti tulo-menorakenteen oikaisu(-)
4. ohjelmasisällön lisääminen ja sen punaisen langan hahmottaminen(-)

5. alueellisen kilpailutilanteen ja -ilmiöiden selkiintyminen(+)
6. Tampere Pride -tapahtuman erottuvuuden vahvistaminen(-+)
7. teknisen ja tuotannollisen yhteistyön lisääminen (-+)
8. tapahtuman kansainvälistyminen (-)

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman järjestäjän kanssa käydyissä keskusteluissa sekä keskusteluiden pohjalta kiteytyneissä näkemyksissä korostuvat mielestäni Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman perustavat haasteet tuote ja tuotteistamisnäkökulmasta. Tapahtuma on verrattaen nuori, eikä sen tuottamiseen ole ehtinyt kehittyä tuotanto-organisaation sisästä kulttuuria. Ulkopuoliset alueellisten ja valtakunnallisten toimijoiden järjestäjän turhiksi ja epäreiluiksi kokeamat hyökkäykset vuosittain Tampere Pride -Kulttuuritapahtumaa kohtaan, ovat osaltaan pakottaneet tapahtuman keinotekoiseen uudistumiseen, kuten vuonna 2014 koko tuotanto-organisaatiopohjan muuttamiseen.

Tuotekehittäjänä ja tuotekehityshankkeita ohjatesani olen aina lähtenyt siitä perusajatuksesta, että tuotteen - minkä tahansa tuotteen - perustava osuus on voitava tiivistää ja esittää hyllytuotteille tyypillisellä takaetiketillä, joka sisältää kaikki asiakkaan tai kuluttajan kannalta merkitykselliset tuotetta koskevat yksityiskohdat ja tiedot; tuotteen nimen, sisällön, mahdolliset erikoistuoteominaisuusmaininnat sekä aineosat (sisältötiedot). Tuotemarkkinoinnin ammattilaiset lähtevät siitä, että minkä tahansa tuotteen on oltava niin eheä ja kirkastettu, että sen voi myydä asiakkaalle kolmen lyhyen lauseen markkinointipuheella.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtumasta ei olemassa olevien ohjelmisto- ja markkinointiaineistojen pohjalta ole saatu nykyisellään näin eheää tuote-esittelyä tehtyä, tai ainakaan sellaista ei ole laadittu, vaan tapahtumasta kerrotaan erikseen pride-tapahtumana, tamperelaisena, kulttuuritapahtumana, erilaisia tapahtumia sisältävänä tapahtumana, nelipäiväisenä tapahtumana, ja niin edelleen.

Tampere Pride ry:n tuotantotiimillä on tässä opinnäytetyössä esitelty varsin selkeä visio siitä, mikä Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuma on, mihin tapahtuma on menossa ja mitä siltä halutaan, mutta ennen opinnäytetyöprosessin aloittamista, kukaan ei ole kunnolla suunnitellut sitä, miten visio toteutetaan. Itse tapahtumatuotannossa mukana olleena, olen kaikki vuodet kokenut, että kaikki aika on mennyt tietynlaiseen kaaoksen estämiseen ja hallintaan ja niin sanotusti tulipalojen sammuttamiseen.

Tampere Pride ry on ensimmäistä kertaa mahdollisuus tavoittaa riittävät resurssit Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman järjestelmälliseen ja suunniteltuun tuottamiseen. Tätä lähtökohtaa vahvistamaan, Tampere Pride ry tilasi tämän opinnäytetyön tapahtuman kirkastamiseksi, tulevaa ajatellen.

#### 4.2 Tapahtuman järjestäjän konkreettiset tavoitteet tuotteistamiselle

Tampere Pride ry:n tuotantotiimin kanssa osana opinnäytetyön toteutuksen suunnittelua järjestetyn tavoiteideointitapaamisten yhteydessä keväällä 2014 korostuivat tuotantotiimiläisten tarve tapahtuman kirkastamiseen (tuotanto, sisältö, näkyvyys), taloudellisen suunnittelun ja seurannan vahvistamiseen (tapahtumalle ei ole ollut omaa erillisbudjettia tai kirjanpitoa), imagonhallinnan tehostamiseen (tiedottaminen, näkyvyys, ulkopuolisten tiedotushyökkäysten torjuminen), tapahtuman kannattavuuden vahvistaminen (tuotto-kulurakenne, oheismyyntituotetuotanto) ja tapahtumakävijöiden tapahtumanaikaisen oheiskulutuksen parempi hyödyntäminen.

Tapahtuman järjestäjän toiveet on suurimmilta osion huomioitu opinnäytetyön osana tehdyssä Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotteistamisessa. Oheiseen taulukkoon on merkitty tuotteistusosa-alueita, joissa tapahtuman järjestäjän toiveita on sisällytetty tuotteistamiseen.

taulukko 2: stereotyyppinen Tampere Pride -tapahtumaosallistuja

<b>tapahtuman tuotannon kirkastaminen</b>	- tuotanto-organisaation kehittäminen (yhdistysmalliin) - sisällöntuotannon vapauttaminen (vapaus tilaisuustuotantoon) - oman sisällöntuotannon vakiinnuttaminen ja tuottamien ajoissa - tapahtuman tuotannon kirjallisen prosessiohjeen luominen
<b>tapahtuman sisällön kirkastaminen</b>	- kaikille oikeus tuottaa sisältöä tapahtuman pelisäännöt täyttäen - toistuvien tilaisuuksien kehittäminen
<b>talouden suunnittelun ja seurannan vahvistaminen</b>	- tapahtumalle oma budjetti ja taloustoteuman raportointi
<b>imagonhallinnan tehostaminen</b>	- tiedottamisen tehostaminen - sosiaalisen median läsnäolon vahvistaminen - markkinoinnin ja viestinnän tehostaminen - tapahtumabrändin kirkastaminen
<b>tapahtuman kannattavuuden vahvistaminen</b>	- tapahtuman oma budjetti ja taloustoteuman raportointi - sisällöntuotannon vapauttaminen (vapaus tilaisuustuotantoon) - yhdistyksen oma ympärivuotinen varainkeruu - oheistuotteiden ja -tuotemyynnin kehittäminen - kävijämäärän kasvattaminen
<b>tapahtumakävijöiden tapahtumanaikaisen oheiskulituksen parempi hyödyntäminen</b>	- yhteistyökumppanuuksien kehittäminen - sponsori- ja näkyvyyssmyyntiyhteistyön kehittäminen

#### 4.3 Tapahtuman tuotteistamistyön lähtökohdiksi valitut menetelmät

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotteistaminen aloitettiin keväällä 2014 tapahtuman tuotantotiimin kanssa toteutetulla tavoiteideointitapaamisella, jossa järjestäjät kertoivat heidän näkökulmastaan tapahtuman yleisiä ongelmia, joihin tapahtuman tuotteistamisen kautta toivottaisiin ratkaisua. Tavoitteista poimittiin opinnäytetyön prosessin kautta läpikäytäväksi aiemmassa, kohdassa 4.2 läpikäytyt haasteet.

Osa Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tuotannon esiintuomista, ja jatkokäsittelyyn valituista teknisistä haasteista, alettiin käsitellä välittömästi. Tehtyjä ratkaisuja esitellään tarkemmin tulevassa, kohdan 6.1 toteutetun tuotteistuksen osiossa. Tehdyistä ratkaisuista tärkeimpiin kuuluivat päätös tapahtuman tuottamisen jatkamisesta, siirtyminen yhdistyspohjaiseen tuotantomalliin, kilpailutilanteeseen reagoinnit viestinnän keinoin sekä Tampere Pride -tuotteen rahoituspohjan uudelleenjärjestely.



Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman varsinainen tuotoilu tuotteeksi aloitettiin kesän tapahtuman jälkeen syksyllä 2014, kun tuotantotiimillä oli paremmat ajalliset resurssit keskittyä asiaan, ja oli nähty, miten jo tehdyt tekniset muutokset, vaikuttavat tapahtuman toteutukseen asiakasnäkökulmasta. Tuotantotiimin kanssa käytettäväksi päätuotekehitys- ja tuotteistusmenetelmäksi valikoitui ideariihä, joka soveltui erinomaisesti tapahtumaa hyvin tuntevien tuotantotiimiläisten kanssa työskentelyyn.

Ideariihen tueksi valitsin tuotekehitysoopinnoistani sekä käytännön tuotekehityskokemuksen kautta tuotekehitysmenetelmiä, jotka helpottavat opinnäytetyön perustana olevaa tapahtuman tuotteistamista, sen sijaan, että prosessi tai opinnäytetyö kehittyisivät liikaa tuotekehitykseen, joka on enemmän valmiin tuotteen kehittämistä. Menetelmistä ensimmäisenä Tampere Pride -Kulttuuritapahtumasta tehtiin syyskuussa 2014 SWOT-analyysi, jossa kirjattiin tapahtuman koetut vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat läpi nelikenttään. (Opetushallitus - Utbildningsstyrelse 2015)

Tapahtuman tuotteistusprosessin seuraavassa vaiheessa kävin läpi Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtumasta sekä vuonna 2011 kaikista suomalaisista pride-tapahtumista tehdyt tutkimukset. Erityinen painotus oli vuonna 2010 Tampere Pride -tapahtumasta tehdyillä opinnäytetyössä, josta löytyy paljon suoria tapahtumakävijöiden palaute- ja kehityskirjauksia. Hyödynsin lisäksi vuoden 2012 tapahtuman tapahtumakoordinaattorin koostamaa kehityspaperia, jossa on hänen omien kokemusten lisäksi, mainittuna suoria asiakaspalautteita.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotteistusprosessin neljännessä vaiheessa loppuvuonna 2014 ja kevättalvella 2015, tapasin tapahtuman tuotantotiimin kaksi kertaa, ja kokosimme erillisille isoille papereille:

- SWOT-analyysin ominaisuuslistat
- kävijätutkimuksista saadut kehitys- ja palautesisällöt
- kävijätutkimuksista koostetut kävijäprofiilit

- takaetiketin mallin, jossa vain tyhjät kentät tarvittaville tiedoille

Aineistojen pohjalta tuotantotiimissä valittiin markkinarooli, jota Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuma lähtee tavoittelemaan, ja joka toimii tulevan tuotekehityksen, ohjelmasisällön ja yleensäkin kaiken tuotannon läpileikkaavana punaisena lankana AD 2025 -lähtökohdasta; perustana sille, millaisena Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma nähdään tapahtuma vuonna 2025.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotteistuksen viidennessä vaiheessa palattiin kesällä 2014 toteutettuun tapahtumaorganisaation muutokseen, vuodesta 2010 tehtyyn tapahtuman suojaamiseen (tavaramerkki, www-osoite ja muu vastaava), keväällä 2014 tehtyihin kilpailutilanteen selkeyttämiseen sekä muuhun Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tuotannon teknisen taustan rakenteisiin. Lisensoinnin, tuotanto-organisaation ja brändin tuotteistuksen sekä tuotesuojauksen nykytilanne käytiin läpi ideariihessä, ja päätettiin niiden kehittämisestä.

#### 4.4 Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma tuotteena -SWOT

SWOT eli nelikenttäanalyysi on klassinen menetelmä, jossa esimerkiksi tuotteen vahvuuksia (S), heikkouksia (W), mahdollisuuksia (O) ja uhkia (T) kerätään neljään erilliseen kenttään. SWOT-analyyssissä tarkastelun kohteena olevaa objektiä toisin sanoen analysoidaan eri näkökulmista. (Opetushallitus - Utbildningsstyrelse 2015)

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman kohdalla nelikenttäanalyysi on toimiva menetelmä. Menetelmää hyödynnettiin tuotteet hahmottamiseen, mitä tuli mukana SWOT-analyyssien teossa ollut tapahtuman tuotantotiimi, jolla on jo valmiiksi hyvin paljon tietoa tapahtumasta, muttei aikaisemmin välineitä Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtumatuotteen kirkastamiseen.

Mainitusti SWOT-analyysissä Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman kohdalla, tapahtumaa ohjeistettiin ennen SWOT-prosessin alkua, ajattelemaan nimenomaan tuotteena, ja ottamaan keskittymään nelikenttäanalyysiin siitä lähtökohdasta. Tätä kautta SWOT-prosessin kysymysasetteluksi muodostui:

1. tapahtuman vahvuudet tuotteena
2. tapahtuman heikkoudet tuotteena
3. tapahtuman mahdollisuudet tuotteena
4. tapahtuman uhkat tuotteena

SWOT oli menetelmänä tuttu yhtä lukuun ottamatta kaikille menetelmän käyttöön osallistuneille, mikä toisaalta helpotti menetelmän käyttöä, toisaalta oli haittaava tekijä, usealla ollessa ennalta mielikuva siitä, mihin nelikenttäanalyysillä haetaan vastauksia. Jouduin pariinkin kertaan keskeyttämään ominaisuuksien ylöskirjausprosessia, ja muistuttamaan tarpeesta nimenomaan keskittyä tapahtuman analysoimiseen tuotteena, sen sijaan, että kirjoituspapereilla olisi ollut loistavia, mutta tässä yhteydessä turhia upeita tulevaisuuden kehittymismahdollisuuksia. Osittain luonnollisesti nämä sisällöt olivat osa tuotteistamista.

Tapahtuman ominaisuudet kerättiin syyskuun 2014 ideariihitapaamisessa, jossa tuotantotiimin (läsnä 6 henkilöä) jäsenet, itseni pois lukien, kulkivat itsenäisesti ja kirjasiivat tapaamistilan eri reunoille kiinnitetyille suurille tyhjille papereille kuhunkin nelikentän osioon mielestään kuuluvia asioita. Jos paperiin oli mielessä ollut asia jo kirjattu tai paperille jo kirjattu asia oli tuotantotiimiläisen mielestä muuten erityisen tärkeä, sen perään kirjattiin +. Sen sijaan, jos tuotantotiimiläinen koki, että paperille kirjattu asia ei ollut hänen mielestään oikeassa paikassa tai muuten aiheellinen, sen perään merkittiin -. Kirjausprosessin lopuksi lapuilta kerättiin talteen SWOT:in kuhunkin nelikenttään viisi merkittävintä vahvuutta, heikkoutta, mahdollisuutta sekä uhkaa.

Papereille kirjatut, ylijääneet ominaisuudet käytiin vielä tuotantotiimin kesken keskustellen läpi, ja keskustelun pohjalta muutama ominaisuus lisättiin ylimääräisenä neli-

kenttiin, ja muut kirjattiin muuten ylös esiin nousseita kehitysideoita ja koettuja haasteita.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtumasta tuotantotiimin kanssa käydyn prosessin kautta syntynyt SWOT-nelikenttäanalyysi, jonka aineistokeruu toteutettiin tuotantotiimin yhden kokoontumisen aikana.

taulukko 3: nelikenttäanalyysi Tampere Pride -Kulttuuritapahtumasta tuotteena

<p><b><u>VAHVUUDET</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. nimi on selkeä ja tunnistettava</li> <li>2. asiakaskohde eroaa muista</li> <li>3. Kulttuuriin painottaminen</li> <li>4. hyvä porukka tekemässä yhdessä</li> <li>5. potentiaalia on paljon</li> </ol>	<p><b><u>HEIKKOUEDET</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. suosittuus = kävijämäärät</li> <li>2. tapahtuman näkyvyys huono</li> <li>3. tapahtuman talous huono</li> <li>4. sisällön saamisen vaikeus</li> <li>5. Pirkanmaan Pride kilpailijana</li> <li>6. Seta-järjestöjen ”nihkeys”</li> <li>7. bile- ja tapahtumatilojen saaminen</li> <li>8. kulu-tuottorakenteen epätasapaino</li> </ol>
<p><b><u>MAHDOLLISUUDET</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. merkittävä kasvupotentiaali</li> <li>2. kansainvälistyminen</li> <li>3. isojen oheistapahtumien yhteistyö</li> <li>4. tavoittaa myös valtaväestö</li> <li>5. muu tapahtumaan liittyvä tuotanto (Tampere Pride ry:n toiminta)</li> <li>6. yhteistyön laajennus (sidosryhmät)</li> </ol>	<p><b><u>UHAT</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. tapahtumatalous ei kestä lisätappiota</li> <li>2. Pirkanmaan Priden panostus kasvuun</li> <li>3. yleinen kiinnostuksen vähentyminen pride-tapahtumia kohtaan Suomessa</li> <li>4. eri pride-tapahtumien sisältöjen samankaltaistuminen</li> <li>5. tuotantotiimin väsähtäminen</li> </ol>

Nelikenttäanalyysiin kerätyt vahvuudet osuvat hyvin yhteen Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman jo käynnissä olevan kulkusuunnan kanssa. Aikaisemmin ja keväästä 2014 alkaen opinnäytetyöprosessin osana tehdyt kurssimuutokset koetaan tuotantotiimiläisten keskuudessa ehdottomasti hyvinä ja tapahtumaa vahvistavina asioina. Tapahtuman tuotteistamisen kohdalla esille nostetut

vahvuudet on helppoa kaikilta osin nivoa osaksi lopullista Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtumatuotetta.

