



HUMANISTINEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

**OPINNÄYTETYÖ**

**Kustavin sirkusstudio**

ArtTeatron palveluiden tuotteistaminen

*Terhi Lindstén*

Kulttuurituotannon ko (240 op)

03 / 2015

# HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Koulutusohjelman nimi

### TIIVISTELMÄ

<b>Työn tekijä</b> Terhi Lindstén	<b>Sivumäärä</b> 46 ja 10 liitesivua
<b>Työn nimi</b> Kustavin sirkusstudio – Art Teatron palveluiden tuotteistaminen	
<b>Ohjaavat opettajat</b> Minna Hautio, Jenny Honka	
<b>Työn tilaaja</b> ArtTeatro avoin yhtiö, Pauliina Räsänen	
<b>Tiivistelmä</b> <p>Teen Humanistisen ammattikorkeakoulun kulttuurintuotannon ohjelman opinnäytetyöni Kustavin sirkusstudioon liittyen, jonka toiminta aloitetaan kesällä 2015. Opinnäytetyöni tilaaja on sirkusstudion omistajataho ja sen palvelut lanseeraava ArtTeatro avoin yhtiö. Opinnäytetyössäni kehitän ArtTeatron kaksi sirkusalan palveluideaa, jotka ovat sirkusesitys ja sirkuskuntoilumuoto Aerial Dream Gym.</p> <p>Kehitystyö tapahtuu tuotteistamisen ja palvelumuotoilun menetelmien avulla, joiden lisäksi käytän opinnäytetyössäni laadullisen tutkimuksen menetelmiä, joita ovat kyselyt, haastattelut, brainstorming ja havainnointi. Haastattelujen ja kyselyiden avulla pyrin saamaan uutta tietoa rannikkokaupunki Kustavin erityispiirteistä sekä kiinteiden tilojen tuomista mahdollisuuksista ja heikkouksista sirkuksen alalla.</p> <p>Työni tavoitteena on kehittää sirkusstudion palveluideoita niin että ne kilpailevat hinnan sijaan tuotteiden laadulla ja ainutlaatuisuudella. Palveluiden kehittämisen yksi tärkeä näkökulma on matkailunedistäminen. Hyvin tuotteistettu palvelu auttaa tätä matkailun edistämistarkoitusta. Matkailun edistämiseen liittyen haastattelen kahta Varsinais-Suomalaista kesäteatteri markkinointiin ja asiakassegmenttiin liittyen. Sirkusalalla on pitkään nähty ongelmana se että ala on pitkälti apurahojen varaista. Opinnäytetyöni tarkastelee sirkuspalveluita nimenomaan liiketoimintana, mikä antaa tärkeää tietoa myös muille alan toimijoille.</p>	
sirkus, esittävät taiteet, nykysirkus, sirkuskoulut, tuotteistaminen, markkinointi	

# HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## Name of the Degree Programme

### ABSTRACT

<b>Author</b> Terhi Lindstén	<b>Number of Pages</b> 46 + 10
<b>Title</b> ArtTeatro circus studio of Kustavi: Productization of services	
<b>Supervisors</b> Minna Hautio, Jenny Honka	
<b>Subscriber and/or Mentor</b> ArtTeatro ltd, Pauliina Räsänen	
Abstract <p>My thesis for the Cultural Management program of Humak University for Applied Sciences concerns a circus studio that starts operating in the summer of 2015 in Kustavi. My thesis is subscribed by the owner of the circus studio ArtTeatro Ltd, who also launches the circus studio services. In my thesis I concentrate on developing two ideas for circus industry by ArtTeatro: circus performance and Aerial Dream Gym, a form of exercise based on circus.</p> <p>I use productization and service design for developing ArtTeatro's ideas, to which in addition I use qualitative research methods of inquiries, interviews, brainstorming and observation. Via interviews and inquiries I'm trying to find new information about the special features of the coast town Kustavi and what possibilities and weaknesses there are for circuses with fixed spaces.</p> <p>The aim of my thesis is to develop the services of a circus studio, so that the products compete by quality and uniqueness, not by product price. In the development of the services, one key aim is to boost tourism, to which a service that is productized well will further. In regards of boosting tourism, I interviewed two summer theaters operating in South West of Finland about marketing and segmentation. Financing in the circus industry is dependent on grants, which has been seen as a problem for a long. My thesis views circus as a business and from that point of view my abstract can provide useful information for other actors in the field of circus.</p>	
Circus, marketing, branding	

## **SISÄLLYS**

1 JOHDANTO	5
2 TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA TILAAJA	7
2.1 ArtTeatro avoin yhtiö	7
2.2 Kustavi	8
3 PALVELUMUOTOILU	12
3.1 Sirkustaide	12
3.2 Sirkusstudio	14
3.3 Palvelumuotoilu	16
4 SIRKUSESITYS JA AERIAL DREAM GYM	19
4.1 Sirkusesitys	19
4.2 Aerial Dream Gym	19
5 MENETELMÄT	21
5.1 Havainnointi	21
5.2 Brainstorming	23
5.3 Lomakekysely	25
5.4 Sähköpostihaastattelu	27
6 ANALYYSI	29
6.1 Kohdeyleisö	30
6.2 Matkailun edistäminen	32
7 JOHTOPÄÄTELMÄT	45
8 LÄHTEET	47

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni tilaaja on ArtTeatro avoin yhtiö (lyhyesti ArtTeatro), joka on kustavilainen ohjelma-palvelu, joka on erikoistunut sirkus- ja varietee-esitysten tuottamiseen ja luomiseen Suomessa ja ulkomailla. Tutustuin ArtTeatron ensimmäistä kertaa vuonna 2011, jolloin suoritin Humanistisen ammattikorkeakoulun Syventävä perehtyminen festivaali- ja tapahtumatuotantoon-harjoittelun. Harjoittelussa toimin tuottajan assistenttina ArtTeatron projektissa, yhdessä Turku 2011 – Euroopan kulttuuripääkaupunkivuoden suurimmista hankkeista, varietee-esitys Cirque Draculassa. Harjoittelussani pääsin syventämään tietojani kansainvälisestä sirkus- ja varieteetaiteesta. Vuonna 2013 olin työntekijänä myös varietee-esityksen toisella tuotantokaudella Cirque Dracula Reincarnati-onissa, jolloin nimikkeeni oli tuotantoassistentti. ArtTeatro oli mielestäni luonnol-linen valinta opinnäytetyön tilaajaksi, koska yritys ja sen toiminta on minulle en-tuudestaan tuttua, ja lisäksi heillä on myös selkeä kehitystarve uuteen toimiti-laan ja sen palveluihin liittyen.

Opinnäytetyön suunnitteluvaiheessa yritys oli rakennuttamassa omaa toimitilaa, sirkusstudiot, Kustavin Salminiittyyn. Sirkusstudion rakentaminen liittyy Saariston sirkus -hankkeeseen, jonka päävastuutahona ArtTeatro toimii. Saariston sirkus on hanke, jonka on tarkoitus luoda uusia sirkusalan palveluita Kustaviin ja samalla edistää alueen matkailua yhdessä muiden kustavilaisten toimijoiden kanssa (ArtTeatro 2014). Opinnäytetyöni aiheeksi rajautui ArtTeatron palvelui-den tuotteistaminen sirkusstudiot varten. Opinnäytetyöni tutkimuskysymys on, miten sirkuspalveluista saadaan tuotteistamisen avulla kannattavaa liiketoimin-taa. Koska sirkustoiminnan lanseeraaminen sirkusstudioon liittyy Saariston sir-kus hankkeeseen, tuotteistamisen yksi tärkeä näkökulma on matkailunedistämi-sessä.

Opinnäytetyön aloitusvaiheessa yrityksellä oli vasta hajanaisia palveluideoita sirkusstudiot varten. Näistä ideoista opinnäytetyössäni tuotteistan palvelumuo-toilun toimintamallien avulla kaksi sirkusstudion ydin tuotetta: sirkusesityksen ja Aerial Dream Gymin, joka on ArtTeatron kehittämä naisille suunnattu kuntoilu-muoto. Kehitystyöni tarkoitus on auttaa sirkusstudion palveluiden lanseeraamis-

ta, yhteistyökumppanien valintaa sekä markkinointia eri kohderyhmille, joihin kuuluvat kustavilaiset, Kustavin kesä-asukkaat, lähikuntien asukkaat sekä alueen matkailijat. Kehittämistehtävän tietopohjana käytän apuna kirjallisuutta, joka käsittelee sirkusalaa, palvelumuotoilua, tuotteistamista sekä Kustavia ja sen matkailualaa. Osana tutkimusta etsin hyviä toimintamalleja haastatteleamalla suomalaisten sirkusten henkilökuntaa sekä käyttämällä lisäksi laadullisen tutkimuksen kolmea muuta menetelmää, joita ovat aivoriihityöskentely, lomakekysely ja havainnointi.

Haastattelujen tavoitteena on myös kerätä uutta aineistoa sirkuksen ja matkailun yhdistämiseen liittyen. Koska Saariston sirkus toteutetaan nimenomaan kesäaikaan, jolloin yleensä esityskausi on sirkuksenalalla Suomessa hiljainen ja sirkusleirit ovat pääosin ainoa yleisöille tarjottava palvelu, olen ottanut vertailukohteeksi kaksi kesäteatteria. Kesäteatterilla on pitkät perinteet matkailun edistämässä Suomessa ja monesti samat asiakkaat käyvät useana kesänä katsomassa kesäteatterin esityksiä. Tästä syystä alalta voi oppia toimivia käytäntöjä sirkuksen lanseeraamiseen kesäsesonkiaikaan.

Hyvin tuotteistettu palvelu tarjoaa jatkojalostamiseen pohjan, jonka kautta kehitystyöllä on pitkäkantoiset mahdollisuudet sirkusstudion toiminnassa. Kehitystyöni lopputulos syntyy tekijän, tilaajan ja kerätyn tietopohjan tuloksena. Onnistuneen tuotteistamisen tuloksena ArtTeatrolla on hankkeen jalkauttamiseen tarvittavaa informaatiota, joka auttaa ymmärtämään Kustavin matkailusesongin ja fyysisen toimitilan tarjoamia mahdollisuuksia ja haasteita hankkeen lanseeraamisessa sekä työkaluja asiakasymmärryksen kasvattamiseen (Tuulaniemi 2011, 100).

## 2 TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA TILAAJA

Tässä kappaleessa esittelen opinnäytetyöni tilaajan ja sirkusstudion omistajan ArtTeatron sekä sirkusstudion toimintaympäristönä toimivan Kustavin. Kustavilla on paljon ominaispiirteitä, joiden huomioon ottaminen on tärkeää kehitystyön kannalta. ArtTeatro on sirkusstudion omistaja ja palveluiden tarjoaja, joten on tärkeää ymmärtää yrityksen toimintatapoja ja yrityskuvaa, jotta kehitystyössä pystytään hyödyntämään esimerkiksi yrityksen jo luomaa imagoa sekä tunnistamaan yrityksen vahvuudet ja heikkoudet.

### 2.1 ArtTeatro avoin yhtiö

Opinnäytetyöni tilaajana toimii ArtTeatro avoin yhtiö, joka on kustavilainen vuonna 2008 perustettu ohjelmapalvelu ja perheyritys. ArtTeatron taiteellisesta ja toimitus-johdosta vastaavat trapetsitaiteilija Pauliina Räsänen ja hänen aviomiehensä urheiluakrobatian maailmanmestari Slava Volkov. Lisäksi sirkustaitteen pedagogi ja sirkustaiteilija Antti Kulmala on ollut esiintymässä useassa ArtTeatron esityksessä sekä tuottajana Cirque Dracula Reincarnationissa vuonna 2013.

Räsänen ja Volkov ovat kansainvälisesti tunnettuja sirkustähtiä, jotka ovat työskennelleet muun muassa kanadalaisessa Cirque du Soleil'ssa, joka on yksi maailman suurimmista viihdeyrityksistä (Purovaara 2005, 158). Räsänen ja Volkov esiintyivät Cirque du Soleil'n esityksissä yhteensä kuusi vuotta, jonka jälkeen he perustivat vuonna 2008 oman yrityksensä ArtTeatron (Räsänen 2014). Vaikka Räsänen ja Volkov asuvat Kustavissa, jossa he myös perustivat ArtTeatron, suuri osa heidän työstään tapahtuu ulkomailla. (Räsänen 2014.)

ArtTeatro on erikoistunut viihde-elämyksiä tarjoavien, laadukkaiden ja esteettisten sirkus- ja varietee-esitysten tuottamiseen ja luomiseen (ArtTeatro 2014). ArtTeatron sirkustaiteen lajivalikoimaan kuuluvat muun muassa notkeusakrobatia, jongleeraus jättikuutioilla sekä pari- ja ilma-akrobatia. Yrityksen esityksissä

on paljon vaikutteita Cirque du Soleil'sta. Molempien esityksissä sirkusartistit ovat huippuluokkaa ja esitys on visuaalisesti näyttävä kokonaisuus, jossa on vaihteleva teema ja tärkeä rooli muun muassa musiikilla ja asusteilla (Purovaara 2005, 158). Yritys on lisäksi esiintynyt erilaisissa sirkuksissa ja esityksissä Suomessa ja ulkomailla. Kuten Suomen sirkusalan taiteellisessa työssä yleensä myös ArtTeatron tulot koostuvat erilaisista pätkättöistä eri produktiossa tai yksittäisistä keikoista (Åstrand 2010, 1). Taiteellisen työn lisäksi ArtTeatro on laajentanut toimintaansa myös sirkustaiteen opetukseen.

Cirque Draculan tuotantokaudet Turussa vuosina 2011 ja 2013 ovat olleet yrityksen tähän asti suurimmat hankkeet. Kahtena tuotantokautena Draculan tarinaa mukaileva varietee-esitys esitettiin 79 kertaa ja se saavutti yhteensä 15 000 katsojaa. (ArtTeatro 2014). Varietee-esityksissä yhdistyivät teatteritaiteen tarinankerronta ja ilmaisu yhdistettynä sirkustaiteen numeroihin ja livemusiikkiin (ArtTeatro 2014). Yritys sai kunniamaininnan työstään Cirque Draculassa vuonna 2014 Varsinais-Suomen luovan liiketoiminnan Inno Aura-kilpailussa. Varsinais-Suomen liiton mukaan varietee-esityksestä on tullut tärkeä kulttuuribrändi Turun seudulle, joka edustaa sirkusosaamista parhaimmillaan (Varsinais-Suomen liitto 2014). Yrityksen tunnettavuutta voidaan hyödyntää sirkusstudion lanseeraamisessa, sillä tunnettu brändi auttaa lisäämään uusien palveluiden vetovoimaa.

## 2.2 Kustavi

Kustavi on 869 asukkaan suomenkielinen saaristokunta, 65 kilometrin päässä Turusta (VisitKustavi; Kustavin kunta). Kustavi koostuu lähes 2000 saaresta Suomen lounaisrannikolla (Kustavin kunta 2015). Kunta on toinen Suomen suosituimmista kesäasutuskunnista. Tilastokeskuksen vuoden 2011 tilaston mukaan Kustavin kunnassa oli keskimäärin yli seitsemästätoista kesämökkiä maaneliökilometrillä, kun koko maan keskiarvo oli 1,6 kesämökkiä (Tilastokeskus 2011). Kustavin kunnan väkiluku kasvaakin kesäisin huomattavasti kesäasutuksen suosiosta johtuen. Vuonna 2011 kunnan väkiluku yli viisinkertaistui kesäasutuksen vaikutuksesta (Tilastokeskus 2011). Kustavin kunnan kesäasu-



tuksesta johtuva väestönmäärän kasvu olikin kunnan asukaslukuun suhteutettuna suurinta koko Suomessa vuonna 2011. (Tilastokeskus 2011).

Kustavin kunta- ja elinkeinostrategiassa 2009 - 2012 todetaan kunnan heikkoudeksi kunnan väestörakenne (Kustavin kunta 2009). Kustavissa oli vuodesta 2008 vuoteen 2010 Varsinais-Suomen pienin syntyvyys keskimäärin 5 lasta vuodessa. Alle 1-vuotiaiden määrä kunnassa oli kolmanneksi pienin koko Suomessa. Vuonna 2012 yli 75-vuotiaita oli Kustavin väestöstä 14,3 prosenttia, joka on suurin osuus Varsinais-Suomessa. Valtiovarainministeriön väestönkehitysennusteen mukaan yli 75-vuotiaiden osuus tulee nousemaan Kustavissa vuoteen 2030 mennessä yli kahteenkymmeneen prosenttiin, sillä vuonna 2010 yli 65-vuotiaiden osuus väestöstä Kustavista oli yli 25 prosenttia (Valtiovarainministeriö 2012, 51). Kustavin vuoden 2010 huoltosuhte 66,8 oli Varsinais-Suomessa kolmanneksi huonoin. Varsinais-Suomen paras huoltosuhte oli samana vuonna Turun 45,2. Kustavin huoltosuhteen ennustetaan heikkenevän huomattavasti seuraavan viidentoista vuoden aikana vanhusväestön kasvusta johtuen. Kyseinen kehitys aiheuttaisi kunnille suuria palvelu- ja taloushaasteita, sillä huoltosuhte kuvaa, kuinka monta alle 15-vuotiasta ja yli 65-vuotiasta on työikäisiä kohden. (Valtiovarainministeriö 2012, 51.)

