

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailun koulutus

Heikki Kupiainen

ILOSAARIROCK-FESTIVAALIN MAJOITUKSEN  
ELÄMYKSELLISYYDEN KEHITTÄMINEN

Opinnäytetyö  
Lokakuu 2016



**OPINNÄYTETYÖ**  
**Lokakuu 2016**  
**Matkailun koulutusohjelma**

Tikkarinne 9  
80220 JOENSUU  
013 260 600

Tekijä(t)  
Heikki Kupiainen

Nimeke  
Ilosaarirock-festivaalin majoituksen elämyksellisyyden kehittäminen

Toimeksiantaja  
Joensuun Popmuusikot ry

**Tiivistelmä**

Opinnäytetyössäni selvitin Ilosaarirock-festivaalin elämyksellisyyden kehittämismahdollisuuksia majoituksen osalta. Selvitin, millaisia majoitusvaihtoehtoja on tarjolla 26 eurooppalaisella festivaalilla ja toteutin asiakaskyselyn Ilosaarirockin Snoozy-mobiilihotellien asiakkaille. Näiden lisäksi haastattelin festivaalin järjestäjiä majoitusmuotojen kehittämisestä ja uusien majoitusmuotojen tuomisesta osaksi festivaalia. Toimeksiantajana oli Joensuun Popmuusikot ry, ja toteutin työni tiiviissä yhteistyössä heidän kanssaan.


Opinnäytetyöni tärkeimpiä työmenetelmiä olivat teemahaastattelu ja asiakaskysely. Näiden lisäksi elämyskolmio ja siitä luotu elämyksellisyydestaulukko olivat tärkeitä työkaluja eurooppalaisten festivaalien majoituksen elämyksellisyyden tarkastelussa. Selvitystyön tuloksista koostin taulukon, josta nähdään selkeästi jokaisen festivaalin tiedot ja tarjonta. Käyttämälläni työmenetelmillä sain koostetuksi monipuolista tietoa, jonka avulla pystyin kattavasti pohtimaan elämyksellisyyden kehittämistä.

Pääasiallisena tuloksena on, että elämyksellisyyden kehittäminen on haasteellista: festivaaleilla on hyvä ottaa huomioon majoittujien erilaiset tarpeet sekä toteuttaa alueelle palvelut, jotka palvelisivat mahdollisimman suurta asiakasmäärää. Monipuolinen majoitustarjonta ja kattavat palvelut ovat jatkossa tärkeitä asioita festivaalin majoitustarjonnassa.

Kieli  
suomi

Sivuja 40  
Liitteet 4  
Liitesivumäärä 6

Asiasanat  
elämyksellisyys, majoitus, kehitystyö

 <b>Karelia</b> UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES	<b>THESIS</b> <b>October 2016</b> <b>Degree programme in Tourism</b>  Tikkarinne 9 80220 JOENSUU FINLAND 013 260 600	
Author (s) Heikki Kupiainen		
Title The Developing the Experiences in the Accommodation of Ilosaarirock-Festival  Commissioned by Joensuun Popmuusikot ry		
Abstract  <p>The main target of this thesis was to find out how to develop customers' experiences in the accommodation of Ilosaarirock-festival. The target was to find out what kind of accommodation selection there is in 26 European music festivals and make an inquiry for the customers of Snoozy -mobile hotels. One main point of the thesis was also to interview the festival organizer and make a research of how to develop and bring new accommodation possibilities to Ilosaarirock. The thesis was made in collaboration with Joensuun Popmuusikot ry.</p> <p>The most important working practices were the theme interview and the inquiry. Experience triangle and experience table were important tools when observing the accommodation possibilities in the European music festivals. The results of the research were collected in the table where it is easy to see the information of the festival and its accommodation possibilities. These working practices gave diverse information about developing the customers' experiences in the accommodation of Ilosaarirock-festival.</p> <p>The main result of this thesis is that it is difficult to develop experiences. The customers' different needs should be taken into account at the festivals but there should still be services that fill every customer's needs. Diverse accommodation possibilities and services will be important things in the future of music festivals.</p>		
Language  Finnish	Pages 40  Appendices 4  Pages of Appendices 6	
Keywords  experience, accommodation, research		

# Sisältö

## Tiivistelmä

## Abstract

1	Johdanto .....	5
2	Ilosaarirock ja Joensuun Popmuusikot ry.....	6
2.1	Ilosaarirock .....	6
2.2	Joensuun Popmuusikot ry .....	7
3	Elämys ja elämyksellisyys.....	7
3.1	Elämys .....	7
3.2	Elämyksestä tuotteeksi .....	9
3.3	Elämyskolmio.....	11
4	Opinnäytetyön tausta ja tiedonhankintamenetelmät .....	12
4.1	Viitekehys .....	12
4.2	Tiedonhankinta .....	13
4.3	Haastattelu.....	14
4.4	Kysely .....	15
5	Selvitys eurooppalaisten festivaalien majoitustarjonnasta .....	16
5.1	Selvityksen tarkoitus ja työmenetelmät.....	16
5.2	Festivaalien majoitustarjonta .....	17
5.3	Festivaalien markkinointi ja myynti .....	20
5.4	Elämyksellisyyden arvioiminen .....	21
6	Ilosaarirockin majoitusmuodot .....	22
6.1	Majoituksen nykytila.....	22
6.2	Snoozy mobiilihotellit .....	23
7	Kysely Snoozy-mobiilihotellien käyttäjille .....	25
7.1	Kyselyn toteutus ja sisältö.....	25
7.2	Kyselyn luotettavuus ja hyödynnettävyys .....	25
7.3	Kyselyn tulokset.....	26
8	Majoitusmuotojen kehittäminen .....	30
8.1	Uusien majoitusmuotojen tuominen ja toteutus .....	30
8.2	Snoozy-mobiilihotellien jatkokehittäminen .....	33
8.3	Majoituksen elämyksellisyys .....	34
9	Pohdinta.....	37
9.1	Opinnäytetyön hyödynnettävyys .....	37
9.2	Opinnäytetyön toteutus ja tulokset.....	38

## Liitteet

Liite 1	Ote festivaalien majoitusvaihtoehtotaulukosta
Liite 2	Elämyksellisyydestä taulukko
Liite 3	Haastattelun sisältö
Liite 4	Kysely Snoozy-mobiilihotellien asiakkaille

## 1 Johdanto

Aurinkoinen kesäpäivä, lempiartistit esiintymässä festivaaleilla ja parhaat ystävät viettämässä yhteistä aikaa. Mikä olisikaan parempi vaihtoehto kruunata täydellinen festivaalipäivä kuin nauttimalla höyhensaaren antimista omassa sängyssä puhtaiden lakanoiden välissä keskellä festivaalihälinää? Aamulla voisi festivaali-kaupasta hakea tutut aamiaistarvikkeet ja valmistaa itse oma aamiainen sekä aloittaa valmistuminen tulevaan festivaalipäivään.

Tapahtuman, tässä tapauksessa festivaalin, tuottama elämyksellisyys riippuu monista asioista. Siihen vaikuttavat esimerkiksi tapahtumaympäristö, tarjolla olevat palvelut, esiintyjät ja muut festivaalikävijät. Tapahtuma tulee järjestää kaikkia sen osa-alueita huomioiden, jotta se tuottaisi kävijälleen mahdollisimman hyvän kokemuksen. Samalla on otettava huomioon elämyksen yksilöllisyys: samat asiat eivät tuota elämyksiä kaikille. Tässä opinnäytetyössä olen tutkinut Ilosaarirock-festivaalin majoituspalveluiden elämyksellisyyttä ja selvittänyt niiden jatkokehitysmahdollisuuksia.

Ilosaarirockin majoituksesta on Karelia ammattikorkeakoulussa tehty opinnäytteitä aiemminkin. Tero Taatinen pohti opinnäytetyössään festivaalin leirintäalueiden asiakkaiden tyytyväisyyttä saatavilla oleviin palveluihin (Taatinen 2009, 7) ja samalla linjalla jatkoi Sanja Laakkonen vuonna 2013 pohtiessaan vaihtoehtoja festivaalin majoituskapasiteetin lisäämiseen sekä kartoittaessaan majoituksen kehityskohtia (Laakkonen 2013, 6, 25). Omassa opinnäytetyössäni lähestyn majoitusta uudesta näkökulmasta tutkimalla sen tuottamia elämyksiä. Tällaista opinnäytetyötä ei ole aiemmin festivaalista tehty, joten onkin mielenkiintoista lähteä pohtimaan minkälaisia elämyksiä festivaalin majoituspalvelut kävijöilleen tuottavat, mitä elämyksen osa-alueita niissä ilmenee sekä miten elämyksiä olisi mahdollista kehittää paremmiksi.

## **2 Ilosaarirock ja Joensuun Popmuusikot ry**

### **2.1 Ilosaarirock**

Ilosaarirock on vuodesta 1971 asti järjestetty ikärajan ulkoilmafestivaali Joensuussa. Festivaali on saanut nimensä Joensuun keskustan läpi virtaavalla Pielisjoella sijaitsevasta Ilosaari-nimisestä saaresta, jonka maaperällä se järjestettiin aina 1990-luvun alkuun asti. Vuonna 1991 Ilosaarirock siirtyi Joensuun Laulurinteelle, jossa se nykyäänkin vuosittain järjestetään. (Joensuun Popmuusikot ry 2016b.)

Ilosaarirock on kasvanut 500 hengen ”rekkalavafestivaalista” kolmipäiväiseksi festivaaliksi, joka vetää vuosittain paikalle yli 50 000 kävijää. Heinäkuun puolessa välissä järjestettävä festivaali alkaa perjantaina Sulo- ja Töminä-klubeilla ja huipentuu pääpäivien, lauantain ja sunnuntain, viimeisinä esiintyviin pääesiintyjiin. Laulurinne on tapahtumapaikkana varmistanut Ilosaarirockin asemaa mahdollistaen suuret yleisömäärät ja suuret ulkomaalaiset esiintyjät. Tapahtuma onkin nautinnollista ja noussut yhdeksi suureksi tähdeksi suomalaisten suurten rock-festivaalien joukkoon. (Joensuun Popmuusikot ry 2016a.)

Ilosaarirockin tapahtuma-alue Laulurinteellä on suuri ja monipuolinen. Tapahtuman kävijöitä viihdyttävät kymmenet artistit yhteensä viidellä eri esiintymislavalla. Festivaalikävijöille on alueella tarjolla ruokakojujen monipuolinen valikoima, ja majoittumaan pääsee kahdella eri leirintäalueella, jotka sijaitsevat varsinaisen tapahtuma-alueen välittömässä läheisyydessä. Laulurinteelle pääsy on myös tehty helpoksi, ja paikalle pääsee jalan, pyörällä, autolla tai bussilla. (Joensuun Popmuusikot ry 2015a.)