Suurin vahvuuksien yhteydessä esille noussut tekijä, joka sisältää samanaikaisesti myös monia uhkatekijöitä, muun muassa resursseista johtuen, on ylläpitää erottuvuutta muista suomalaisista pride-tapahtumista ja säilyttää selkeä painotus Kulttuurissa isolla Koollla.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman heikkouksien kenttään kirjattiin syyskuun 2014 tapaamisessa pääosin samoja haasteita, joiden kanssa tapahtuma on yleisesti paininut viime vuodet. Suurin osa heikkouksista saa ainakin osittain suoraan ratkaisun tapahtumatuotteen luomisen kautta; syntyvät rakenteet korjaavat ja ovat osittain jo alkaneet heikentää heikkouksia. On oletettavaa, että tapahtuman seta-järjestöjen puolesta kokema vähättely, kuten Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman pitäminen ei-oikeana pride-tapahtumana, ei tuotteistamisen kautta vähene. SWOT-analyysitilanteessa kuitenkin yksi tiimiläisistä kysyi aiheellisesti, onko sillä väliä, kun tuote on kirkas?

Tapahtuman talouteen ei Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tuotteistusprosessi suoraan vaikuta, eikä osana opinnäytetyötä käydä läpi esimerkiksi avustus- ja tukimahdollisuuksia tai niiden hakemista. Uskon kuitenkin, että vahvemman tuotteen suorana seurauksena on ainakin lisääntynyt kävijämäärä. Ja kun tapahtuman sisällöntuotannossa astuu voimaan keväällä 2015 julkistettava vapaan tilaisuustuotannon malli, päästään Tampere Pride ry:n oman sisällöntuotannon osalta pääsylipputtomien tilaisuuksien määrää pienentämään, mikä vaikuttaa myös suoraa pääsylipputuotannolla katettavia yleiskustannuksia.

Tapahtuman taloutta tukee myös yhdistysmallisen tuotanto-organisaation mahdollisuus tuottaa sisältöä ja kerätä varoja jäsenmaksuin ja tapahtumapääsylipuvin ympäri vuoden. Esimerkkinä Tampere Pride ry järjestää jo vuonna 2015 varainkeruunakobiteitä Tampereella, Oulussa, Helsingissä ja Turussa.

SWOT-analyysissä esille nousseet Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman mahdollisuudet on helppoa huomioida osana tuotteistusta. Monet niistä ovat toki tapahtumaa koskevia konkreettisia tekijöitä, mutta esimerkkinä kansainvälistyminen on Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tuotteessa huomioitavissa monikielisyyden ja yleensäkin kansainvälisen lähestyttävyyden näkökulmasta. Tapahtuman tuotantotiimin kanssa käydyissä jälkikeskusteluissa kansainvälisyys nousi esille useammassa ideariihitapaamisessa, ja sen mahdolluuksina nähtiin tapahtuman ulkomaisen kävijämäärän kasvun lisäksi ulkomaisten tapahtumakävijöiden todennäköinen kotimaisten kävijöiden osallistumisaktiivisuutta nostava vaikutus.

Selkeä tapahtumatuote on hyvä perusta myös sisältö- ja rahoitusridosryhmänäkökulmasta; kun on helposti esiteltävä ja ymmärrettävä tuote, se on helppoa myös myydä - ei vain tapahtumakävijäasiakkaille, vaan myös sisällöntuottajille, paikalliselle elinkeinoelämälle ja esimerkiksi Ely-keskukselle, joka Pirkanmaalla vuonna 2015 panostaa matkailunedistämishankkeisiin.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman nelikenttä-analyysissä esiin nousseet uhat ovat pitkälti samoja kuin tuotannon kanssa aikaisemmin käydyissä keskusteluissa; kilpailutilanne ja talous.

Talouden osalta tapahtuman tuotteistaminen sekä siihen mahdollisesti liitettävä oheistuotteiden tarjoaminen asiakkaille, vaikuttavat jo tehtyjen organisaatio- ja tilaisuussisältömuutosten kautta todennäköisimmin tapahtuman taloutta tervehdyttävästi. Kilpailutilanne uhkana, korostaa kirkastetun ja hallitun tapahtumatuotteen merkitystä, ja on selvää, ettei Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotteistaminen ainakaan heikennä Tampere Pride ry:n kilpailuasemaa paikallisella ja kotimaisilla pride-tapahtumatuotantomarkkinoilla.

Nelikenttäanalyysi antoi Tampere Pride -tapahtuman tuotteistamisessa selkeää vahvistusta kevästä 2014 alkaen tehdyille ratkaisuille. SWOT:n tuloksia tukevat myös

tapahtumasta tehtyjen kävijätutkimusten tulokset, joita käsitellään tarkemmin kohdassa 5.2. (Paavola 2010)

#### 4.5 Takaetikettimalli tuotteen kirkastamisen apuna

Tampere Pride on tapahtumana paikallisesti jo iso tapahtuma, mutta brändin ja sisällön osalta hajallaan. Tapahtumaa ei tähän asti ole voinut selkeästi tiivistää ja esitellä tuotteena, myyntiyksikkönä, jolla on selkeä rakenne, tuottaja, ja brändi.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotannon kanssa päätettiin, että tuotteistamisessa hyödynnetään takaetikettimallia tapahtuman kirkastamisena tuotteena. Tapahtuman osalta pyritään tuotteistamismenetelmiä käyttäen tilanteeseen, jossa Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuma voidaan vaivatta esitellä ikään kuin minkä tahansa tuotteen takaetikettinä, jossa tuotteesta esitellään:

- tuotteen nimi
- tuotteen valmistaja
- tuotteen sisällysluettelo
- tuotteen valmistajan yhteystiedot ja lisätietokanavat
- tieto, kenelle tuote on tarkoitettu (mahdolliset rajaukset ja suositukset)
- tuotteen säilyvyystiedot (tässä yhteydessä tapahtuman ajankohta)
- erikieliset versiot takaetikettitiedoista

Takaetikettimallin mukaisesti erittäin tiivistetty sisältö auttaa tapahtuman hahmottamisen lisäksi erityisesti ulospäin suuntautuvan viestinnän kehittämisessä. Tapahtumalle takaetiketin syntyprosessissa samanaikaisesti joudutaan läpikäymään tapahtuma, sen ominaisuudet ja tuotanto sekä muut merkittävät rakenneosat, mikä tukee suoraan tapahtuman tuotteistamista.

Takaetikettimallia tapahtuman tuotantotiimi aikoo hyödyntää tapahtuman viestinnän ja markkinoinnin toteuttamisessa ja kehittämisessä. Markkinoinnin käytännön toteutus on rajattu tämän opinnäytetyön ulkopuolelle.

## 5 TAMPERE PRIDE -KULTTUURITAPAHTUMAN TUOTTEISTAMINEN

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotteistaminen opinnäytetyöprosessin aikana lopulta keskittyi:

1. tapahtuman tuotanto-organisaation selkeyttämiseen
2. sen kenelle tapahtumaa tehdään kirkastamiseen
3. tapahtuman sisällön tuotannon ja luonteen selkiinnyttämiseen
4. yleisesti tapahtuman kirkastamiseen ulospäin brändinä

Näiden osakohteiden työstämisen kautta, syntyi välineitä ja malleja, joilla vastata tapahtuman muihin haasteisiin, kuten tapahtuman huonoon taloustilanteeseen, kävijämäärien laskuun sekä tapahtuman huonoon näkyvyyteen. Tapahtumasta ei aikaisemmin ole tehty kirjallisia ohjeistuksia tai kuvauksia, kuten tämän opinnäytetyön sisältö sekä opinnäytetyökäsittelyn ulkopuolelle jätetty, mutta sen pohjalta muodostunut, yhdistyksen sisäinen Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tuotannon prosessiohje, johon kerätään tapahtuman tuottamista koskevaa perustietoa, yhteystietoja sekä erityisesti sitä hiljaista tietoa, jota tapahtuman järjestäjätiimi muuten menettäisi ihmisten vaihtuessa tapahtuman tuotannossa.

Tapahtuman tuotteistuksen osalta, Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotteistamisprosessia on esitelty aiemmassa:

1. alkutilannekartoituksen (tavoiteideointitapaaminen, kevät 2014),



2. tavoiteideointitapaamisen jälkeisten välittömien teknisten toimenpiteiden (muun muassa yhdistyksen perustaminen, 2014),
3. SWOT-analyysin (syyskuu 2014) sekä osittain
4. päämenetelmänä käytetyt ideariihen (yhteensä kahdeksan ideariihitapaamista kevään 2014 ja kevään 2015 välillä) ja
5. kävijätutkimusten läpikäynnin osalta.

Seuraavassa käydään menetelmittäin läpi muut käytetyt tuotteistamismenetelmät käytetyssä järjestyksessä. Alkuun syvennetään vielä ideariihi-menetelmän käyttöä sekä merkitystä tuotteistusprosessitapaamisissa Tampere Pride -tapahtuman tuotantotiimin kanssa, minkä jälkeen siirrytään suoraan asiakaslähtöiseen tuotteistamiseen kävijätutkimuksista saatuihin palautteisiin ja tuloksiin perustuen sekä markkinaroolin valintaan. Lopuksi palataan lyhyesti jo tehtyjen lisensointien, tuotanto-organisaation muutosten ja brändin tuotteistuksen sekä tuotesuojauksen vaikutuksiin ja seurauksiin.

### 5.1 Ideariihi - sisäisen tiedon ja osaamisen hyödyntäminen

Tapasin Tampere Pride-tapahtuman tuotteistamiseen liittyen tapahtuman koko tuotantotiimin yhteensä kahdeksan kertaa. Yhden ideariihen pituus oli noin kaksi tuntia.

Yksinkertaisimmillaan ideariihi on menetelmänä esimerkiksi tyhjien A2-kokoisten paperien sijoittamista tapaamistilan eri puolille, käsiteltävän aiheen kertominen ja tussien jakaminen osallistujille. Ideariihen ohjaajan tavoite on käynnistää ja pitää yllä osallistujien sisäinen prosessi, jossa he tuottavat vastaukset ja esimerkiksi ajatukset ja tuoteideat käsiteltävään muotoon. (Opetushallitus - Utbildningsstyrelse 2015)

Ideariihen perusajatus on, että osallistujille on jo olemassa kaikki tarvittava tieto, mutta se ei ole päässyt järjestäytymään esimerkiksi juuri kirjoittamisen kautta. Lisäksi yhdessä tekeminen ja tietynlainen omien ajatusten peilaaminen toisten mielen kautta, luovat ideariihessä ainutlaatuista synergiaa, jossa  $1 + 1 = 3$ . Jossa syntyy tai kirkas-

tuu ryhmän ideoinnin seurauksena jotain, johon yksilö ei yksin olisi pystynyt tai jota hän ei olisi yksin mielestään tavoittanut käsiteltävään muotoon. (Opetushallitus - Utbildningsstyrelse 2015)

Tampere Pride -tuotantotiimin kanssa käytin nimenomaan suuria papereita ja mahdollisuutta vapaasti liikkua tapaamistilassa, käydä lyhyitä keskusteluita muiden osallistujien kanssa ja antaa ajatusten lentää ilman rajoja.

Ideariihimenetelmää käytin siis toisaalta järjestäjillä olevan tiedon saamiseksi talteen kirjalliseen muotoon käsiteltäväksi, toisaalta vapauttaakseni tuotantotiimiläisten mielikuvitukselleen löytävään ratkaisuja itse, ja tuomaan esille kehitysideoita, joita hyödyntää tapahtuman tuotteistamisessa. (Opetushallitus - Utbildningsstyrelse 2015)

Opinnäytetyön tekijänä ja vuosia tuotekehityshankkeita vetäneenä, olin varautunut voimaannuttamaan tapahtuman tuotantotiimiläisiä ideariihimenetelmää käytettäessä merkittävästikin, mutta kävi nopeasti selväksi järjestäjillä olevan paljon ideoita ja ajatuksia, muttei aikaisempia tuotannollisia rakenteita tai malleja, joita käyttää eheän tapahtumatuotteen toteuttamiseen. Ja jo heti ensimmäisen tapaamisen jälkeen keväällä 2014, alkoi tapahtuman tuotanto-organisaation ja muiden teknisten rakenteiden konkreettinen kehittäminen osittain ohjattuna, mutta hyvin pitkälti ideariihimenetelmän kautta esiin nousseiden, heidän itse löytämiensä ratkaisuiden pohjalta.

Ideariihityöskentelyn suorina tuloksina muun muassa:

- Tampere Pride -tapahtumaa tuottamaan perustettiin vuonna 2014 Tampere Pride ry -niminen Kulttuuriyhdistys
- vastattiin kilpailutilanteeseen varaamalla Pirkanmaan Pride -tapahtumalta varaamatta jääneet verkko-osoitteet [pirkanmaanpride.fi](http://pirkanmaanpride.fi) ja [pirkanmaanpride.fi](http://pirkanmaanpride.fi)
- päätettiin keskittyä oman tapahtuman tuottamiseen, välittämättä kilpailevan tapahtuman negatiivisiksi koettuja hyökkäyksiä Tampe-

re Pride -tapahtumaa kohtaan (väärää tiedottamista, väärän tiedon levittämistä sosiaalisessa mediassa ja vastaavaa), mikä si aikaisemmin merkittävästi tapahtumatiimin voimavaroja

- pudotettiin vuoden 2014 tapahtuman ohjelmistosta tilaisuuksia ja tuotantoyhteistyökumppanuuksia, jotka heikensivät tapahtuman kannattavuutta
- aloitettiin Tampere Pride -tuotannon prosessiohjeen koostaminen, tulevien tapahtumien järjestämistä helpottamaan

Ideariihä oli mukana pohjamenetelmänä lisäksi esimerkiksi SWOT-analyysin laadinnassa, kun kirjattiin ylös Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman ominaisuuksia. Ideariihen Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman järjestäjät kokivat todella hyväksi menetelmäksi, ja se jää käyttöön myös tulevaisuudessa tapahtuman kehittämistyövälineenä.