Varsinais-Suomi on jaettu viiteen seutukuntaan, joista Kustavi sijaitsee Vakka-Suomen seutukunnassa. Kyseessä on reilun 31 000 asukkaan seutukunta, johon Kustavin lisäksi kuuluvat Laitila, Pyhäranta, Taivassalo, Uusikaupunki ja Vehmaa. Uusikaupunki on seutukunnan keskus, jossa asuu lähes puolet koko seutukunnan asukkaista. Varsinais-Suomen liiton mukaan Uusikaupunki kuten alueen muutkin kunnat herää eloon kesäisin (Varsinais-Suomen liitto 2015). Kesäisin kaupungissa on useita tapahtumia ja lisäksi Uudenkaupungin Pakkahuone on suosittu vierasvenesatama. Merellisyys on yksi tärkeä piirre koko seutukunnassa maaseutumaiseman ohella, sillä Laitila on ainoa Vakka-Suomen kunta, joka ei sijaitse rannikolla. (Varsinais-Suomen liitto 2015.)

Kustavin kunnassa matkailu on tunnistettu yhdeksi tärkeimmäksi toimialaksi kunnan elinkeinorakenteessa (Kustavin kunta 2011, 1). Kustavin kunnan mukaan 80-luvulla valmistunut Kaitaisten silta, joka yhdistää Kustavin Kaitaisten ja Taivassalon Lehtisten saaret on ollut merkittävä Kustavin matkailun kehittämi-

sen kannalta, sillä se tarjoaa siltayhteyden mantereeseen (Kustavin kunta). Kustavin suurin matkailusesonki ajoittuu vuosittain kesäkuun puolesta välistä elokuun alkuun. Kunta näkee matkailuvaltteinaan muun muassa saariston luonnon, vahvat kulttuuriperinteet sekä kesäasutuksen suosion. Matkailun kannalta heikkouksina pidetään huonoja joukkoliikenneyhteyksiä, matkailusesongin lyhyttä, matkailutoimintojen hajanaista sijaintia sekä suuria kausi-vaihteluita (Jelkänen 2013, 2). (Kustavin kunta 2011, 1.) Kustavilainen yrittäjä Pekka Kuru totesi verkostoitumistilaisuudessa Turussa että Kustavin panostus infrastruktuuriin kuten teiden kunnostukseen ja vesijohtojärjestelmään ja sähköverkkoon olivat edellytyksiä matkailun kasvuun. Näillä käytännön toimilla on Kurun mukaan saatu myös lisättyä Kustavin kokovuotista asutusta. (Kuru 2014.) Kustavin kunnan 2,6 prosentin väkiluvun kasvu vuonna 2014 oli väkilukumäärään suhteutettuna toiseksi suurinta koko Manner-Suomen alueella (Tilastokeskus 2015).

Jenni Jelkänen kuvaili Turun ammattikorkeakoululle tekemässään opinnäytetyössä, että Kustavin matkailuelinkeino oli eräänlaisessa murrostilassa vuonna 2013, sillä alalla oli uusia yrittäjiä ja investoinnit matkailuun olivat kasvaneet (Jelkänen 2013,7). Jelkäsen opinnäytetyö liittyy kustavilaisten yrittäjien, Kustavin kunnan ja Turun ammattikorkeakoulun yhteistyössä huhtikuusta 2012 vuoden 2013 loppuun toteuttamaan Matkalla Kustavissa-hankkeeseen, jonka tarkoituksena oli edistää Kustavin matkailua muun muassa kehittämällä kunnan matkailuimagoa, palvelutarjontaa sekä palveluiden saatavuutta. (Turun ammattikorkeakoulu 2014). Hankkeen myötä Kustavia on markkinoitu saariston kuningaskuntana historiaa ja tarinankerrontaa hyödyntäen (Turku Touring 2014, 1-2).

Kustavin kunta palkittiin vuoden 2013 panostuksesta matkailuun Turku Touringin Matkailun Oskari-palkinnolla vuonna 2014. Päätöstä perusteltiin Kustavin esimerkillisyydellä tuoda esille Varsinais-Suomen matkailuohjelman teemoja, joita ovat saaristo, ruoka ja kulttuuri. Turku Touringin mukaan Kustavin valttina ovat monipuolisuus ja matkailuyritysten yhteistyö matkailun kehittämisessä sekä yhteinen saariston kuningaskunta teema, jota kustavilaiset yritykset kertovat. Matkalla Kustavissa-hankkeen ja alueen toimijoiden yhteistyön myötä matkailupalvelut ovat myös helposti saavutettavissa yhteisten markkinointi- ja myyntikanavien kautta, Turku Touring perusteli valintaansa Matkailun Oskarin 2013 voittajasta. (Turku Touring 2014,1-2.)

Kustavi sijaitsee kesäisin suosittuun matkailureitin eli Saariston Rengastien varrella. Kyseessä on yksi Suomen virallisista matkailuteistä, joka kiertää Turun saaristoa. Reitin voi kulkea lauttoja ja losseja hyödyntäen polkupyörällä, moottoripyörällä tai autolla (Paraisten kaupunki). Saariston Rengastiessä on erilaisia reittejä, jotka kulkevat Turun, Paraisten, Nauvon, Korppoon, Houtskarlin, Iniön, Kustavin, Taivassalon, Hakkeenpään, Teersalon, Askaisten, Merimaskun ja Naantalin kautta. (Hokkinen 2014.) Kustavi on merkittävä kohde Saariston Rengastiellä, sillä Kustavin Heponiemestä on lauttayhteys Iniöön. Saariston Rengastien lisäksi Kustavi sijaitsee Turun ja Ahvenanmaan saaristoa kulkevalla Skärgården Runt reitille. Kustavin Vuosnaisista on Iniön lisäksi lauttayhteys Ahvenanmaalle Brändön kuntaan, joka liikennöi useasti päivässä kesäaikaan.

### 3 PALVELUMUOTOILU

Opinnäytetyössäni kehitän ArtTeatron sirkustaiteen palveluita palvelumuotoilun toimintamallien avulla. Tässä luvussa esittelen opinnäytetyössäni käytettävää kehittämistyössä käytettävää teoriaa. Lisäksi avaan kehitystyöni kannalta keskeiset käsitteet, joita ovat sirkustaide, sirkusstudio ja palvelumuotoilu. Kehittämistyössä on tärkeää ymmärtää taiteenmuoto, johon sirkuspalvelu perustuu, jotta sitä pystyy parantamaan.

#### 3.1 Sirkustaide

Taiteen keskustoimikunnan mukaan sellaiset ydinkysymykset kuin, mitä sirkus on ja mitä osa-alueita siihen kuuluu, ovat vielä keskustelun alla (Åstrand 2010, 5-6). Laajaa ja monimuotoista taiteenlajia, jonka esityksnumerot ja lajit ovat hyvin erilaisia, onkin vaikea selittää yksiselitteisesti. Tomi Purovaaran mukaan sirkus on myös kansainvälinen kieli, jonka keskiössä vuosien harjoittelujen ja toistojen tuloksena syntyvä täsmällinen ja tarkka liike, johon myös sirkustaiteilijan lavapresenssi perustuu (Purovaara 2005, 139). Markku Aulangon ja Kari Niemisen mukaan kaikilla sirkusesityksillä on ominaista viihteellisyys, draaman kaari ja että sirkusartisti kokeilee inhimillisten kykyjen rajoja (Aulanko & Nieminen 1989, 12). Lisäksi katsojalla on tärkeä rooli esityksissä, sillä he osallistuvat tunnelman luomiseen reaktioillaan, joiden variaatio on pelästyneistä huudahduksista, nauruun ja taputuksiin. (Aulanko & Nieminen 1989, 12.)

Taiteenlajin ymmärtämistä voidaan helpottaa jakamalla erilaisiin tyyliuuntauksiin kuten perinteiseen sirkukseen ja nykysirkukseen. Perinteisen sirkuksen muoto ja pituus ovat hyvin samankaltaisia ja esitykset koostuvat kymmenistä erillisistä ohjelmanumeroista, joissa jokaisessa oli oma draamankaarensa, joka huipentuu lopussa taianomaiseen huipentumaan. Esittäjinä toimivat eri maista kootut sirkusartistit. Tomi Purovaara jakaa teoksessaan Nykysirkus perinteisen sirkuksen sisällön neljään osa-alueeseen: akrobatiaan, eläinten kesyttämiseen, esineiden manipuloimiseen sekä liikekomiikkaan (Purovaara 2005, 90). Tärkeänä elementtinä perinteiselle sirkukselle on myös maneesi eli pyöreä esiintymistila, jota katsomo ympäröi. Perinteiset sirkukset ovat tyyppillisesti kiertäviä telta-

sirkuksia, joissa sirkusperinne jatkuu seuraavalle sukupolvelle, sillä sirkusalan ammattilaiset koostuvat pääosin sirkusperheisiin syntyneistä ja sirkusmaailmassa kasvaneista henkilöistä. (Aulanko & Nieminen 1989, 14-15; Guy 2005, 15 & 22)

1970- ja 80-lukujen aikana Ranskassa kehittyi sirkuksen uusi tyyllisuuntaus uusi sirkus, jota myöhemmin alettiin kutsua myös nykysirkukseksi (Guy 2015, 16). Richard Guyn mukaan uusi sirkus hylkäsi kaikki perinteisen sirkuksen käytännöt, näkyvimpinä niistä on eläinnumerot sekä sirkusareena (Guy 2005, 22). Lisäksi tyyllisuuntaus kyseenalaisti muun muassa sirkusesityksen erillisistä sirkusnumeroista koostuvan dramaturgian sekä sirkustaiteilijoiden tarpeen altistaa itsenä todelliseen kuolemanvaaraan. Guyn mukaan uusi sirkus ei kuitenkaan luopunut kaikista perinteisen sirkuksen piirteistä yhtenäisesti tai samanaikaisesti, mutta kahdenkymmenen vuoden aikana ne kaikki on hänen mukaansa kyseenalaistettu (Guy2005, 23). (Guy 2005, 22-23.)

Uuden sirkuksen tyyllisuunnassa huomio keskittyy enemmän esityksen taiteelliseen sisältöön muiden taiteenalojen kuten tanssin ja teatterin menetelmiä hyödyntäen. Guyn vertailee sirkuksen tyyllisuuntien kehitystä kirjoittaen, että siinä missä uusi sirkus pyrkii kokonaisvaltaisen teatterin kehittämiseen, niin koreografisempi nykysirkus vie lajien sekoittumisen vielä pidemmälle (Guy 2005, 16). Nykysirkuksen määrittely onkin huomattavasti vaikeampaa kuin edeltäjiensä, sillä nykysirkusesitysten moninaisuus ja omaperäisyys vaikeuttaa luokittelua huomattavasti. (Guy 2005, 20.) Nykysirkuksessa taiteilija luo oman näköisensä lopputuloksen, johon kuuluu tekijänsä näköinen tarkkaan hiottu sirkustekniikka. Guy listaa lisäksi runouden, absurdiuden, huumorin, musiikin avulla rakennetun erikoisen mielikuvamaailman sekä yleisön läheisyyden nykysirkukselle tyypilliseksi piirteiksi (Guy 2005, 22). (Guy 2005,13).

Vuonna 1981 Ranskassa tapahtui sirkuksen kannalta huomattava uudistus kun sirkus sai ensimmäistä kertaa valtion avustusta. Kyseisen tapahtuman jälkeen seurasi erittäin nopea kehitys. Ranskaan perustettiin ensimmäinen sirkustaiteen korkeakoulu ja esityksiä alkoivat saada rahallista avustusta. (Guy 2005, 24.) Samaan aikaan Suomessa alkoi ainutlaatuisen nuorisosirkusverkoston kehitys. Vuonna 1972 Haminaan perustettiin Suomen ensimmäinen nuorisosirkus eli

organisaatio, jonka toiminta perustuu sirkustaiteen harrastustoiminnan järjestämiseen lapsille ja nuorille (Åstrand 2010, 8). Nuorisosirkus toiminta laajeni Suomessa voimakkaasti 1980-1990-luvuilla, jonka seurauksena syntyi tarve ammatilliselle sirkusalan koulutukselle, sillä ammattitaitoisista ohjaajista oli nuorisosirkuksissa pulaa. Vuonna 1994 Turussa aloitettiin sirkusohjaaja koulutuksen yksivuotinen pilotti ja seuraavana vuonna koulutus vakiintui 3,5 vuotta kestäväksi koulutukseksi. Nykyisen Turun ammattikorkeakoulun Taideakatemian sirkuskoulutuksen lisäksi vuonna 1997 Lahdessa alettiin lisäksi tarjota toisen asteen sirkusalan ammatillista koulutusta. (Åstrand 2010, 8-9.) Sirkusalan ammattikoulutus demokratisoi merkittävästi alaa, sillä aiemmin perinne siirtyi mestari-kisälli tyyppisillä metodeilla, jolloin vain sirkukseen syntyneillä oli mahdollista saada alan koulutus ja toimia sirkustaiteilijoina. Koska koulutus on kuitenkin vielä nuori Suomessa, suurin osa sirkusalan ammattilaisista toimii alalla ilman virallista ammatillista koulutusta. (Åstrand 2010, 8-9; Guy 2005, 28)

Nuorisosirkusten suosio on jatkunut myös 2000-luvulla. Vuonna 2010 Taiteen keskustoimikunnan tietojen mukaan Suomessa oli jo noin 30 nuorisosirkusta ja harrastajia 3000. (Åstrand 2010, 8, 27.) Tähän kehitykseen on vaikuttanut muun muassa sirkustaiteen hyväksyminen taiteen perusopetuksen piiriin.

### 3.2 Sirkusstudio

Sirkusstudio on ArtTeatron rakennuttaman 9m korkean ja 16,5 metriä leveän hirsirakennuksen työnimike. Sirkusstudion virallinen nimi julkistetaan myöhemmin keväällä 2015. Sirkusstudio rakennetaan vanhan navetan kivijalan päälle Kustavin Salminiittyyn. Varsinais-Suomen Ely-keskus myönsi rakennushankkeelle 30 prosentin osarahoituksen, loppuosan ArtTeatro on maksanut loput rakennuskuluista. Rakennuksesta tulee sirkustoiminnan koti Kustaviin (Räsänen 2015.). ArtTeatro on hakenut sirkusstudion toiminnan lanseeraamiseen ja tuotteistamiseen rahoitusta eri tahoilta mutta päätöksiä ei ole vielä julkistettu, sillä hakuajat ovat vasta umpeutuneet. Tämän vuoksi sirkusstudion kannattava liiketoiminta on tärkeä näkökulma sirkusstudion tuotteistamisessa, sillä kalliin investoinnin jälkeen sirkusstudion palveluista on tärkeää saada tuottavaa.

Sirkusstudion suurin osa koostuu toisessa kerroksessa olevasta salista, jossa ArtTeatron on tarkoitus harjoittaa sirkustoimintaa kuten pitää esityksiä, sekä leiri- ja opetustoimintaa. Rakennuksen korkeus mahdollistaa myös ilma-akrobatian harjoittelun salissa. Salissa on kolme rekkiä, joihin jokaiseen voi laittaa muutaman ripustuksen niin että ilma-akrobatian harjoittelu onnistuu salissa useassa kohdassa samanaikaisesti. Rakennuksessa on lisäksi ensimmäisessä kerroksessa keittiötila, johon suunnitellaan kahviotoimintaa. Rakennuksesta löytyvät myös erilliset pukuhuoneet miehille ja naisille, joissa on suihku ja WC. Lisäksi rakennuksen ensimmäisessä kerroksessa on keittiön vieressä kaksi huonetta. Rakennuksen piti valmistua vuoden 2014 aikana mutta haastavan rakennusprojektin työt ovat viivästyneet ja jatkuvat vielä keväälle 2015 asti. (Räsänen 2015)

Sirkusstudion palvelut lanseerataan kesällä 2015. Tarkoituksena on suunnitella toimiva palvelukokonaisuus heinäkuulle. Sirkusstudioon suunnitellaan toimintaa alle kouluikäisestä eläkeläisiin. Monesti sirkustoiminnan kohderyhmäksi ajatellaan erityisesti lapset ja nuoret. Sirkusstudioon lanseerattavien palveluiden tuoteistamisessa yksi tärkeä seikka on tarjota myös aikuisille ja eläkeläisille palveluja. Esimerkiksi seniorit ovat suuri kohderyhmä Kustavissa koska vuoden 2012 tilaston mukaan Kustavin asukkaista lähes 31 prosenttia oli yli 64-vuotiaita (SVT 2013). Myös matkailun kannalta seniorit ovat tärkeä kohderyhmä, sillä Kustavissa vuonna 2012 toteutetun kyselytutkimuksen perusteella alueen matkailija on yleisimmin keski-ikä ylittänyt henkilö, joka matkustaa puolisonsa kanssa (Jelkänen 2013, 2).