Ilosaarirock tunnetaan sen hymyilevästä hengestä, hyvästä tunnelmasta ja aurinkopaisteesta sekä monipuolisesta musiikkitarjonnasta. Kolmipäiväinen tapahtuma järjestetään suurilta osin vapaaehtoisvoimin, ja se on yksi tapahtumaa pystyssä pitävistä tukipilareista. Ilosaarirockissa pyritään myös ottamaan huomioon ympäristö ja ekologiset arvot esimerkiksi kannustamalla kävijöitä siisteyteen ja

kierrätykseen sekä käyttämällä ympäristöystävällisesti tuotettua sähköä festivaalin tuottamisessa. Festivaalille on myönnetty useita tunnustuksia sen ympäristön hyväksi tekemästä työstä: esimerkiksi vuonna 2008 Ilosaarirockille myönnettiin Green'n'Clean-ympäristösertifikaatti. (Joensuun Popmuusikot ry 2015a; Joensuun Popmuusikot ry 2015b.)

## **2.2 Joensuun Popmuusikot ry**

Opinnäytetyöni toimeksiantajana toimi Joensuun Popmuusikot ry, joka on vetovastuussa koko Ilosaarirock-festivaalista. Vuonna 1971 perustetun elävän musiikin yhdistyksen päätehtävänä on edistää ja tukea popmusiikin harrastusta Joensuussa ja koko Pohjois-Karjalassa. Joensuun Popmuusikot ry, kansankielellä ”popparit”, on aktiivinen musiikkialan toimija: yhdistys järjestää konsertteja, klubeja ja muita tapahtumia kulttuurikeskus Karjalantalossa ja ravintola Kerubissa. Näiden lisäksi yhdistys on tunnettu myös sen muista festivaaleista, joita ovat Lehtiä Ilosaaressa ja Lunta Ilosaaressa sekä Rokumentti-elokuvafestivaali. Edellä mainittujen lisäksi yhdistys jakaa apurahoja bändeille ja musiikkitoimijoille kolmesti vuodessa. (Joensuun Popmuusikot ry 2016a.)

Joensuun Popmuusikot ry:tä johtaa ja toiminnasta on vastuussa toiminnanjohtaja Niina Hattunen sekä tällä hetkellä 13-jäseninen hallitus puheenjohtajanaan Paavo Raappana. Yhdistyksen toimisto sijaitsee Joensuun keskustassa ja yhdistyksen työntekijät pyörittävät yrityksen toimintaa toimistolta käsin. (Joensuun Popmuusikot ry 2016c.) Opinnäytetyöni ohjaavana henkilönä yhdistyksen puolesta toimi Ilosaarirockin vastaava tuottaja Petri Varis.

## **3 Elämys ja elämyksellisyys**

### **3.1 Elämys**

Elämys on käsitteenä laaja, ja sille löytyy monia määritelmiä. Elämys on sellainen kokemus tai tapahtuma, joka tekee kokijaansa voimakkaan vaikutuksen. Elämys

toteutuu sitä tuottavan tapahtuman ja henkilön mielen välisessä kanssakäymisessä, ja kun elämys syntyy, jättää se henkilölle positiivisen muistijäljen. Mielestäni tässä määritelmässä tulee esille elämyksen tärkeimmät asiat: sen myönteisyys ja voimakas vaikutus. Elämys on juuri sellainen positiivinen kokemus, joka on jäänyt mieleen ja jota voi muistella hyvillä mielin vielä vuosien päästä. (Pine, Gilmore, 2011. 17.) (Boxberg, Komppula. 2002. 28.)

Elämyksiä voi olla monenlaisia, ja se mikä yhdelle on elämys, on toiselle pelkäämistään kokemus. Elämykset ovatkin siis subjektiivisia eli yksilöllisiä. Esimerkiksi koskenlasku voi olla jollekin henkilölle kokonaisvaltainen elämys, mutta toinen henkilö ei välttämättä pitänytään kylmässä ja märässä kumilautassa istumisesta, joten tällöin tapahtuma jää hänelle vain kokemukseksi. Jotta tiettyä kokemusta voidaan pitää elämyksenä, on sen oltava kokonaisvaltainen ja monien sen osa-alueiden, kuten järjestelyiden ja henkilökunnan toiminnan, on oltava oikeanlaisia. Elämykset ovat siis myös tilannesidonnaisia. (Boxberg, Komppula. 2002. 28.)

Elämyksen tärkeimpiä piirteitä ovat subjektiivisuus, tilannesidonnaisuus ja ainutkertaisuus. Tapahtumanjärjestämisessä on hyvä ottaa huomioon sen asiakkaille tuottamat elämykset ja järjestää tapahtuma siten, että sen kaikki osa-alueet ovat mukana elämyksen rakentumisessa. Näitä osa-alueita ovat esimerkiksi tapahtuman ilmapiiri, tapahtuman rakennettu ympäristö ja muu ulosanti kokonaisuudessaan. (Lüthje, Tarssanen. 2013, 69.)

Elämyksellisyyttä voi tukea lisäpalveluilla, jotka tekevät kokonaisuudesta eheämmän ja paremmin asiakkaan tarpeita täyttävän. Varsinaista elämystä ei tapahtumanjärjestäjä voi asiakkaalle tuottaa, sillä elämys muodostuu pienistä asioista kokijan omassa mielessä. Järjestäjä voi kuitenkin luoda puitteet elämyksen syntymiselle: hyvin järjestetty tapahtuma on sellainen, joka on järjestetty vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa ja joka vetoaa asiakkaan aisteihin sekä mahdollisesti myös koskettaa henkisesti tasolla. (Lüthje & Tarssanen. 2013, 69.) (Lackman, Verhelä. 2003, 25.)



### 3.2 Elämyksestä tuotteeksi

Elämys on kaupallisesti tuotteistettu kokemus, joka maksaa asiakkaalleen ennalta määritellyn hinnan mutta vastapainoksi tuottaa hänelle iloa sekä draamallisen, teemallisen ja koskettavan kokemuksen, joka on parhaassa tapauksessa ikimuistoinen. Ostaessaan elämystuotetta tai -palvelua asiakas maksaa siitä, että hän pääsee mukaan johonkin mukaansatempaavaan ja mieleenpainuvaan kokemukseen. Elämystaloudesta puhuttaessa maksamme siitä, että joku järjestää meille elämyksiä tuottavaa ajanvietettä. (Lüthje & Tarssanen. 2013. 68.) (Pine, Gilmore, 2011. 3-7.)

Lüthje ja Tarssanen esittävät artikkelissaan (2013, 68) Pinen ja Gilmoren (2011, 123-143) alkuperää olevia keinoja siihen, miten elämyksiä voidaan tuotteistaa, eli mikä palvelusta tekee elämyksen. Näitä keinoja ovat esimerkiksi massaräätälöinti, kokemuksen rikastaminen ja teemoittelu. Edellä mainittuja keinoja käyttämällä palvelusta saadaan asiakkaaseen vetoava ja eheä kokonaisuus, joka tuottaa elämyksiä.

Kokemuksen rikastamisella tarkoitetaan sitä, että kokemus suunnitellaan mukaansatempaavaksi ja viihdyttäväksi. Esimerkiksi musiikkifestivaali on mukaansatempaava, kun siellä on hyvä esiintyjä ja hyvät oheispalvelut. Kokemus on kuitenkin yksilöllinen, eivätkä kaikki välttämättä pidä samasta esiintyjästä tai syö samanlaista voileipää tapahtuma-alueen kioskista. Tällöin tarvitaan massaräätälöintiä, jolloin yritetään palvella asiakkaita samaan aikaan tehokkaasti ja yksilöllisesti. Massaräätälöinnin avulla festivaalista tulee mahdollisimman montaa asiakasta viihdyttävä, ja tapahtuma saa asiakkaan nauttimaan ympäristöstään sekä mahdollisesti myös pakenemaan todellisuutta. (Lüthje & Tarssanen. 2013. 68.) (Pine, Gilmore, 2011, 123-143)

Teemoittelu on myös tärkeä keino elämyksen tuotteistamisessa ja erilaisia teemoja on helppo tuoda myös festivaaleille. Koko festivaalin ajan teemana on musiikki ja hauskanpito, ja erilaisia teemoja voi tuoda myös festivaalien majoitusalueille. Teeman avulla voi toteuttaa mieleenpainuvan ympäristön, jolloin festivaalikävijä pääsee arjesta eroavaan todellisuuteen. Tällaisia teemoiteltuja

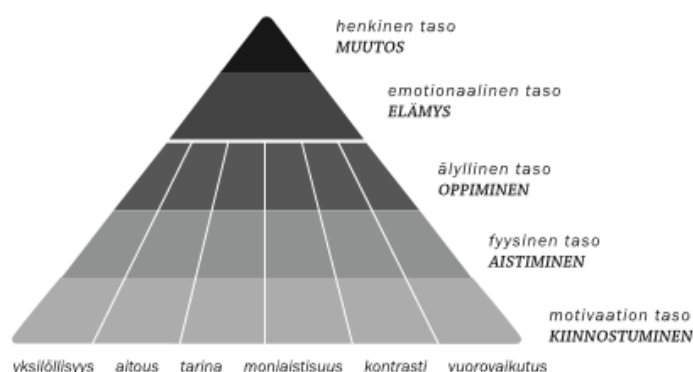
majoitusmuotoja on olemassa muuallakin kuin festivaaleilla. Esimerkiksi Rantasalmella toimiva Hotel & Spa Resort Järvisydän tarjoaa Elämyshotellissaan asiakkaille hotellihuoneita, joissa kattavana teemana on suomalaisia perinteitä kunnioittava kestiekievarityyli. Huoneiden materiaalit ovat luonnonläheisiä ja kotimaisia ja pienet yksityiskohdatkin tukevat hotellihuoneiden teemaa. Teemoittelulla saadaan aikaan kokonaisvaltainen elämys, joka vie asiakkaan arjesta erottuvaan todellisuuteen. (Lüthje, M. & Tarssanen, S. 2013. 68.)

Tapahtuman elämyksellisyyteen voisi mielestäni joiltain osin soveltaa unkarilaisen psykologin, Mihaly Csikszentmihalyin, muodostamaa flow-käsitettä, josta Lüthje ja Tarssanen kertovat artikkelissaan Matkailuelämysten tuottaminen ja kuluttaminen (2013, 62). Csikszentmihalyin mukaan flow on tila, jossa ihmisten todellisuuden käsitys häviää heidän ollessaan erittäin keskittyneitä johonkin tekemiseen, ja tämä kokemus itsessään tuottaa heille nautintoa. Flow-käsitteen voisi mielestäni hyvin ottaa näkökulmaksi myös tapahtumaa järjestäessä: yritettäisiin tuottaa sellainen tapahtuma, joka ”vetää” osallistujansa niin voimakkaasti mukaansa, että he pääsevät ”pakenemaan todellisuutta”. Käytännössä tapahtuman osallistujat eivät ole aktiivisesti mukana tapahtumassa vaan pääasiassa osallistuvat siihen passiivisesti. Jos tapahtuman puitteet, tarjonta ja ympäristö kuitenkin tuottavat kokijalleen ”oman maailman”, on heille tarjottu mahdollisuus kokea tällainen ”pako todellisuudesta” -elämys.