## 5.2 Asiakaslähtöinen tuotteistaminen kävijätutkimusten pohjalta

Tapahtuman järjestäjien kanssa oli jo alkutapaamisessa sovittu Tampere Pride -tuotetta kehitettävän asiakaslähtöisesti, eli asiakkaan näkökulma huomioiden. Kävin läpi syksyn 2014 aikana dokumenttianalyysimenetelmää käyttäen Tampere Pride -Kulttuuritapahtumasta olemassa olevat kävijätutkimukset sekä niissä olleet asiakaspalautteet ja -toiveet, joita esitellään alla. (Anttila 1998)

Kaikki palaute on poikkeuksetta kerätty nimettömänä. En erittele palautteita läpikäytävässä, minkä tapahtumavuoden palaute on kyseessä. Asiakaspalautteita käsittelen niin, että palautetta seuraa ideariihien tai muiden menetelmien pohjalta tehtyjä selkeytyksiä tapahtumaan tuotteena.

palautte tai kehitysehdotus:

virallisen pride-kulkueen puuttuminen huono asia

Se, ettei Tampere Pride -Kulttuuritapahtumassa ole järjestetty virallista pride-kulkuetta, nousi useammassa kohdalla esille suurena puutteena, joka vähentää tapahtuman näkyvyyttä sekä potentiaalisten osallistujien osallistumista koko tapahtumaan. Tampere Pride -tuotantotiimi on ottanut Pride-paraatin pysyväksi osaksi Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtumaa vuodesta 2015 alkaen. (Leskinen, Norontaus 2011), (Paavola 2010)

palautte tai kehitysehdotus:

ohjelmiston muutokset (= peruutukset) harmittavat

Vuosittain Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman ohjelmistossa on viime hetkellä tapahtunut muutoksia, joista johtuen tilaisuuksia on peruuntunut viime hetkellä. Tämä ei tutkimusten perusteella heikennä kävijän kokonaistyytyväisyyttä, mutta harmittaa tapahtumaan osallistuvia. Tulevassa Tampere Pride -tapahtumatuotannossa julkistetun ohjelmiston toteutuvuus ja paikkaansa pitävyys nousevat erityispanostuskohteiksi. (Leskinen, Norontaus 2011), (Paavola 2010)

palautte tai kehitysehdotus:

lisää keskustelutilaisuuksia ja ohjelmaa myös alaikäisille

Tampere Pride 2015 -Kulttuuritapahtumasta alkaen, tapahtuman ohjelmistoon on tapahtumatuotantotiimi ideoinut vuosittaista sisältöä, joka sisältää erilaisia tietoisuuksia ja keskustelutilaisuuksia kaikenikäisille. (Leskinen, Norontaus 2011), (Paavola 2010)

palautte tai kehitysehdotus:

tapahtumalippujen hinnat liian korkeat

Tampere Pride -tapahtuman pääjuhlien lippuhinta on ollut keskimäärin 8 - 10 euroa, jonka asiakkaat ovat kokeneet liian kalliiksi. Vuonna 2015 kokeillaan mallia, jossa pääsylipun hinnat ovat alemmat ja tulomenetystä kompensoidaan asiakasmäärän lisäyksellä. Tosiasia kuitenkin on, että tapahtumaviikon perjantai- ja lauantai-iltojen pääsylippumyynti vastaa suurinta osaa tapahtuman tuotantokulujen kattamisesta. (Leskinen, Norontaus 2011), (Paavola 2010)

palaute tai kehitysehdotus:

Tampere Pride ei näy, eikä siitä tiedetä

Tampere Pride -tapahtuman näkyvyyden lisäämistä on toivottu erityisesti Tampereen katukuvassa. Tampereen kaupungin järjestyssäännöt kieltävät monelta osin tapahtuman näkyvyyden esimerkiksi julistemainonnan kautta. Ratkaiseeko Pride-paraati paikallisen näkyvyysasian? Tapahtuman sosiaalisen median läsnäoloon ja markkinointiin sähköisessä ympäristössä sekä esimerkiksi homobaareissa eri puolella Suomea, panostetaan juliste ja flyer-jakelukampanjoinnilla alkukesästä 2015 alkaen. (Leskinen, Norontaus 2011), (Paavola 2010)

palaute tai kehitysehdotus:

ohjelmista; kerran nähty, eikä enää kiinnosta

Tampere Pride -tapahtuman sisällöntuotannossa pitää uudistua ja erityisesti pystyä tarjoamaan sellaista sisältöä, jota ei jo ole olemassa muissa suomalaisissa pride-tapahtumissa. Mielenkiintoisen ja taloudellisesti kannattavan sisällön tuottaminen Tampere Pride -Kulttuuritapahtumaan pyritään ainakin osittain ratkaisemaan tapahtuman sisällöntuotannon vapauttamisella vuonna 2015, minkä jälkeen kuka tahansa voi tuottaa tapahtumaan tapahtuman pelisäännöt täyttäviä tilaisuuksia, ilman, että siitä peritään maksua, lisenssiä tai vastaavaa. (Leskinen, Norontaus 2011), (Paavola 2010)

Tampere Pride -tutkimusten sekä suomalaisista pride-tapahtumista vuonna 2011 tehtyjen kävijätutkimusten pohjalta Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotteistamisessa tulisi ottaa huomioon:

tapahtumatuotteen pääasiakassegmentti:

- naimaton suomalainen homoseksuaalimies tai -nainen
- ikä 20 - 39 vuotta
- opiskelija tai peruskoulun jälkeisen tutkinnon suorittanut työssä käyvä
- osallistuu tapahtumaan tavataksaan ystäviä tai yleisen ilmapiirin takia
- viipyy tapahtumassa 1 - 2 päivää
- kuluttaa tapahtuman aikana eri kohteisiin yhteensä 100 - 150 euroa
- haluaisi tietoa tapahtumasta www-sivujen ja Facebook-palvelun kautta

(Leskinen, Norontaus 2011), (Paavola 2010)

Kävijätutkimusten perusteella Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman kävijät ovat yleisesti ottaen tapahtumaan tyytyväisiä, ja heistä suurin osa tulee mitä todennäköisimmin osallistumaan myös tulevien vuosien tapahtumiin. Kävijät antoivat tapahtumasta myös palautetta, joka on samansuuntaista aiemmissa yhteyksissä esille tulleiden tapahtuman haasteiden kanssa; ohjelmiston peruutukset ja suppeus, pride-kulkueen puuttuminen, huono tiedottaminen ja yleinen näkyvyys olivat niitä asioita, joita suuri osa kielteisestä palautteesta ja kehitystoivomuksista koski.

Asiakkaat eivät myöskään osanneet kaikissa tilanteissa erottaa toisistaan Tampere Pride -Kulttuuritapahtumaa ja kilpailevaa Pirkanmaan Pride -tapahtumaa. Asiakastutkimusten perusteella Tampere Pride ei ole tapahtumana tai sisältöteemansa sekä erityisluonteensa puolesta riittävästi näkyvissä tai tapahtuman potentiaalisten kävijöiden

hahmotettavissa. Heille Tampere Pride on bileitä ja mahdollisuus tavata ystäviä sekä nauttia yleisestä ilmapiiristä. (Leskinen, Norontaus 2011), (Paavola 2010)

Kävijätutkimuksia lukiessa jäi tunne, etteivät tapahtuman kävijät osallistuneet Tampere Pride -Kulttuuritapahtumaan, vaan sen aikana järjestettyihin erikseen nimettyihin tilaisuuksiin, kuten esimerkiksi Black & White Party -bileisiin. Tätä asiaa käsiteltiin tapahtuman tuotantotiimin ideariihitapaamisessa maaliskuussa 2015.

Tuotekehittäjänä painotan aina brändin mahdollisimman usein toistuvan toistamisen merkitystä kaikissa yhteyksissä, mikä on liitetty myös osaksi tätä opinnäytetyötä. Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotteistumisen sekä brändin vahvistamiseksi tapahtumatiimi päätti, että kesästä 2015 alkaen kaikkien Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman aikana järjestettävien tilaisuuksien nimeen liitetään suoraan tai epäsuorasti Tampere Pride. Näin ollen esimerkiksi vuonna 2014 Pääbileet @ Kustaa III -nimellä järjestetty tapahtuman pääbiletilaisuus, tullaan vuodesta 2015 alkaen nimeämään yksinkertaisesti Tampere Pride pääbileiksi tai Tampere Pride Main Party:ksi. (Tampere Pride ry 2014c)

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtumasta tehdyt kävijätutkimukset sekä suomalaisista pride-tapahtumista vuonna 2011 tehty kuluttajatutkimus tuovat kumpikin esille sen tosiasian, ettei Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tämänhetkisellä pääkävijäsegmentillä ole halua tai varaa kuluttaa tapahtuman pääsylippuihin tai muuhun ostamiseen tapahtuman aikana suuria rahamääriä. Tämä on toinen asia, jota käsiteltiin tapahtuman tuotantotiimin maaliskuun ideariihitapaamisessa.

Keskustelussa nousi esille kaksi pääkohtaa pääkävijäryhmään liittyen:

1. heidän vuosiansionsa ei mahdollista merkittävää lisämyyntiä
2. he osallistuvat todennäköisesti tapahtumaan samansuuntaisella panostuksella, vaikka konseptia hieman muutettaisiin, kunhan

heille pystytään tarjoamaan nykyisenkaltaista ja uutta houkuttelevaa sisältöä, joka mahdollistaa kohtaamisen ja kokemisen.

Käydessäni läpi tapahtuman kävijätutkimusaineistoja sekä muita kotimaisista pride-tapahtumista tehtyjä aineistoja, huomasin tapahtuman aikaisemmassa esitellyn pääasiakassegmentin ulkoreunalle jäävän asiakasryhmän, jolla on toisaalta pääsegmentin kävijöiden kanssa useita yhteneviä tarpeita ja ominaisuuksia, mutta todennäköisesti hieman kulttuuripainotteisempi odotus tapahtuman sisällöltä. Tämän segmentin kävijäosuus on aikaisemmissa tapahtumissa ollut merkittävä, ja siihen kuuluvien henkilöiden vuosiansio on pääkävijäsegmenttiä merkittävästi suurempi.

He kuuluvat siihen gay-kuluttajien ryhmään, jonka keskekulutus muun muassa Helsinki kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston markkinointipäällikkö Kari Halosen mukaan on lähes kaksinkertainen valtaväestömatkailijaan verraten. Oletus on samansuuntainen kotimaisten sekä kansainvälisten homokuluttajista tehtyjen tutkimusten tulosten kanssa, mutta asiaa tulee Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman ehdottomasti selvittää lisää tulevaisuuden kävijätutkimuksissa. (Community Marketing, Inc 2014), (Paavola 2010)

Olemassa olevan kävijätutkimusaineiston pohjalta on hahmotettavissa taloudellisesti kiinnostava asiakasryhmä, jonka väestödemografisia ominaisuuksia ovat:

taulukko 4: Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman potentiaalinen asiakasryhmä

• ominaisuus	yleisin ominaisuuden toteuma	osuus kävijöistä
• ikä	30 - 49 vuotta	31,7 %
• sukupuoli	mies	38,9 %
• seksuaalinen suunt.	homoseksuaali mies	59,8 %
• kansallisuus	suomalainen	99,9 %
• siviilisääty	naimaton	54,0 %
• koulutustaso	yliopistotutkinto	29,5 %



		49(91)
• ammatillinen status	työelämässä	37,0 %
• vuositulotaso	10 000 - 39 999 eur	39,0 %
• harrastaa	urheilu/kulttuuri	67,6 %
• matkustamisen pääsyy	loma	51,0 %
• syy osallistua Tampere Pride -tapahtumaan	ystävät/yleinen ilmapiiri	71,0 %
• Tampere Pride -tapahtumassa viettää	1 - 2 päivää	66,0 %
• asuinkunta/-alue	ei tiedossa	
• majoittuminen tapahtuman aikana	ei tiedossa	
• kokenut tärkeimmäksi		
• tietolähteeksi tapaht.	ei tiedossa	

(Community Marketing, Inc 2014), (Leskinen, Norontaus 2011), (Paavola 2010)

### 5.3 Markkinaroolin valinta - sinisen meren tavoittelu ja edelläkävijyys

Tampere Pride -tuotantotiimin tapaamiset (2 kpl) kevättalvella keskittyivät tuotekehitysmenetelmien kautta saatujen tietojen ja kehitysajatusten läpikäyntiin sekä jalostamiseen. Maaliskuun 2015 tapaamisessa olemassa olevat aineistot koottiin tapaamis-tilan eri puolille suurille papereille ja niiden pohjalta aloitettiin hahmottamaan Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tuotetta.

Ensimmäinen askel oli tapahtuman markkinaroolin, siis tavoitellun markkina-aseman, päättäminen. Markkinaroolin valinnassa huomioitavia tekijöitä ja aineistoja olivat:

1. tapahtuman muista vastaavista tapahtumista poikkeava sisältö- ja tuotantolinjaus, joka korostaa Kulttuuria sekä asiakasryhmissä sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöihin kuuluvien lisäksi tapahtuman avoimuutta sekä kohdentamista yhtenäisellä panostuksella myös valtaväestöön kuuluville, eli tapahtuman arvot ja perusajatus siitä kenelle tapahtuman on ja miten sitä tehdään (sisältölinjaus 2015)
2. käytettävissä olevat resurssit (talous, sidosryhmät)
3. SWOT-analyysissa esiin nousseiden vahvuuksien ja mahdollisuuksien hyödyntäminen, kuitenkin heikkoudet ja uhat huomioiden
4. tapahtuman tuotantotiimin kanssa käytyjen ideariihitapaamisten pohjalta vahvistunut visio siitä, millainen tapahtuma Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuma on?
5. asiakastutkimusten läpikäynnin yhteydessä esiin tulleet asiakkaiden toiveet sekä tapahtuman heikkouksiksi koetut tekijät
6. Tampere Pride -kävijätutkimuksissa sekä muissa pride-tapahtumia koskeneissa tutkimuksissa esiin nousseen 30 - 49 -vuotiaiden homomiesten kävijäpotentiaalin hyödyntäminen sekä siihen liittyvät mahdollisuudet
7. Tampere Pride -tuotanto-organisaation yhdistysmalliin muuttamisen tuomat mahdollisuudet ja edut sekä rajoitukset

Näiden tekijöiden ja aineistojen pohjalta opinnäytetyön tilaaja Tampere Pride ry päätti viimeisessä opinnäytetyöprosessin ideariihitapaamisessa huhtikuun 2015 alussa Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtumatuotteen olevan markkinoilla edelläkävijä, joka rohkeasti kehittää uutta ja löytää uusia tapoja edistää Kulttuuria isolla Koolla!

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuma on vuodesta 2010 alkaen vuosittain tuonut suomalaiseen pride-tapahtumatuotantoon uusia sisältöjä ja tapoja tehdä. Edelläkävijyys ja uuden mielekkään sisällön tarjoaminen on nähty tapahtuman tuotannossa tekijänä, joka vahvistaa Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman erottuvuutta suomalaisten pride-tapahtumien parissa.

Edelläkävijyyden tiellä jatkaminen on tekijä, joka liittyy vahvasti myös tapahtuman perusluonteeseen; tapahtuman kohdentamiseen kaikille, valtaväestöön kuuluvien kutsuminen mukaan tapahtumaan nauttimaan seksuaali- ja sukupuolivähemmistöihin liitetystä kulttuuri-ilmiöistä hyvässä hengessä ja tasavertaisina. Edelläkävijyys on näkynyt tapahtuman ohjelma- ja esiintyjävalinnoissa, joihin on vuosittain liittynyt jotain uutta ja kotimaisessa pride-tapahtumatuotannossa ainutlaatuista. (Tampere Pride ry 2014b)

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tuotanto päätti lisäksi aloittaa panostus- ja selvitystyöt kävijätutkimuksissa (2010 ja 2011) seuraavaksi suurimman tapahtumakävijäryhmän sisältötarpeisiin panostamiseen. Päätös mahdollistaa nykyisen pääkävijäsegmentin säilyttämisen. Samanaikaisesti todennäköisesti kuluttamismyönteisemmän 30 - 49 -vuotiaiden tapahtumakävijöiden määrän kasvattamisen kautta Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman on mahdollista kasvaa ja vahvistaa pääsylipputuloihin perustuva tulo-kulurakenteen tulopuolta. (Leskinen, Norontaus 2011), (Paavola 2010)

Uuden tavoitellun kävijäsegmentin tarpeisiin ja tavoittamiseen panostetaan näkyvyyden ja markkinoinnin lisäksi erityisesti sisällöntuotannon kautta, jossa lähtökohtainen ajatus on lisätä mielenkiintoisia ja monipuolisia pääsylipullisia kulttuurikokemuksia.

#### 5.4 Lisensointi, tuotanto-organisaation ja brändin tuotteistus sekä tuotesuojaus

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman logo on suojattu tavaramerkkirekisteröinnillä. Tavaramerkki suojaa myös tapahtuman virallisen nimen, joka on Tampere Pride Queer Culture Event Finland. Tapahtuman nimisuoja vahvistaa tapahtuman taustayhdistyksen, Tampere Pride ry:n nimi.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman verkkopalvelun osoite on tamperepride.fi. Verkkopalvelun rinnakkaisdomaineja ovat pirkanmaanpride.fi ja pirkanmaapride.fi, jotka Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma varasi käyttöönsä keväällä 2014 reaktiona vuonna 2013 alkaneeseen kilpailutilanteeseen Tampereella.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman on vuodesta 2014 alkaen tuottanut Tampere Pride ry -niminen yhdistys, joka korvasi tapahtuman järjestäjänä aikaisemmin toimineen MyEvent-yhtiön. Muutos tapahtui osana opinnäytetyöprosessin alkuvaiheen ideointiprosessia. Tampere Pride ry:n sisällä toimivaan tuotantotiimiin kuuluu yhdistyksen hallituksen puheenjohtaja ja jäseniä sekä ulkopuolisia vapaaehtoisia aktiiveja, joille tarjotaan mielekästä tekemistä ja vastuuta muun muassa tapahtuman markkinoinnin, sisältö- ja turvallisuustuotannon tehtävissä. Kesän 2014 ja kevään 2015 välisenä aikana tapahtumaa tuottamaan liittyneiden vapaaehtoisten määrä on noussut jo miltei kuuteen, mikä käytännössä tarkoittaa tapahtuman tuottajaryhmän yli tuplaantumista vuoden 2014 tapahtumaan verrattuna.