Toiminta sirkusstudiossa on ajoitettu niin että tapahtumat ovat Kustavin matkailun parhaimpaan sesonkiaikaan. Kustavissa on heinäkuun kolmannella viikolla myös perinteinen kesätapahtuma Volter Kilpi Kustavissa -kirjallisuusviikko. Yhteistyöllä aikataulujen päällekkäisyys voidaan kuitenkin muuttaa eduksi ja houkutella matkailijoita Kustaviin yhä kauempaa useampien palveluiden ja tapahtumarikkaan viikon myötä. (Räsänen 2015; Kustavin kunta.)

### 3.3 Kulttuuripalvelun muotoilu

Palvelu on aineeton prosessi, joka syntyy asiakkaan ja palvelun tuottajan vuorovaikutuksessa (Miettinen 2011, 43; Sipilä 1999, 26). Palvelulla pyritään tarjoamaan asiakkaan ongelmaan ratkaisu ja tuottamaan asiakkaalle arvoa positiivisella kokemuksella (Miettinen 2011, 43). Asiakkaan kokemus palvelusta on aina henkilökohtainen (Tuulaniemi 2011, 26), sillä jokainen kokee palvelun ajatuksissaan. Tässä opinnäytetyössäni kehitän kahta erilaista palvelua, joissa asiakkaan saama hyöty poikkeaa merkittävästi toisistaan. Sirkusesitys tarjoaa asiakkaalle elämyksiä ja viihdettä katsojan roolissa. Aerial Dream Gym puolestaan vastaa asiakkaan tarpeeseen kokea elämys tekijän roolissa eli ilmaakrobatiaa harjoittelemalla sekä päästä parempaan kuntoon sirkusalan huipun valmennuksessa.

Palvelupaketti muodostuu ydinpalvelusta ja sen ympärille rakentuvista liitännäispalveluista. Liitännäispalvelut muodostuvat avustavista palveluista, jotka helpottavat ydintuotteen käyttöä sekä tukipalveluista, jotka tuovat ydinpalvelulle lisäarvoa. (Miettinen 2011, 43-44.) Opinnäytetyössäni on kaksi sirkustaiteen ydinpalvelua: sirkusesitys ja Aerial Dream Gym, jotka esittelen tarkemmin kappaleessa 4. Näiden ydintuotteiden ympärille muodostuu avustavina palveluina esimerkiksi lipunmyynti ja aulapalvelut. Tukipalveiksi sirkusstudioon suunnitellaan kahvilatoimintaa.

Palvelumuotoilun perusajatuksena on parantaa palvelua. Pääperiaatteet ovat palvelumuotoilussa aina samat mutta sen sijaan toimintamallit voivat hieman vaihdella. Juha Tuulaniemen mukaan palvelumuotoilun prosessi on samanaikaisesti sekä analyyttinen että intuitiivinen, sillä siihen liittyy sekä loogista päätelyä olemassa olevien faktojen perusteella sekä palvelumuotoilijan omiin taitoihin ja kokemuksiin perustuvaa visiointia (Tuulaniemi 2011, 10-11, 27). Palvelumuotoilussa liiketoimintaa kehitetään systemaattisesti erilaisten työkalujen ja menetelmien avulla ottaen huomioon mahdollisimman monipuolisesti ja kokonaisvaltaisesti palveluun vaikuttavat eri tekijät (Tuulaniemi 2011, 27). Opinnäytetyössäni prosessi tapahtuu palvelumuotoilun toimintamalleja sekä kappaleessa 5 esiteltäviä menetelmiä hyödyntäen.



Palvelumuotoiluprosessi on merkittävä prosessi liiketalouden kannalta, sillä hyvin tuotteistetun palvelun tuottaminen on tehokkaampaa ja myös asiakas on usein valmis maksamaan paremmasta palvelusta enemmän (Tuulaniemi 2011, 29). Prosessin tuloksena syntyvä palvelu kilpailee laadulla ja kokonaispalvelulla eikä hinnalla. Palvelumuotoilu antaa myös kilpailuetua, sillä sen avulla palvelu erottuu paremmin kilpailijoista. (Tekes.) Palvelumuotoilu voi kohdentua sekä vanhoihin että täysin uusiin palveluihin. Tässä tapauksessa kyse on nimenomaan kokonaan uusista palveluista, jotka ArtTeatro on ideoinut.

Prosessissa asiakasymmärrys on tärkeää, sillä tavoitteena on optimoida asiakaskokemus. Kehitystyössä pyritään lopputulokseen, jossa parannettu palvelu yhdistää käytännöllisesti sekä palveluntuottajan tavoitteet että käyttäjien tarpeet ja odotukset. Tuulaniemen mukaan asiakaskokemuksen kannalta kriittiset pisteet ovat palveluprosessi, työtavat, tilat ja vuorovaikutus. Keskittymällä kehitystyössä näihin pisteisiin sekä poistamalla palvelua häiritsevät asiat palvelumuotoilija maksimoi asiakkaan palvelusta saaman positiivisen kokemuksen (Tuulaniemi 2011, 26).

Tuulaniemi jakaa palvelumuotoilun toimintamallissa palvelun pienempiin osakokonaisuuksiin, jotka hän pilkkoo vielä yksittäisiin elementteihin helpottaen näin kehitystyötä (Tuulaniemi 2011, 27). Toimintamallin mukaan jaoin analyysi kappaleessa sirkusstudion ydinpalveluihin vaikuttavat eri tekijät pienempiin elementteihin, joita ovat kohdeyleisö, matkailun edistäminen, tuotteet, markkinointi, palveluympäristö ja lisäpalvelut. Palvelumuotoilun lopputuotoksessa nämä eri osat tuodaan yhteen kokonaisratkaisuksi (Tuulaniemi 2011, 58)

Elämyksellisten palveluiden suunnitteluun ja tuottamiseen voidaan käyttää apuna elokuvankerrontaa ja sen käytäntöjä. Tässä palvelumuotoilun menetelmässä tarinan juoni käsikirjoitetaan osaksi palvelua, jonka avulla palvelu muuttuu uniikkimmaksi sekä lisätään asiakkaan saamaa elämystä. Valmista tarinaa voidaan hyödyntää niin työntekijöiden perehdyttämisessä kuin markkinointimateriaalissakin. Menetelmässä on huomioitava yrityksen brändi ja sen arvot. Tarinassa jokainen yksityiskohta kuten esimerkiksi pukeutuminen, ruoka tai puhetyyli on valittu viesti. Myös asiakkaan tunnetason kuvaaminen on tärkeää, jotta draaman kaarta ja sen huipentumia voitaisiin miettiä. Myös tila on tärkeässä osassa

tarinassa ja se kannattaa lavastaa sitä tukevaksi. (Miettinen, Kalliomäki & Ruuska 2011, 110-112)

Jari Parantainen kuvaa tuotteistamisen olevan työtä, jonka avulla jalostetaan osaamista tai asiantuntemusta myynti- markkinointi- ja toimituskelpoiseksi (Parantainen 2007, 11. 1.) Tuotteistamisprosessissa luodaan oma peräinen konsepti sen sijaan että kopioidaan muilta sekä erikoistutaan, jonka avulla palvelua voidaan kehittää mahdollisimman tehokkaasti ja saada näin kilpailuetua. Erikoistuminen tuo myös etua tuottavuuteen sillä silloin esimerkiksi välinekustannukset ja muut kulut pysyvät kohtuudessa kun toimintoihin käyvät samat välineet ja lisäksi markkinoinnin kohdistaminen on helpompaa ja tehokkaampaa. Lisäksi palvelun tuotteistamiseen kuuluvat oleellisesti hinnoittelu, palvelun sisältö sekä palvelusta vastaavan tahon nimittäminen. Myös palvelun ostaja saa tuotteistamisesta hyötyä sillä hyvin tuotteistettu on paremmin markkinoitu ja erottuu paremmin kilpailijoistaan sekä on laadukkaampi ja helpompi ostaa. Tuotteistus pyrkii myös poistamaan ostajan riskin, joka estää häntä ostamasta palvelua tekemällä palvelusta luotettavamman (Parantainen 2007, 23-25, 38)

Parantaisen mukaan ihmiset ostavat mieluiten konkreettisia, käsin kosketeltavia tuotteita, joka on tärkeää ymmärtää kun myydään täysin aineetonta palvelua (Parantainen 2007, 53). Hänen mukaansa esimerkiksi tarinat, kuvat, esitteet ja demot, voivat toimia keinoina, joilla konkretisoida palvelu asiakkaille. Tarinan avulla voidaan esimerkiksi kertoa se, miten palvelu vastaa asiakkaan ongelmaan. Hyödyn määrittämistä ennen on kuitenkin tärkeää määritellä asiakassegmentti. Sen jälkeen asiakkaan saama hyöty on hyvä perustella kertomalla esimerkiksi mittaustuloksia ja tieteellisiä todisteita käyttäen, palvelun tuloksista, investoinnin kannattavuudesta. Myös yrityksen pitkä historia sekä erilaiset sertifikaatit, palkinnot ja ostotakuu parantavat palvelun antamaa laatuvaikutelmaa ja pienentävät asiakkaan riskiä. Myös myönteinen julkisuus sekä referenssikuvaukset auttavat parantamaan palvelun tarjoajan uskottavuutta. (Parantainen 2007, 54-56, 59-60, 65.)

## 4 SIRKUSESITYS JA AERIAL DREAM GYM

Esittelen tässä luvussa ArtTeatron palveluideat sirkusesityksen ja Aerial Dream Gymin. Molemmat ovat ArtTeatron omia palveluideoita. Tuotteet ovat myös uusia, sillä ne lanseerataan vasta kesällä 2015.

### 4.1 Sirkusesitys

Sirkusesitys on ArtTeatron käsikirjoittama kesäproduktio, joka esitetään Kustavin sirkusstudiossa heinäkuussa yhteensä 8 kertaa. Esityksen ensi-ilta on lauantaina 4.heinäkuuta ja esityskausi päättyy perjantaihin 31.heinäkuuta asti. Esitysjat ovat heinäkuussa perjantaisin ja lauantaisin klo 19. (Räsänen 2015)

Sirkusesitys on ArtTeatron käsikirjoittama esitys, joka ohjataan yhdessä muiden esiintyjien kanssa. Esityksessä on mukana trapetsitaiteilija Pauliina Räsänen, urheiluakrobatian maailmanmestari Slava Volkov, jonglööri ja akrobaatikko Antti Kulmala Lisäksi työryhmä etsii kahta esiintyjää Varsinais-Suomalaisista sirkusartisteista, jotka monipuolistaisivat esitystä omilla sirkustaidoillaan. (Räsänen 2015.)

Sirkusesityksessä esiintyjillä on hahmot, joiden ympärille tarina rakentuu vuosisadan vaihteeseen. Esimerkiksi Räsänen esittää primadonnaa, Volkov perinteistä voimamiestä ja Kulmala klovnia. Tumman puhuva Cirque Dracula sai suositusikärajaksi 7 vuotta. Kesän 2015 esityksestä on tarkoitus tulla koko perheen sirkusesitys, jota perheen pienimmätkin voivat katsoa. Sirkusesitys ei katso ikää vaan tarjoaa jokaiselle jotakin. (Räsänen 2015.)

### 4.2 Aerial Dream Gym

Aerial Dream Gym on sirkusta hyödyntävä tehokas kuntoilumuoto. Toiminta on suunnattu nuorille ja aikuisille naisille. Kuntoilumuodossa naiset jaetaan kahden ryhmään aktiivisiin urheilijoihin sekä aloittelijoihin. Harjoitusten kesto on

1,5 tuntia ja harjoitukset ovat kerran viikossa. Aerial Dream Gym-tunneilla tehdään laitekokeilua pienryhmissä. Lajit keskittyvät kuntoilu muodon nimen mukaisesti ilma-akrobatiaan kuten rengastrapetsiin, silkkeihin, nuoralla-tanssiin sekä trapetsiin. (Räsänen 2015.)

Aerial Dream Gymissä sirkuskuntoilun harrastajat pääsevät maailmantason huippuohjaukseen, sillä tunteja vetää sirkustaiteilija Pauliina Räsänen. Ilma-akrobatian lisäksi Räsänen yhdistää tunteihin pilatesta sekä vetää joka tunti myös verryttelyt, jotta kuntoilu tapahtuu mahdollisimman turvallisesti ja keho on varmasti lämmennyt ennen kuin ilma-akrobatian harjoittelu aloitetaan. Räsänen neuvoo myös tunneilla jokaiselle sopivat liikkeet harrastajan kunnon ja kyvyt huomioon ottaen. (Räsänen 2015.)

Ryhmän koko Aerial Dream Gymissä on vähintään 12 henkeä ja enintään 15. Harrastajamäärä pidetään sellaisena että harrastaja pääsee tekemään koko ajan eikä joudu odottamaan vuoroaan välineiden käyttöön. Mikäli harrastaja haluaa lisätreeniä niin hän voi varata personal training-ajan joko yksin tai osana pienryhmää. Sirkusstudiossa on harrastajille tarjolla myös avoimia treeniaikoja. (Räsänen 2015.)

## 5 MENETELMÄT

Opinnäytetyöni on tapaustutkimus tutkimus, jossa tuotteistan ArtTeatron uusia palveluja. Keräsin tutkimustyöhön aineistoa usean laadullisen menetelmän avulla, joita ovat sähköpostihaastattelu, lomakekysely, havainnointi ja aivoriihityöskentely (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 55). Näiden menetelmien avulla tutkin Kustavia tapahtumakenttänä, sirkustoimintaa Suomessa fyysisissä toimitiloissa sekä sirkusalan toimijoiden mielipiteitä sirkuksen ja varieteen matkailua edistävästä vaikutuksista sekä haen hyviä toimintamalleja kesäteattereista. Eri-laisten menetelmien käyttö lisää tutkimustulosten triangulaatiota, eli usean näkökulman huomioiminen aineiston keräämisessä lisää tulosten luotettavuutta (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 94).

Monipuolisen aineiston avulla pyrin saamaan mahdollisimman kokonaisvaltaisen kuvan tutkimuskohteen eli sirkusstudion eri aspekteista, jonka perusteella voin tuotteistaa sirkusstudion ydintuotteet, sekä koota tärkeää tietoa matkailunedistämiseen liittyvistä seikoista, joita voidaan hyödyntää tuotteiden lanseeraamisessa. Menetelmistä aivoriihitoiminta aloitettiin jo joulukuussa 2013. Varsinainen opinnäytetyön kehittämiskohde ja sirkusstudion ydintuotteet tarkentuivat kuitenkin vasta aivoriihi-työskentelyn prosessin edetessä. Kehittämistyön ensimmäinen vaihe ei aina olekaan kehittämiskohteen valinta, sillä on myös luonnollista että kehittämiskohde täsmentyy prosessin edessä aiheeseen perehtymisen jälkeen (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 54).

### 5.1 Havainnointi

Havainnointi on hyödyllinen menetelmä kehitystyössä, jolla pyrin saamaan muiden menetelmien tueksi tietoa muun muassa tarkkailemalla asiakkaiden käyttäytymistä luonnollisessa ympäristössä (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 103). Havaintoni perustuvat luvussa 1 jo mainitsemiini työkokemuksiin ArtTeatron varietee-teatteri Cirque Draculan kahdella tuotantokaudella. Havainnoijan rooli voi olla joko passiivinen, aktiivinen tai jotain näiden kahden välillä (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 104). Opinnäytetyössäni havainnoijan roolini on ak-

tiivinen, sillä tuottajan assistenttina ja tuotantoassistenttina osallistuin yrityksen toimintaan sekä kehitin sitä.