Flow-elämys on hyödyllinen myös tapahtuman tulevaisuutta ajatellen. Yhden voimakkaan flow-elämyksen jostain tapahtumasta kokenut asiakas haluaa varmasti kokea saman elämyksen uudestaan, ja tällöin asiakas osallistuu tapahtumaan uudelleen. Tällöin asiakas on kuitenkin jo vaativampi: hänellä on jo tiedossa se, millainen tapahtuma oli edellisellä kerralla ja nyt hänen tulisi kokea jotain uutta, jotta hän pystyisi kokemaan flow-elämyksen uudelleen. Tämä siis pakottaa tapahtuman järjestäjän jatkuvaan kehitystyöhön. Järjestäjän tulee kehittää tapahtumaansa aina paremmaksi ja hankkia lisää elämyksiä tuottavia tekijöitä sekä olla tietoinen siitä, mikä asiakkaita voisi kiinnostaa. (Lüthje & Tarssanen. 2013. 63.)

### 3.3 Elämyskolmio

Elämyskolmio on työkalu tuotteen tai palvelun elämyksellisyyden edistämiseen. Kuvassa tarkastellaan elämystä sekä tuotteen osa-alueiden sekä asiakkaan kokemusten tasolla. Tuotteen elämyksellisistä osa-alueista tuodaan esille kuusi tärkeää piirrettä, jotka kukin osaltaan vaikuttavat asiakkaan kokemaan elämykseen: yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Yhdessä näiden osa-alueiden avulla tarkastellaan sitä, miten asiakkaan kokemus etenee motivaation tasolla tapahtuvasta kiinnostumisesta henkisellä tasolla tapahtuvaan muutokseen. (Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti, 2010.)



Kuva 1. Elämyskolmio. (Tarssanen. 2009. 11)

Elämyspalvelun suunnittelu on hyvä aloittaa tarinasta. Hyvä tarina sitoo oikeastaan kaikkia edellä mainittuja elementtejä: se houkuttelee asiakkaan olemaan mukana osana kokemuksesta. Hyvä tarina luo palvelulle sen aitouden ja yksilöllisyyden, jolloin siitä tulee uskottava ja ainutkertainen. Asiakkaan mielenkiintoa herättäessä liikutaan elämyskolmion motivaation tasolla. Tällä tasolla syntyy mielenkiinnon lisäksi myös asiakkaan kokemukset kyseistä palvelua kohtaan. (Tarssanen. 2009. 12-15.)

Hyvän tarinan voi myös kokea moniaistisesti käyttäen eri aisteja samanaikaisesti. Tällöin puhutaan tuotteen fyysisestä tasosta, jolloin hyvä palvelu tuottaa asiakkaalle mieluisan kokemuksen. Älyllisellä tasolla puolestaan asiakas päättää kaikkien edellä mainittujen elementtien pohjalta, onko hänen kokemansa palvelu miellyttävää vai ei. (Tarssanen. 2009. 12-15.)

Moniaistisuus luo omalta osaltaan palveluun kontrastia eli erilaisuuden tunnetta. Asiakkaan tuntiessa erilaisuutta palvelun ja esimerkiksi tavallisen arkensa välillä koskettaa palvelu häntä emotionaalisella tasolla. Tällöin asiakas tuntee iloa, riemua ja onnellisuutta. Tätä elämyksellisyyttä lisää vielä osaltaan vuorovaikutteisuus, joka tarkoittaa esimerkiksi asiakkaan yhteisöllisyyden tunnetta palvelun aikana. (Tarssanen. 2009. 12–16.)

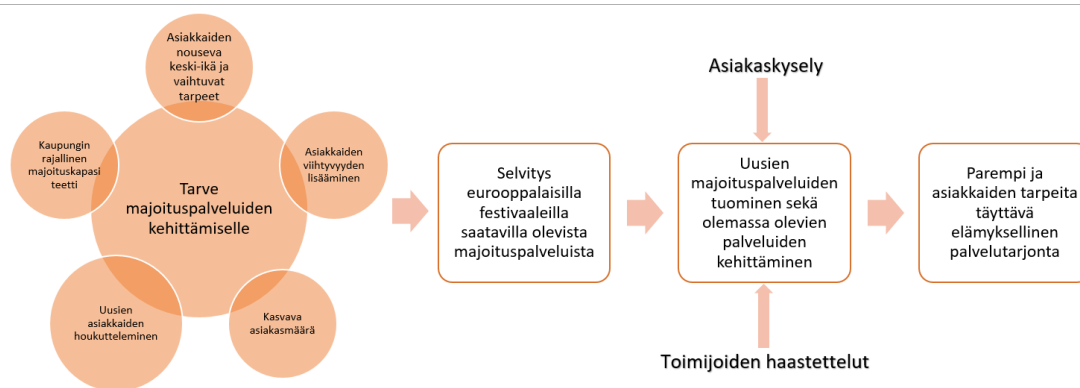
Henkiseen tasoon vaikuttavat kaikki elämyksen tärkeimmät osa-alueet. Tällöin voimakas, positiivinen tunnereaktio johtaa asiakkaan itse tuntemaan muutoskokemukseen, joka saattaa muuttaa esimerkiksi asiakkaan mielentilaa tai elintapaa. Palvelun vaikuttaessa näin asiakkaaseen on elämys syntynyt jo varmasti ja kokemus on ollut asiakkaalle erittäin voimakas. (Tarssanen. 2009. 16.)

Elämyskolmiossa mainitut elämyksen kuusi osa-aluetta ovat kukin tärkeitä asioita elämyspalvelua suunnitellessa. Niiden avulla saadaan palvelusta oikeasti asiakasta kiinnostava ja hänelle elämyksiä tuottava. Elämyksiä voidaan tuotteistaa ottamalla huomioon niiden eri osa-alueita ja kehittämällä niistä asiakkaalle sopiva palvelu tai tuote.

## **4 Opinnäytetyön tausta ja tiedonhankintamenetelmät**

### **4.1 Viitekehys**

Kuviosta kaksi näkyy opinnäytetyöni viitekehys, jonka tarkoituksena on kuvata keskeisiä opinnäytetyöhöni liittyviä asioita ja sitä, minkälaiseen kokonaisuuteen opinnäytetyöni liittyy. Kuviosta näkee, mitkä asiat vaikuttavat majoituspalveluiden kehittämistarpeeseen ja miten niitä voidaan kehittää paremmaksi.



Kuva 2. Opinnäytetyön viitekehys.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyön tehtävänä oli kehittää Ilosaarirockin palvelukokonaisuutta majoituksen osalta elämyksellisempään suuntaan ja siten, että se palvelisi paremmin asiakkaiden tarpeita ja olisi entistä houkuttelevampi myös uusia asiakkaita huomioiden. Asiakkaiden viihtyvyys on festivaaleilla tärkeää, ja heidän tarpeensa on otettava huomioon: hyvin järjestetty majoitus tukee festivaalista saatavan kokonaiselämyksen toteutumista. Majoituspalveluiden kehittäminen auttaa myös Joensuun kaupungin rajalliseen majoituskapasiteettiin: kun yhä useampi ihminen haluaa majoittua leirintäalueella, vähentää se hotellien ja muiden majoitusta tarjoavien yritysten painetta.

## 4.2 Tiedonhankinta

Opinnäytetyössäni käytin haastattelua yhtenä tiedonhankintamenetelmänä. Haastattelin sekä Joensuun Popmuusikot ry:n toimijoita, että Snoozy-mobiilihotellien yrittäjää Vesa Sytelää. Haastatteluiden avulla sain kerättyä helposti tietoa toimijoiden majoitusmuotoihin ja niiden kehittämiseen liittyvistä ajatuksista. Haastattelut olivat muodoltaan teemahaastatteluja, joissa oli strukturoidun haastattelun piirteitä. Kyseinen haastattelumuoto mahdollisti monipuolisen tiedonsaannin haastateltavilta henkilöiltä. Haastatteluja varten kokosin kysymysrunгон valmiiksi PowerPoint-esitykseen (liite 3), jotta sain kysyttyä kaikki tarvitsemani kysymykset ja sain mahdollisimman monipuolista tietoa. Haastattelut toteutin nauhoitettuna haastatteluna sekä sähköpostitse.

Toisena tiedonhankintamenetelmänä oli asiakaskysely, joka toteutettiin Snoozy-mobiilihotelleissa majoittuneille festivaalivieraille Ilosaarirockissa 2016. Kyselyn avulla sain helposti tietoa majoittujien kokemuksista, mielipiteistä, sekä kehitysehdotuksista Snoozy-mobiilihotelleihin liittyen. Kyselyn käyttö tiedonhankintamenetelmänä myös helpotti tiedonhankintaa melko suurelta ihmismäärältä ja sain kerralla kysyttyä samat kysymykset kaikilta kyselyyn osallistuneilta. Kyselyn toteutin lomakekyselynä yhteistyössä Joensuun Popmuusikot ry:n toimijoiden sekä Snoozy-yrittäjä Vesa Sytelän kanssa.

### **4.3 Haastattelu**

Haastattelu on joustava tiedonkeruumenetelmä, jossa ollaan suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa. Haastattelussa haastateltavan on helppo kertoa vapaasti kysyttävistä asioista ja antaa monitahoisia vastauksia, joita on helppo hyödyntää tutkimusta tehdessä. Yksi haastattelun eduista on se, että siinä voidaan myötäillä haastateltavaa ja ohjata haastattelua haastattelutilanteen mukaan. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2009, 204–205.)

Haastattelu on keskustelutilanne, jossa haastattelija johtaa keskustelua ja kysyy kysymyksiä haastateltavalta. Haastattelua voidaan pitää systemaattisena tiedonkeruumuotona, jolla on tavoitteet ja jonka avulla pyritään saamaan luotettavia ja päteviä tietoja tutkimusta varten. Tällaisia tutkimushaastatteluita voidaan jakaa ryhmiin niiden strukturoinnin ja muodollisuuden mukaan: haastattelu voi olla strukturoitu, jolloin valmiit kysymykset esitetään suunnitellussa järjestyksessä tai strukturoimaton, jolloin haastattelutilanteessa käydään keskustelua tietystä aihepiiristä. (Hirsjärvi ym. 2009, 207–208.)

Tutkimushaastattelut voidaan jakaa kolmeen ryhmään, jotka ovat strukturoitu haastattelu eli lomakehaastattelu, teemahaastattelu ja avoin haastattelu. Strukturoidussa haastattelussa kysymysten ja väitteiden muoto ja järjestys ovat ennalta suunniteltuja ja haastattelu tapahtuu kokonaisuudessaan lomaketta apuna käyttäen. Strukturoidun haastattelun toteutus on helppoa kysymysten valmistelun jälkeen ja se mahdollistaa sen, että haastattelu on aina samanlainen. (Hirsjärvi ym. 2009, 208.)