Siirtyminen yhdistysmuotoiseen järjestäjäorganisaatioon on koettu erittäin hyväksi tapahtuman tuotannon näkökulmasta. Tapahtuman järjestäjäorganisaation muuttuminen on tapahtumakävijöiden keskuudessa vielä kirkastumatta, ja he pitävät Tampere Pride -Kulttuuritapahtumaa kaupallisen toimijan järjestämänä. Suurimmat syyt sille, ettei taustaorganisaatiomuutos ole tavoittanut tapahtumakävijöitä, on tapahtuman oman tiedottamisen epäonnistumisen ohessa paikallisen järjestön vuoden 2013 vir-

heellinen tiedotustoiminta, jossa he järjestelmällisesti kertoivat Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman olevan kaupallisen toimijan järjestämä.

#### 5.5 Tampere Pride -Kulttuuritapahtumat 2015 - 2025

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma järjestetään seuraavan kerran 16. - 19.7.2015. tapahtumatuotetta ei todennäköisimmin saada kokonaisuudessaan esille uudentyypissä mallissaan. Muutoksista, jotka ovat opinnäytetyön aikana tapahtuneet osana tapahtuman tuotteistamista, jatketaan tuotteistamisessa eteenpäin.

Tapahtuman tulevien vuosien ajankohdat on lyöty lukkoon, ja vuosittaisten tapahtumien suunnittelu ja tuotanto alkaa syksyllä 2015 aikajaksolla 2016 - 2025. Tulevien tapahtumien ajankohdat:

taulukko 5: Tampere Pride -Kulttuuritapahtumien ajankohdat 2016 - 2025

2016	21. - 24.07.	2021	22. - 25.07.
2017	20. - 23.07.	2022	21. - 24.07.
2018	19. - 22.07.	2023	20. - 23.07.
2019	18. - 21.07.	2024	18. - 21.07.
2020	16. - 19.07.	2015	17. - 20.07.

Tapahtumatuotantotiimi suunnittelee jo yleistemoja ja kehitysvaihtoehtoja, joiden kautta Tampere pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman on mahdollista kasvaa merkittävästikin vuoteen 2025 mennessä. Pääkeinoiksi kasvuun on valikoitunut asiakassegmentin laajentaminen, yhteistyö Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman luonteeseen sopivien oheistapahtumien kanssa ja ainakin ruotsin- ja venäjänkielisen sisällön ja tavoitettavuuden vahvistaminen verkossa, sosiaalisessa mediassa ja itse tapahtumassa. Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma tiivistää yhteyttään Tampereen kaupungin matkailuun, jonka kanssa haetaan yleistä kasvua ulkomaisten tapahtumamatkailijoiden tavoittamisen ja heille tapahtuman tarjoamisen kautta.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman ohjelmistoa lähdetään tuotantotiimin ideariihita-paamisten pohjalta syntyneissä linjauksissa viemään suunnitelmallisempaan suuntaan. Kiinteiksi vuotuisiksi tilaisuuksiksi vahvistettiin Pride-paraati, paraatin jälkeen järjestettävä torihenkinen yleisökokoonnutuminen esimerkiksi puistossa, perjantai- ja lauantai-iltojen bileet sekä Kulttuurikahvila. Näiden järjestämisestä Tampere Pride ry lähtökohtaisesti ottaa vastuun. Bileet voidaan mielellään ulkoistaa paikalliselle kaupalliselle toimijalle järjestettäväksi, mikäli sopiva yhteistyökumppani löytyy.

Ohjelma vapautetaan muilta osin kaikille toimijoille vuodesta 2015 alkaen. Paikallinen seta-järjestö, Mixei-yökerho ja muut paikalliset yritykset, yhteisöt ja yksityiset henkilöt voivat järjestää tilaisuuksia Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman yhteydessä, ja he saavat ohjelmat osaksi virallista Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman ohjelmaa.

Edellytyksenä ohjelmien hyväksynnälle osaksi ohjelmaa ja Tampere Pride -nimen käyttöoikeudelle on, että Tampere Pride ry:n tuotantotiimi hyväksyy ne ja ohjelmat täyttävät Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman yhteistyön pelisäännöt. Ohjelman vapauttaminen ja ohjelman tuomisen osaksi Tampere Pride - Kulttuuritapahtumaa kustannuksetta on suomalaisessa pride-tapahtumatuotannossa uutta; lähtökohtaisesti tapahtumia järjestävät yhteisöt ovat pyrkineet nimenomaan rahoittamaan toimintaansa jakamalla maksua vastaan oikeuksia päästä mukaan osaksi tapahtumia.

Tampere Pride ry lähestyy asiaa tästä eteenpäin asiakaslähtöisesti ja korostaa mielenkiintoisen ja laajasisältöisen tapahtuman merkitystä pitkäaikaisen kasvun ja Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman kehittymisen mahdollisuutena. Ohjelman vapauttaminen julkistetaan toukokuussa 2015.

Seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjen keskuudessa hyväksyttäväksi koettuun yhdystuottajamalliin siirtyminen, tulevien vuosien tapahtumien suunnitelmallisempi ke-

hittäminen, tapahtuman sisällöntuotannon vapauttaminen ja muut opinnäytetyöprosessin aikana syntyneet ideat sekä kehitysajatukset muun muassa Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman läsnäolon vahvistamiseen sosiaalisessa mediassa ja luonnollisissa asiakasympäristöissä, ovat omiaan ainakin lähtökohtina johtamaan Tampere Pride ry:n tavoitteeseen tapahtuman kävijämäärän kasvattamisesta ja tapahtuman taloustilanteen tervehdyttämisestä.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotteistamisprosessin yhteydessä useaan kertaan viitattu takaetikettimalliin, ja tapahtuma saatiin opinnäytetyöprosessin aikana tiivistettyä malliin, jossa hyllystä myytävänä tuotteena sen takaetiketti olisi seuraavanlainen:

kuva 2: Tampere Pride -takaetiketti

# Tampere Pride

## Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali Culture Event And Rainbow Festival

Vuosittain järjestettävä Kulttuuritapahtuma Tampereella, jossa voi tutustua sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöihin Kulttuurin välityksellä. Tampere Pride on suunnattu kaikille paikallisille asukkaille sekä koti- ja ulkomaisille matkailijoille.

**Kulttuuritapahtuma isolla Koollla! Tervetuloa**

Tampere Pride is a four days long Culture event in Tampere where you can get acquainted with the gender and sexual minorities through Culture. Tampere Pride is aimed for the local inhabitants and domestic and foreign travellers.

**Culture event with a big C! Welcome!**

### valmistusaineet / ingredients

Pride-paraati, teatteria, musiikkia, bileitä, show-esityksiä, Kulttuurikahvila, keskustelu- ja luentotilaisuuksia, drag-bingo ja paljon muuta!

**Katso tarkka ohjelma osoitteessa [www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi)**

Pride Parade, theatre, concerts, parties, shows, Culture Café, discussions and lectures on various topics, drag bingo and much more!

**Check out the event's programme [www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi)**

### parasta ennen / best before

Tampere Pride 2015 -Kulttuuritapahtuma 16. - 19.7.2015

Tampere Pride 2015 Culture Event 16th - 19th July 2015

### valmistaja / manufacturer

Tampere Pride -yhdistys (association)

[info@tamperepride.fi](mailto:info@tamperepride.fi) - [www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi)





## 6 LOPUKSI

Opinnäytetyötä tehdessäni olen samanaikaisesti toiminut opinnäytetyön tekijän roolissa sekä Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotantotiimissä, jossa olen ollut tapahtuman alusta, vuodesta 2010 alkaen. Kulttuurituottajaopintojen lisäksi teoriatietaa ja käytännön osaamista on antanut muu koulutustaustani, johon kuuluvat matkailupalveluiden tuottaja- ja tuotekehittäjän erikoisammattitutkinnot sekä niihin liittyvä vuosien työkokemus.

Opinnäytetyöprosessi antoi minulle mahdollisuuden ensimmäistä kertaa tarkastella Tampere Pride -Kulttuuritapahtumaa ikään kuin ulkopuolisen silmin, vaikka samanaikaisesti toimiminen tapahtuman tuotannossa mahdollisti kaiken tarvittavan tiedon saatavilla oloa ja tapahtuman tuntemista läpikotaisin. Onnistuin ulkoistamaan itseni prosessissa hyvin opinnäytetyöopiskelijan rooliin, ja tuloksena Tampere Pride avautui minulle tapahtumajärjestäjänä sekä tapahtumana hyvin erilaisena kokonaisuutena kuin aikaisemmin. Etäisyyden ottaminen omaan tapahtumaan mahdollisti sen kriittisemmän ja ammattimaisemman tarkastelun.

Jotta opinnäytetyö ei muodostuisi vain opinnäytetyön tekijän omien ajatusten ylös kirjoittamiseksi, tapahtumaa prosessissa edusti tapahtuman tuotantotiimi, johon kuuluivat yhdistyksen varapuheenjohtaja ja ryhmä vapaaehtoisia, jotka ovat olleet vastuutehtävissä tapahtuman tuotannossa jo useamman vuoden ajan. Opinnäytetyön lähteinä olleet tapahtumamuotoilua käsittelevät teokset, samoin kuin esimerkiksi Helsinki Pride -tapahtumaa koskeneet aikaisemmin tehdyt opinnäytetyöt toimivat vahvana opinnäytetyön tuotteistustyön faktapohjana, antaen laajasti raameja ja malleja, joita tapahtumien tuotteistamisessa on käytetty.

Opinnäytetyön sisällön rajauksena keskittyminen Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtumatuotteen hahmottamiseen tuotti omat haasteensa. Oli hyvin vaikeaa erottaa prosessissa tuotekehitys ja tuotteistus, koska ne monelta osin sisälsivät samoja elementtejä. Johtavaksi ajatukseksi itselleni muodostui aikaisemmassa työtaustassa käyttämäni takaetikettimalli, ja tavoitteeni oli kirkastaa, mikä Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma on, kenelle se on suunnattu ja mitä se on.

Jos ulkopuolisen katsoessa Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtumasta kehitettyä takaetikettiä, hän sen silmäilyään on saanut peruskäsityksen siitä, mitä Tampere Pride tapahtumana on, on opinnäytetyöprosessi tapahtuman kirkastamisen osalta onnistunut. Se, mitä Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma on, kirkastui matkan aikana tapahtuman tuotantotiimille tavalla, joka toi tapahtuman tuottamiseen konkretiaa, uusia voimavaroja sekä näkökulmia.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman tuotantotiimi on kokenut, että opinnäytetyöprosessin aikana tehty tapahtuman tuotteistus on ollut hyvin arvokasta, auttanut selkeyttämään perusrakenteita, johtanut suuriin positiivisiin muutoksiin tapahtuman tuotanto-organisaatiossa ja tavassa tehdä tapahtumaa. Opinnäytetyöprosessi synnytti Tampereelle ja Suomeen ensimmäisen näin kulttuurin edistämisyhdistyksen, joka tulee tuottamaan ympärivuotisesti kokemisen ja kohtaamisen mahdollisuuksia sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöihin kuuluville.

Tampere Pride -tuotteen kehitysprosessiin jäi avoimeksi monia mahdollisuuksia opinnäyteprosessin päätyttyä. Tuotteistus- ja tuotekehitysmenetelmistä benchmarking ja kilpailija-analyysit olisivat tuoneet Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tuotteistamiseen varmasti vielä monia uusia näkökulmia ja idealähteitä. Myös opinnäytetyöseminaarissa opettajaopponoijan erinomainen ajatus kartoittaa pride-tapahtumiin liittyviä trendejä maailmalla jäi tiukasta aikataulusta johtuen prosessin ulkopuolelle.

Myös Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman sisällön ja tuotantotalouden kehittämistä olisi mahdollista tehdä lukuisia tutkimuksia ja kehityshankkeita. Tampere Pride -Kult-

tuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuma ei olekaan valmis, vaan perusajatuksensa mukaisesti jatkaa kehittymistä sekä uusien ideavirtojen löytämistä, tarkoituksena tuottaa Kulttuuria isolla Koollla!

## LÄHTEET

Anttila, Pirkko, 1998. Dokumenttianalyysi. Metodix.. Viitattu 29.04.2015.

[http://www.metodix.com/fi/sisallys/01\\_menetelmat/01\\_tutkimusprosessi/02\\_tutkimisen\\_taito\\_ja\\_tiedon\\_hankinta/09\\_tutkimusmenetelmat/40\\_dokumenttianalyysi](http://www.metodix.com/fi/sisallys/01_menetelmat/01_tutkimusprosessi/02_tutkimisen_taito_ja_tiedon_hankinta/09_tutkimusmenetelmat/40_dokumenttianalyysi)

Community Marketing, Inc., 2014. CMI's 19th Annual LGBT Travel Survey Report. PowerPoint-diasarja 2014

Euroviisuklubi OGAE Finland ry, Euroviisuja Helsinki Pride -viikolla. Viitattu 29.4.2015.

[http://www.euroviisuklubi.fi/index.php?option=com\\_content&view=article&id=763:euroviisuja-helsinki-pride-viikolla&catid=1:latest&Itemid=49](http://www.euroviisuklubi.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=763:euroviisuja-helsinki-pride-viikolla&catid=1:latest&Itemid=49)

Iso-Aho, Juha & Kinnunen, Joni 2011. Tapahtumatuotannon palapeli. Sarja F. Katsouksia ja aineistoja 4, 2011

Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu

Jyväskylän SETA ry. Jyväskylän Seta proudly presents: HALF PRIDE JYVÄSKYLÄ. Viitattu 29.4.2015.

<http://www.jklseta.fi/forum/viewtopic.php?f=10&t=4314>

Jyväskylän yliopisto - Avoimen yliopiston Koppa. Viitattu 29.04.2015.

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/mit/tietotekniikan-opetuksen-perusteet/Opetusmenetelmista-ja-lahestymistavoista/Opetusmenetelmat/ideariih>

Leskinen, Katri & Norontaus Meri 2011. Tapahtumakävijöiden kulutuskäyttäytyminen Suomen Gay Pride 2011 -tapahtumien aikana. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Ammattikorkeakoulun perustutkinnon opinnäytetyö.

Mollgren, Sami 2013. Pirkanmaan Seta 40 vuotta: Leimautumispäivät Tampereella 11. - 15.6.2013 Viitattu 08.04.2015.

<http://ranneliike.net/teema/pirkanmaan-seta-40-vuotta-leimautumispaivat-tampereella-11-156?aid=9847>

Mollgren Sami 2015. Sateenkaariyhteisöt ry. Tampere Pride 2005. Viitattu 08.04-2015.

<http://ranneliike.net/galleria.php?alue=pride2005tre>

MyEvent, 2010. Tampere Pride 2010 programme.

MyEvent-yhtiön pdf-julkaisu

MyEvent, 2011. Tampere Pride 2011 programme.

MyEvent-yhtiön pdf-julkaisu

MyEvent, 2012. Kävijät Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja sateenkaarifestivaali 2012.

pdf-julkaisu

MyEvent, 2012. Pride katsaus 2012 historiikka varten.

MyEvent-yhtiön pdf-julkaisu

Mäki, Jussi 2013. Gay-matkailijan muotokuva. Suomalaisen gay-matkailijan profilointi. Lahden ammattikorkeakoulu. Ammattikorkeakoulun perustutkinnon opinnäytetyö.

Opetushallitus - Utbildningsstyrelse. SWOT-analyysi. Viitattu 29.04.2015.