Havainnointi voi tapahtua strukturoidusti tai strukturoimattomasti. Opinnäytetyössä havainnointi tapahtuu strukturoimattomasti eli tutkimusmenetelmän toimintaa jäsentelemättä, koska havainnointi on jo tapahtunut ennen varsinaisen tutkimuskohteen saamista. Strukturoimattomassa havainnoinnissa pyritään saamaan tietoa mahdollisimman paljon ja monipuolisesti. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 105.) Työharjoittelijana ja työntekijänä Cirque Draculan tuotantokausilla olin mukana tuotanto-kauden ennakkovalmisteluissa sekä itse tapahtumissa, joten sain monipuolisen kuvan esityksen tavoittelemista kohderyhmistä sekä esityksien saavuttamista asiakkaista.

Vaikka varietee-esityksien tapahtumapaikkana oli Turku, esitys antoi tärkeää tietoa ArtTeatron asiakasprofiilista, jossa kustavilaiset olivat myös tärkeä kohderyhmä. Kustavilaisille kouluille järjestettiin oma esityksensä esityksen toisella kaudella. Lisäksi monet kustavilaiset saapuivat muihin esityksiin katsojiksi. Sirkusstudion ydintuotteista havainnoinnista on hyötyä etenkin sirkusesityksen tuotteistamisessa, sillä se on tuotteena lähellä varietee-esitystä, koska siinä on monia samoja elementtejä kuin varietee-esityksessä.

Cirque Draculassa toimimisen lisäksi havainnointia Kauppakeskus Myllyssä, jossa ArtTeatro esiintyi ennen kokoustamme 21.helmikuuta 2015. Tässä tapauksessa strukturoimaton havainnointi tapahtui passiivisesti ja yleisön joukossa. Kauppakeskuksen keskellä järjestetty Love is in the Air-esitys liittyy oleellisesti opinnäytetyössäni tuotteistettavaan sirkusesitykseen, sillä esityksessä Räsänen ja Volkov esiintyivät rooleissa, jotka he ovat suunnitelleet kesän 2015 sirkusesitystä varten. Esitys onkin eräänlainen prototyyppi kesän sirkusesityksestä, jonka avulla päästiin arvioimaan jo etukäteen esityksen käyttäjäkokemusta, lisäksi esitys antoi tärkeää tietoa esityksen tyylistä ja sisällöstä kehitystyötä varten.

## 5.2 Brainstorming

Kehitystyöhön voidaan saada uusia ideoita, näkökulmia ja ratkaisuja luovuusmenetelmiä käyttämällä. Opinnäytetyössä käyttämäni brainstorming eli aivoriihi on tällanen luovan ongelmanratkaisun menetelmä, jossa ideoita tuotetaan ja kehitetään ryhmässä. Aivoriiehen kuten muihinkin luovan ongelmanratkaisun menetelmiin kuuluu välivaiheita, joita ovat muun muassa ideoiden tuottaminen ja arvioiminen, ratkaisun valitseminen, hyväksyttäminen ja toteuttaminen ryhmässä (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 143-144). ArtTeatro oli pitänyt ensimmäisen sirkusstudion tuotteisiin liittyvän aivoriiehen 23.11.2013 yhdessä Antti Kulmalan kanssa. Tuloksena syntyi runsaasti ideoita erilaisista palveluista kuten sirkusleiri, sirkusesitys, sirkuskuntoilu, sirkusteemapäivät, sirkusaiheiset workshopit sekä työhyvinvointipäivät. Opinnäytetyössäni minun tehtäväni on yhdessä ArtTeatron kanssa tarkoitus poimia näistä palveluideoista parhaimmat ja muodostaa sirkusstudion toimiva palvelupaketti kustavilaisille, kunnan kesäasukkaille sekä alueen matkailijoille. Tämän lisäksi pohdinnan alla oli myös lisäpalvelut kuten kahvilatoiminnan aloittaminen sirkusstudion keittiötilassa.

Brainstorm työskentely alkoi kokouksella 1.12.2013 Pauliina Räsäsen ja Slava Volkovin kanssa. Luovassa toiminnassa on tärkeää alusta pitäen avoin ja kiireetön ilmapiiri, joka on samalla myös tavoitteellista (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 144). Tämä toteutui alusta pitäen aivoriiehessä ArtTeatron kanssa, sillä keskusteluissa oltiin avoimia uusille kaikkien osapuolien ideoilla ja samalla kaikilla oli tärkeänä tavoitteena sirkusstudion toiminnan onnistunut lanseeraaminen mielessä, jonka johdosta palveluideoiden toteutusta pohdittiin käytännönläheisesti sekä liiketoiminnan kannalta. Kyseisessä kokouksessa perehdyin yrityksen Saariston Sirkus-hankkeeseen sekä sirkusstudion palveluideoihin. Kokouksen jälkeen erityisesti sirkusleiri sekä sirkuskuntoilu oli nostettu tärkeiksi eteenpäin kehitettäviksi ideoiksi. Kokouksen jälkeen brainstormingia toteutettiin erityisesti sähköpostiketjuissa sekä Skype-keskusteluissa sillä ArtTeatro oli pitkillä työreissuilla ulkomailla, jonka vuoksi tapaamisia oli vaikeaa toteuttaa.

Maaliskuussa 2014 aivoriihityöskentelyssä oli muodostunut kokoelma erilaisia sirkustaiteellisia ohjelmia kuten sirkusfestivaali illallisella, sirkustyöpaja, teemapäivät kuten perheen sirkuspuuhapäivä. Huhtikuussa opinnäytetyöni rajattiin

sirkusstudion tuotteiden tuotteistamiseen. Palveluideoita oli vielä paljon, eikä varsinaisia toiminnan ydintuotteita ollut vielä päätetty. Huhtikuussa Räsänen ehdotti aivoriihessä sirkustaiteen residenssin mahdollisuutta. Residenttitoiminta voisi tuoda Kustavin sirkusstudioon kansainvälisyyttä ulkomaisien artistien myötä sekä pidentää toimintakautta. Residenssitoiminnan pohdinnassa tärkeässä osassa oli myös residenssitoiminnan rahoitus. Erilaisina rahoitusvaihtoehtoina aivoriihessä käsiteltiin residenssitoiminnan aloittamisen apurahoja, ulkopuolista rahoittajaa sekä sitä että taiteilija synnyttäisi residenssissä teoksen, jota voitaisiin esittää yleisölle saaden lipputulaja. Lisäksi sähköpostikeskustelussa pohdittiin muun muassa turkulaisista kuntosaleista yhteistyökumppania, joka olisi kiinnostunut sirkus-fitness konseptista sekä työhyvinvointi päiviin yhteistyötä Kustavin Kipinän kanssa.

Kesällä 2014 aivoriihessä pidettiin kesätaukoa muiden kiireiden vuoksi. Elokuun 10. päivä mietintä työ jatkui lisäpalveluna tarjottavan kahvilatoiminnan miettimisellä. Mietimme muun muassa anniskelulupia sekä vaihtoehtoa tilata palvelu, joltain ravintola-alan toimijalta. Marraskuussa hylkäsimme ajatuksen residenssitoiminnan aloittamisesta vuonna 2015, koska toiminnalle ei ollut vielä rahoitusta.

21.helmikuuta tapasimme Räsäsen ja Volkovin kanssa Kauppakeskus Myllyssä. Tässä usean tunnin kestäneessä aivoriihessä muodostui sirkusstudion kesäsesongista sirkusfestivaali, joka koostuisi sirkusesityksestä, sirkusopetuksesta sekä sirkus fitness-konseptista, jota tarjottaisiin erilaisille kohderyhmille omana palvelunaan. Lisäpalveluina sirkusstudiossa olisi pienimuotoista kahviotoimintaa sekä tilauspalvelut, joita olivat sirkusstudion vuokraus sekä sirkuspalveluiden tarjoaminen kyseisiin tapahtumiin. Kokouksessa päätimme myös opinnäytetyöni tuotteistamisen kannalta ydintuotteet, jotka olivat naisille suunnattu Aerial dream gym sekä sirkusesitys. Helmi-maaliskuussa 2015 aivoriihessä kehitettiin myös eteenpäin myös Räsäsen suunnittelemaa markkinointimateriaalia.



### 5.3 Lomakekysely

Osana tutkimusta lähetin kyselylomakkeen 27 sirkusalan toimijalle sekä toisen kyselylomakkeen yhteensä kahdeksalle kustavilaiselle ja turkulaiselle toimijalle, joiden kanssa ArtTeatro näki potentiaalisena yhteistyötoiminnan. Molemmat kyselylomakkeet on strukturoitu, sillä lähetin saman kyselylomakkeen kaikille toimijoille, jossa kysymykset olivat muotoiltu valmiiksi ja esitetään kaikille samassa järjestyksessä (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 97). Jätin kysymyksiin avoimen vastaustilan. Ainoastaan sirkustoimijoiden yhteistyötahoihin liittyvissä kysymyksissä vastausvaihtoehdot oli ennakkoon määritelty kyllä tai ei muotoon, jonka lisäksi vastaaja sai täsmentää vastausta halutessaan. Kustavilaisille ja turkulaisille toimijoille lähetetyssä kyselyssä oli myös vastaavalla tavalla toteutettu kysymysosio, jossa kysyttiin vastaajatahon kiinnostusta erilaisiin yhteistyömuotoihin.

Molemmissa kyselyissä viimeinen kysymys käsittelee vastaajan halukkuutta anonyymiyteen, jonka vuoksi taustatiedot oli tärkeää tuoda esille selkeästi omalla osallaan, jotta vastaaja tietää, ettei kyseisen kohdan tietoja oteta esille, mikäli kysely tehdään anonyymisti. Anonyymiyden ja taustatietojen käyttö liittyy myös kyselylomakkeen luottamuksellisuuteen. Vastaajien pyynnöstä käsittelen sirkusalan toimijoiden kyselyistä saatua aineistoa anonyymisti ja tästä syystä sirkusalan eri toimijoita ja organisaatioita kuvataan kirjaimilla A, B, C, D ja E.

Sirkustoimijoiden kyselylomakkeessa jaoin kysymykset taustatietoihin sekä kolmeen teemaan: organisaatiostanne, sirkustuotteet ja palvelut sekä sirkus, varietee ja matkailunedistäminen. Teemoista kaksi ensimmäistä keskittyy vastaajien oman organisaation toimintaan. Viimeisessä osiossa toimija kertoo myös omia mielipiteitään teemaan liittyviin kysymyksiin, joka on myös otettava huomioon saadun aineiston analysoimisessa, niin etteivät sirkusorganisaation toimintaperiaatteet ja sirkustoimijan omat näkemykset sekoitu keskenään. Organisaatiostanne teemassa kysymykset liittyvät organisaatioiden toimintaan, asiakkaisiin, markkinointiin ja rahoitukseen. Seuraavassa teemassa selvitän sirkusorganisaatioiden omissa tiloissa tarjottavia palveluita sekä mahdollisia tilauspalveluita ja tuotteiden kausivaihteluita. Viimeisessä teemassa kysyn sirkustoimijan näkemystä sirkuksen ja varieteen voimasta matkailun edistämistarkoitukseen.

Kulttuuri- ja matkailualan toimijoiden yhteistyö on kulttuurimatkailussa tärkeässä asemassa (OKM 2013, 4). Tämän vuoksi kysyn sirkusorganisaatioiden yhteistyöstä muun muassa majoitus-, ravintola- ja kuljetusalan toimijoiden kanssa kyseisessä teemassa.

Rajasin vastaajat ensiksi neljään sirkusalan organisaatiota. Valitsin neljä sirkusalan organisaatiota, joilla oli oma tila, jossa sirkuspalveluita kuten opetustoimintaa ja esityksiä tarjottiin yleisölle. Sirkustoimijat edustivat maantieteellisesti Suomea laajasti, sillä kaikki sirkukset sijaitsivat eri lääneissä. Ensimmäiset kyselyt sirkustoimijoille lähetettiin 17.huhtikuuta 2014. Sain sirkustoimija A:lta vastauksen huhtikuussa. Kaksi vastaajaa puolestaan kertoi kevään olevan erityisen kiireinen muun muassa tapahtumavalmistelujen vuoksi, josta johtuen vastaamiseen ei ollut aikaa. Lisäsin kyselyn vastausaikaa heinäkuun loppuun, jotta saisin mahdollisesti lisää vastaajia. Heinäkuussa toinen sirkustoimija vastasi kyselyyni.

Harkinnanvarainen näyte oli hyvin pieni, ainoastaan kaksi sirkustoimijaa, joten halusin kerätä vielä lisää tietoa niin että vastaukset saturoisivat eli niistä voisi havaita selkeästi samankaltaisuutta ja toistoa (Kananen 2012, 1010). Lähetin kyselylomakkeen helmikuussa 2015 21 sirkusorganisaatiolle sekä kahdelle jo aiemmin kyselyn saaneelle mutta siihen vastaamatta jättäneelle organisaatiolle. Uudet vastaajat valikoituivat Suomen Nuoriso Sirkusliiton 44 jäsenyhteisöstä, joista rajasin vielä pois sellaiset toimijat, joilla ei ollut omaa toimitilaa tai yhtä tai useampaa vuokrattua toimitilaa, jossa sirkuspalveluita tarjotaan yleisölle. Tähän rajaukseen tuli mukaan sirkuksien lisäksi sellaisia toimijoita, joilla oli sirkuspalveluiden lisäksi myös muita toimintamuotoja. Rajasin vastaajajoukon ulkopuolelle niistä sellaiset toimijat, joilla sirkuspalvelut eivät olleet selkeästi yksi toiminnan päämuodoista. Asetin kyselylomakkeen vastaamiseen viikon takarajan ja lähetin lisäksi kaksi päivää ennen kyselyn loppua muistutuksen. Sain neljä uutta vastausta uuden kyselykierroksen myötä eli vastaajia oli yhteensä kuusi.

Kustavilaisille ja turkulaisille mahdollisille yhteistyötahoille lähettyyn kyselyyn sain ainoastaan yhden vastauksen Kustavin Kipinän yrittäjältä Pekka Kurulta. Kustavin Kipinä on vuokrattava tila esimerkiksi henkilöstökoulutukselle ja erilaisille kokouksille. Kesäisin Kustavin Kipinä järjestää muun muassa Ars Europe

Kustavi-taidenäyttelyn sekä Pop up -ravintola-tapahtuman. Kustavia toimintakenttänä on laajasti kartoitettu 2012-2013 Matkalla Kustavissa-hankkeessa yhteistyössä paikallisten yritysten ja muiden toimijoiden kanssa. Kurun vastaukset olivat samansuuntaisia Matkalla Kustavissa-hankkeen loppuraportissa ja Kustavin matkailustrategiassa esille tulleiden asiaseikkojen kanssa. En kokenut uusilla vastaajilla saavan enää oleellisesti uutta tietoa.

#### 5.4 Sähköpostihaastattelu

Haastattelin osana tutkimustyötäni Kustavin matkailun edustajaa, vapaa-aikasihteerinä, Maritta Jalosta sekä kahta kesäteatteria. Kesäteatterien ja Kustavin kunnan vapaa-aikasihteerin haastattelut tapahtuivat avoimin kysymyksin puolistrukturoituna sähköpostihaastatteluna. Haastattelujen aiheet ja kysymykset oli suunniteltu etukäteen. Teemahaastattelun tapaan kysymysten asettelu muuttui hieman eri vastaajille ja lisäksi lähetin kyselyihin liittyen haastateltaville täsmennyksiä kysymyksiä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 40.)

Kunnan matkailuedustajan Maritta Jalosen haastattelussa kysymykset liittyivät Kustavin kesäasukkaisiin ja matkailijoihin. Lisäksi kysyin Jalosen näkemyksiä ArtTeatron opinnäytetyöni ydintuotteiden kysynnästä. Tällä haastattelulla pyrin saamaan ajankohtaista tietoa alueen matkailusta sekä tarkentamaan ArtTeatron asiakassegmenttiä. Lisäksi haastattelun on tarkoitus antaa monipuolista opinnäytetyöni näkökulmaa Kustavista toimintakenttänä kunnan julkaisemien raporttien, Matkalla Kustavissa-hankkeen raporttien sekä kustavilaisen yrittäjän Pekka Kurun haastattelun lisäksi.