Teemahaastattelua tehdessä ei yleensä määritellä tarkkoja kysymyksiä tai järjestystä, mutta tiedetään, mikä haastattelun aihepiiri on. Teemahaastattelu sijoittuu strukturoidun ja strukturoimattoman kyselyn välimaille ja on enemmän keskustelunomainen ja vapaamuotoinen, kuten avoin haastattelu. Avoimessa haastattelussa keskustellaan avoimesti tietyn aihepiirin ympärillä ja haastatteliija selvittää haastateltavan ajatuksia ja mielipiteitä keskustelun kulun mukaisesti. (Hirsjärvi ym. 2009, 208–209.)

#### **4.4 Kysely**

Kysely on määrämuotoinen kysymyssarja, jolla kerätään tietoa tutkimuksen kohteina olevilta henkilöiltä. Kyselylomakkeella on helppo kysyä kaikilta kohdehenkilöiltä samat asiat ja saada helposti vastaukset tutkimuksen kannalta tärkeisiin kysymyksiin. Kyselytutkimuksen etuna on sen helppokäyttöisyys: sillä on helppo kerätä laaja tutkimusaineisto ja samalla kyselylomakkeella voidaan kysyä monia asioita. Yksi eduista on myös tulosten helppo käsittely ja analysointi. (Holopainen, Pulkkinen. 2014, 42.) (Hirsjärvi ym. 2009, 193-195.)

Kyselyn käyttöön tiedonkeruumenetelmänä liittyy myös haasteita. Näitä ovat muun muassa vastaajien suhtautuminen kyselyn täyttämiseen, vastausvaihtoehtojen monipuolisuus ja vastaamattomuus. Kyselyn tuloksiin ja syntyvään aineistoon vaikuttaa suuresti se, kuinka iso osa tutkimuksen kohteena olevista henkilöistä vastaa kyselyyn ja millaisella vakavuudella he siihen suhtautuvat. (Hirsjärvi ym. 2009, 195.)

Erilaisia kyselytyyppejä ovat muun muassa posti- ja verkkokyselyt sekä kontrolloidut kyselyt. Postinvälityksellä tehtävissä kyselyissä kyselylomake lähetetään tutkimuksen kohteena olevalle henkilölle, joka lomakkeen täytettyään lähettää sen takaisin tutkijalle. Tällaisen kyselyn etuna on sen vaivattomuus ja nopeus, mutta haitaksi muodostuu kato, jos kyselyyn osallistujat eivät koe aiheita tärkeäksi ja jättävät vastaamatta. Kontrolloiduissa kyselyissä voidaan kyselylomakkeet toimittaa joko postin välityksellä tai henkilökohtaisesti. Henkilökohtaisesti kyselylomakkeen toimittaessaan tutkija voi antaa informaatiota kyselyn kysymyksistä

sekä tarkoituksesta ja tällöin puhutaankin informoidusta kyselystä. Henkilökohtaisesti tarkistetuissa kyselyissä tutkija noutaa postitse lähetetyt kyselylomakkeet kyselyn toteutuksen jälkeen ja tällöin hänellä on jälkikäteen mahdollisuus keskustella kyselyn toteutuksesta. (Hirsjärvi ym. 2009, 195-196.)

Kyselylomakkeessa voi olla monenlaisia kysymystyyppejä, joilla voidaan kartoittaa kohdehenkilön mielipiteitä, arvoja, käyttäytymistä ja toimintaa sekä asenteita ja tietoja. Näitä kysymystyyppejä ovat esimerkiksi avoimet kysymykset, monivalintakysymykset, vaihtoehdot antavat kysymykset ja asenneasteikkoa käyttävät kysymykset. Käytettävä kysymystyyppi riippuu aina kysyttävästä asiasta: täsmällisiä tosiasioita tulee kysyä suoraan yksinkertaisina kysymyksinä ja mielipiteitä esimerkiksi asteikoilla, joissa vastaaja saa itse valita mielipidettään vastaavan vastausvaihtoehdon. (Hirsjärvi ym. 2009, 197.) (Heikkilä. 2014, 47-51.)

## **5 Selvitys eurooppalaisten festivaalien majoitustarjonnasta**

### **5.1 Selvityksen tarkoitus ja työmenetelmät**

Opinnäytetyöni yksi osa oli selvitystyö, jossa selvitin, millaisia majoitusmuotoja eurooppalaisilta festivaaleilta löytyy, ja miten elämyksellisyys toteutuu festivaalien leirintäalueilla. Samalla kiinnitin huomiota myös majoitusmuotojen markkinointitapoihin, hintaan ja toteutustapoihin. Selvitystyön tarkoituksena oli selvittää eurooppalaisten festivaalien majoitustarjontaa ja koostaa tietoja, joiden avulla Ilosaarirockin majoitustarjontaa ja sen tuottamaa elämyksellisyyttä voisi parantaa. Selvitystyön tuloksista koostin taulukon (liite 1), josta näkee selkeästi festivaalin tiedot, saatavilla olevat majoitusmuodot palveluineen ja hintoineen, sekä arvioin nit majoitusmuotojen ja -alueiden elämyksellisyydestä.

Selvitystyössäni kävin läpi 26 festivaalia ympäri Eurooppaa. Festivaaleista kuusi oli suomalaisia festivaaleja ja loput eurooppalaisia tunnettuja ja vähemmän tunnettuja festivaaleja. Valitsemisperusteina festivaaleille oli ”Ilosaarirockinkaltai-



suus” ja sijainti lähellä kaupunkia. Festivaalien kävijämäärällä tai järjestämismaalla ei ollut vaikutusta sen selvitystyön kohteeksi valitsemiseen, vaan halusin saada selvitystyöhön mahdollisimman monipuolisen festivaalivalikoiman.

Elämyskolmion osa-alueita käytin selvitystyössäni eräänlaisina ”elämyksellisyyden mittareina”. Lisäksi käytin apunani elämyskolmion pohjalta luotua elämyksellisyyden arviointitaulukkoa (liite 2). Taulukon ja elämyskolmion avulla arvioin miten tietyt elämyksellisyyden osa-alueet, kuten esimerkiksi moniaistisuus ja kontrasti, festivaalin majoituksessa toteutuvat.

## **5.2 Festivaalien majoitustarjonta**

Selvitystyön pääasiallisena tuloksena voi todeta, että eurooppalaisten festivaalien majoitustarjonnasta löytyy varmuudella jokaisen tarpeiden, lompakon paksuuden, unentarpeen ja mukavuudenhaluisuuden mukainen majoitusmuoto. Majoitustarjontaa löytyi monenlaista: oli isoja ja pieniä telttoja, tiipii-telttoja, jurtia, riippukeinuja, konttihuoneita, podpadeja, hotellipaketteja, kotimajoitusta, valmiiksi sisustettuja matkailuvaunuja ja jopa junamajoitusta. Kävijämääriltään isoimmilta festivaaleilta löytyi usein kattavin majoitustarjonta, kun taas pienet festivaalit tarjosivat yleensä telttapaiikkaa ja mahdollisesti vuokrattavia majoitustarvikkeita.

Yksi huomionarvoinen asia oli se, että festivaalien läheisyydessä oli usein monenlaisia leirintäalueita, joissa oli jokin erityinen teema. Tästä hyvänä esimerkkinä toimii esimerkiksi Saksan Mendigissä järjestettävä Rock am Ring -festivaali ja Unkarissa Budapestissa järjestettävä Sziget -festivaali. Rock am Ring -festivaalilta löytyy neljä erilaista leirintäaluetta: ”General camping”, ”Green camping”, ”Rock’n’Roll camping” ja ”Experience camping”. ”General camping” on festivaalin isoin ”tavallinen” leirintäalue lähellä festivaalialuetta, kun taas ”Green camping” on vihreä, ympäristöystävällinen ja hiljainen leirintäalue noin 15-minuutin kävelymatkan päässä.

”Rock’n’Roll camping” oli suunnattu rock-musiikista pitävälle festivaalikävijöille ja ”Experience camping” -alueella pääsi nauttimaan ”täyden palvelun festivaalista”,

johon kuului muun muassa valmiiksi pystytetty teltta yöpymisvarusteineen, retki-tuolit, wifi-yhteys ja alueen monipuoliset palvelut. Sziget-festivaalilla oli myös teemoitettuja leirintäalueita, kuten italialaistyyppinen ”Alternativa camping”, ranskalaisytyypinen ”Apéro camping” ja perheille suunniteltu ”Family camping”. Italialaisia ja ranskalaisia teemoja tuotiin esille alueiden ruokatarjonnassa ja esimerkiksi vastaanottohenkilökunnan kielitaidossa. Perheille suunnatulla leirintä-alueella puolestaan oli tarjolla lasten leikkipaikkoja, lastenhoitajia ja erilliset omat syöttöalueet ja vaipanvaihtoalueet.

Leirintäalueiden teemoittelu oli hyvin yleistä lähes kaikilla kävijämääriltään suurimmilla festivaaleilla. Teemat oli rakennettu selkeiksi, ja oletettavasti asiakkaalle muodostuu selkeä kuva tarjolla olevan leirintäalueen teemasta. Käytännössä leirintäalueen teeman muodostuminen jatkuu sen asiakkaiden omasta vaikutuksesta. Esimerkiksi Sziget-festivaalin ”Family camping” houkuttelee varmasti monia samanhenkisiä lapsiperheitä, joilla on samanlaiset arvot ja tarpeet, ja he muodostavat yhdessä alueelle sen teemanmukaisen hengen ja tunnelman. Sama toimii varmasti myös Rock am Ring -festivaalin ”Green campingissa” ja ”Rock’n’Roll campingissa”.

Selvitystyötä tehdessä huomasi myös, että teltta pitää edelleen pintansa festivaalien majoitusmuotojen paraatipaikalla. Lähes jokaisella festivaalilla sen järjestyspaikasta ja -ajankohdasta riippuen oli mahdollista majoittua teltassa, ja joillakin festivaaleilla se kuului jopa lipun hintaan. Pääsääntöisesti festivaalit tarjosivat leirintäalueita, joihin oli mahdollista tulla oman teltan kanssa ja leiriä haluamalleen paikalle. Merkittävässä osassa festivaaleja oli telttailu myös tuotteistettu: asiakkaalle tarjottiin erilaisia telttoja vuokrattavaksi festivaalin ajaksi, ja usein ne vuokrattiin jopa valmiiksi pystytettyinä. Tuotteistus ei jäänyt pelkästään telttoihin, vaan tarjolla oli myös majoitustarvikkeita aina makuupusseista ja -alustoista retkijakkarihin asti ja oheistarvikkeina myytiin selviytymispakkauksia, joista löytyi festivaalin nimikotuotteita ja hygieniatarvikkeita – pääsääntöisesti kaikki festivaalilla tarvittava. Festivaaleille lähtö oli siis tehty asiakkaalle mahdollisimman helpoksi, eikä festivaalimatkalta välttämättä tarvinnut mukaan kuin lompakon.