[http://www.oph.fi/saadokset\\_ja\\_ohjeet/laadunhallinnan\\_tuki/wbl-toi/menetelmia\\_ja\\_tyovalineita/swot-analyysi](http://www.oph.fi/saadokset_ja_ohjeet/laadunhallinnan_tuki/wbl-toi/menetelmia_ja_tyovalineita/swot-analyysi)

Paavola, Annastiina 2010. Sateenkaarimatkailua. Tampere Pride 2010:n matkailija-profiili.. Tampereen ammattikorkeakoulu. Ammattikorkeakoulun perustutkinnon opinnäytetyö.

Pirkanmaan Seta ry. Historiaa. Viitattu 08.04.2015.

[www.pirkanmaanseta.fi/yhdistys/historiaa/](http://www.pirkanmaanseta.fi/yhdistys/historiaa/)

Sateenkaariyhteisöt ry. Pride ja vapausliike. Viitattu 07.04.2015.

[http://ranneliike.net/teema/pride\\_ja\\_vapautusliike?cid=47](http://ranneliike.net/teema/pride_ja_vapautusliike?cid=47)

Sateenkaariryhteisöt ry. Tulevat Pride-tapahtumat. Viitattu 07.04.2015.

<http://ranneliike.net/tapahtumakalenteri?haku=pride>

Seta ry. Hlbtqi-sanasto. Viitattu 26.04.2015.

<http://seta.fi/hlbtqi/>

Syrjänen Suvi 2011. Heimoistumisen merkitys helsinkiläisten homoravintoloiden asiakkaille. Lahden ammattikorkeakoulu. Ammattikorkeakoulun perustutkinnon opinnäytetyö.

Tampere Pride ry, 2014. Kävijät tapahtumittain 2014

pdf-julkaisu

Tampere Pride ry, 2014. Tampere Pride -yhteistyön pelisäännöt.

pdf-julkaisu

Tampere Pride ry, 2014. Tampere Pride 2014 -tuotantosuunnitelma.

pdf-julkaisu

Tampere Pride ry, 2014. Tampere Pride ry:n säännöt

pdf-julkaisu

Tilastokeskus. Väestö 2014 vuoden lopussa. Viitattu 08.04.2015.

[http://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk\\_vaesto.html#bruttokansantuote](http://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html#bruttokansantuote)

Tuulaniemi, Juha 2011. Palvelumuotoilu.

Helsinki: Talentum

Vettanen, Linda 2011. ILMIOITÄ: Gay-matkailu on Suomessa lapsenkengissä.

YLE Uutiset 01/2011.

Väestökisterikeskus. Suomen väkiluku 27.4.2015. Viitattu 27.04.2015.  
<http://vrk.fi/default.aspx?docid=169>

LIITTEET

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman yhteistyön pelisäännöt 24.07.2014

Tampere Pride -yhdistyksen säännöt 07.07.2014

Tampere Pride -käsiohjelma 2011





ohje  
24.07.2014

1(6)

**TAMPERE PRIDE KULTTUURITAPAHTUMA JA SATEENKAARIFESTIVAALI  
TAMPERE PRIDE CULTURE EVENT AND RAINBOW FESTIVAL**

*Kulttuuritapahtuma isolla Koolalla! - Culture event with a big C!*

**Tampere Pride -yhdistys (association)**

Sudenkatu 4  
FI-33530 Tampere, FINLAND  
puh. / tel. +358408776799  
info@tamperepride.fi  
[www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi)

**TAMPERE PRIDE QUEER CULTURE EVENT FINLAND -KULTTUURITAPAHTUMA**  
tapahtumatuotannon ja viestinnän sekä markkinoinnin yhteistyön yleiset pelisäännöt

**Hyvä Tampere Pride -kulttuuritapahtuman yhteistyökumppani,**

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali sisältää monia yhteistyön muotoja sekä toteutuksia. Tapahtuman tuottajana meille on erityisen tärkeää, että kaikki tapahtuman toimijat noudattavat yhteisiä linjauksia sisällöntuotannossa, viestinnässä ja markkinoinnissa, mitä tukee tämä perusohje.

Seuraavassa kuvataan keskeisimmät Tampere Pride -tuotantoon liittyvän yhteistyön pelisäännöt, jotka velvoittavat kaikkia Kulttuuritapahtuman toimijoita. Tampere Pride -tuotantotiimi vastaa mielellään kaikkiin kysymyksiin tapahtumayhteistyöhän liittyen.

**tapahtumaorganisaatio, viestintä ja markkinointi sekä tapahtumaedustus**

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman järjestää Tampere Pride -niminen tamperelainen yhdistys.

**tapahtuman operationaalinen tuotanto-organisaatio**

*Palvelupäällikkö*

*Tapahtumakoordinaattori*

Ilkka Veiström

ilkka.veistrom@tamperepride.fi

puh. +358403781415

coordinator@tamperepride.fi

puh. +358408776799



ohje  
24.07.2014

2(6)

**TAMPERE PRIDE KULTTUURITAPAHTUMA JA SATEENKAARIFESTIVAALI  
TAMPERE PRIDE CULTURE EVENT AND RAINBOW FESTIVAL**

*Kulttuuritapahtuma isolla Koolla! - Culture event with a big C!*

**Tampere Pride -yhdistys (association)**

Sudenkatu 4  
FI-33530 Tampere, FINLAND  
puh. / tel. +358408776799  
info@tamperepride.fi  
[www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi)

**TAMPERE PRIDE QUEER CULTURE EVENT FINLAND -KULTTUURITAPAHTUMA**  
tapahtumatuotannon ja viestinnän sekä markkinoinnin yhteistyön yleiset pelisäännöt

**viralliset nimet ja termit**

*tapahtuman virallinen nimi:*

Tampere Pride Queer Culture Event Finland

*tapahtuman markkinointinimi:*

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuma

in English: Tampere Pride Culture Event And Rainbow Festival

*tapahtuman lyhyet käyttönimet:*

Tampere Pride ja Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma sekä -tapahtuma

in English: Tampere Pride and Tampere Pride Culture Event and -event

*tapahtuman slogan-tunniste:*

Kulttuuritapahtuma isolla Koolla!

in English: Culture event with a big C!

**moninaisuuden kunnioittaminen**

Tampere Pride on Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali, joka edistää ihmisoi-  
keuksia ja tasavertaisuutta kulttuurin keinoin. Tampere Pride on kohdennettu paikal-  
lisille asukkaille sekä koti- ja ulkomaisille matkailijoille. Tapahtuma kutsuu jokaisen



**TAMPERE PRIDE KULTTUURITAPAHTUMA JA SATEENKAARIFESTIVAALI  
TAMPERE PRIDE CULTURE EVENT AND RAINBOW FESTIVAL**

*Kulttuuritapahtuma isolla Koolalla! - Culture event with a big C!*

**Tampere Pride -yhdistys (association)**

Sudenkatu 4  
FI-33530 Tampere, FINLAND  
puh. / tel. +358408776799  
info@tamperepride.fi  
[www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi)

**TAMPERE PRIDE QUEER CULTURE EVENT FINLAND -KULTTUURITAPAHTUMA**  
tapahtumatuotannon ja viestinnän sekä markkinoinnin yhteistyön yleiset pelisäännöt

tutustumaan sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöihin samanarvoisina, samalla tasolla, ystävällisessä ja hyvässä hengessä.

Tampere Pride -tapahtuman sisältökohderyhmä on usein hyvin tiedetty, mutta lopulta huonosti tunnettu asiakassegmentti, jolle markkinointi sekä tuottaminen vaativat omanlaistaan herkkyyttä ja asiantuntemusta.

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma juhlii sekä kunnioittaa moninaisuutta ja tasavertaisuutta. Tapahtuman perusarvon mukaisesti kaikki ovat samanvertaisia. Emme hyväksy minkäänlaista syrjintää, asiatonta markkinointia tai viestintää missään muodossa, yhdenkään toimijan toimesta. Tampere Pride noudattaa "älä oleta - kysy" -periaatetta ja tuotannolta saa vastauksia kaikkiin kysymyksiin sukupuoli- ja seksuaalivähemmistö -asioihin liittyen.

**Tampere Pride -tavaramerkin käyttö**

Tampere Pride on rekisteröity tavaramerkki (reknro. 248806), jonka käyttö on ilman tapahtumajohdon myöntämää kirjallista lupaa poikkeuksetta kiellettyä. Kaiken tapahtuman sisällön sekä siihen liitettävät tuotteet, palvelut ja muut vastaavat, hyväksyy tapahtumajohto. Tapahtuman toimijat eivät voi nimetä tapahtumaan yhteistyökumppaneita, sponsoreita tai vastaavia ilman tapahtumajohdon kirjallista lupaa.



ohje  
24.07.2014

4(6)

**TAMPERE PRIDE KULTTUURITAPAHTUMA JA SATEENKAARIFESTIVAALI  
TAMPERE PRIDE CULTURE EVENT AND RAINBOW FESTIVAL**

*Kulttuuritapahtuma isolla Koolalla! - Culture event with a big C!*

**Tampere Pride -yhdistys (association)**

Sudenkatu 4  
FI-33530 Tampere, FINLAND  
puh. / tel. +358408776799  
info@tamperepride.fi  
[www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi)

**TAMPERE PRIDE QUEER CULTURE EVENT FINLAND -KULTTUURITAPAHTUMA**  
tapahtumatuotannon ja viestinnän sekä markkinoinnin yhteistyön yleiset pelisäännöt

**Tampere Pride -tuotantoon liittyvä tiedottaminen sekä edustus**

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tiedottamisesta ja viestinnästä vastaa tapahtuman tuotanto-organisaatio. Kulttuuritapahtumaa koskevat edustukset, media-asiat sekä tiedotustoiminnot hoitaa tapahtuman palvelupäällikkö tai tuotanto-organisaation osoittama muu virallinen toimija.

Tampere Pride -kulttuuritapahtuman yhteistyökumppanit voivat vapaasti edustaa tapahtumaan liittyviä toimintojaan, kunhan ne eivät käsittele itse Tampere Pride -tuotetta tai loukkaa tavaramerkkiä.

**tapahtumaviikon ohjelma ja sisällöntuotannon sekä markkinoinnin rajoitukset**

Kaikki Tampere Pride -kulttuuritapahtumaan liittyvä sisältö tulee poikkeuksetta ilmoittaa Tampere Pride -tuotanto-organisaatiolle (info@tamperepride.fi). Tapahtuman kaikki sisältö viedään Tampere Pride -kulttuuritapahtuman viralliselle verkkosivustolle ([www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi))

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali -tapahtuman luonteen sekä arvojen mukaisesti tapahtua ei sisällä lokeroivia tai poissulkevia tapahtumia. Pois lukien joitakin tilaisuuksia koskevat viranomais määräykset, kaikki Tampere Pride -kulttuuritapahtuman ohjelma on avointa kaikille sukupuoleen, seksuaaliseen



**TAMPERE PRIDE KULTTUURITAPAHTUMA JA SATEENKAARIFESTIVAALI  
TAMPERE PRIDE CULTURE EVENT AND RAINBOW FESTIVAL**

*Kulttuuritapahtuma isolla Koolalla! - Culture event with a big C!*

**Tampere Pride -yhdistys (association)**

Sudenkatu 4  
FI-33530 Tampere, FINLAND  
puh. / tel. +358408776799  
info@tamperepride.fi  
[www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi)

**TAMPERE PRIDE QUEER CULTURE EVENT FINLAND -KULTTUURITAPAHTUMA**  
tapahtumatuotannon ja viestinnän sekä markkinoinnin yhteistyön yleiset pelisäännöt

suuntautumiseen ja muihin vastaaviin tekijöihin katsomatta. Tampere Pride -Kulttuuritapahtumaan ei hyväksytä sisältöä, joka on esimerkiksi suunnattu vain tietylle sukupuolelle, ikäryhmälle tai vastaavalle.

Tilaisuuksiin osallistumisen ehtona saa olla viranomaisen määrittelemän ikärajan lisäksi pääsylippu, pukeutumisvaatimus tai vastaava tekijä, joka ei kuitenkaan saa merkittävästi rajata mahdollisuuksia osallistua tilaisuuteen. Tapahtuman tuotanto-organisaatio antaa mielellään lisätietoja sekä ohjeita asiassa.

Tampere Pride -ohjelma on säädely. Erisyisesti sisällöt, joihin liittyy pornografiaa, seksiä, huumeita, alkoholin tai savukkeiden mainontaa, propagandaa, uskonnollisuutta, rasismia tai vastaavia ominaisuuksia, käsitellään ja hyväksytään erikseen tuotanto-organisaation toimesta.

Tampere Pride -kulttuuritapahtuman tuotanto-organisaatio päättää viime kädessä kaikesta Tampere Pride Queer Culture Event Finland -kulttuuritapahtuman tapahtuman ohjelmistoon kuuluvasta sisällöstä, ja tapahtuma varaa täyden oikeuden ohjelmasisällöstä päättämiseen.

**yhdessä tekemisen periaate**

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tuotannossa noudatetaan "yhdessä tekemisen periaatetta". Tapahtuman tuotanto on mahdollisimman läpinäkyvä. Kaikenlainen si-



ohje  
24.07.2014

6(6)

**TAMPERE PRIDE KULTTUURITAPAHTUMA JA SATEENKAARIFESTIVAALI  
TAMPERE PRIDE CULTURE EVENT AND RAINBOW FESTIVAL**

*Kulttuuritapahtuma isolla Koollla! - Culture event with a big C!*

**Tampere Pride -yhdistys (association)**

Sudenkatu 4  
FI-33530 Tampere, FINLAND  
puh. / tel. +358408776799  
info@tamperepride.fi  
[www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi)

**TAMPERE PRIDE QUEER CULTURE EVENT FINLAND -KULTTUURITAPAHTUMA**  
tapahtumatuotannon ja viestinnän sekä markkinoinnin yhteistyön yleiset pelisäännöt

säinen kilpailu, salailu ja muu vastaava tapahtuman tuotantoon heijastuva on ehdottomasti kielletty. Tapahtuman tuotanto-organisaatiota sitoo luottamuksellinen vaito-olo- ja hyödyntämättäjäättämisvelvoite.

**ympäristö- ja yhteiskuntavastuullisuus**

Tampere Pride -Kulttuuritapahtuman tuotannon arvoihin kuuluu ympäristö- ja yhteiskuntavastuullisuus. Huomioimme kaikessa tuotannossa kestävän kehityksen mukaiset tuotantomallit ja toimimme mahdollisimman ympäristöä säästävästi. Kulttuuritapahtuman toimijoiden toivotaan panostavan ympäristö- ja yhteiskuntavastuulliseen tuotantomalliin. Tuotanto-organisaatio antaa mielellämme lisätietoja sekä konsultaa tiota kestävän kehityksen tuotantomalleista.




**TAMPERE PRIDE RY**
*rek.tunnus / association id: 212.984*

Sudenkatu 4

FI-33530 Tampere, FINLAND

puh. / tel. +358408776799

yhdistys@tamperepride.fi

**[www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi)**
**yhdistyksen säännöt**

versio 07.07.2014

1(9)

**1 § yhdistyksen nimi ja kotipaikka**

Yhdistyksen nimi on Tampere Pride ry. Näissä säännöissä sitä kutsutaan yhdistykseksi.

Yhdistyksen nimi viittaa Tampere Pride Queer Culture Event Finland (Tampere Pride -Kulttuuritapahtuma ja Sateenkaarifestivaali) -tapahtumaan, jonka nimen käyttöoikeus on myönnetty yhdistykselle.

**2 § yhdistyksen kotipaikka**

Yhdistyksen kotipaikka on Tampere ja toimialue koko Suomi.

**3 § yhdistyksen tarkoitus**

Yhdistyksen tarkoituksena on:

Edistää seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjen yhteiskunnallista tasavertaisuutta, moninaisuutta sekä suvaitsevuuutta sekä toimia yhdistävänä tekijänä valtaväestön ja vähemmistöjen välillä.

Lisäksi yhdistyksen tarkoituksena on edistää kaupunki- ja nuorisokulttuuria.