Sirkuksen alalla on hyvin epätavallista että esityssesonki keskittyy nimenomaan kesäaikaan, koska se on yleensä kausivaihtelujen vuoksi esitystoiminnassa hiljaisa aikaa. Sen vuoksi etsin toimivia malleja kesäteattereista. Kesäteatteritoimintaan liittyen valikoin kaksi toimijaa viime kesän esityksiin liittyen. Toiseksi haastateltava on Uudenkaupungin Lentävän Lokin kesäteatterin joka on rannikkokuntana Kustavin kanssa verrannollinen sijaintinsa perusteella. Toinen haastateltava on turkulainen tunnettu harrastajateatteri Teatteri Polte, joka lanseerasi viime kesänä kesäteatteri-esityksen Kakolanmäelle Turkuun. Haastattelussa

kysyin kesäteatterin asiakkaista ja markkinoinnista. Tavoittelin myös kolmatta kesäteatteritoimijaa Vakka-Suomen saariston alueelta mutten saanut vastausta.

## 6 ANALYYSI

Tässä luvussa analysoin eri kehitystyön menetelmillä (katso kappale 5) saatua aineistoa. Olen jakanut palvelun erilaisiin pienempiin osioihin, joita ovat kohdeyleisö, matkailunedistäminen, tuotteet ja markkinointi. Lisäksi jokainen osa on jaettu tekstissä pienempiin yksiköihin palvelumuotoilun toimintamallin mukaisesti.

Kuusi sirkusta vastasi Sirkus matkailun edistäjänä-lomakekyselyyni, jonka lähitin 27 eri sirkukselle. Lopullinen vastaajamäärä oli pienempi kuin ennakkoon odotin. Kieltävän vastauksen kyselylomakkeen täyttämiseen antaneet perustelivat päätöstään muun muassa muilla kiireillä, henkilöstöresurssien vähäisyydellä sekä vastaamiseen menevällä ajalla. Lisäksi osa sirkustoimijoista koki että voittoa tavoittelemattomina organisaatioina he eivät kuuluneet kyselyn oikeaan vastaajaryhmään sillä he eivät nähneet edustamansa sirkuksen toimintaa liiketoimintana. Koin alun perinkin haastavaksi vertailla tulevan sirkusstudion toimintaa alalla jo oleviin sirkuksiin. Tämä johtuu siitä, että kaikki muut sirkukset, joilla on fyysinen toimitila, jossa sirkusalan palveluita tarjotaan yleisölle, ovat yhdistystoimijoita toisin kuin ArtTeatro avoin yhtiö. Sirkusalalla on Suomessa myös yrityksiä mutta ne keskittyvät estraditaiteeseen eli niiden toimintamallina on kiertävä sirkus sekä tilauspalvelut kuten esitysmyynti ja työpajat. Valitsin näistä toimijoista lähimpänä sirkusstudion toimintaa olevat sirkukset eli sirkusyhdistykset, joilla on oma tai vuokrattu toimitila.

Kyselyyn vastanneiden sirkusten toiminnan perusajatus liittyy taiteen perusopetuksen tarjoamiseen yhtä lukuun ottamatta. Sirkus B:n toimintamalli poikkesi muista huomattavasti, sillä sen pääasiallinen toiminta keskittyi sirkustaiteen edistämiseen. Lisäksi sirkus B toteuttaa ympärivuotista sirkustaiteen residenssiohjelmaa sekä järjestää yleisöesityksiä ja ammattifoorumeita. Tämä toimintamallin suuri eroaminen tulee myös huomioida muun muassa tuotteiden ja kohderyhmän analyysissä.

Aineistossa toimintakentän asiantuntijoina ovat Kustavin Kipinän toimitusjohtaja Pekka Kuru sekä Kustavin kunnasta Maritta Jalonen. Lisäksi aineistossa on

mukana turkulaisen harrastajateatterin Teatteri Poltteen ja uusikaupunkilaisen teatteriryhmän Lentävän Lokin haastattelut. Teattereiden kysymykset liittyivät kesän 2014 kesäteatteriesityksiin ja niiden teemoja olivat kesäteatterien asiakassegmentti ja markkinointi.

## 6.1 Kohdeyleisö

Kyselyssä sirkukset kertovat kohderyhmäkseen kaikenikäiset sirkustaiteesta kiinnostuneet. Eri ikäluokista sirkus tavoitti vastaajien mukaan parhaiten lapset ja nuoret. Lisäksi sirkukset kertovat järjestävänsä opetusta myös aikuisille ja senioreille. Sirkus C kertoo lasten ja nuorten lisäksi kohderyhmäänsä kuuluvan perheet. Sirkus A puolestaan kertoo pyrkivänsä saamaan lisää myös aikuisopiskelijoita. Sirkus B:n kohderyhmä poikkesi huomattavasti muista vastaajista. Sen kohderyhmä oli ensisijaisesti sirkustaiteen ammattilaiset ja yleisö. Kohderyhmän suuri poikkeaminen liittyy sirkuksen B muista eriävään toiminnan perusajatukseen, josta kerroin jo aiemmin tässä luvussa.

Sirkukset tavoittavat asiakkaansa pääosin samalta paikkakunnalta ja lähikunnista. Helsingissä ja Espoossa toimivien sirkusten asiakkaat tulivat pääasiassa pääkaupunkiseudulta eli Helsingin, Espoon, Vantaan ja Kauniaisten alueelta. Sirkus E kertoi asiakkaansa tulevan pääosin samasta kaupunginosasta Helsingissä sekä muualta pääkaupunkiseudulta. Toinen pääkaupunkiseudun vastaaja kertoi tavoittavansa pääosin saman kaupungin alueelta, jonka lisäksi koko pääkaupunkiseudun alueelta ja sen ulkopuolelta naapurikunnasta. Vastaaja B kertoo että pääosin yleisö saapuu pääkaupunkiseudulta sekä mutta isoihin tapahtumiin asiakkaita tulee myös kauempaa, etenkin ammattilaisyleisöä saapuu myös ulkomailta, lähinnä Euroopan alueelta.

Kolme muuta sirkusta ovat Kanta-Hämeestä, Pohjois-Pohjanmaalta ja Kymenlaaksosta. Näistä sirkus A:n asiakkaat tulevat saman kaupungin alueelta sekä lähikunnista. Sirkus C kertoo tavoittavansa asiakkaat lähinnä maakunnan alueelta. Sirkus F tavoittaa asiakkaansa pääasiassa saman seutukunnan alueelta, lisäksi sirkus tarjoaa palveluitaan myös muualle maakuntaan. Pääkaupunkiseudulla sirkukset tavoittivat asiakkaansa huomattavasti pienemmältä alueelta kuin muualla sijaitsevat sirkukset, sillä pääkaupunkiseudulla sirkus tavoitti jatkuvalla

toiminnalla parhaimmillaan asiakkaita reilun tuhannen neliökilometrin kokoiselta alueelta. Muualla Suomessa sirkukset tavoittivat asiakkaansa huomattavasti suuremmalta alueelta. Vastaajien A, C ja F saavuttivat asiakasryhmänsä pienimmillään 3000 neliökilometrin ja suurimmillaan 5000 neliökilometrin alueelta. Sirkuspalveluiden maantieteelliseen kantavuuteen voi vaikuttaa esimerkiksi kilpailijat. Pääkaupunkiseudulla sirkuksia on useita, jonka vuoksi asiakas voi valita toimijan lähimpänä sijaitsevan toimijan. Muualla Suomessa sirkuksen kantavuus voi olla suurempi, sen vuoksi ettei muita toimijoita ole lähempänä. Maantieteellinen kantavuus ei vaikuttanut sirkuksien asiakasmääriin. Tähän tärkeä osatekijä on se että pääkaupunkiseudulla asukastiheys on suurempi kuin muualla Suomessa ja sen vuoksi sirkukset tavoittavat pienemmältä alueelta enemmän asiakkaita kuin muualla Suomessa. (Suomen kuntaliitto 2015.)

Sirkusopetuksen asiakasmäärissä ei ollut eri sirkuksilla suuria eroja. Asiakasmäärät olivat kaikilla toimijoilla 180 ja 300 välillä. Sirkus F: n asiakasmäärä on 280 mutta sirkus saavuttaa lisäksi 250 asiakasta yhteistyökumppaninsa tiloissa tarjoamallaan palveluilla. Asiakasmäärät ovat sirkusesityksissä huomattavasti suuremmat kuin opetustoiminnassa. Kaksi sirkusta kertoo lisäksi esityksien lisäävän runsaasti asiakasmääriä. Sirkus C arvioi että keskimäärin vuoden aikana sirkuksen esityksissä on katsojia 5000-10000. Sirkus B puolestaan kertoo että vuonna 2013 sen tapahtumissa kävi yhteensä 9000 henkeä.

Sirkusstudion toiminnan kannalta Kustavin asukasluvun pienuus sekä ikääntyvä väestö tekevät haasteelliseksi sirkustoiminnan aloittamisen etenkin kun sirkuksen harrastaja on yleisimmin lapsi tai nuori. Sirkuksissa on kuitenkin myös aikuisharrastajia, joka tarjoaa mahdollisuuksia myös toiselle opinnäytetyöni ydintuotteelle Aerial Dream Gymille sekä sirkusstudion toiminnalle yleensä, sillä ArtTeatron tarkoituksena on tarjota sirkusharrastusta ja kokeilua kaikenikäisille kesällä 2015. Kesään ajoittuva palvelusesonki tarjoaa mahdollisuudet laajentaa sirkusstudion kohderyhmä moninkertaiseksi kunnan kesäasukkaiden ja matkailijoiden seurauksena. Aerial Dream Gymin kannalta onkin tärkeää tavoittaa mahdollisimman hyvin kustavilaiset, Kustavin kesäasukkaat sekä lähikuntien asukkaat, sillä kuukauden ajan kerran viikossa tarjottavan palvelun on vaikeaa saada harrastaja mukaan kauempaa. Tästä johtuen matkailunedistämistä tarkastellaan enemmän sirkusesityksen kannalta. Lisäksi palvelun kohderyhmää rajaa

se että kyseessä on yli kuusitoista vuotiaille naisille suunnattu konsepti. Sirkusesityksen maantieteellinen kantavuus on pidempi, sillä kyseessä on kerta-luonteinen tapahtuma. Myös sen kohdeyleisö on laajempi: lapset, nuoret ja perheet.

Aerial Dream Gymin kannalta on huomioitava, että esimerkiksi Turussa on useita sirkusopetuksen tarjoajia lisäksi kuntosalit ja muut liikuntaharrastukset kilpailevat sirkuskuntoilumuodon kanssa. Kesällä sirkustoiminta lakkaa kuitenkin muilla toimijoilla lähes täysin lapsille suunnattuja sirkusleirejä lukuun ottamatta, joka toimii etuna Aerial Dream Gymille. On myös muistettava että kesällä myös moni lakkauttaa kuntosalikorttinsa, jotta pääsee ulos kuntoilemaan, jonka vuoksi myös ei ohjattu -liikunta toimii kilpailijana. Kuntoilijoille myös uuden kokeilu on yleistä, joten Aerial Dream Gym voi saada kilpailuetua uutuudestaan.

Sirkusesityksen kilpailijana toimivat kesäteatterit ja koko perheen tapahtumat sekä lapsille ja nuorille suunnatut elämyspuistot. Kustavin monet tapahtumat ovat kuitenkin vanhemmille suunnattu kuten esimerkiksi Volter Kilpi Kustavissa - kirjallisuusviikko, joka järjestetään myös heinäkuussa 2015, joten sirkusesitys monipuolistaa kulttuuripalveluiden tarjontaa alueella sekä vastaa kysyntään kulttuuripalveluiden tarpeesta nuorille, lapsille ja lapsiperheille.

## 6.2 Matkailun edistäminen

Sirkustoimijat olivat yhtä mieltä siitä että sirkuksella on potentiaalia toimia matkailunedistäjä, sillä sirkuksen liike ei tunne kielirajoja vaan on kaikkien katsojien ymmärrettävissä. Kenenkään vastaajan mielestä sirkus ei vielä Suomessa ole toiminut merkittävänä matkailun edistäjänä. Vastaajien mielestä suomalaisten sirkusten pitäisi saada tunnettavuutta, olla hyvin tuotteistettu sekä tarjota jotain erilaista ja ainutlaatuista, jotta matkustaminen tapahtuisi pelkästään sirkuksen vuoksi. Sirkustoimija C:n mukaan sirkus palvelee parhaiten lähialueen yleisöä, mutta tapahtumien yhteydessä tavoittaa helpommin myös muualta tulevaa yleisöä. Sirkustoimija E:n mukaan Suomen asemaa matkailussa voi joissain tapauksissa nostaa se, että Suomi on hiljattain saavuttanut tai on saavuttamassa mainetta erikoisen suomalaisen nykysirkuksen lähtöpaikkana. Sirkustoimija E:n



mukaan turistin kuva Suomesta keskittyy Suomen luontoon ja sen ilmiöihin sekä joulupukkiin. Hän kuitenkin kokee että luova toimija voi onnistua yhdistämään sirkuksen, Suomen luonnon ja suomalaisen mielenmaiseman toimivaksi kokonaisuudeksi.

Sirkusstudio voikin käyttää sijaintiaan apuna matkailun edistämistarkoitukseen. Palvelumuotoilun tarinankerronnan avulla Saariston luonto ja sirkuspalvelu voidaan punoa yhteen. Tällä tavoin draaman kaarta saadaan myös pidennettyä, sillä itse matka Kustaviin tulee esiin elämyksenä, joka huipentuu illan sirkusesitykseen. Näin pyritään madaltamaan kynnystä matkustaa pitempikin matka Kustaviin, sillä tarinankerronta pyrkii vaikuttamaan asiakkaan tunnetasoon niin että pitempikin matka Kustaviin tuntuu positiiviselta. Tällöin myös asiakkaan riski pienenee, koska hän kokee saavansa enemmän hyötyä kuin pelkästä sirkusesityksestä, joka alkaa lipunostamisesta ja päättyy esityksen loputtua.

Tarinassa tuodaan esille myös Varsinais-Suomen matkailuohjelman teemoja, joita ovat saaristo, ruoka ja kulttuuri. Myös kahvilapalveluilla on oma roolinsa tarinassa. Tällä hetkellä ArtTeatro neuvottelee keittiötilan vuokraamisesta aloitavalle luomukahvilayrittäjälle, joka sopisi myös hyvin tuomaan tarinaan tuomalla kestävän kehityksen ja luonnonmukaisuuden esille myös tarjonnassa. Lipunmyynnillä on roolinsa tarinassa. Tarinassa esimerkiksi rentouttava terassi sohvineen sekä ennen sirkusesityksen alkua sirkusstudion ikkunoista näkyvä maisema toimivat ovat osa juonta. Luonnon mukana olo kannattaa miettiä myös hankintojen kannalta sillä esimerkiksi muoviset kalusteet voivat rikkoa teemaa. Tarinassa ArtTeatron tunnettavuudella kansainvälisesti on tärkeä rooli. Tämän vuoksi sirkustaiteilijoiden kansainvälistä kokemusta voidaan tuoda esille esimerkiksi valokuvien ja sirkusesityksien asusteilla, jolloin sirkuskokemusta saadaan syvennettyä.

Sirkustoimijoiden mukaan maantieteellisesti kaikkialla on sirkuksesta kiinnostuneita ihmisiä. Sirkuksen vetovoimaa arvioitaessa on kuitenkin sirkustoimija B:n mukaan huomioitava se, että nykysirkuksessa on hyvin erilaisia teoksia, joista osa on marginaalisemmalle yleisölle ja osa vetoavat myös suureen yleisöön. Vastaajan F mukaan sirkus on kaikenikäisille mutta kohderyhmän ikäjakauma on pitkälti riippuvainen itse esityksestä. Sirkuksen kohdeyleisönä nähdään myös

matkailussa eritoten perheet ja sirkuksenharrastajat ja muuten taiteenlajista kiinnostuneet kuten toiminnassa muutenkin. Lisäksi sirkustoimija B näkee tärkeänä potentiaalisena kohderyhmänä alueelle jo matkustaneet, joiden tavoittamista on hyvä pohtia markkinoinnissa.

Kustavin Kipinän toimitusjohtaja Pekka Kurun mukaan ympäri Suomea asuvat ihmiset tekevät retkiä saaristoon. Kustavin matkailun edustajan Maritta Jalosen mukaan Kustavi tavoittaakin matkailijoita etenkin Vaasa - Tampere linjan alapuolelta. Lisäksi Pori ja Rauman seutu ovat Jalosen mukaan potentiaalisia kohteita. Jalosen mukaan koko Suomen alueelle kohdistuvan markkinoinnin avulla matkailijoita on mahdollista tavoittaa myös muualta. Jalonen näkee Kustavin kiinnostavan matkailukohteena kesän tapahtumien, Saariston Rengastien sekä Ahvenanmaan kulkuyhteyksien vuoksi. Jalosen arvion mukaan matkailureitit tavoittavat vuosittain noin 100 000 kävijää. Myös Kustavin kesätapahtumissa kuten Lohimarkkinoilla ja Kilpi viikoilla vieraillee useita tuhansia ihmisiä vuosittain. Lisäksi kesäasukkaiden vieraat ja Kustavin tunnettavuus tuovat Jalosen mukaan kuntaan uusia matkailijoita vuosittain.