Telttojen lisäksi monilla festivaaleilla oli tarjolla myös ”parempia vaihtoehtoja” telttamajoitukselle. Näitä olivat esimerkiksi hyvin varustellut teltat, podpadit, erilaiset mökkimajoitukset, konttihatellit ja alueella vuokrattavana olevat matkailuvaunut. Edellä mainitun kaltaisista majoitusmuodoista voi tehdä päätelmän, että nykyajan festivaalikävijät haluavat myös parempia majoitusmuotoja lähellä festivaalialuetta. Tällaiset ”paremmat majoitusvaihtoehdot” tuovat festivaalimajoitukseen ylellisyyttä ja hotellintuntua sekä tuovat monipuolisuutta majoitusvalikoimaan. Erityisen suosittuja olivat esimerkiksi podpadit, jotka ovat kevyestä materiaalista tehtyjä liikuteltavia ”mökkejä”, joissa oli sängyt, säilytystilaa, naulakot sekä useasti pieni pöytätaaso sekä valaistus ja sähköt. Tällaisen majoitusmuodon hinta oli myös useasti hotellin hintatasolla: kahden hengen podpadin hinta oli yleensä 400–600 euroa riippuen festivaalin kestosta.

Joillakin festivaaleilla majoitustarjonta oli viety todella pitkälle. Esimerkiksi Tomorrowland-festivaalilla Belgiassa oli tarjolla runsas valikoima erilaisia hotellimuotoisia majoitusvaihtoehtoja. Tarjolla oli hotellitasoisesti varusteltuja konttihatelleja ja Dreamlodge-telttoja sekä alueelta oli myös mahdollista vuokrata oma ”palatsi” (Mansion), eli 12–hengen huoneisto omalla puutarhalla, täydellisillä makuuhuoneilla, huonepalvelulla ja tarvittaessa hovimestarin palveluilla. Hinnoittelu tällaisille majoitusvaihtoehdoille oli myös hotellitasoinen: esimerkiksi konttihatelliin pääsi majoittumaan kahdeksi yöksi 1 020 euron hinnalla.

Eurooppalaisten festivaalien majoitustarjontaa selvittäessä kävi ilmi, että monet festivaalit tekevät yhteistyötä erilaisten majoitusvaihtoehtoja tarjoavien yritysten kanssa. Tällaisia yrityksiä ovat esimerkiksi podpadeja tarjoava Podpads ja konttihatelleja tarjoava Flexotels sekä useat telttoja vuokraavat yritykset. Festivaalien majoitustarjontaa tarkasteltaessa kävi ilmi, että monilla festivaaleilla oli samanlaisia konttihatelleja ja podpadeja, ja tästä voi päätellä, että samat yrittäjät kiertävät festivaalilta toiselle tarjoten omia majoitusmuotojaan. Tällainen järjestely on varmasti helppoa festivaalijärjestäjän kannalta, sillä tällöin järjestäjän ei tarvitse itse huolehtia kuin majoitusmuodolle vapaa toimialue. Yritysyhteistyö näkyi hyvin myös majoitustarvikkeiden myynnissä, ja usein niidenkin vuokraus tapahtui erillisen yrityksen kautta eikä suoraan festivaalijärjestäjältä.

### 5.3 Festivaalien markkinointi ja myynti

Majoitusmuotoja markkinoitiin suhteellisen paljon esimerkiksi festivaalien verkkosivuilla sekä sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisessa mediassa markkinointipäivitykset sisälsivät mielikuvamarkkinointia ja ihmisiä heräteltiin ajattelemaan kesän festivaalia usein tunnelmakuvien ja -videoiden avulla. Pääosin festivaaleja markkinoitiin niiden esiintyjätarjonnalla, mutta myös majoitusvaihtoehtoja tuotiin useasti esille täydentämään festivaalikokonaisuutta.

Sosiaalisesta mediasta huomasi myös sen, että festivaalit yrittävät koko ajan olla ”pinnalla” ja ihmisten mielissä, vaikka ne järjestetäänkin vain kerran vuodessa. Festivaalit päivittivät sivujaan läpi vuoden, ja ihmisiä houkuteltiin kesän festivaaleille jo jouluna, kun lippuja myytiin joululahjahinnoin. Tällöin voidaan puhua ”revenue management” -ajattelusta, eli tuottojen johtamisesta. Kyseisessä ajattelussa on kyse tuotteen, tässä tapauksessa festivaalilipun, hinnan optimoinnista siten, että se tuottaa parhaimman mahdollisen tuloksen kyseisenä aikana. Tällaisella lipunhinnoittelulla joulumarkkinoilla voi festivaali edistää lipunmyyntiään jo ennakoon. (Björkvist 2013)

Festivaalilipun ostaminen oli tehty asiakkaan näkökulmasta erittäin helpoksi. Lipun sain ostettua suoraan verkosta suoraan festivaalijärjestäjän tai lipunmyyjän nettisivuilta ja se toimitettiin suoraan tilaajalle. Lippujen lisäksi myynnissä oli usein festivaalien oheistuotteita, kuten paitoja ja kirjoja, joita myytiin lipun ohella. Yleisiä olivat myös esimerkiksi joululahjapaketit, joissa lipun ympärille oli koottu festivaalituotepaketti.

Myös festivaalien majoitusten ostaminen oli tehty helpoksi. Majoitusvaihtoehtoja oli mahdollista ostaa lipunoston yhteydessä ja täten varata mieluinen majoituspaikka jo aikaisin ennen festivaalia. Usein majoituspaikan yhteydessä oli ostettavissa myös erilaisia majoitustarvikkeita, kuten makuupusseja ja -alustoja, sekä kaikkea festivaaleilla tarvittavaa, kuten selviytymispakkauksia, puhelimen matkalatureita ja säilytyslokeropaikkoja. Myös palveluita oli tuotu helposti saataville ja lipunoston yhteydessä pystyi ostamaan parkkipaikan autolle, aamiaisen sekä vaikka VIP-pöydän alueen ravintolasta halutulle ajankohdalle.

## 5.4 Elämyksellisyiden arvioiminen

Eurooppalaisten festivaalien majoitustarjontaa tarkkailtaessa nousee selkeästi esille monia elämyksellisyttä tuottavia piirteitä: festivaalien majoitusalueilta löytyy teemallisuutta, kontrastia, vuorovaikutteisuutta, yhteisöllisyyttä ja moniaistisuutta. Yleensä nämä elämyksellisyiden osa-alueet nousivat esille kaikki yhtä aikaa, ja tällöin voikin olettaa, että festivaalien majoitustarjonta on järjestetty hyvin ja festivaalikävijöiden tarpeita huomioiden.

Yksi merkittävimmistä festivaaleilta löytyvistä elämyksellisyiden piirteistä on vuorovaikutteisuus. Leirintäalueiden tarjontaa tutkiessa huomasi niiden olevan yhteisöllisiä alueita, joiden kävijöillä oletettavasti on usein samat tarpeet, halut ja arvot. Tällaisia yhteisöllisiä leirintäalueita ovat teemoitetut leirintäalueet, kuten esimerkiksi yleiset leirintäalueet, ekologiset leirintäalueet ja alueet joilla on saatavilla vain tietynlaisia majoitusvaihtoehtoja. Leirintäalueilla ihmiset ovat tekemisissä toistensa kanssa ja kaikki ovat samassa tilanteessa samojen palveluiden ja majoitusmuotojen ympäröimänä, joten yhteisöllisyyttä syntyy melkein pakotetusti. Yhteisöllisyyttä lisäsi omalta osaltaan myös oheisaktiviteetit, joihin pystyi osallistumaan yhdessä muiden alueella majoittujien kanssa. Festivaalien leirintäalueilla, kuten yleisesti koko festivaalilla, voidaan puhua yhteisöllisestä elämästä: samat asiat tuottavat elämyksen kaikille sen kävijöille. Yhteisöllisyys, ja se millaisia ihmisiä alueella majoittuu, vaikuttaa suuresti yksittäisen asiakkaan viihtyvyyteen ja tätä kautta elämyksien syntymiseen.

Teemallisuus kytkeytyy suurilta osin yhteisöllisyyteen: tietty leirintäalueelle rakennettu teema houkuttelee varmasti alueelle ihmisiä, joilla on samankaltaiset arvot ja tarpeet. Teemallisuutta löytyi leirintäalueiden tarjonnasta usein: monilla festivaaleilla oli tarjolla esimerkiksi ekologistia leirintäalueita, joissa kantavana teemana oli ympäristöystävällisyys ja hiljaisuus. Joillekin leirintäalueille teema oli selkeästi ”rakennettu”, mutta joillekin alueille se syntyi itse festivaalimajoittujista. Esimerkiksi yleisten leirintäalueiden kerrottiin usein olevan juhlimiseen ja railakkaaseen festivaalielämään soveltuvia, jolloin alueen tunnelma syntyi festivaalimajoittujien omasta toimesta ja alueille hakeutui kyseiselle alueelle haluavat majoittajat. Teemoitetut leirintäalueet lisäsivät hyvin festivaalista saatua

kokonaiselämystä, sillä jokainen festivaalivieras sai itse valita mieluisan alueen, jossa majoittuu.

Yksi mielenkiintoinen piirre festivaalimajoitusten elämyksellisyydessä oli sen kontrasti arkeen, ja toisaalta myös kontrastin vähäisyys. Kontrastia arkeen luotiin yleensä hyvätasoisilla majoitusvaihtoehtoilla, viihtyisällä leirintäalueella ja kattavilla palveluilla keskellä festivaalialuetta. Toisaalta ”nykyajan festivaalikävijä” on yhä mukavuudenhaluisempi: telttamajoitus ei kaikkia enää kiinnosta ja kotonakin on tottunut siihen, että palveluita on saatavilla lähellä ja lähes kokoaikaisesti. Tällöin festivaalien majoitusalue ei palvelu- ja mukavuustasoltaan kontrastia arkeen, vaan pitää mukavuus- ja palvelutason täsmälleen samanlaisena kuin kotona. Tällöin festivaalimajoittujan kokema elämys syntyy siitä, että hän voi olla festivaaleilla kuin kotonaan: samojen palveluiden äärellä ja nukkuen hyvässä sängyssä.

## **6 Ilosaarirockin majoitusmuodot**

### **6.1 Majoituksen nykytila**

Ilosaarirock-festivaali tarjoaa kävijöilleen majoitusta varten kaksi leirintäaluetta, Niittyleirinnän ja Ravileirinnän, sekä koulumajoitusta läheisellä Lyseon lukiolla yhteistyössä paikallisen urheiluseuran kanssa. Lisäksi festivaalikävijöille on tarjolla majoitusta Joensuun hotelleissa sekä Holiday Linnunlahden leirintäalueella, joka sijaitsee festivaalin välittömässä läheisyydessä.