**4 § yhdistyksen toiminta**

Tarkoituksensa toteuttamiseksi yhdistys:

**1.** järjestää ja kehittää vuosittaista Tampere Pride -Kulttuuritapahtumaa, järjestää muita kulttuuri- ja sosiaalisen kanssakäymisen tilaisuuksia sekä tapahtumia sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöihin liittyen, järjestää kulttuuri-, keskustelu- ja koulutustilaisuuksia ja juhlia

**2.** järjestää konsertteja ja muita kulttuuritilaisuuksia

**3.** järjestää jäsenilleen koti- ja ulkomaisia kulttuuri- ja tapahtumamatkoja


**TAMPERE PRIDE RY**
*rek.tunnus / association id: 212.984*

Sudenkatu 4

FI-33530 Tampere, FINLAND

puh. / tel. +358408776799

yhdistys@tamperepride.fi

**[www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi)**
**yhdistyksen säännöt**

versio 07.07.2014

2(9)

4. on yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa
5. harjoittaa tutkimus-, tiedotus- ja julkaisutoimintaa
6. tekee aloitteita eri viranomaisille
7. on yhteistoiminnassa muiden alan järjestöjen kanssa
8. voi ottaa vastaan lahjoituksia ja testamentteja
9. voi omistaa kiinteistöjä ja maa-alueita sekä tarkoitustaan varten tarpeellista kiinteää ja irtainta omaisuutta sekä yhdistyksen tarkoituksen mukaista toimintaa harjoittavien oikeuskelpoisten yritysten ja yhteisöiden osakkeita, osuuksia sekä vastaavia
10. voi toimeenpanna asianomaisen luvan saatuaan arpajaisia ja rahankeräyksiä
11. voi asiainmukaisella luvalla harjoittaa kahvila-, kioski- ja ravitsemustoimintaa sekä järjestää myyjäisiä ja tarkoituksiaan edistäviä huutokauppoja ja muita kulttuuritilaisuuksia
12. voi järjestää maksullisia festivaaleja, messuja, juhlia, konsertteja sekä muita tapahtumia
13. voi palkata henkilökuntaa
14. voi ottaa osaa päämääriänsä edistävään kansainväliseen toimintaan
15. voi jakaa kunniamainintoja, -palkintoja ja -kirjoja sekä vastaavia

**5 § yhdistyksen jäsenet**

Yhdistykseen varsinaiseksi jäseneksi voidaan hyväksyä 15 vuotta täyttänyt yksityinen henkilö tai oikeuskelpoinen yritys tai yhteisö, joka hyväksyy yhdistyksen tarkoituksen. Jäsenmaksukausi on kalenterivuosi. Hallitus käsittelee ja hyväksyy hakemukset varsinaiseksi jäseneksi. Saavutetut jäsenoikeudet säilyvät.

Yhdistyksellä voi lisäksi olla kannatus-, ainais- ja kunniajäseniä. Kunnia- ja ainaisjäsenen jäsenyys on elinikäinen, mutta ainaisjäsenen voidaan erottaa 6 § mukaisesti.




**TAMPERE PRIDE RY**
*rek.tunnus / association id: 212.984*

Sudenkatu 4

FI-33530 Tampere, FINLAND

puh. / tel. +358408776799

yhdistys@tamperepride.fi

**[www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi)**
**yhdistyksen säännöt**

versio 07.07.2014

3(9)

Kannatusjäseneksi voidaan hyväksyä 15 vuotta täyttänyt yksityinen henkilö tai oikeuskelpoinen yritys tai yhteisö, joka haluaa tukea yhdistyksen tarkoitusta ja toimintaa tai muuten osallistua siihen. Kannatusjäsenet hyväksyy yhdistyksen hallitus.

Kunniajäseneksi voidaan yleiskokouksessa valita hallituksen esityksestä 15 vuotta täyttänyt yksityinen henkilö tai oikeuskelpoinen yritys tai yhteisö.

Ainai- tai kunniajäseneksi voidaan hallituksen esityksestä yhdistyksen kokouksessa kutsua henkilö, joka on huomattavasti edistänyt ja tukenut yhdistyksen toimintaa.

**6 § jäsenen erottaminen ja jäsenyyden päättyminen**

Jos yhdistyksen jäsen toimii yhdistyksen sääntöjen tai toimintaperiaatteen vastaisesti tai laiminlyö jäsenmaksunsa suorittamisen vuoden tai sitä pitemmältä ajalta, voi yhdistyksen hallitus erottaa jäsenen. Jäsenmaksun suorittamisen laiminlyönnin aikana jäsenellä ei ole oikeutta jäsenetuihin.

**7 § jäsenmaksu**

Varsinaiset, kannatusjäsenet ovat velvollisia suorittamaan liittymis- tai jäsenmaksun, joiden suuruudesta päättää yhdistyksen syyskokous kutakin kalenterivuotta varten erikseen. Ainaijäsen maksaa kertakaikkisen jäsenmaksun, jonka suuruudesta hallitus päättää. Kunniajäsen ei maksa jäsenmaksua.

Yhdistyksen hallituksen jäsenet ovat toimikautensa ajan vapautettuja jäsenmaksun suorittamisesta.



## yhdistyksen säännöt

versio 07.07.2014

4(9)

### TAMPERE PRIDE RY

rek.tunnus / association id: 212.984

Sudenkatu 4

FI-33530 Tampere, FINLAND

puh. / tel. +358408776799

yhdistys@tamperepride.fi

[www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi)

## 8 § yhdistyksen kokoukset

Yhdistyksen päätösvaltaa käyttää yhdistyksen kokous. Yhdistyksen varsinainen kokous järjestetään vähintään kahdesti vuodessa:

kevätkokous helmi-huhtikuussa

syyskokous loka-joulukuussa

Yhdistyksen kokouksen kutsuu koolle yhdistyksen hallitus. Yhdistyksen ylimääräinen kokous on kutsuttava koolle aina jos vähintään kymmenesosa (1/10) jäsenistä sitä kirjallisesti vaatii tai jos hallitus katsoo sen tarpeelliseksi tai jos yhdistyksen kokous on päättänyt sen koolle kutsumisesta.

Yhdistyksen kokouksesta on jäsenille ilmoitettava vähintään neljätoista(14) päivää ennen kokousta postitse tai sähköpostitse jäsenen ilmoittamaan osoitteeseen ja/tai vähintään seitsemän(7) päivää ennen kokousta ilmoituksella vähintään yhdessä valtakunnallisessa päivälehdessä ja/tai ilmoituksena yhdistyksen virallisella verkkosivustolla. Yhdistyksen ylimääräinen kokous kutsutaan koolle kuten varsinainen kokous.

Yhdistyksen kokouksessa on kaikilla vuosimaksunsa maksaneilla varsinaisilla jäsenillä yhtäläinen puhe-, ääni- ja esitysoikeus. Kannatus-, ainois- ja kunniajäsenillä on yhdistyksen kokouksessa yhtäläinen puhe- ja esitysoikeus. Yhdistyksen kokous voi myöntää läsnäolo- ja puheoikeuden myös yksityiselle henkilölle, oikeuskelpoisen yrityksen tai yhteisön edustajalle, joka ei ole yhdistyksen jäsen.

Äänioikeuden antava jäsenmaksu tulee maksaa yhdistyksen tilille tai käteisellä yhdistyksen toimistoon viimeistään seitsemän(7) päivää ennen yhdistyksen kokousta.

**TAMPERE PRIDE RY**

rek.tunnus / association id: 212.984

Sudenkatu 4

FI-33530 Tampere, FINLAND

puh. / tel. +358408776799

yhdistys@tamperepride.fi

**www.tamperepride.fi**

Yhdistyksen kokoukseen voidaan osallistua hallituksen tai yhdistyksen kokouksen niin päättäessä myös postitse taikka tietoliikenneyhteyden tai muun teknisen apuvälineen avulla kokouksen aikana tai ennen kokousta.

**9 § varsinaisissa kokouksissa käsiteltävät asiat***Yhdistyksen kevätkokouksessa käsiteltävät asiat:*

1. Kokouksen avaus
2. Valitaan kokoukselle puheenjohtaja, sihteeri ja kaksi pöytäkirjan tarkastajaa, jotka toimivat tarvittaessa ääntenlaskijoina
3. Todetaan kokouksen laillisuus ja päätösvaltaisuus
4. Päätetään läsnäolo- ja puheoikeuden myöntämisestä kokoukseen osallistujille, jotka eivät ole yhdistyksen jäseniä
5. Hyväksytään kokouksen esityslista
6. Käsitellään edellisen tilikauden tilinpäätös, toimintakertomus ja toimintantarkastuskertomus tai tilintarkastuskertomus
7. Päätetään tilinpäätöksen vahvistamisesta sekä vastuuvapauden myöntämisestä hallitukselle ja muille tilivelvollisille
8. Käsitellään muut kokouksutsussa mainitut asiat

*Yhdistyksen syyskokouksessa käsitellään seuraavat asiat:*

1. Kokouksen avaus
2. Valitaan kokoukselle puheenjohtaja, sihteeri ja kaksi pöytäkirjan tarkastajaa, jotka toimivat tarvittaessa ääntenlaskijoina
3. Todetaan kokouksen laillisuus ja päätösvaltaisuus
4. Päätetään läsnäolo- ja puheoikeuden myöntämisestä kokoukseen osallistujille, jotka eivät ole yhdistyksen jäseniä
5. Hyväksytään kokouksen esityslista

**TAMPERE PRIDE RY**

rek.tunnus / association id: 212.984

Sudenkatu 4

FI-33530 Tampere, FINLAND

puh. / tel. +358408776799

yhdistys@tamperepride.fi

**www.tamperepride.fi****yhdistyksen säännöt**

versio 07.07.2014

6(9)

6. Hyväksytään toimintasuunnitelma ja talousarvio seuraavalle kalenterivuodelle
7. Valitaan hallituksen jäsenet
8. Valitaan yksi toiminnantarkastaja ja hänelle varatoiminnantarkastaja tai kaksi tilintarkastajaa ja varatilintarkastajaa
9. Päätetään liittymis- ja jäsenmaksun suuruudesta seuraavaksi vuodeksi
10. Käsitellään muut kokouskutsussa mainitut asiat

**10 § yhdistyksen hallitus**

Yhdistyksen toimintaa johtaa yhdistyksen kokousten päätösten pohjalta yhdistyksen hallitus.

Hallitukseen kuuluu 3-6 varsinaista jäsentä. Lisäksi valitaan ensisijaisuusjärjestyksessä yhdestä(1) neljään(4) varajäsentä. Yhdistyksen kokous voi perusteesta valita lisäjäseniä hallitukseen, hallituksen kokoa määrävien sääntöjen puitteissa.

Vanhan hallituksen toimikausi päättyy ja uuden alkaa yhdistyksen syyskokousta seuraavan kalenterivuoden alussa.

Yhdistyksen hallituksen jäsenten on oltava yhdistyksen äänioikeutettuja jäseniä. Hallituksen jäsenellä on oikeus erota kesken toimikauden ilmoittamalla siitä hallitukselle.

Hallituksen varsinaisen jäsenen ollessa estynyt osallistumaan hallituksen kokoukseen tai hänen erottuaan, varajäsen toimii kokouksessa. Varajäsenellä on osallistumisoikeus hallituksen kokoukseen.

Hallitus valitsee keskuudestaan puheenjohtajan ja varapuheenjohtajan. Hallitus valitsee lisäksi keskuudestaan tai ulkopuoleltaan sihteerin ja ta-



**TAMPERE PRIDE RY**

rek.tunnus / association id: 212.984

Sudenkatu 4

FI-33530 Tampere, FINLAND

puh. / tel. +358408776799

yhdistys@tamperepride.fi

[www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi)

loudenhoitajan. Hallitus nimittää toiminnanjohtajan sekä tarvittaessa alaisuuteensa valiokuntia hoitamaan hallituksen niille nimittämiä tehtäviä.

Yhdistyksen hallituksen kutsuu koolle puheenjohtaja tai tämän ollessa estynyt varapuheenjohtaja. Jos vähintään yksi kolmasosa(1/3) hallituksen jäsenistä kirjallisesti vaatii hallituksen kutsumista koolle, on puheenjohtajan tai tämän ollessa estynyt varapuheenjohtajan kutsuttava hallitus koolle viimeistään neljäntoista(14) päivän kuluessa.

Hallituksen kokous on päätösvaltainen, jos puheenjohtaja tai varapuheenjohtaja ja yhteensä vähintään puolet hallituksen jäsenistä on paikalla. Hallituksen kokoukseen voi etäosallistua hallituksen hyväksymää soveltuvaa teknistä ratkaisua hyödyntäen.

**11 § hallituksen tehtävät**

Hallituksen tehtävänä on:

- 1.** johtaa yhdistyksen toimintaa yhdistyksen kokousten päätösten pohjalta
- 2.** ottaa ja erottaa yhdistyksen toiminnanjohtaja, työntekijät, projektihenkilöstö ja hankkia tarvittavat ulkopuoliset palvelut sekä päättää näiden palkoista ja korvauksista sekä muista toimsuhteen ehdoista
- 3.** valita keskuudestaan työsuhde- ja hallintotyöryhmä vastaamaan henkilöstön esimies- ja työnantajavelvoitteista, kun yhdistyksellä on toiminnanjohtaja tai muuta työsuhteessa tai vastaavassa olevaa henkilökuntaa
- 4.** huolehtia siitä, että yhdistyksen kirjanpito on lainmukainen ja varainhoito luotettavalla tavalla järjestetty
- 5.** valvoa toiminnanjohtajaa ja yhdistyksen muuta hallintoa
- 6.** ratkaista jäsenhakemukset ja pitää yllä jäsenluetteloa
- 7.** päättää yhdistyksen kokousten koollekutsumisesta ja valmistella niihin esityslistat

### TAMPERE PRIDE RY

rek.tunnus / association id: 212.984

Sudenkatu 4

FI-33530 Tampere, FINLAND

puh. / tel. +358408776799

yhdistys@tamperepride.fi

[www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi)

8. laatia toimintakertomus ja tilinpäätös sekä toimintasuunnitelma ja talousarvio seuraavaa tilikautta varten ja myös muuten valmistella vuosikokousta
9. huolehtia yhdistyksen kokousten päätösten toimeenpanosta
10. laatia itselleen työjärjestys
11. nimetä yhdistyksen edustajat luottamustoimiin

## 12 § yhdistyksen toiminnanjohtaja

Hallitus voi valita yhdistykselle toiminnanjohtajan, johon sovelletaan tämän pykälän määräyksiä. Hallitus päättää toiminnanjohtajan ottamisesta, erottamisesta ja toimeenpanon ehdoista.

Toiminnanjohtajan on edistettävä yhdistyksen etua huolellisesti ja hoidettava sen asioita yhdistyslain, sääntöjen sekä yhdistyksen kokouksen ja hallituksen ohjeiden mukaisesti. Toiminnanjohtaja hoitaa yhdistyksen juoksevaa hallintoa.

Muun ohessa toiminnanjohtaja:

1. huolehtii hallituksen päätettävien asioiden valmisteluista ja yhdistyksen toimielinten päätösten täytäntöönpanosta
2. johtaa yhdistyksen toimistoa ja järjestää sen työt
3. huolehtii yhdistyksen kirjanpidon lainmukaisuudesta ja varainhoidon luotettavuudesta
4. suorittaa muita yhdistyksen hallituksen toiminnanjohtajalle tehtäviksi osoittamia tehtäviä
5. hallituksen valtuutuksesta johtaa yhdistyksen muuta henkilökuntaa sekä ulkopuolisia hankintapalveluita ja vastaavia

**TAMPERE PRIDE RY**

rek.tunnus / association id: 212.984

Sudenkatu 4

FI-33530 Tampere, FINLAND

puh. / tel. +358408776799

yhdistys@tamperepride.fi

[www.tamperepride.fi](http://www.tamperepride.fi)**13 § yhdistyksen nimenkirjoittajat**

Yhdistyksen nimen ovat oikeutettuja kirjoittamaan puheenjohtaja ja varapuheenjohtaja, sekä henkilö, jolle hallitus on erikseen antanut nimenkirjoitusoikeuden, kukin erikseen.

**14 § yhdistyksen tilikausi**

Yhdistyksen tilikausi on kalenterivuosi. Tilinpäätös tarvittavine asiakirjoineen on toimitettava toiminnan-/tilintarkastajille viimeistään kuukausi ennen kevätkokousta. Toiminnan-/tilintarkastajien tulee luovuttaa tilintarkastuskertomuksensa viimeistään kaksi viikkoa ennen kevätkokousta hallitukselle.