Sirkustoimijat vastasivat sirkus- ja varietee-esitysten sopivan edistämään matkailua joko melko hyvin, hyvin tai erittäin hyvin. Sirkustoimija B:n mukaan jonkinlainen toistuvuus voi lisätä kesämatkailun määrää, kuten esimerkiksi kesäteattereissa, joihin tullaan kauempaakin vuodesta toiseen. Sirkustoimija F:n mukaan aikataulutus on tärkeässä asemassa, koska markkinointia voidaan suunnata laajemmallekin alueelle jos esitysjankohta on ajoissa tiedossa. Jos kyseessä on teos, jossa sanoja ei käytetä tai niitä on vähän, voidaan hänen mukaansa esitystä markkinoida myös ulkomaalaisille turisteille.

Matkailunedistämässä pyritään saavuttamaan etenkin Saariston Rengastien matkailevat perheet, koska alueelle jo matkustanut on helpompi saavuttaa ja lisäksi matkailureitti saavuttaa runsaat määrät matkailijoita kesäsesongin aikana. Säännöllisenä kesätapahtumana sirkusesityksen on mahdollista saavuttaa myös kesäteatterin kaltainen matkailunedistäminen, jolloin saataisiin myös säännöllisiä kävijöitä myös muilta paikkakunnilta. Tällöin on kuitenkin tärkeää myös uusia esitystä ja markkinoida sitä selkeästi uutena esityksenä. Cirque Dracula Reincarnationissa esityksen uusiutumista ei tuotu riittävän vahvasti esil-

le, jonka vuoksi moni luuli että kyseessä on sama esitys kuin ensimmäisellä tuotantokaudella, joka oli osa syy siihen että osa katsojista ei käynyt katsomassa esityksen molempien tuotantokausien esityksiä.

Kustavin Kipinän Pekka Kurun mukaan sirkuksella ja varieteella on tärkeä uutuusarvo Kustavin matkailun kannalta, sillä se tuo Kustavin uudella tavalla esille kesämatkailun paikkakuntana rikastuttaen samalla ohjelmopalvelutarjontaa. Kustavin kunnan vapaa-aika sihteerin Maritta Jalosen mukaan Sirkusfestivaali on hyvä lisä Kustavin tapahtumiin etenkin kun sen vetonaulana ovat kansainväliset tähdet ja nimitähdet. Hänen mukaansa vie kuitenkin oman aikansa että kävijät löytävät sen, joten markkinointiin panostaminen sirkusstudion toiminnan lanseeraamisessa on erityisen tärkeässä osassa.

Sirkustoimijoiden mukaan toiminnalliset päivät kuten elämys- ja teemapäivät vetävät enemmän asiakkaita kuin pelkät esitykset. Sirkustoimija B:n mielestä koko perheelle toimintaa tarjoava tapahtuma voisi olla hyvin kiinnostuva, sillä suomalaiset matkustavat perheenä. Sirkustoimijat näkivät myös että sirkus voi olla myös ekstrahoukutus, johonkin muuhun tapahtumaan ja siten toimia matkailunedistämistarkoituksessa.

Neljä kuudesta sirkustoimijasta kertoi myös sirkuksen organisoivan yhdessä jonkun toisen organisaation kanssa palveluja. Sirkustoimija C kertoo sirkuksen toimivan oman kokemuksensa mukaan esimerkiksi erilaisissa lastentapahtumissa, kulttuuriviikoilla sekä tatuointitapahtumissa. Sirkustoimija D ottaa puolestaan esille musiikkifestivaalit. Sirkustoimija E:n mukaan sirkus sopii mihin tahansa tapahtumaan.

Pekka Kuru on samoilla linjoilla, sillä hänen mukaansa sirkus on yhdistettävissä kaikkiin Kustavissa oleviin tapahtumiin. Kurun mukaan sirkus yhdistettynä muuhun Kustavin tapahtumatarjontaan kuten Lohimarkkinoihin voisi vaikuttaa niin, että lapsiperheet voisivat myös käydä useammin kuin kerran kesän aikana Kustavissa. Kuru oli kiinnostunut organisoimaan myös yhdessä tapahtumaa, tilaamaan esityksen osaksi omaa ohjelmaansa, tarjoamaan ravintolapalveluja tapahtumiin sekä tekemään markkinointiyhteistyötä. Kustavin palveluiden heikoudeksi koettiin niiden hajaantunut sijainti. Yhteistyö Kustavin Kipinän kanssa

on erityisen merkittävää sirkusstudion kannalta sen toimijoiden läheisen sijainnin vuoksi.

Yhteistyö majoitus- ja kuljetuspalveluja organisoivien tahojen kanssa oli sirkukissa hyvin marginaalista. Majoituspalvelujen tarjoajan kanssa yhteistyötä teki kaksi vastaajaa. Kuljetuspalvelun organisoijan kanssa yhteistyötä teki ainoastaan yksi kuudesta sirkuksesta. Sirkukset eivät myöskään omiin tapahtumiinsa myyneet ulkopuolisille myyntipisteitä. Matkalla Kustavissa -hankkeen tuloksena kustavilaiset toimijat tekevät tärkeää yhteistyötä yhteisen tarinan kerronnan sekä yhteisten markkinointikanavien kautta. Yhteistyön solmimista kunnan eri toimijoiden kanssa helpottaa se että kunnassa on vallitseva ilmapiiri matkailun edistämiseen yhteistyöllä.

Opetus- ja kulttuuriministeriön suomalaisten kulttuuritapahtumien jalostumisessa kansainvälisesti houkutteleviksi kokonaisuuksiksi on tärkeässä roolissa suomalaisen kulttuurin integroitumisessa matkailupalvelukokonaisuuksiin (OKM 2013, 9). Tulevina vuosina jo palvelujen suunnitteluvaiheessa kannattaa ottaa mukaan myös muita kustavilaisia ja lähipaikkakuntien toimijoita, jotta matkailunedistämistä voitaisiin toteuttaa suuremmassa mittakaavassa yhteistyöllä esimerkiksi tapahtumien järjestämisessä sekä Kustavin matkailukierroksilla. Lisäksi matkailunedistämässä olisi hyvä tarjota esimerkiksi teemapäivissä sellaisia palveluja, joissa asiakas ei ole pelkästään katsojan roolissa vaan pääsee myös itse osalliseksi toimintaan. Matkailunedistämisen kannalta tulevaisuudessa on tärkeää tehdä palvelupaketteja, joiden moduuleina olisi tarjolla esimerkiksi majoitus- ja kuljetuspalvelut, jotta matkan ja eri palveluiden tilaaminen olisi asiakkaan kannalta mahdollisimman helppoa.

### 6.3 Tuotteet

Lukuun ottamatta sirkus B:tä vastaajien suurin tuote oli sirkusopetus, jota järjestettiin erilaisille kohderyhmille eri ryhmissä. Sirkusopetusta tapahtui viikkoryhminä sekä sirkusleireillä. Perusopetuksen lisäksi sirkukset tarjoavat palveluvalikoimassaan sirkusesityksiä. Sirkus E tarjoaa ydintuotteinaan sirkuksen lisäksi

myös muuta taideopetusta. Sirkus B ei järjestä opetustoimintaa ollenkaan, vaan tarjoaa yleisölle sirkusesityksiä.

Sirkuksista kaksi jätti vastaamatta kysymykseen, jossa pyydettiin luettelemaan viisi liiketalouden kannalta suurinta palvelua tai tuotetta. Tämä selittyy organisaatioiden voittoatavoittelemattomasta muodosta, sillä kaikki vastaajat ovat yhdistysperäisiä toimijoita. Kolme kuudesta vastaajasta saa myös avustuksia toimintaansa säännöllisesti esimerkiksi kaupungilta tai valtiolta sirkustaiteen perusopetukseen. Kaikki kysymykseen vastanneet (5/6) vastasivat saaneensa, jossain kohtaa saaneensa avusta toimintaansa esimerkiksi kohdennettuna uusiin välineisiin tai leiritoimintaan. Vastaajista B kertoi toimintaansa rahoitettavan pääasiassa avustuksilla ja loput lipputuloilla ja vuokratuloista. Yksi sirkuksista ei vastannut kysymykseen.

Nykysirkus kirjassaan Tomi Purovaara toteaaakin, että sirkustaiteen tunnistaminen perustaiteen opetuksen piiriin on edesauttanut taiteenmuodon kehittymistä ja rahoitusta (Purovaara 2005, 188). Hän näkee kuitenkin alan ongelmana sen että julkinen valta ja alan toimijat ovat vasta heräämässä taiteellisen työn jatkuvuuden vaatimuksiin, joiden heikkouksina ovat pienet resurssit ja yleisöt. Sirkuksen historiassa kiertävän sirkuksen malli on ollut välttämätöntä, sillä yksittäinen esiintyjä toistaa useimmiten koko elämänsä ajan samaa tai muutamaa erilaista ohjelmanumeroa. Sirkuksen lumo perustuukin suurelta osin sisällön uutuuteen ja yllättävyyteen. Tämän vuoksi elinkeino vaatii siirtymistä paikkakuntalta toiselle jos sisältö ei muutu. (Purovaara 2005, 98, 188.)

Sirkusstudion palveluissa etenkin sirkusesityksessä jatkuva uusiutuvuus on tärkeää, sillä kohdeyleisö on verrattain pieni ja olisi tärkeää tavoittaa myös kantaasiakkaita. Sirkusopetus sen sijaan pyrkii uusiutumaan jatkuvasti opetuksen vaativuuden noustessa harrastajien kehittymisen seurauksena. ArtTeatro pyrkii tulevaisuudessa tarjoamaan palveluita myös ympärivuotisesti, jolloin tilanne kärjistyy vielä enemmän, sillä matkailusesongin päätyttyä palveluiden kohdeyryhmä pienenee huomattavasti matkailijoiden ja kesäasukkaiden puuttumisen seurauksena.

Neljä sirkustoimijaa vastasi opetustoiminnan, sirkustyöpajojen, esityksien, sirkusjuhlien ja tilanvuokrauksen olevan suurimmat tuotteet. Sirkus C ja B eivät listaa mukaan opetustoimintaa. Sirkus C kertoo että kannattavimmat tuotteet ovat esiintymiset, työpajat, ravintolapalvelut sekä kioskitoiminta, jota sirkus harjoittaa elokuvateatterin tiloissa. Sirkus B:n mukaan sen suurimmat tuotteet liiketoiminnan kannalta ovat esitystoiminta ja tilanvuokraustoiminta.

Sesonkivaihteluissa kevät ja joulunalusaika korostuvat sirkuksien vastauksissa. Joulun alla on sirkuksien mukaan havaittavissa kasvua esimerkiksi esitystilauksissa sekä ryhmämyynnissä pikkujoulukaudesta johtuen. Kevään aikana kysyntä nousi etenkin esiintymistilauksille sekä työpajoille kuten välinekokeilulle. Sirkus B kertoo keväällä järjestävänsä ison sirkustapahtuman, jossa käy paljon yleisöä. Sirkus F:n mukaan kevät on iltapäiväopetuksessa hiljaisempaa kuin syksyn aika. Lisäksi sirkus C kertoo että toukokuu on hiljaisempaa aikaa kioskitoiminnassa. Kesällä sirkuksien toiminta on pääosin tauolla, poikkeuksena tästä on sirkusleiritoiminta. Sirkus E kertoo että opetustoimintaa ei kesällä ole ja silloin myös tilauspyyntöjä esityksistä tulee harvoin. Myös sirkus A kommentoi että kesäisin kaikki toiminta melkein lakkautuu eli silloin ei ole paljon kysyntää.

Aerial Dream Gymin asiakas saa harrastuksen lisäksi monia muita positiivisia vaikutuksia, sillä sirkusharrastus kehittää kunnon lisäksi notkeutta ja sekä kehonhallintaa (Aulanko & Nieminen 1989, 28). Aerial Dream Gymin harjoittelu kohdistuu tehokkaasti koko kehoon, sillä ilma-akrobatiassa koko keho on ilmassa. Trapetsi on syntynyt ihmisen halusta lentää ja tätä mielikuvaa ja Aerial Dream Gym tuo jo nimenä esiin tätä mielikuvaa. Tätä mielikuvaa voidaan myös voimistaa palvelun markkinointimateriaalissa.

Sirkusopetuksella toiminta voisi olla jatkuvaa, mutta siinäkin kohderyhmä on huomattavasti kesää pienempi, koska se koostuu ainoastaan kustavilaisista ja lähikuntien asukkaista. Harrastustoiminnan kannalta palvelun tarjoajan läheinen sijainti on kriittinen valintaa tehdessä, joten sirkusopetuksen tarjoaminen myös muissa tiloissa eri paikkakunnilla olisi yksi mahdollisuus suurentaa kohderyhmää ja tavoittaa enemmän asiakkaita. Mikäli sirkusopetusta toteutetaan ainoastaan Kustavissa, on eri ikäryhmien saavuttaminen kriittistä toiminnan kannattavuuden kannalta Kustavin korkeasta ikärakenteesta johtuen.

Sirkusesityksen näkisin nimenomaan palveluna, joka toimii kesäsesonkina tai muiden suurempien tapahtumien yhteydessä, sillä sirkusesitys vaatii myös enemmän henkilöresursseja sekä muuta kalustoa ja rekvisiittaa, joten sen kulut ovat huomattavasti suuremmat kuin sirkusopetuksella. Tästä johtuen sirkusesityksen kannattavuus vaatii myös isomman yleisömäärän.

Oheispalveluna sirkuksilla on tilavuokraus sekä erilaiset tilauspalvelut kuten työpajat, sirkusopetus, sirkusjuhlat kuten syntymäpäivät tai polttarit, työhyvinvointipäivät sekä sirkusesitykset. Lisäksi kahdella toimijalla on ravintola-alan palveluita. Sirkus C tuottaa eniten oheispalveluita. Sirkus C tilattavia sirkuspalveluita on opetustoiminta, työpajat, sirkusjuhlat, sirkuskurssit ja sirkusesitykset. Lisäksi sirkus C:ltä voi tilata buffetin, kasvomaalauksia ja eläinilmapalloja tai vuokrata popcorn koneen. Sirkukset tekivät tilauspalveluita yksityishenkilöiden ja ryhmien lisäksi muille organisaatioille. Puolet vastaajista myös teki yhteistyötä jonkun toisen tahon kanssa, joka tarjoaa ravintolapalveluita. Sirkus D kertoo harkitsevansa kansainvälistä toimintaa kuten ystävyyskoulua ja mahdollisia yhteistyöhankkeita.

Sirkuksien mukaan kahvilatoiminnassa on huomattavissa sesonkivaihteluja. Esimerkiksi kevään edetessä kahvilatoiminnan liikevoitto supistuu. Kahvilatoiminnassa voidaanakin hyödyntää kesällä esimerkiksi terassitilaan laajentamisella. Keväällä ja kesällä on lisäksi paljon kuten valmistujaisia, häitä ja rippijuhlia. Sirkusstudiot voitaisiinkin vuokrata näihin juhliin, jolloin myös kahvilatoimintaa saataisiin piristettyä. Lisäpalveluina vuokraajalle voisivat olla valittavina esimerkiksi sirkusesitys sekä pitopalvelu. Tällöin yhteistyötä kahvilayrittäjän kanssa saataisiin myös laajennettua ja tarjottua jotain erilaista Kustavin palveluihin.

#### 6.4 Markkinointi

Markkinointiin panostaminen vaihteli huomattavasti eri sirkustoimijoiden välillä. Kaikilla sirkuksilla on omat kotisivut ja lisäksi markkinointia tapahtuu myös sosiaalisessa mediassa. Näiden jälkeen yleisimpiä markkinointitapoja olivat mediamainonta lehdissä ja radiossa sekä printtimainonta julisteiden ja flyerien

muodossa. Sirkus B:n markkinointi on vastaajista laajinta. Jo edellä mainittujen keinojen lisäksi sirkus B markkinointi kattaa näkyvyyden alueen tapahtumissa, ristiin viestinnän, uutiskirjeen, ryhmämyynnin sekä ajoittain ulkomainonnan. Vähiten markkinointiin panostavat sirkukset A ja D. Sirkus D kertoo markkinointinsa kohdistuvan internettiin kuten kotisivuihin ja sosiaaliseen mediaan sekä niin sanottuun puskaradioon eli epävirallisia tiedotusvälineiden kautta tapahtuvaan markkinointiin kuten asiakkaiden suositteluihin. Sirkus A kertoo aiemmin keskittyneensä markkinoinnissa printtimateriaaliin ja mainoksiin printtimediassa mutta nyt keskittävänsä markkinoinnin sosiaaliseen mediaan. Markkinointiyhteistyötä jonkun toisen organisaation kanssa sirkuksista kertoi tekevänsä neljä kuudesta vastaajasta.