Ilosaarirockin omat leirintäalueet erottuvat melko selkeästi omilla teemoillaan. Ravileirintä on majoituskapasiteetiltaan isompi ja tuhansia festivaalikävijöitä majoittava leirintäalue. Alueella majoitus tapahtuu teltassa, lähellä festivaalialuetta ja alueella vallitseekin ”railakas festivaalipöhinä” (Joensuun Popmuusikot ry, 2016d) koko festivaalin ajan. Niittyleirinnässä puolestaan on tarjolla telttamajoituksen lisäksi valmiiksi pystytettyjä puolijoukkueteltoja. Niittyleirintä on teemaltaan rauhallisempi ja hieman tasokkaampi leirintäalue, jossa on rajoitettu majoituskapasiteetti. Niittyleirinnässä myös kiinnitetään erityistä huomiota siisteyteen

ja alueelta löytyy useita vessoja ja vesipisteitä. (Joensuun Popmuusikot ry 2016d) (Varis 2015)

Leirintäalueiden palvelut eroavat hieman toisistaan. Niittyleirinnän palvelut ovat hieman Ravileirinnän tarjontaa laadukkaammat: Niittyleirinnästä löytyy Lounge-teltoa, jossa voi ladata puhelinta, kyläkauppa, josta voi hankkia syötävää ja juotavaa ja nuotiopaikka, jossa voi itse valmistaa omat ruuat. Niittyleirinnän hintaan kuuluu myös suihkut, jotka sijaitsevat läheisellä Kuntokeitaalla. Ravileirinnän tarjonnasta puolestaan löytyy nuotiopaikkoja, ruokamyyntipisteitä, kioskia ja pieni oleskelutila, jossa on mahdollisuus puhelimen lataukseen. Suihkut eivät kuulu Ravileirinnän hintaan, vaan ne ovat tarjolla Kuntokeitaalla ja uimahalli Vesikossa erillisellä hinnalla. (Joensuun Popmuusikot ry 2016d) (Varis 2015)

Molemmilla leirintäalueilla järjestetään festivaalin aikana monenlaisia aktiviteetteja. Ravileirinnässä oli vuonna 2016 mahdollisuus muun muassa pelata kierrätysonnenpyörää ja pihapelejä, sauna, osallistua rokkisirkuskouluun, ajella polkuautoilla, pelata bingoa tai osallistua what the rock -tietovisaan. Lisäksi molemmilla leirintäalueilla pystyi osallistumaan joogaan tai aamujumppaan. Aktiviteettien lisäksi alueiden palveluihin kuului aamiainen, joka oli tarjolla molemmilla leirintäalueilla. (Joensuun Popmuusikot ry 2016d)

Niittyleirinnän ja Ravileirinnän pääsyliput ovat myynnissä verkossa Tiketti.fi-palvelussa. Niittyleirinnän majoitus perjantaista maanantaihin maksaa 45 euroa, kun lipun ostaa ennen kesäkuun loppua, ja 55 euroa heinäkuun alusta lähtien. Majoitus Ravileirinnässä torstaista maanantaihin kustantaa ennen kesäkuun loppua ostettuna 30 euroa ja tämän jälkeen 40 euroa henkilöä kohden. Koulumajoituksen hinta on yhdeltä yöltä 18 euroa, kahdelta yöltä 30 euroa ja koko festivaalin ajalta 40 euroa. (Joensuun Popmuusikot ry 2016d)

## **6.2 Snoozy mobiilihotellit**

Ilosaarirockissa 2016 oli uutena majoitusmuotona tarjolla Snoozy-mobiilihotelleja. Vastaavanlaisia majoitusmuotoja ei ole aiempina vuosina ollut tarjolla suo-

malaisilla festivaaleilla, ja nyt ne tuotiin täydentämään Ilosaarirockin majoitusvaihtoehtoja. Siisteissä ja viihtyisissä mobiilihotellihuoneissa oli majoitustilat 2–4 hengelle ja varusteisiin kuuluivat petivaatteet, USB-virta, LED-valaistus ja sähköinen lukko. Rakenteeltaan mobiilihotelleissa on teräspohja, alumiinirunko, sekä ilmatäytteiset seinät. Mobiilihotellihuoneita oli yhteensä 18 kappaletta, ja ne sijoitettiin täydentämään Niittyleirinnän majoitusmuotovalikoimaa. (Snoozy Finland Oy 2016; Joensuun Popmuusikot ry 2016d.)



Kuva 3. Snoozy–mobiilihotelli. (Kupiainen 2016)

Snoozy-mobiilihotellit olivat muiden majoitusmuotojen tapaan myynnissä Tiketti.fi -palvelussa, josta oli mahdollista ostaa myös lippu itse festivaalille. Mobiilihotelleja myytiin koko festivaalin ajaksi, ja hinta riippui majoittujien määrästä: kahdelle hengelle huone maksoi 495 euroa, kolmelle 545 euroa ja neljälle 595 euroa. Majoituksen hinta sisälsi henkilökohtaiset majoittumismaksut Niittyleirinnän alueelle, mutta festivaalilippu tuli hankkia erikseen. (Tiketti Oy 2016.)



## **7 Kysely Snoozy-mobiilihotellien käyttäjille**

### **7.1 Kyselyn toteutus ja sisältö**

Toteutimme asiakaskyselyn Snoozy-mobiilihotelleissa majoittuneille festivaalikävijöille. Kyselylomake (liite 4) rakennettiin kolmeen osaan: alussa kysyttiin majoittujan perustiedot eli ikä, kotipaikkakunta ja se, mitä kautta hän oli kuullut Snoozyista. Toisessa osiossa kysyttiin majoittujan mielipiteitä hinta-laatusuhteesta, viihtyisyydestä ja alueen palveluista käyttäen apuna asenneasteikkoa. Kyselyn lopussa oli avoimia kysymyksiä, joissa kartoitimme majoittujan odotuksia, elämyksellisyyden toteutumista ja majoitusvaihtoehdon kehityskohtia. Kyselyllä saatiin siis kattava tieto asiakkaasta ja hänen mielipiteistään sekä kokemuksistaan ennen majoittumista ja sen aikana.

Kysely toteutettiin yhteistyössä Petri Variksen, leirintävastaava Noora Sormusen ja Snoozy-yrittäjä Vesa Sytelän kanssa. Näin kyselystä saatiin mahdollisimman kattava, ja kyselyyn saatiin sisällytettyä sellaiset kysymykset, joista on hyötyä kaikille toimijoille. Kysely oli muodoltaan kontrolloitu, henkilökohtaisesti tarkistettu kysely ja se toteutettiin lomakekyselynä festivaalin aikana. Kyselylomake odotti valmiina Snoozyssa asiakkaiden saapuessa ja jokaiselle majoittujalle oli varattu oma kyselylomake. Täytetyllä kyselylomakkeella sai palkkioksi kahvin Niittyleirinin kahviosta.

### **7.2 Kyselyn luotettavuus ja hyödynnettävyys**

Toteuttamani asiakaskysely oli yksi osa opinnäytetyötäni, ja sillä pyrittiin selvittämään asiakkaiden mielipideitä uudesta Snoozy-mobiilihotellista. Kyselyn tuloksia käytin uuden majoitusmuodon elämyksellisyyden arvioinnissa sekä jatkokehittämisessä. Kyselyn tavoitteena oli kerätä asiakkailta tietoa siitä, mitä hyviä ja huonoja puolia mobiilihotelleissa on ja miten he itse viihtyivät niissä majoituessaan. Tavoitteena oli myös selvittää sitä, miten mobiilihotelleja voisi kehittää eteenpäin.

Festivaaleilla kyselyä toteutettaessa nousee esille kyselyyn vastaajien asenne ja vakavuus kyselyä kohtaan. Haasteena on se, että kysely täytetään vain nopeasti eikä sen kysymyksiin paneuduta sen suuremmalla ajatuksella. Yksi haasteista on myös kyselyn pieni vastausprosentti, jolloin kyselyyn vastanneiden määrä jää pieneksi. Tällöin kyselyn tuloksia on vaikeampi tulkita ja kokonaiskuva asiakastytyväisyydestä jää hataraksi.

### 7.3 Kyselyn tulokset

Kyselyyn vastasi 12 Snoozyssa majoittunutta festivaalivierasta. Yhteensä Snoozyissa oli majoittujia noin 40, joten kyselyn tuloksia tarkkailtaessa oletettiin kävijöiden vastanneen kyselyyn huonekunnittain. Vastauksista päätellen festivaalikävijät ottivat Snoozyt hyvin vastaan uutena osana Ilosaarirockin majoitustarjontaa. Kehitysehdotuksia löytyi Snoozyjen teknisestä laadusta, mutta kokonaisuudessaan mobiilihotelleja pidettiin viihtyisänä ja hyvänä majoitusmuotona, joka yhdessä Niittyleirinnän palveluiden kanssa muodosti hyvän majoituskokemuksen festivaalin yhteydessä. Kyselyn vastauksia täydensi hyvin leirintävastaava Noora Sormusen tekemät haastattelut, joiden avulla hän oli selvittänyt lisää majoittujien mielipiteitä uudesta majoitusmuodosta.

Kyselyyn vastanneiden iät						
Ikä	-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61-
Vastausten lukumäärä	0	9	3	0	0	0

Kuva 4. Kyselyn vastaajien iät.

<b>Kyselyyn vastanneiden kotipaikkakunnat</b>	
<u>Paikkakunta</u>	<u>Vastausten lukumäärä</u>
Helsinki	3
Lapinlahti	2
Turku	2
München (GER)	1
Kerava	1
Kauhava	1
Kouvola	1
Kajaani	1

Kuva 5. Kyselyn vastaajien kotipaikkakunnat.

Kuvista neljä ja viisi tulee ilmi kyselyyn vastanneiden iät ja kotipaikkakunnat. Iältään kyselyyn vastanneista yhdeksän oli 21-30 -vuotiaita festivaalikävijöitä ja kolme 31-40 -vuotiaita. Lähes kaikki vastaajista tuli Ilosaarirockiin melko kaukaa muilta paikkakunnilta. Haastatteluiden mukaan majoittujia oli myös Puolasta ja Englannista (Sormunen 2016a).

<b>Tiedonsaanti Snoozy-mobiilihotelleista</b>	
<u>Lähde</u>	<u>Vastausten lukumäärä</u>
Sosiaalinen media	6
Nettisivut	4
Kaverit	1
Muu	1

Kuva 6. Tiedonsaanti mobiilihotelleista.

Kuvasta kuusi käy ilmi, että tiedonsaanti mobiilihotelleista kävi pääosin sosiaalisen median, eli Ilosaarirockin Facebook-sivun ja Instagram-tilin kautta. Näistä markkinointikanavista tiedon oli saanut kuusi Snoozyssa majoittunutta festivaali-

kävijää. Snoozyja markkinoitiin aktiivisesti sosiaalisen median lisäksi myös Ilo-saarirockin nettisivuilla, josta tiedon oli saanut neljä kyselyyn vastanneista. Loput kävijät olivat kuulleet uudesta majoitusvaihtoehdosta kavereilta tai puskaradion kautta.