**15 § päätöksenteko yhdistyksen kokouksissa**

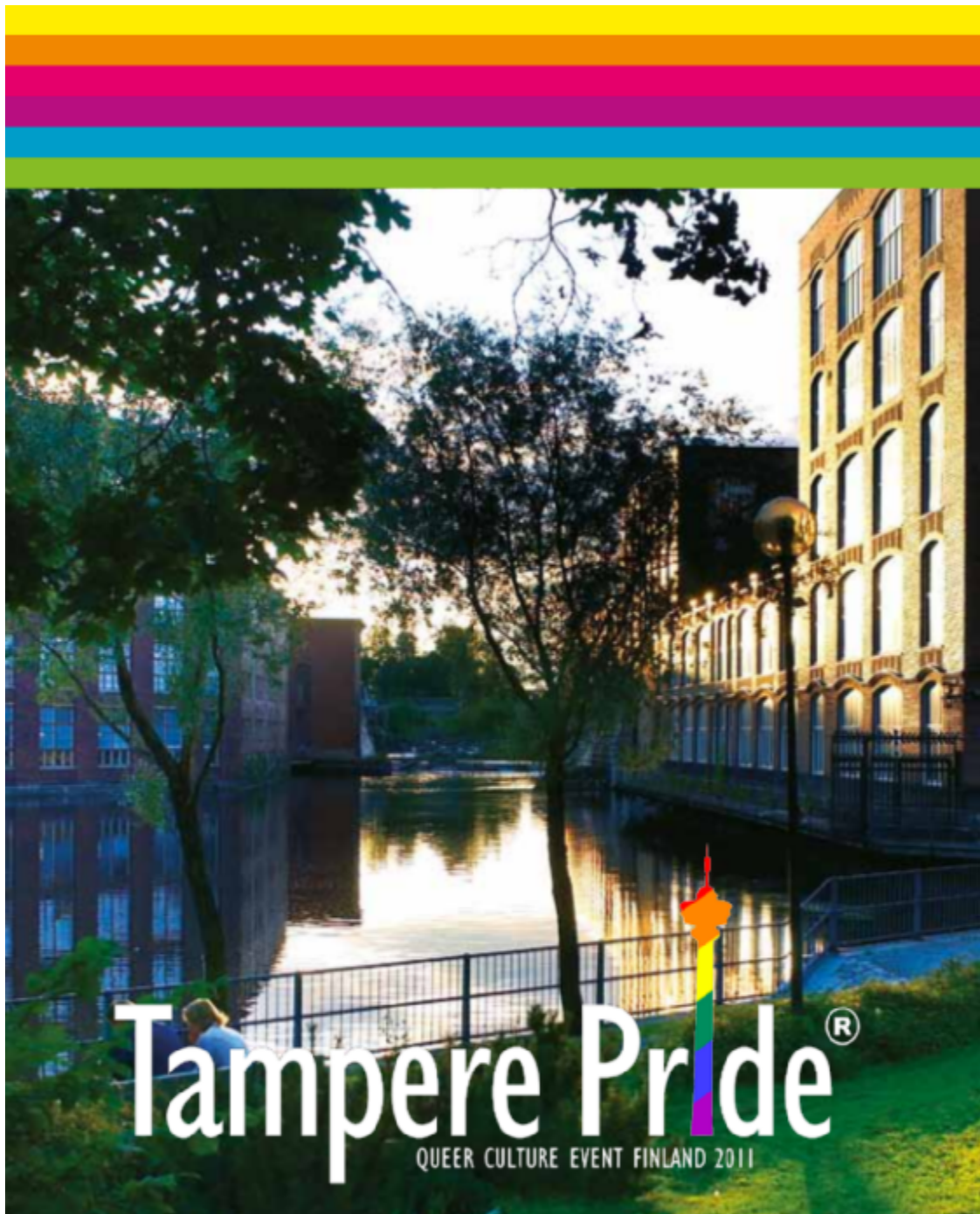
Päätökset yhdistyksen kokouksissa tehdään yksinkertaisella äänen enemmistöllä. Jos äännet menevät tasan, puheenjohtajan ääni ratkaisee, paitsi vaaleissa, joissa tällöin arpa ratkaisee.

**16 § sääntöjen muuttaminen ja yhdistyksen purkaminen**

Yhdistyksen sääntöjen muuttamisesta ja yhdistyksen purkamisesta päätetään yhdistyksen kokouksessa. Kokouskutsussa on mainittava sääntöjen muuttamisesta ja yhdistyksen purkamisesta. Päätös sääntöjen muuttamisesta tai yhdistyksen purkamisesta voidaan tehdä, jos sitä kannattaa kolme neljännestä (3/4) kokouksen äänioikeutetuista osanottajista.

Jos yhdistys purkautuu tai lakkautetaan, luovutetaan sen varat yhdistyksen tarkoitusta vastaavaan toimintaan, josta päättää yhdistyksen purkamisesta päättävä kokous.







## TERVETULOA TAMPERELLE!

Tampere Pride Queer Culture Event Finland on kulttuuritapahtuma isolla Koolla. Tapahtuman sisällön teemaa kuvaa parhaiten termi queer, joka liiaksi luokittelematta ja määrittelemättä viittaa sukupuolen ja seksuaalisuuden moninaisuuteen. Queer-termi kuvaa inhimillisyyden moninaisuutta, jossa kaikella olevalla on oma arvokas muotonsa.

Tampere Pride 2011 lähestyy moninaista Suomea hieman eri suunnasta kuin on ehkä totuttu. Tampere Pride on kulttuuritapahtuma, jossa on perinteisesti mukana ihmisoikeuksien edistäminen. Positiivisuuteen perustuvan lähestymistavan katsomme olevan hyvä tapa vaikuttaa ympäristöön ja osallistua yhteisten asioiden ajamiseen. Haluamme avata moninaisen kulttuurin kaikille;

niille, jotka siihen kuuluvat sekä niille, jotka ovat siitä kiinnostuneet.

Queer-kulttuurin ja siitä kiinnostuneiden toimijoiden aktiivisuus Tampere Pride -tapahtuman ohjelman puolesta on ollut hienoa! Tarjoamme kulttuuria elokuvan, näytelmän, iltajuhlien, musiikin, tapaamisten, kohtaamisen ja näkemisen muodoissa - tapahtumia, jotka herättävät nauttimaan ja kokemaan!

Täydestä sydämeistäni tervetuloa Tampereelle nauttimaan Pride-tapahtumasta 2011!

Tampere Pride Queer Culture Event Finland  
Ilkka Veiström palvelupäällikkö  
ilkka.veistrom@tamperepride.fi

*Korkealaatuisena käsityönä  
valmistettuja yksilöllisiä koruja.  
Tervetuloa!*




a a u a  
k k k k  
k k o a  
a a

u u  
k k k k  
k k o a  
o o

**KORUS**  
DESIGN

www.korus.fi  
Aleksanterinkatu 30 • 33100 Tampere  
p. (03) 225 5877 • asiakaspalvelu@korus.fi

TYÖVÄENMUSEO  
**WERSTAS**  
The Finnish Labour Museum Werstas



**AINA VAPAA PÄÄSY  
ALWAYS FREE ADMISSION**  
www.tyovaenmuseo.fi  
Avoimena | Open  
ti-su 11-18 | tue-sun 11 am-6 pm  
Väinö Linnan aukio 8, Finlayson area, Tampere.

## WELCOME TO TAMPERE!

If there is one word which describes Tampere Pride Queer Culture Event Finland best, it is the word queer. This is because the term denotes gender and sexual diversity without awkwardly categorising either. The term not only alludes to the concept of human diversity, but also to the ideal of equality.

Tampere Pride 2011 has a fresh perspective on queer Finland. Tampere Pride is a cultural event that makes it its business to promote human rights and we believe that our positive approach is an excellent way to influence and take part in advocating this common cause. We want to celebrate queer culture with each and everyone interested.

It has been great that Tampere Pride has drawn the interest of a wide range of artists and performers who are either actively involved or interested in queer culture! The programme includes parties, fabulous performers, theatrical performances, films, a drag gala, a Eurovision theme day, book launches, art shows and more. In short, Tampere Pride caters a comprehensive selection of cultural experiences!

A heartfelt welcome to Tampere to enjoy Tampere Pride 2011! Tampere Pride Queer Culture Event Finland

Ilkka Veiström Service Manager  
ilkka.veistrom@tamperepride.fi

<p>Kaupungin <b>PARAS</b> kenkäpuisto</p> <p><b>S</b> <b>HOE</b> <b>P A R K</b></p> <p><a href="http://www.shoepark.fi">www.shoepark.fi</a> puh. 050 374 5252 Kuninkaankatu 31 50 askelta Sokokselta Alarantaan</p>		
<p><b>Shoepark</b></p> <p>Find us on <b>Facebook</b></p>	<p>avoinna: ma-pe 10-18 la 10-16</p>	<p><b>WEST COAST</b> Urban Footwear</p>

## TORSTAI 21.7.2011

### 🕒 12 - 20 Kulttuurikahvila

esiintyjä, dokumentteja, taidetta ja esityksiä, hyvää kahvia ja pullaa  
paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10  
liput: ei sisäänpääsymaksua  
tapahtuman ikäraja: sallittu



### 🕒 14 ja 17 Linnea von Kattendam -dokumentin esitys

Linnea von Kattendam -drag-hahmosta kertovan dokumentin esitys, kesto noin 15 min.  
paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10  
liput: ei sisäänpääsymaksua  
tapahtuman ikäraja: sallittu



### 🕒 18 - 20 Night of the Finest Talent - Kolme Vuodenaikaa Hosted by Linnea von Kattendam

Kolme upeaa esiintyjää - Illan emäntänä toimii näyttävä Miss Drag Queen 2011-voittaja Linnea von Kattendam  
paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10  
liput: 15,00 / 13,00  
(alennusta queer-järjestöjen jäsenkortilla)  
tapahtuman ikäraja: K-15



### 🕒 19 Sateenkaarimessu

Messun järjestää Tampereen Tuomiokirkkoseurakunta yhteistyössä Tampereen Setan hengellisen ryhmän kanssa  
paikka: Finlaysonin kirkko, Puuvillatehtaankatu 2  
liput: ei sisäänpääsymaksua  
tapahtuman ikäraja: sallittu



## THURSDAY 21.7.2011

### 🕒 12 - 20 Culture Café

Performances, shows, art, documentaries and delicious freshly baked pastries and coffee  
venue: Yo-talo, Kauppakatu 10  
tickets: free  
age limit: -



### 🕒 14 and 17 Linnea von Kattendam documentary

The documentary tells Linnea von Kattendam's (drag) story, (in Finnish) duration approx. 15 min.  
venue: Yo-talo, Kauppakatu 10  
tickets: free  
age limit: -



### 🕒 18 - 20 Night of the Finest Talent - Hosted by Linnea von Kattendam

The show that gathers magnificent and unique music performances in the three seasons spirit.  
venue: Yo-talo, Kauppakatu 10  
tickets: 15,00 / 13,00  
age limit: 15



### 🕒 19 Pride Rainbow mass

The mass is organized by the Tuomiokirkkoseurakunta of Tampere together with the spiritual group of Tampere Seta  
venue: Finlaysonin kirkko (Finlayson Church)  
tickets: free  
age limit: -



## POIMINTOJA

### Kulttuurikahvila

21. - 24.7.2011 (Yo-talo, Kauppakatu 10)

Kulttuurivieraita, esityksiä, taidetta, dokumentteja sekä ihanaa tuoretta kahvia ja maukkaita leivonnaisia. Osta Tampere Pride -pääsylippuja sekä sateenkaari- ja pride-tuotteita. Kulttuurikahvilassa voit osallistua myös vuoden 2011 matkailijatutkimukseen!

### Night of the Finest Talent - Kolme Vuodenaikaa

Hosted by Linnea von Kattendam

21.7.2011, klo 18:00 - 20:00 (Yo-talo, Kauppakatu 10)

Illan emäntänä toimii näyttävä Miss Drag Queen 2011-voittaja Linnea von Kattendam, joka myös esiintyy vauhdikkaan shownsa kanssa illan loppuhuippenoksena.

Mukana menossa Velodrom, nelihenkinen bändi, jonka sanoittajana ja laulajana toimii X-factorista tuttu Samuli Taskinen. Illan toinen drag-henkinen esiintyjäryhmä on persoonallinen drag-duetto Kulkuri ja Joutsen, jonka esitys yhdistää teatteritaiteen, drag-esityksen sekä laulun yllättävällä tavalla kauniiksi kokonaisuudeksi, joka tarjoaa sekä nähtävää että koettavaa!

## SELECTIONS

### Culture Café

21 - 24 July 2011 (Yo-talo, Kauppakatu 10)

Performances, shows, art, documentaries and delicious freshly baked pastries and coffee! You can also buy Tampere Pride event tickets and shop for rainbow and pride products. Take part in 2011 traveller survey at Culture Café!

### Night of the Finest Talent - Kolme Vuodenaikaa

Hosted by Linnea von Kattendam

21 July 2011, 6pm - 8pm (Yo-talo, Kauppakatu 10)

The night's hostess will be the fabulous Miss Drag Queen 2011 winner Linnea von Kattendam, who will also take the stage later on as a performer with her own show that will end the night in climax!

The stage will also be taken by the four member band Velodrom. Velodrom's singer and songwriter is Samuli Taskinen, also known from the singing competition X-factor. The second drag performance of the night will be a distinctive drag duet by Kulkuri and Joutsen. The performance will combine the art of theater, a drag show and singing and form an entity filled with surprising beauty, with lots to see and experience!

Tampereen taidemuseon  
80-vuotisjuhlanäyttely 20.5.-28.8.2011



**Onko totta?**

Yleisöopastus su klo 15.  
Tampereen taidemuseo  
[www.tampere.fi/taidemuseo](http://www.tampere.fi/taidemuseo)  
▪ puhelin (03) 5656 6577 ▪ Puutarhakatu 34  
Avoinna: Ti-su 10-18 ▪ Liput: 6/2€



**Elinvoimaa  
elämäsi!**

Rehelliä ruokaa ja aitoja makuja.  
Yli tuhat lisäaineetonta  
luomunautintoa odottaa  
Sinua Ruohonjuuressa.