Sirkukset kertovat toimintansa ja markkinointinsa kautta tavoittelevansa eritoten positiiviseen tunteisiin liittyviä mielikuvia kuten iloinen, kiehtova, viihdyttävä ja hauska sekä ammattimaisuutta ja turvallisuutta. Usein sirkukset tavoittelevat molempia puolia, mutta myös poikkeuksia löytyy. Esimerkiksi sirkus F korostaa ammattitaitoista opetusta, joka on tuvallista ja taitavaa. Ainoastaan sirkus E kertoi vastauksessaan, ettei tavoittele tietynlaista mielikuvaa toiminnastaan. Sirkus B kertoo tavoittelevansa imagossaan että nykysirkus on kiinnostavaa, kiehtovaa ja sillä on monia muotoja.

Vaikka perinteisistä medioista sirkuksen visuaalisuus ja liikekeskeisyys tulevat parhaiten esille televisiomainonnassa, markkinointi kannattaa kohdistaa radioon ja printtimediaan, sillä yhtenä tärkeänä kohderyhmänä ovat matkailijat ja kesäasukkaat, jotka tavoittaa televisiomainontaa paremmin radiolla. Lisäksi kesällä ihmiset viettävät enemmän aikaa ulkona, jolloin radio voi olla taustalla soimassa tai lehti luettavana toisin kuin televisio. Radiossa ja printtimediassa pyrityn mielikuvan luominen on mietittävä tarkkaan, sillä niissä sirkuksen ominaiset piirteet eivät pääse yhtä helposti oikeuksiinsa. Radiossa tunnelmaa voidaan luoda musiikilla ja tunteisiin vetoavalla mainospuheella. Printtimediassa visuaalisuus on tärkeässä roolissa mielikuvan luomisessa. Mainonnassa ei saa kuitenkaan unohtaa informatiivisuutta. Markkinoinnin on vastattava asiakkaalle perinteisiin uutiskysymyksiin tapahtumaan liittyen: kuka, mitä, missä, milloin, miten sekä mistä hakea lisätietoa.



ArtTeatron omat kotisivut ovat tärkeä informaation lähde, josta tulee löytyä kaikkein monipuolisimmin tieto sirkusstudion palveluihin liittyen. Matkailun edistämisen kannalta myös reitit Kustaviin on hyvä opastaa kotisivuilla. Visuaalisuudella on myös internetissä tapahtuvassa markkinoinnissa tärkeä rooli. Sirkussanas-tossa on paljon lainasanoja ja esimerkiksi Aerial Dream Gymin liittyvä ilma-akrobatian sanasto voi olla vaikeasti ymmärrettävää. Sen vuoksi yrityksen koti-sivujen ja sosiaalisen median sivuilla tapahtuvassa markkinoinnissa olisi hyvä myös käyttää kuva- ja videomateriaalia tukemassa markkinoinnin viestiä.

Sosiaalinen media on tärkeä keino tavoittaa etenkin nuoria ja aikuisia, joten se soveltuu sirkuksen markkinointikanavaksi hyvin. Sosiaalisen median markki-noinnissa kaksisuuntaisuus on erityisen tärkeää. Sen vuoksi tärkeää on käydä keskustelua asiakkaiden kanssa ja esimerkiksi heidän viesteihin ja palautteisiin. Lisäksi sosiaalisessa mediassa voidaan hyödyntää asiakkaiden antamia palaut-teita uudelleen julkaisemalla ne ArtTeatron omilla sosiaalisen median sivuilla, jolloin ne toimivat myös referenssinä yrityksen palveluista.

Kustavin asukkaista on ruotsinkielisiä 1 prosentti, jonka lisäksi Kustavista on lauttayhteys myös ruotsinkieliseen Brändöön (Väestörekisterikeskus 2012). Tämän lisäksi Varsinais-Suomen ruotsinkieliset alueet sekä paljon liikennöity Ruotsi Tukholma väli lisäävät kaksikielisyyden tarvetta. Markkinointiin voi lisäksi ottaa käyttöön englanninkielen. Mielestäni sen tarve on kuitenkin huomattavasti pienempi, sillä Saariston Rengastie tavoittaa enemmän kotimaisia matkailijoita. (Väestörekisterikeskus 2012.)

Positiivinen mediakuva on myös tärkeää asiakkaille. Sirkusstudion markkinoin-nissa tiedotteet, jotka nostavat uutiskynnyksen tuottavat asiakkaalle varsinaista mainontaa luotettavamman kuvan. Tiedotteiden sisällössä uutiskynnyksen voi-vat nostaa esimerkiksi alueellisesti ja ajankohtaisesti tärkeä toiminta. Jokaisella medialla on kuitenkin omanlaisensa julkaisutyylit, joten sama tiedote ei nosta kaikkien medioiden uutiskynnystä vaan tiedottajan kirjoittaja joutuu onnistuak-seen pohtimaan myös, mitä asioita media yleensä julkaisee ja miten oman tie-dotteen sisällön saisi yhdistettyä siihen. Sirkukset näkivät myös matkailunedis-tämisen kannalta potentiaalisena yleisönä sirkuksen harrastajat ja muut sirkuk-sesta kiinnostuneet. Tämän vuoksi tiedotteita kannattaa myös lähettää alan sir-

kusalaan liittyviin medioihin, jolloin myös sisältö helpommin ylittää uutiskynnyksen.

Matkailun edistämisen kannalta on hyvä tiedostaa, että vaikei kulttuuritarjonta ole matkustamisen ensisijainen motiivi niin usein matkoilla kulutetaan kulttuuria. Suomeen saapuneista turisteista noin 35 prosenttia kävi ainakin yhdessä kulttuurikohteessa tai –tapahtumassa vuonna 2010 toteutetun Tilastokeskuksen ja Matkailun edistämiskeskuksen Rajahaastattelu-tutkimuksen mukaan (OKM 2013, 7). Turistien kulttuurin kulutus liittyy etenkin museoihin, näyttelyihin sekä kulttuuriperintö- ja arkkitehtuurikohteisiin. (OKM 2013, 7.) Matkailun edistämiseen liittyen mainonnassa voidaankin hyödyntää Kustavin ja sirkusstudion yhteistä tarinaa, jolloin tuodaan esiin paitsi sirkusstudio myös saariston ainutlaatuisuus asiakkaille.

Saariston Rengastieltä matkailijoiden tavoittaa parhaiten ristiin markkinoinnilla matkailualan toimijoiden kanssa sekä kulttuuripalvelujen tarjoajien kanssa. Ristiin markkinointi voi tapahtua esimerkiksi tarjoamalla printtimateriaalia yhteistyökumppaneiden toimipaikoissa sekä näkyvyydellä heidän verkkosivuillaan. Näkyvyys Kustavissa sekä Vakka-Suomen suurissa tapahtumissa on tärkeää. Markkinointia voidaan tehdä näihin kuntiin jakamalla printtimateriaalia kirjastoihin, kahviloihin, lapsille ja nuorille suunnattuihin elämyspuistoihin sekä ulkomainonnalla. Tärkeitä kiintopisteitä markkinoinnissa ovat Kustavin lisäksi Vakka-Suomen keskus Uusikaupunki ja sen vierassatama sekä Turku ja TurkuTouring. Lisäksi Kustavin kunnan kesäasukaskirje on tärkeä markkinoinnin kannalta, sillä se lähetetään kaikille kesäasukkaille. ArtTeatro on ulkoistanut sirkusesityksen myynnin Tiketille, jonka kautta palvelu saa myös näkyvyyttä.

Uudenmaan harrastajaryhmä Teatteri Lentävä Lokki (myöhemmin Lentävä Lokki) kertoo tavoittavansa asiakkaita pääosin Vakka-Suomen, Turun ja Rauman seudulta sekä Loimaalta. 30 vuotta toimineen kesäteatterin tunnettavuus ja toistuvuus olivat tärkeitä keinoja tavoittaa asiakkaat. Lentävän Lokin markkinoinnin kerrottiin olevan vähäistä eli joitakin julisteita teatterin seinässä sekä paikallisten markettien ilmoitustauluilla sekä kirjastojen ja kahviloiden ovissa. Lisäksi teatteriryhmä mainosti paikallisessa mediassa jonkun verran. Markkinoinnin vähyydestä huolimatta kesäteatteri saavutti tavoitellut kävijämäärät ja lähes kaikki

kesän esitykset olivat loppuunmyytyjä. Harrastajaryhmällä oli yhteensä 10 esitystä sata paikkaisessa katsomossa kesäsesongin 2014 aikana. Harrastajaryhmän mukaan teatteri vetoaa yleisöön laadun ja valtavirrasta poikkeavan ohjelmiston avulla. Lisäksi teatterin idyllinen sijainti meren rannalla oli yksi teatterin vahvuus, jota myös markkinoinnissa tuotiin esille.

Kesäteatteritoimintansa kesällä 2014 lanseerannut Teatteri Polte kertoi esityksiensä tavoittaneen asiakkaita Turusta ja sen lähiseudulta. Kesäteatterin markkinointi kattoi printtimateriaalin, sosiaalisen median sekä yhdistyksen kotisivut. Printtimateriaalia jaettiin päivittäistavaraliikkeisiin, kerrostalojen ilmoitustauluille, lasten- ja nuorten suosimiin toimintakeskuksiin (mm. seikkailupuisto) sekä päiväkoteihin. Kesäteatterin odotukset kävijämääristä eivät toteutuneet. Syyksi teatterinjohtaja Eetu Mendolin pitää sitä, ettei markkinointi ollut riittävän tehokasta, jonka vuoksi yleisö ei tiennyt että Kakolanmäellä olisi teatteri toimintaa jälleen viiden vuoden tauon jälkeen. Mendolinin mukaan kesäteatteri olisi voinut tehostaa markkinointia esimerkiksi promootiokeikoilla. Lisäksi ulkoilmateatteriin vaikuttivat oleellisesti sääolosuhteet erityisesti alku kesän kylmät ja sateiset ilmat. Kesäteatteriesitys tavoitti 239 katsojaa 13 esityksessä eli vajaa 20 jokaista esitystä kohti.

Kyselyiden perusteella sirkukset kokivat pääasialliseksi yleisökseen etenkin lapset, nuoret ja perheet sekä sirkuksen harrastajat. Teatterin asiakas on puolestaan naisvaltaista ja suurin asiakasryhmä on keski-ikäiset 45-64-vuotiaat (SVT 2011). Varietee-teatteri Cirque Draculassa onnistuttiin yhdistämään sirkus- ja teatteritaiteen yleisö ja saavuttamaan keskimäärin yli kaksisataa katsojaa yhteen näytökseen (ArtTeatro 2015). Cirque Draculan asiakaskunta tavoittikin monipuolisesti kaikki eri-ikäryhmät ja esimerkiksi kokonaisia perheitä saapui katsomaan esitystä. Varietee-esityksissä erilliset sirkusnumerot punottiin yhteen teatteri-ilmaisun ja yhtenäisen tarinan avulla. Tarinalla oli myös tärkeä rooli esityksen markkinoinnissa kuten teattereillakin. Sirkusstudion esityksessä voitaisiin myös hyödyntää tarinankäyttöä sirkustaiteen ohella, jotta esitykset saavuttaisivat paremmin myös aikuisia. Tarinan avulla sirkusesityksen toistuessa useana vuonna saadaan myös tuotua esille se että esitys on erilainen joka vuosi. Mikäli esitykseen ei sisälly varsinaista tarinaa voidaan esitystä personoida sen teemoihin, rooleihin, esitystekniikkaan ja esiintyjiin liittyen.

Sirkusstudion palveluita ovat kesällä 2015 sirkusesityksen ja Aerial Dream Gymin lisäksi sirkusleiri ja sirkusopetus eri-ikäisille kohderyhmille. Nämä tuotteet yhdistää markkinoinnissa Pauliina Räsäsen luoma Saariston sirkusfestivaali – konsepti. Palveluiden yhteinen markkinointi on kustannuksiltaan edullisempaa kuin jokaisen palvelun markkinointi erikseen. Yhdistetty markkinointi luo kuitenkin tarvetta esitellä eri palvelut markkinointimateriaaleissa hyvin tiivistetysti. Esimerkiksi kuvamateriaalille on rajattu tila, joten kuvamateriaalin pitää täsmen-tää samalla kaikkien muidenkin tuotteiden haluttua imagoa. Sirkuksen ja Kustavin tarinan voi liittää myös Saariston sirkus-teemaan. Sillä kaikilla toiminnoilla on yhteistä sirkus ja tapahtumapaikka Kustavin sirkusstudio.

## 7 JOHTOPÄÄTELMÄT

Sirkusstudion ydintuotteet ovat molemmat sirkusalan palveluita, jotka kuitenkin poikkeavat toisistaan merkittävästi. Aerial Cirque Dream tarjoaa yleisölleen kuntoilulajin joka tarjoaa kokonaisvaltaista kuntoilua, harjoittaa kehonhallintaa sekä antaa mahdollisuuden kokeilla ilma-akrobatiaa sirkusalan huipun valmennuksessa. Aerial Dream Gymin markkinoinnin on tarkoitus herättää mielikuva lentämisestä. Palvelun kohderyhmänä ovat yli 16-vuotiaat naiset, jotka asuvat Kustavissa tai sen lähikunnissa tai ovat Kustavin kesäasukkaita.

Sirkusesitys tarjoaa koko perheelle elämyksiä kansainvälisen sirkuksen maailmasta. Sirkusesitystä markkinoidaan lisäksi esityksen teeman tai tarinan mukaan, jotta sirkusesitys kertoo myös yleisölle uusiutuvansa vuosittain. Kyseinen seikka on tärkeää jotta sirkusesitys tavoittaa tulevina vuosina myös samat asiakkaat uusien lisäksi. Tämä onkin elintärkeää palveluille, jotka tarjotaan pienessä kunnassa. Sirkusesityksen kohderyhmä koostuu lapsista, nuorista ja perheistä. Kustavilaisten, kunnan kesäasukkaisen sekä lähikuntien asukkaiden lisäksi sirkusesityksen kohderyhmään kuuluvat Saariston Rengastien matkailijat sekä sirkusharrastajat ja alasta muuten kiinnostuneet.

Sirkusstudion markkinointi perinteisessä mediassa koostuu radio ja printtimediasta, sillä ne tavoittavat parhaiten kustavilaisten lisäksi myös matkailijat ja Kustavin kesäasukkaat. Perinteisessä mediassa markkinointi tavoittaa koko Varsinais-Suomen alueen. Lisäksi markkinointi koostuu sosiaalisesta mediasta, Art-Teatron kotisivuista, ristiin markkinoinnista sekä printtimarkkinoinnista. Kotisivujen markkinoinnissa tekstin, kuvien ja videon antama informatiivisuus ja positiivinen mielikuva ovat tärkeää. Sosiaalisessa mediassa markkinointi pyrkii erityisesti kaksisuuntaisuuteen. Markkinointia toteutetaan kaksikielisesti, sillä Kustavista on lauttayhteys Ahvenanmaalle ja lisäksi Varsinais-Suomessa ruotsinkielisiä kuntia ja paljon liikennöidyt yhteydet Tukholmaan.

Sirkusstudion tuotteita markkinoidaan yhteisellä Saariston sirkus-konseptilla, jonka palveluita ovat sirkusesitys, sirkusopetus sekä naisille suunnattu sirkuskuntoilumuoto Aerial Cirque Dream. Konseptia markkinoidaan saaristoa ja sirkusta yhdistävällä tarinalla. Tarinan avulla palvelu on tarkoitus antaa asiakkaalle lisää

hyötyä ja edistää myös matkailua. Tarinan avulla pyritään pienentämään asiakkaan riskiä ja kynnystä lähteä Kustaviin, koska itse matka Kustaviin on yksi osa sirkusstudion elämystä.