Mielipiteet...					
	<u>Huono</u>	<u>Melko huono</u>	<u>Ei hyvä, eikä huono</u>	<u>Melko hyvä</u>	<u>Hyvä</u>
Hinta-laatusuhteesta	0	4	6	1	1
Viihtyisyydestä	0	1	0	11	0
Alueen palveluista	0	0	2	7	3

Kuva 7. Mielipiteet Snoozyista.

Kuvasta seitsemän käy ilmi kyselyyn vastanneiden mielipiteet Snoozy-mobiilihotellien hinta-laatusuhteesta, viihtyisyydestä ja alueen palveluista. Vastajat antoivat mielipiteensä asteikolla 1-5, joista 1 oli huono, 2 melko huono, 3 ei hyvä eikä huono, 4 melko hyvä ja 5 hyvä. Snoozyja pidettiin pääosin kalliina majoitusvaihtoehtona ja sama oli käynyt ilmi myös haastatteluista (Sormunen 2016a). Kyselyyn vastanneista kuusi oli vastannut hinta-laatusuhteen olevan ”ei hyvä, eikä huono” ja neljän mielestä hinta-laatusuhde oli melko huono. Yksi kyselyyn vastanneista piti hinta-laatusuhdetta melko hyvänä, ja yksi hyvänä.

Snoozyjen viihtyisyydestä oltiin lähes yhtä mieltä. Kyselyyn vastaajista 11 vastasi viihtyisyyden olevan melko hyvä ja yksi vastaaja piti viihtyisyyttä melko huonona. Myös haastatteluissa tuli esille asiakkaiden tyytyväisyys Snoozyjen viihtyisyyteen ja pääosin asiakkaat olivat tyytyväisiä majoitusmuodon valintaan sekä valmiita tulemaan uudestaan myös seuraavana vuonna (Sormunen 2016a). Kyselyn avoimien kohtien perusteella esille nousi myös Snoozyjen viihtyisyys telttamajoitukseen verrattuna ja majoitusmuodon kehuttiin parantavat Niittyleirinnän viihtyisyyttä kokonaisuudessaan. Eräs kyselyyn vastannut kommentoikin: ”Aivan mahtavaa oli piiloutua sateelta mobiilihotelliin teltan sijaan. Niittyleirinnässä on aina vuodesta toiseen mukava ilmapiiri ja mobiilihotelli täydensi viihtyvyyttä enti-

sestään.” Kritiikkiä sai osakseen Snoozyjen sijoittaminen leirintäalueen portin läheisyyteen, jolloin ohikulkevat ihmiset rikkovat ympäristön rauhallisuutta. Palautetta saivat myös huono ilmanlaatu ja kosteus vesisateen aikana.

Snoozyjen alueen, Niittyleirinnän, palvelut olivat kyselyyn vastanneiden mielestä myös pääosin hyviä. Vastanneista kolme piti palveluita hyvinä, seitsemän melko hyvinä ja kaksi ei hyvinä eikä huonoina. Haastattelussa tuli esille, että jotkut majoittujista olisivat halunneet ”ekstra-palveluita” paremman majoitusvaihtoehdon ostaneille asiakkaille ja myös aamiainen olisi haluttu samaan hintaan (Sormunen 2016a).

Asiakkaiden odotukset mobiilihotelleista olivat melko yhtenäiset. Moni sekä kyselyyn että haastatteluun vastannut odotti vesitiivistä ja mukavaa majoitusta, ja näiden suhteen toiveet olivatkin suurelta osin täyttyneet. Yhtenä suurena ryhmänä näkyy myös asiakkaat, jotka eivät odottaneet mitään, vaan lähtivät kokeilemaan uutta majoitusmuotoa. Kyselyn vastauksista käy ilmi, että kokeilunhalu, uteliaisuus, uudenlaisen festivaalikokemuksen saaminen ja mukavuudenhaluisuus houkuttelivat asiakkaita valitsemaan Snoozyn majoitusmuodokseen. Haastatteluiden pohjalta käy myös ilmi, että moni hotellimajoitukseen halunnut oli valinnut Snoozyn, sillä hotellihuoneita ei enää ollut vapaana (Sormunen 2016a).

Elämyksellisyydestä kysyttäessä asiakkaiden mielipiteet jakautuvat: yhdelle elämyksen tuottaa mobiilihotellin ylellisyys telttojen vieressä, toiselle Niittyleirinnän ilmapiiri ja festivaalialueen läheisyys, kolmannelle hyvät yöunet ja neljännelle elämyksiä ja muistoja tuottaa uudet ja vanhat tutut. Voi siis todeta, että jokainen asiakas kokee elämyksiä eri asioista, mikä onkin elämyksille tyypillinen piirre. Yksi asiakas kiteyttää vastauksessaan ”Mielestäni itse festari on se elämys. Hyvä yöpymispaikka aivan alueen vieressä tukee elämystä.” Moni asiakkaista olisi valmis valitsemaan Snoozyn myös ensi vuonna, ja yleisesti oltiin sitä mieltä, että pienellä kehittämisellä Snoozyista saa hyvän ja toimivan majoitusmuodon.

## **8 Majoitusmuotojen kehittäminen**

### **8.1 Uusien majoitusmuotojen tuominen ja toteutus**

Uusien majoitusmuotojen tuominen Ilosaarirock-festivaaleille on monialainen prosessi: siihen kuuluu majoitusmuotojen ja niiden toteuttamisen suunnittelua, neuvotteluita yhteistyökumppaneiden kanssa, logistiikkasuunnittelua, myynnin ja markkinoinnin suunnittelua ja samalla myös festivaaliasiakkaat tulisi pitää tyytyväisinä. Nämä asiat nousevat esille Ilosaarirockin vastaavan tuottajan Petri Värriksen, tuotantopäällikkö Jani Salomaan ja leirintävastaava Noora Sormusen haastatteluista. Haastattelun edellä mainittuja toimijoita heidän näkemyksistään siitä, mitä uusia majoitusmuotoja Ilosaarirockiin voisi tuoda ja miten ne toteutettaisiin.

Haastattelun pohjana esittelin haastateltaville PowerPoint-esityksen avulla kolme erilaista majoitusmuotoa ja selvitin heidän mielipiteitään majoitusmuotojen sopivuudesta Ilosaarirockiin, toteutusmuodoista ja siitä, miten ne tuottaisivat elämyksiä. Nämä kolme majoitusmuotoa olivat Roskilde-festivaaleilla olevat Tenthouse-teltat, Tomorrowland-festivaaleilla olevat Relaxroom-konttihankehotellit sekä Electric Elephant -festivaaleilla olevat Camp Shikar -teltat. Valitsin kyseiset majoitusvaihtoehdot haastattelumateriaaliksi niiden monimuotoisuuden perusteella: majoitusmuodot olivat kaikki tyypiltään erilaisia ja olivat varmasti elämyksellisiä vaihtoehtoja perinteiseen telttamajoitukseen verrattuna.

Tenthouse-teltat ovat tarjolla Roskilde-festivaaleilla. Hieman maanpinnan yläpuolelle metallijaloin korotetussa teltassa on majoitustilat kahdelle, sähköt ja paikat matkatavaroille. Haastatteluiden perusteella voi todeta, että tällainen pieni telttamuotoinen majoitusratkaisu toimisi Ilosaarirockissa suhteellisen hyvin ja olisi myös melko helposti toteutettavissa. Pieniä telttoja olisi helppo kuljettaa suuria määriä kerralla ja niitä saisi aseteltua esimerkiksi pihapiireiksi ja myytyä isompina kokonaisuuksina. Toisaalta ongelmaksi tämän majoitusmuodon kanssa saattaisi koitua niiden myymisen hankaluus, sillä asiakkaille saattaisi olla helpompaa myydä mobiilihotellia, kuin valmiiksi pystytettyä, vähän parempaa telttaa.

Camp Shikar -teltat puolestaan ovat isoja neljänhengen telttamökkejä, jotka ovat saatavilla Electric Elephant -festivaaleilla. Varustelu on hieman parempi, kuin Tenthouse-teltoissa: Camp Shikar:ista löytyy sängyt neljälle hengelle, pöytäryhmä, tuulettimet ja sähköt, sekä lisämaksusta on saatavilla liinavaatteet sekä pyyhkeet. Haastatteluiden perusteella käy ilmi, että majoitusvaihtoehto on hyvin pitkälti samanlainen, kuin Ilosaarirockissa jo saatavilla oleva valmiiksi pystytetty puolijoukkueteltha. Hyvänä puolena teltoissa nähdään kuitenkin niiden lisämaksusta tulevat vuodevaatteet, joita voisi suunnitella saataville myös Ilosaarirockin majoitukseen.

Molemmissa edellä esitellyissä telttamajoitusmuodoissa oli positiivisena puolena niiden helppo kuljetettavuus, kompakti koko, ja suhteellisen alhainen hinta. Elämyksellisyys syntyy molemmissa majoitusvaihtoehtoissa siitä, että niissä on ”aitoa festivaalitunnelmaa” telttailun muodossa, mutta kuitenkin hieman parempitasoisesti. Haasteina molemmissa majoitusmuodoissa ilmenee yhteistyökumppanien vähyys ja etäisyys: majoitustarvikkeita vuokraavia yrityksiä on vähän ja ne toimivat kaukana Joensuusta ja Ilosaarirockista. Tällöin kuljetuskustannukset nousevat suuriksi, ja näin ollen myös majoituksen hinta asiakkaalle kasvaa, jolloin majoitusmuotojen kysyntä saattaa vähentyä.

Kolmantena majoitusmuotona esittelin Relaxroom-konttihanollit, joita on tarjolla esimerkiksi Tomorrowland-festivaaleilla. Konttihanoli on nimensä mukaisesti rakennettu konttiin ja sen varustelusta löytyy kaksi sänkyä petivaatteineen, sähköt, valaistus, pöytäryhmä ja vaatekaappi sekä alueen täydet palvelut, kuten saniteetitilat ja ympärivuorokautinen vastaanotto. Haastatteluissa tämä viimeistelty, tasokas ja varmasti elämyksellinen festivaalimajoitus nähtiin varmasti hyvänä, vaikkakin kalliina, vaihtoehtona hotellitarjonnalle. Haasteita majoitusmuodon toteuttamisen kannalta olisivat korkeat kustannukset, jotka muodostuisivat esimerkiksi kuljetuksista, pystytyskuluista ja ylläpidosta. Korkeiden kustannusten vuoksi myös konttihanollin loppuhinta asiakkaalle nousisi korkeaksi. Näiden lisäksi yhdeksi ongelmaksi nousisi tilanpuute, sillä Ilosaarirockin majoitusalueet ovat rajalliset, eikä konttihanollita mahtuisi montaa festivaalin majoitusalueelle.