**ruohonjuuri**  
ekokauppa

Hatanpään valtatie 4, Tampere  
Avoinna: ark. 10-19, LA 10-17

## PERJANTAI 22.7.2011

### 🕒 11 - 20 Kulttuurikahvila

esiintyjiä, dokumentteja, taidetta ja esityksiä, hyvää kahvia ja pullaa

paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10

liput: ei sisäänpääsymaksua

tapahtuman ikäraja: sallittu



### 🕒 12 - 16 Elävä kirjasto

lainattavana eri vähemmistöryhmiin kuuluvia eläviä kirjoja, jotka keskusteluvat kanssasi

paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10

liput: ei sisäänpääsymaksua

tapahtuman ikäraja: sallittu



### 🕒 13 ja 17 Linnea von Kattendam -dokumentin esitys

Linnea von Kattendam -drag-hahmosta kertovan dokumentin esitys, kesto noin 15 min.

paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10

liput: ei sisäänpääsymaksua

tapahtuman ikäraja: sallittu



### 🕒 14 - 18 Hiv-pikatestaus homo- ja bimehille

hiv- pikatesti homo- ja bimehille sekä muille miehille, joilla on seksiä miesten kanssa

paikka: Hiv-tukikeskus, Aleksanterinkatu 29 A 29

liput: ei sisäänpääsymaksua

tapahtuman ikäraja: sallittu

### 🕒 18 - 19 Harhaliike (improvisaatioteatteriesitys)

hauska ja suosittu tilanneajainen improvisaatioteatteriryhmä, joka oli mukana myös Tampere Pride 2010 -kulttuuritapahtumassa

paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10

liput: 4,00

tapahtuman ikäraja: K-15



### 🕒 19 - 21 Homo-Tampereen historiaa -kävelykierros

Dosentti Tuula Juvonen vetää opastetun kiertokävelyn Tampereella

paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10

liput: ei sisäänpääsymaksua

tapahtuman ikäraja: sallittu



### 🕒 20 - 21 Kikkabingo (drag)

Tule pelaamaan bingoa Kikka (drag-hahmo) kanssa! Kikka tykkää! Kikka kiittää! Kikka pallot pyöräyttää!

paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10

liput: ei sisäänpääsymaksua

tapahtuman ikäraja: sallittu



## FRIDAY 22.7.2011

### 🕒 11 - 20 Culture Café

Performances, shows, art, documentaries and delicious freshly baked pastries and coffee

venue: Yo-talo, Kauppakatu 10

tickets: free

age limit: -



### 🕒 12 - 16 Living library

Do you have questions about minorities? Ask it from a living book, which talks, listens and converses with you!

venue: Yo-talo, Kauppakatu 10

tickets: free

age limit: -



### 🕒 13 and 17 Linnea von Kattendam documentary

The documentary tells Linnea von Kattendam's (drag) story, duration approx. 15 min. (in Finnish)

venue: Yo-talo, Kauppakatu 10

tickets: free

age limit: -



### 🕒 14 - 18 Quick hiv test for gay and bi men

Rapid hiv testing for gay and bi men, and for men who have sex with other men

venue: Hiv-tukikeskus, Aleksanterinkatu 29 A 29

tickets: free

age limit: -

### 🕒 18 - 19 Harhaliike (improvised performance)

fun and popular improvisation theater group Harhaliike returns to Pride for the amusement of all pride-goers (Note! Show in Finnish.)

venue: Yo-talo, Kauppakatu 10

tickets: 4,00

age limit: 15



### 🕒 19 - 21 History of Gay Tampere

History of Gay Tampere walking tour

venue: Yo-talo, Kauppakatu 10

tickets: free

age limit: -



### 🕒 20 - 21 Kikkabingo (drag bingo)

Come play bingo with Kikka (drag)! Kikka likes! Kikka thanks! Kikka will roll the balls!

venue: Yo-talo, Kauppakatu 10

tickets: free

age limit: -





**🕒 21 - 04 Glee Party & Disco**

luvassa parasta bilemusiikkia, Glee-teemaista show'ta. Musiikista vastaa DeeJay Seza!  
paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10  
liput: 7,00  
tapahtuman ikäraja: K-18

**🕒 21 - 04 Glee Party & Disco**

fabulous party music and Glee themed performances. Music by DeeJay Seza!  
venue: Yo-talo, Kauppakatu 10  
tickets: 7,00  
age limit: 18

**POIMINNAT****Kikkabingo (drag) (S)**

22.7.2011, klo 20:00 - 22:00 (Yo-talo, Kauppakatu 10)  
StocKa-rouva Kikka (drag-hahmo) rakastaa bingoa! Vanhojen perinteiden, hygienian ja tarinoiden ystävänä Kikan vetämä perinteinen bingo saa uudenlaiset kehykset.

Bingon aikana Kikka saattaa innostua kertomaan tarinoita värikkästä elämästään tai vaikkapa esittämään vauhdikkaan biisin! Kikkabingo on siis unohtumaton ja erilainen bingokokemus, josta ei riemua eikä iloa puutut!

Paikalle voi tulla pelaamaan, josta peritään nimellinen kannatusmaksu, tai tai ihan vaan seuraamaan - Kuten Kikka toppaa toteamaan, on ilo ilmaista mannaa, joka masun pohjaan asti vaikuttaa!

**Glee Party & Disco (K-18)**

22.7.2011, klo 21:00 - 04:00 (Yo-talo, Kauppakatu 10)  
Tampere Pride Goes Glee Party & Disco Tampereen Yo-talolla! Bileissä luvassa parasta bilemusiikkia, Glee-teemaista show'ta ja loistava meno ja fiilis!

Musiikista vastaa aina yhtä menevä DeeJay Seza! Illan show'n toteuttaa upea Lightning Dancers, joka "Goes Glee"!

**SELECTIONS****Kikkabingo (drag bingo)**

22 July 2011, 8pm - 10pm (Yo-talo, Kauppakatu 10)  
The Mrs. Kikka (drag character) loves bingo! As a friend of traditions, hygiene and stories, Kikka can make the traditional bingo evolve to something completely new.



During the bingo, our host Kikka can become inspired to share some stories of her eventful life or she may suddenly decide to perform a racy song for you! Kikkabingo is going to be an unforgettable and special bingo experience, which will not lack joy and laughter!

You can attend the event by participating in the game for a small fee or by just spectating the event! Like Kikka says, joy is freemanna that affects the stomach pits of everyone!

**Glee Party & Disco (age limit 18)**

22 July 2011, 9pm - 4am (Yo-talo, Kauppakatu 10)  
Tampere Pride Goes Glee Party & Disco at Tampere Yo-tal! The night will be filled with fabulous party music, Glee themed performances and an exciting and brilliant party atmosphere!

The fabulous Lightning Dancers are in charge of the show while DeeJay



## LAUANTAI 23.7.2011

### 🕒 11 - 20 Kulttuurikahvila

esiintyjä, dokumentteja, taidetta ja esityksiä, hyvää kahvia ja pullaa  
paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10  
liput: ei sisäänpääsymaksua  
tapahtuman ikäraja: sallittu



### 🕒 10 - 14 Pride brunchi

aamiaisbrunssi Pride hengessä, tarjolla mm. itseleivottuja luumusämpylöitä ja pannaria hillolla  
paikka: Kahvila Valo, Puutarhakatu 11  
liput: 10,00  
tapahtuman ikäraja: sallittu



### 🕒 12 - 13.30 Pride-paraati

iloinen ja värikäs paraati valtaa Tampereen kadut  
paikka: Koskipuisto - Hämeenkatu - Hämeenpuisto - Koulukadun urheilukentät  
liput: ei sisäänpääsymaksua  
tapahtuman ikäraja: sallittu



### 🕒 13 - 17 "TORI"-tapahtuma

esittely- ja myyntipisteitä, live-musiikkia ja vapaa piknik  
paikka: Koulukadun urheilukentät ja ympäröivät nurmialueet  
liput: ei sisäänpääsymaksua  
tapahtuman ikäraja: sallittu



### 🕒 15 ja 18.30 Linnea von Kattendam-dokumentin esitys

Linnea von Kattendam -drag-hahmosta kertovan dokumentin esitys, kesto noin 15 min.  
paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10  
liput: ei sisäänpääsymaksua  
tapahtuman ikäraja: sallittu



### 🕒 16 - 17 "Saanko olla totta"-kirjakauppa

järjestää Tereeta, Tiia Aarnipuun haastateltavana yksi kirjan toimitajista Olli Stålström  
paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10  
liput: ei sisäänpääsymaksua  
tapahtuman ikäraja: sallittu



### 🕒 18 - 21 Valtakunnallinen sateenkaariopiskelijatapaaminen

järjestää Sekava  
paikka: Ravintola Mixei, Itsenäisyydenkatu 7-9  
liput: ei sisäänpääsymaksua  
tapahtuman ikäraja: K-18



## SATURDAY 23.7.2011

### 🕒 11 - 20 Culture Café

Performances, shows, art, documentaries and delicious freshly baked pastries and coffee  
venue: Yo-talo, Kauppakatu 10  
tickets: free  
age limit: -



### 🕒 10 - 14 Pride brunch

good food and company  
venue: Kahvila Valo, Puutarhakatu 11  
tickets: 10,00  
age limit: -



### 🕒 12 - 13.30 Pride Parade

we are happy, colorful and queer  
venue: Koskipuisto - Hämeenkatu - Hämeenpuisto - Koulukatu  
tickets: -  
age limit: -



### 🕒 13 - 17 TORI outdoor event

outdoor picnic, live music  
venue: Koulukatu sports field and surrounding area, Koulukatu/Eteläpuisto  
tickets: -  
age limit: -



### 🕒 15 and 18.30 Linnea von Kattendam documentary

The documentary tells Linnea von Kattendam's (drag) story, duration approx. 15 min. (in Finnish)  
venue: Yo-talo, Kauppakatu 10  
tickets: free  
age limit: -



### 🕒 16 - 17 "Saanko olla totta" book event

organised by Tampere Seta  
venue: Yo-talo, Kauppakatu 10  
tickets: -  
age limit: -



### 🕒 18 - 21 Nationwide rainbow student meeting

organised by Sekava (Tampere University rainbow dub)  
venue: Ravintola Mixei, Itsenäisyydenkatu 7-9  
tickets: -  
age limit: 18



**🕒 19 - 20.30 Taru Kissojen Rouvasta -drag-teatteriesitys**

Linnea von Kattendam lavalla tällä kertaa siskojensa kanssa, mukana menossa Teatteri Divaldo  
 paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10  
 liput: 12,00/10,00  
 tapahtuman ikäraja: K-15

**🕒 21 - 04 Rainbow Party with Stina Girs**

illan musiikki maestrona DeeJay Seza  
 paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10  
 liput: 7,00/5,00  
 tapahtuman ikäraja: K-18

**🕒 22 - 04 Pääjuhla "23/7" with Pop Star Gareth Gates (UK)**

tanssilattian kuumista rytmeistä vastaa super suosittu Dj Jesus (Radio KLF)  
 paikka: Tampereen Tivoli, Puutarhakatu 21  
 liput: 12,00/10,00  
 tapahtuman ikäraja: K-18

**🕒 19 - 20.30 Taru Kissojen Rouvasta Drag Show**

A drag theater show that invites everyone to an appointment with laughter! (spoken in Finnish)  
 venue: Yo-talo, Kauppakatu 10  
 tickets: 12,00/10,00  
 age limit: 15

**🕒 21 - 04 Rainbow Party with Stina Girs**

DeeJay Seza  
 venue: Yo-talo, Kauppakatu 10  
 tickets: 7,00/5,00  
 age limit: 18

**🕒 22 - 04 Main Party "23/7" with Pop Star Gareth Gates (UK)**

Dj Jesus (Radio KLF)  
 venue: Tampereen Tivoli, Puutarhakatu 21  
 tickets: 12,00/10,00  
 age limit: 18



## POIMINNAT

**Pride-paraati (S)**

23.7.2011, klo 12:00 – 13:30 (Koskipuisto - Hämeenkatu - Hämeenpuisto - Koulukatu)  
 Tampere Pride 2011 -kulttuuritapahtuma ja sateenkaarifestivaali -tapahtuman yhteydessä järjestetään tänä vuonna virallinen Pride-Paraati. Marsi ylpeänä kanssamme!

**Aikataulu:**

klo 12:00 paraatiin osallistuvien kokoontuminen (Koskipuisto)  
 klo 12:45 paraati starttaa  
 klo 13:15 - 13:30 paraati saapuu Eteläpuiston "TORI"- ulkoilmatapahtumaan (info- ja myyntipisteitä sekä vapaa piknikki)

**Rainbow Party with Stina Girs (K-18)**

23.7.2011, klo 21 - 04 (Yo-talo, Kauppakatu 10)  
 Tampere Pride -lauantaina juhlietaan oikein tosissaan! Illan pääjuhlan lisäksi järjestetään sateenkaarikansan rakastamalla Yo-talolla disko-bile-iltta, jossa artistivieraana kukas muukaan kuin Stina Girs!

**Pääjuhla "23/7" with Pop Star Gareth Gates (K-18)**

23.7.2011 klo 22 - 04 (Tampereen Tivoli, Puutarhakatu 21)  
 Tampere Pride- tapahtuman pääjuhla kruunaa koko sateenkaarifestivaalin. Tänä vuonna juhlietaan Tampereen kuumimmassa yökerhossa, Tampereen Tivolissa.

Tule juhlimaan aamun asti yhdessä kanssamme! Tampere Pride 2011 pääesiintyjä on Gareth Gates (UK).

## SELECTIONS

**Pride Parade**

23 July, 12pm - 1.30 pm (Koskipuisto - Hämeenkatu - Hämeenpuisto - Koulukatu)  
 Tampere Pride 2011 Culture Event and Rainbow festival is organizing an official Pride Parade in Tampere. March with us for a good cause!

**Schedule:**

12:00 Parade attendees gather together (Koskipuisto)  
 12:45 Start of the Parade  
 13:15 - 13:30 Parade will arrive at Eteläpuisto for the "TORI" outdoor event (info & sales booths, voluntary picnic)

**Rainbow Party with Stina Girs (age limit 18)**

23 July, 9pm - 4am (Yo-talo, Kauppakatu 10)  
 The Tampere Pride Saturday night is full of celebration! Aside the Pride's Main Party, there will be another night party at the Yo-talo, which is well loved by the rainbow folk. The party night will feature a performance by The 2011 Idols contestant Stina Girs!

**Main Party "23/7" with Pop Star Gareth Gates (UK)**

23 July, 10pm - 4am (Tampereen Tivoli, Puutarhakatu 21)  
 The Main Party 23/7 is the climax of the Tampere Pride Cultural Event and Rainbow Festival! This year it will be held in the hottest night club in Tampere, the Tivoli!

Come and join us and party all night long! The headliner for the Main Party and the main guest of Tampere Pride 2011 is Gareth Gates (UK)!



## SUNNUNTAI 24.7.2011

### 🕒 11 - 16 Kulttuurikahvila

esiintyjä, dokumentteja, taidetta ja esityksiä, hyvää kahvia ja pullaa

paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10

liput: ei sisäänpääsymaksua

tapahtuman ikäraja: sallittu



### 🕒 12 ja 15 Linnea von Kattendam -dokumentin esitys

Linnea von Kattendam -drag-hahmosta kertovan dokumentin esitys, kesto noin 15 min.

paikka: Yo-talo, Kauppakatu 10

liput: ei sisäänpääsymaksua

tapahtuman ikäraja: sallittu



### 🕒 13 - 16 Vegaaniliiton Sateenkaaripiknik

tuo mukanaasi ja maista muiden tuomaa, nyyttärihengessä

paikka: Koskipuisto

liput: ei sisäänpääsymaksua

tapahtuman ikäraja: sallittu



## SUNDAY 24.7.2011

### 🕒 11 - 16 Culture Café

Performances, shows, art, documentaries and delicious freshly baked pastries and coffee

venue: Yo-talo, Kauppakatu 10

tickets: free

age limit: -



### 🕒 13 and 15 Linnea von Kattendam documentary

The documentary tells Linnea von Kattendam's (drag) story, duration approx. 15 min. (in Finnish)

venue: Yo-talo, Kauppakatu 10

tickets: free

age limit: -



### 🕒 13 - 16 Vegan Association's Rainbow Picnic

bring your own food and share it with others

venue: Koskipuisto

tickets: free

age limit: -



## POIMINNAT

### Linnea von Kattendam dokumentti (S)

24.7.2011, klo 12:00 ja 15:00, (Yo-talo, Kauppakatu 10)

Ville Kekäläinen on yksi Suomen nuorimpia drag-artistejä. Hän on lyhyellä aikavälillä onnistunut menestymään alalla pitäen kiinni omasta tyylistään. Dokumenttielokuva Hullu Kissatäti selvittää, mistä kaikki alkoi, millainen Villen luoma drag-hahmo Linnea Von Kattendam on ja millainen henkilö hahmoa rohkeasti kantaa.

Ohjaus Desiree Leinonen.

Kesto: 10:33 min

Dokumentti on nähtävissä Yo-talon Kulttuurikahvilassa:

to 21.7. klo 14 ja 17

pe 22.7. klo 13 ja 17

la 23.7. klo 15 ja 18.30

su 24.7. klo 12 ja 15

## SELECTIONS

### Linnea von Kattendam documentary

24 July, at noon and 3pm (Yo-talo, Kauppakatu 10)

Despite his young age, Ville Kekäläinen has already become a household name with his unique style in the Finnish drag scene. The documentary tells Kekäläinen's story. Documentary is in Finnish.

Director: Desiree Leinonen.

Duration: 10:33 min

At Yo-talo Culture Café:

Thur 21.7. at 2pm and 5pm

Fri 22.7. at 1pm and 5pm

Sat 23.7. at 3pm and 7pm

Sun 24.7. at noon and 3pm



Tutustu loma valikoi maamme  
aurinkomatkat.fi

Suosittelaa lämpimästi.



**TAMPERE PRIDE 2012**

**Tampere, Finland  
19. - 22.7.2012**

**KULTTUURIA  
CULTURE EVENTS**

**ILTABILEITÄ  
NIGHT PARTIES**

**TEATTERIA  
THEATRE**

**MUSIIKKIA  
MUSIC**

**PRIDE-PARAATI  
PRIDE PARADE**

**... ja paljon muuta!  
.... and much more!**



**Tampere Pride**<sup>®</sup>  
QUEER CULTURE EVENT FINLAND 2012