## LÄHTEET

- Aaltola, Juhani & Valli, Raine (toim.) 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Jyväskylä: PS-Kustannus.
- Aaltola, Juhani & Valli, Raine (toim.) 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Jyväskylä: PS-Kustannus.
- Hakala, Juha T. 2004. Opinnäytetyöopas ammattikorkeakouluille. Helsinki: Gaudeamus.
- Hakkarainen, Kai & Lonka, Kirsti & Lipponen, Lasse 2001. Tutkiva oppiminen. Älykkään toiminnan rajat ja niiden ylittäminen. Helsinki: WSOY.
- Hakkarainen, Kai & Lonka, Kirsti & Lipponen, Lasse 2004. Tutkiva oppiminen: järki, tunteet ja kulttuuri oppimisen sytyttäjinä. Helsinki: WSOY.
- Heikkinen, Hannu & Huttunen, Rauno & Moilanen, Pentti (toim.) 1999. Siinä tutkija missä tekijä: Toimintatutkimuksen piirteitä ja näkökulmia. Jyväskylä: Atena.
- Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2008. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Hokkinen, Lauri 2014. Abonisos. Viitattu 4.3.2015  
<http://www.saaristonrengastie.fi/>
- Jelkänen, Jenni 2013. Kestävän kehityksen opinnäytetyö. Turun ammattikorkeakoulu. Kestävä matkailu Kustavissa matkailijoiden silmin. Viitattu 29.4.2015.  
[http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/63016/Jelkanen\\_Jenni.pdf?sequence=1](http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/63016/Jelkanen_Jenni.pdf?sequence=1)
- Jokinen, Pertti & Hietala, Risto 2007. Määrällisiä tarinoita. Monimuuttujamenetelmien käyttö ja tulkinta. Helsinki: WSOY.
- Kananen, Jorma 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä. Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kinnunen, Merja & Löytty, Olli (toim.) 2002. Tieteellinen kirjoittaminen. Tampere: Vastapaino.
- Kniivilä, Sonja & Lindblom-Ylänne, Sari & Mäntynen, Anne 2007. Tiede ja teksti. Tehoa ja taitoa tutkielman kirjoittamiseen. Helsinki: WSOY.
- Kotila, Hannu & Mutanen, Arto 2004. Tutkiva ja kehittävä ammattikorkeakoulu. Helsinki: Edita.
- Kuula, Arja 2006. Tutkimusetiikka. Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. Tampere: Vastapaino.
- Kustavin kunta 2011. Matkailustrategia 2012-2016. Viitattu 29.4.2015.
- Kustavin kunta 2015. Historia. Viitattu 29.4.2015  
<http://www.kustavi.fi/index.html?n=22232&Historia>  
<http://www.kustavi.fi/index.html?n=21478&Kustavin+kunnan+matkailustrategia>

- Laine, Markus & Bamberg, Jarkko & Jokinen, Pekka 2007. Tapaustutkimuksen taito. Helsinki: Gaudeamus.
- Miettinen, Satu 2011. Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.
- Nummenmaa, Lauri 2004. Käyttäytymistieteiden tilastolliset menetelmät. Helsinki: Tammi.
- Opetus- ja kulttuuriministeriö 2013. Matkailun ja kulttuurin syke. Kulttuurin matkailullinen tuotteistamisen –toimintaohjelma 2009-2013 loppuraportti. ISSN 1799-0351 Viitattu 30.4.2015.  
<http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2013/liitteet/OKM6.pdf?lang=fi>
- Opinnäytetyön laadun tekijät ammattikorkeakouluissa. Suosituksia opinnäytetyötä ohjaaville 2006. Oulu: Oulun seudun ammattikorkeakoulu ja opetusministeriö. Viitattu 12.3.2015.  
[http://www.oamk.fi/opinnaytehanke/docs/paatos/opinnaytetyon\\_laadun\\_tekijat.pdf](http://www.oamk.fi/opinnaytehanke/docs/paatos/opinnaytetyon_laadun_tekijat.pdf).
- Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2010. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Porvoo: WSOY.
- Paraisten kaupunki. Saariston rengastie.  
<http://www.saaristo.org/index.php?page=157> Viitattu 4.3.2015
- Parantainen, Jari 2010. Rakenna palvelusta tuote 10 päivässä. Tuotteistaminen. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.
- Purovaara, Tomi 2005. Nykysirkus. Aarteita, avaimia ja arvoituksia. Helsinki. Like. Rengastien Saaristo 2015. Kustavi. DigitalPark.  
<http://www.rengastie.fi/saaret/kustavi/index.html> Viitattu 4.3.2015)
- Rengastien Saaristo 2015. Kartta. DigitalPark.  
<http://www.rengastie.fi/kartta/index.html> Viitattu 4.3.2015.
- Rengastien Saaristo 2015. Skärgården Runt auto- ja pyöräilyreitit  
[http://rengastie.fi/pyorareitit/skargarden\\_runt\\_main.html](http://rengastie.fi/pyorareitit/skargarden_runt_main.html) Viitattu 4.3.2015
- Sipilä, Jorma 1995. Asiantuntijapalvelujen tuotteistaminen. Porvoo: WSOY.
- Suomen kuntaliitto 2015. Yleistietoja kunnittain. Viitattu 30.4.2015.  
[http://www.kunnat.net/fi/tietopankit/tilastot/yleistilastoja\\_kunnittain/Sivut/default.aspx](http://www.kunnat.net/fi/tietopankit/tilastot/yleistilastoja_kunnittain/Sivut/default.aspx)
- Suomen virallinen tilasto (SVT): Ajankäyttötutkimus [verkkojulkaisu].
- Kulttuuri- ja liikuntaharrastukset 1981 - 2009 2009, 2. Kulttuuritilaisuudet . Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu: 8.3.2015.  
[http://www.stat.fi/til/akay/2009/03/akay\\_2009\\_03\\_2011-05-17\\_kat\\_002\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/akay/2009/03/akay_2009_03_2011-05-17_kat_002_fi.html)
- Syrjäläinen, Eija & Eronen, Ari & Värri, Veli-Matti (toim.) 2007. Avauksia laadullisen tutkimuksen analyysiin. Tampere: Tampere University Press.
- Tekes 2015. Mitä hyötyjä palveluliiketoiminnan kehittäminen tuo sinulle ja asiakkaallesi? <http://www.palveluliiketoiminta.fi/miksi/> Viitattu 4.3.2015
- Tuulaniemi, Juha 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.
- Tietosuojavalettuun toimisto 2004. Hyvä tietää. Opinnäytetyöt ja tietosuoja. 2/2004. Viitattu 12.3.2015.



Tilastokeskus 2015. Suomen virallinen tilasto (SVT). Väestörakenne 2015. Edita Publishing Oy. [http://www.stat.fi/til/vaerak/2014/vaerak\\_2014\\_2015-03-27\\_fi.pdf](http://www.stat.fi/til/vaerak/2014/vaerak_2014_2015-03-27_fi.pdf) Viitattu 28.4.2015.

<http://www.tietosuoja.fi/27595.htm>.

Turku Touring 2014, Lehdistötiedote. Matkailun Oskari 2013 -palkinto Kustaville. Viitattu 29.4.2015

[http://www.visitturku.fi/sites/default/files/turkutouring/oskari2013\\_tiedote.pdf](http://www.visitturku.fi/sites/default/files/turkutouring/oskari2013_tiedote.pdf)

Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2002. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausten käsitteleminen. Helsinki: Tutkimuseettinen neuvottelukunta. Viitattu 12.3.2015.

<http://www.tenk.fi/JulkaisutjaOhjeet/htkfi.pdf>.

Valtiovarainministeriö 2012. Elinvoimainen kunta- ja palvelurakenne. Kunnallishallinnon rakennetyöryhmän selvitys 2012. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy. Viitattu 28.4.2015.

[http://www.2014.vm.fi/vm/fi/04\\_julkaisut\\_ja\\_asiakirjat/01\\_julkaisut/03\\_kunnat/20120206Elinvo/002\\_Osa\\_II\\_Alueellinen\\_tarkastelu\\_NETTI.pdf](http://www.2014.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/03_kunnat/20120206Elinvo/002_Osa_II_Alueellinen_tarkastelu_NETTI.pdf)

Varsinais-Suomen liitto 2010. Vakka-Suomen seutu ja matkailu. Viitattu 4.3.2015.

<http://www.varsinais-suomi.fi/fi/maakunta/matkailu/54-maakunta/seutukunnat/508-vakka-suomen-seutu-ja-matkailu>.

Varsinais-Suomen Sairaanhoidopiiri 2014. Vakka-Suomen alueen kunnat. Väestön ikärakenne ja sairastavuustiedot.

[http://www.vsshp.fi/fi/sairaanhoitopiiri/talous-ja-toimintaluvut/kuntaneuvottelut/Documents/2014/Vakka\\_Suomi\\_alue\\_kunnat.pdf](http://www.vsshp.fi/fi/sairaanhoitopiiri/talous-ja-toimintaluvut/kuntaneuvottelut/Documents/2014/Vakka_Suomi_alue_kunnat.pdf)

Vilka, Hanna & Airaksinen, Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

Vilka, Hanna 2007. Tutki ja kehitä. Helsinki: Tammi.

Åstrand, Riikka 2010. Sirkusalan ammatillinen koulutus ja työelämä. Taiteen keskustoimikunta. Helsinki.

## LIITTEET

### Saariston sirkus –kysely

#### Taustatiedot:

Vastaaja:

Organisaatio:

Vastaajan asema:

#### Kustavin matkailu:

1. Mielikuvani Kustavista matkailukohteena?
2. Mitä toivoisit kehitettävän Kustavin matkailun saralla?
3. Millaista toimintaa kaipaisit lisää (sirkuksen ja matkailun edistämiseen liittyen) Kustaviin kesäsesonkina 2015?
4. Millaista toimintaa kaipaisit lisää (sirkuksen ja matkailun edistämiseen liittyen) kesäsesongin ulkopuolella?
5. Millaisia asioita Kustavista ja saariston alueesta pitäisi mielestäsi painottaa markkinoinnissa?

#### Sirkus- ja varieteetaide

ArtTeatro on vuonna 2008 perustettu kustavilainen perheyritys. Yritys on erikoistunut korkeatasoisten sirkus ja varietee-esitysten tuottamiseen ja luomiseen. ArtTeatron esitysten kirjoon kuuluvat muun muassa notkeusakrobatia, jongleeraus jättikuutioilla sekä esteettinen pari- ja ilma-akrobatia. Yrityksen esitykset ovat todellisia showstoppereita, jotka koskettavat ja tarjoavat viihde-elämyksiä. Yrityksen varietee-esityksissä yhdistyvät teatteritaiteen tarinankeronta ja ilmaisu yhdistettynä huippuunsa hiottuun sirkustekniikkaan ja livemuusiikkiin.

1. Millaisena näet sirkuksen ja varieteen vetovoiman Kustavin matkailun kannalta?

2. Millaisena näet sirkus- ja varieteetaiteen kohdeyleisön ja sen maantieteellisen kanta-  
vuusalueen Kustavista?
  
3. Miten tämä kohdeyleisö vastaa (kysymyksen 2 vastaus) edustamanne organisaationne  
omaa kohdeyleisöä?
  
4. Millaisia asioita pitäisi mielestänne korostaa sirkusta ja matkailua yhdistävän hankkeen  
markkinoinnissa?

Miten seuraavat ArtTeatron palvelut sopivat mielestänne edistämään Kustaviin  
suuntautuvaa matkailua kesäsesonkina 2015?

1. Sirkusesitykset
  
2. Varietee-esitykset
  
3. Sirkustapahtumat kuten koko perheen toiminnalliset elämys- ja teemapäivät
  
4. Sirkus yhdistettynä johonkin muuhun Kustavin tapahtuma-/palvelutarjontaan, mi-  
hin

ArtTeatro toteuttaa kesällä 2015 matkailua ja sirkusta yhdistävän hankkeen  
Kustaviin. Olisiko organisaationne kiinnostunut kuulemaan lisää yhteistyöstä?  
(Vastaukseksi riittää kyllä/ei. Halutessanne voitte täsmentää vastausta myös  
muulla tavoin)

1. Yhteistyössä ArtTeatron kanssa organisoivana tahona
  
2. Esim. sirkus-/varietee-esityksen tilaajana osaksi omaa palveluanne

3. Ravintolapalvelun tarjoajana tapahtumiin
4. Majoituspalvelun tarjoajana tapahtumiin
5. Markkinointiyhteistyö
6. Yhteistyö kuljetuspalvelun palvelun organisoimisessa
7. Myyntipisteen ostajana tapahtumaan
8. Yhteistyöhön muulla tavoin, miten?

Millaiset ryhmäkoot olisivat teille sopivimmat yhteistyönä toteutettuihin tilauspalveluihin kuten yrityksien virkistymispäivät, miksi? (Ryhmän koko vähintään ja enintään)

Kiitos vastauksista!

Lopuksi pyytäisin Teitä vielä vastaamaan kyselyn anonymiteettiin liittyen:  
Saako taustatietojanne mainita opinnäytetyössä tutkimustuloksia käsiteltäessä?  
(Jos vastaatte kieltävästi, vastauksianne käsitellään ainoastaan anonymisti)

## Saariston sirkus: sirkus matkailun edistäjänä -kysely

### Taustatiedot:

Vastaaja:

Organisaatio:

Vastaajan asema:

### Organisaatiostanne

1. Mikä on toimintanne perusajatus?
2. Mikä on toimintanne kohderyhmä?
3. Miltä alueilta organisaatio tavoittaa asiakkaita?
4. Kuinka paljon teillä on arviolta asiakkaita vuodessa?
5. Mitä kanavia pitkin markkinointinne tapahtuu?
6. Millaista imagoa tavoittelette toimintanne ja markkinointinne kautta?
7. Oletteko saaneet toimintaanne apurahoja tai valtionosuutta, mitä?

### Sirkustuotteet ja palvelut

1. Mitä palveluja teillä on omassa toimitilassanne?
2. Mitä palveluja teette tilaustöinä / muissa tiloissa?
3. Onko teillä joitain lisäpalveluita näiden lisäksi, mitä?

4. Mitkä ovat liiketalouden kannalta viisi suurinta palvelualue/tuotettanne? (1 suurin, 5 viidenneksi suurin)
  
5. Oletteko huomanneet tuotteissanne kysynnän vaihteluita esimerkiksi eri vuodenaikoina, millä tuotteilla ja millä tavoin? (esimerkiksi sirkussynttäreiden kysyntä laskee kesäisin)

### **Sirkus, varietee ja matkailun edistäminen**

ArtTeatro on vuonna 2008 perustettu kustavilainen perheyritys. Yritys on erikoistunut korkeatasoisten sirkus ja varietee-esitysten tuottamiseen ja luomiseen. ArtTeatron esitysten kirjoon kuuluvat muun muassa notkeusakrobatia, jongleeraus jättikuutioilla sekä esteettinen pari- ja ilma-akrobatia. Yrityksen esitykset ovat todellisia showstoppereita, jotka koskettavat ja tarjoavat viihde-elämyksiä. Yrityksen varietee-esityksissä yhdistyvät teatteritaiteen tarinankerronta ja ilmaisu yhdistettynä huippuunsa hiottuun sirkustekniikkaan ja livemuusiikkiin.

5. Millaisena näet sirkuksen ja varieteen vetovoiman matkailun kannalta?
  
6. Millaisena näet sirkus- ja varieteetaiteen kohdeyleisön ja sen maantieteellisen kantavuusalueen?

7. Millaisia asioita pitäisi mielestänne korostaa sirkusta ja matkailua yhdistävän hankkeen markkinoinnissa?

Miten seuraavat palvelut sopivat mielestänne edistämään matkailua?

5. Sirkusesitykset
6. Varietee-esitykset
7. Sirkustapahtumat kuten koko perheen toiminnalliset elämys- ja teemapäivät
8. Sirkus yhdistettynä muuhun tapahtuma- tai palvelutarjontaan, mihin

Teettekö yhteistyötä jonkun muun organisaation kanssa?

Jos kyllä, onko toisen organisaation rooli yhteistyössä?  
(Vastaukseksi riittää kyllä/ei. Halutessanne voitte täsmentää vastausta myös muulla tavoin)

9. Esityksen tai tapahtuman toinen organisoiva taho
10. Esim. sirkus- tai varietee-esityksen tilaaja osaksi omia palveluitaan
11. Ravintolapalvelun tarjoaja
12. Majoituspalvelun tarjoajana

13. Markkinointiyhteistyö
14. Kuljetuspalvelun palvelun organisoija
15. Tapahtuman myyntipisteen ostaja
16. Muu, mikä

Millaiset ryhmäkoot ovat teille sopivimmat tilauspalveluihin kuten yritysten virkistymispäivät, miksi? (Ryhmän koko vähintään ja enintään)

Kiitos vastauksista!

Lopuksi pyytäisin Teitä vielä vastaamaan kyselyn anonymiteettiin liittyen: Saako taustatietojanne kuten nimeänne käyttää vastauksien ohessa opinnäytetyössä tutkimustuloksia käsiteltäessä? (Jos vastaatte kieltävästi, vastauksianne käsitellään ainoastaan anonymisti)