Yhtenä suurena haasteena kaikkien majoitusmuotojen kannalta on sähkö, joka on tuotantopäällikkö Jani Salomaan mukaan Ilosaarirockin "Akilleen kantapää". Ilosaarirockin festivaalialueella sähköä on saatavilla rajallinen määrä, joten sen tuominen majoitukseen asiakkaan saataville on haasteellista. Festivaalin kannalta siis olisikin kannattavaa, jos majoitusvaihtoehtoja tarjoavat yritykset olisivat sähkön suhteen omavaraisia esimerkiksi aurinkokennojen avulla. Tämä mahdollistaisi sähköntuonnin asiakkaille suoraan majoitukseen ja tätä kautta mukavamman majoittumiskokemuksen.

Sähkön lisäksi omavaraisuutta voisi majoitusfirmat viedä pidemmällekin. Yrityksillä voisi olla valmiita majoituskonsepteja, joille ne eivät tarvitsisi festivaalijärjestäjältä muuta kuin toiminta-alueen. Majoituspalveluita tarjoavat yritykset voisivat siis tuoda omat majoitusmuotonsa festivaalialueelle ja markkinoida niitä festivaalin markkinointikanavien kautta. Tällöin puhuttaisiin festivaalimajoituksen ulkoistamisesta ja toteutettavuus olisi järjestäjän kannalta melko helppoa. Ulkoistaminen tulee suunnitella kuitenkin tarkkaan ja sopimusehdot tulee neuvotella tarkkaan yhteistyökumppanin kanssa. Ilosaarirockin vastaavan tuottajan Petri Variksen mukaan festivaalin majoituksen ulkoistamisesta ollaan jo keskusteltu, mutta festivaalin kanta on perinteisesti ollut, että kaikki halutaan tehdä itse, mutta mitään vaihtoehtoa ei kuitenkaan suljeta pois.

Haastatteluiden perusteella voi todeta, että majoitusmuotojen kompaktius, helppo kuljetettavuus ja lähellä olevat yhteistyökumppanit ovat merkittäviä asioita Ilosaarirockin majoitusmuotojen kannalta. Tällöin majoituksen järjestäminen on festivaalijärjestäjän kannalta kannattavaa ja helppoa sekä tällöin hinta saadaan mahdollisimman alas myös festivaalikävijälle. Haastatteluiden perusteella jää kuva, että 50 000 hengen festivaali on valmis kehittämään majoitusmuotojaan ja tarjoamaan sellaisia majoitusvaihtoehtoja, jotka palvelisivat mahdollisimman suurta asiakaskuntaa.



## 8.2 Snoozy-mobiilihotellien jatkokehittäminen

Snoozy-mobiilihotellit olivat kesällä 2016 ensimmäistä kertaa osana Ilosaari-rockin Niittyleirinnän majoitustarjontaa. Mobiilihotellihuoneissa yöpyi noin 40 festivaalikävijää, joiden ikähaarukka vaihteli kyselyn tulosten perusteella n. 21-40 ikävuoden välillä. Snoozyjen asiakkaille tehdyn asiakaskyselyn mukaan uuteen majoitusmuotoon oltiin pääosin tyytyväisiä ja majoitus oli täyttänyt odotukset. Kehitysideoina tuli parannusehdotuksia Snoozyjen varusteluun ja oheispalveluihin liittyen.

Kehitysideoita tuli mobiilihotellien varusteluun liittyen. Kyselyn ja majoittujien haastattelun perusteella mobiilihotellihuoneissa olisi tarvetta ripustuskoukuille, verhoille, pöytätasolle ja sängyn kaiteille. Kyseiset kehityskohteet vaikuttavat suoranaisesti mobiilihotellien tekniseen laatuun ja asiakkaan kokema ”laadullisuus” vaikuttaa osana majoituksesta saatavan elämyksen syntymiseen. Kyseiset kehitysideat olivat melko pieniä, mutta ne nousevat kuitenkin melko suuriksi asioiksi, kun majoituksesta maksaa hyvän hinnan ja odotuksena on, että kaikki toimii. Kyseiset tekniseen laatuun vaikuttavat kehitysideat ovat varmasti mobiilihotelliyritykselle kullannarvoisia, jotta mobiilihotellien tasoa ja asiakkaiden tyytyväisyyttä voidaan vielä eteenpäin.

Kehitysideoita saivat osaltaan myös Niittyleirinnän alueen palvelut. Kyselyyn vastanneista yli puolet pitivät palveluita melko hyvinä, mutta kehitysehdotuksia tuli haastatteluiden perusteella palveluiden tasosta. Haastattelun tulosten mukaan aamiaista toivottiin majoituksen hintaan kuuluvaksi ja jotkut asiakkaat toivoivat ”extrapalveluita” parempitasoisen majoituksen ostajille. Lisäksi asiakkailta tuli toiveita myös omista suihkuista ja wc-tiloista, joihin olisi ympärivuorokautinen pääsy. (Sormunen 2016a.) Palvelun tasoon liittyviä kehitysehdotuksia pohdittaessa on kiinnitettävä huomiota siihen, että mobiilihotellit olivat tarjolla ensimmäistä kertaa ja Niittyleirinnän alueen palvelut olivat samat sekä teltassa että mobiilihotelleissa majoittuville. Asiakastyytyväisyyden ollessa tärkeä asia mobiilihotellien oheispalveluita varmasti kehitetään eteenpäin asiakkaiden tarpeita ja toiveita kattaviksi. Hyvä palvelutaso on myös yksi laadullinen piirre, joka vaikuttaa majoituksesta syntyvään elämykseen.

Asia, joka herätti eniten keskustelua mobiilihotelleihin liittyen, oli niiden hinta. Tämän voi todeta esimerkiksi sosiaalisessa mediassa tulleista kommenteista, asiakaskyselyn tuloksista sekä leirintävastaava Noora Sormusen haastatteluista. Puolet kyselyyn vastanneista pitivät mobiilihotellien hinta-laatusuhdetta ”ei hyvänä, eikä huonona”, ja hintaa pidettiin kalliina myös Facebook-käyttäjien keskuudessa. Mobiilihotellien hintaa pohtiessa on otettava jälleen huomioon, että kyseinen majoitusmuoto on saatavilla ensimmäistä kertaa ja majoittujat eivät välttämättä ole tottuneet tällaisen majoitusvaihtoehdon hinnoitteluun. Verrattaessa eurooppalaisilla festivaaleilla oleviin lähes vastaaviin majoitusvaihtoehtoihin voi todeta hinnan olevan melko lailla samalla tasolla. Snoozya voi majoituksen tason perusteella helposti verrata esimerkiksi hotelleihin, ja esimerkiksi kahden hengen hotellimajoituksen hinta Ilosaarirock-viikonloppuna Joensuussa voi nousta helposti samoihin summiin.

Kokonaisuudessaan voi todeta Snoozy-mobiilihotellien olevan hyvä majoitusmuoto osaksi Ilosaarirockin majoitustarjontaa. Kyselyn ja haastatteluiden perusteella voi todeta mobiilihotellien onnistuneen niille asetetussa tavoitteessa. Snoozyissa majoittui henkilöitä, joita ei telttailu ei enää inspiroinut, jotka olivat mukavuudenhaluisia ja halusivat majoittua lähellä festivaalialuetta ja heitä jotka eivät olleet saaneet enää hotellihuonetta festivaalin ajaksi. Mobiilihotellit siis onnistuivat täyttämään asiakkaiden odotukset ja pienellä kehitystyöllä niistä saadaan varmasti sellainen vakituinen osa Ilosaarirockin majoitustarjontaa, joka saa uusia asiakkaita kiinnostumaan Ilosaarirockista, nostattaa majoitusalueen viihteytystä ja auttaa kaupungin vähäiseen hotellitarjontaan. Kyselyyn vastannutta festivaalikävijää lainaten *”pienellä kehittämisellä saadaan toivottavasti toimiva, kohtuuhintainen ja houkutteleva uusi majoitusmuoto”*.

### 8.3 Majoituksen elämyksellisyys

Elämyksellisyyden suunnittelu festivaalien majoituspalveluihin on haasteellinen asia. Ilosaarirockin leirintävastaava Noora Sormunen pohtii haastattelussa nykyajan nuorten, eli tulevaisuuden festivaalikävijöiden, olevan tottumattomia ”neljä päivää mudassa” -festivaalikulttuuriin ja uskoo nuorten ihmisten haluavan festivaaleille helppoutta ja sitä, että olisi ”kuin kotona” (Sormunen 2016b.). Toisaalta

festivaalin vastaava tuottaja Petri Varis toteaa festivaalilla olevan asiakkaita, jotka tulevat festivaaleille omien makuupussien kanssa ja jotka haluavat maksaa majoituksesta vähemmän. (Varis, Salomaa 2016). Voi siis todeta, että festivaali-asiakkaita on monenlaisia: yksi on valmis maksamaan siitä, että pääsee nukkumaan omassa sängyssä lakanoiden välissä keskellä festivaalialuetta ja toiselle on tärkeämpää vain päästä hyvään festivaalitunnelmaan ja nukkua omassa teltassa festivaalin suurimmalla leirintäalueella. Elämyksellisyyden haasteellisuus tulee esille juuri siinä, että se on subjektiivinen asia ja jokainen ihminen kokee elämyksiä eri asioista.

Festivaalimajoituksen elämyksellisyyttä suunnitellessa tulee oleellisesti esille myös sen palvelu- ja mukavuustason tuoma kontrasti asiakkaan arkeen ja toisaalta myös kontrastin vähäisyys. Osa festivaalikävijöistä haluaa majoittua saman tasoisesti kuin kotona, mutta toiset haluavat nimenomaan majoittua teltassa. Tässä tulee siis esille asiakkaiden erilaiset mielihalut, elämyksen subjektiivisuus ja tarve erilaisille majoitusvaihtoehdoille. Uusia majoitusmuotoja miettiessä tulee miettiä sitä, että niiden tulisi palvella mahdollisimman suurta asiakaskuntaa ja heidän tarpeitaan, mutta toisaalta Snoozyn kaltainen majoitusmuoto tuo majoitukseen eksklusiivisuutta ja mahdollistaa siten uusien asiakasryhmien saapumisen festivaaleille. Mobiilihotelleja on alueella rajallinen määrä, ja ne houkuttelevat paikalle asiakkaita jotka haluavat majoittua mukavasti lähellä festivaalialuetta.

Yksi keino llosaarirockin majoituksen tuottamaan elämyksellisyyteen on palveluiden tason nostaminen. Osa Snoozy-mobiilihotellien asiakkaista kaipasi asiakaskyselyn ja haastattelun perustella ”ekstrapalveluita” paremman majoitusmuodon ostaneille asiakkaille. Näitä palveluita voisi olla esimerkiksi valmiit ja monipuoliset ruokailut, kuten aamiainen, majoitustarvikkeiden, kuten retkituolien ja led-valojen vuokraus ja esimerkiksi majoituksen hintaan sisältyvät festivaalien ”selviytymispakkaukset” ynnä muut festivaalilla majoittumista helpottavat tuotteet ja palvelut. Kaikkien palveluiden ei tarvitse olla hintaan sisältyviä, mutta niitä voisi olla tarjolla asiakkaalle esimerkiksi festivaalin pääsylippuja ostaessa, jolloin ne olisi helppo ostaa samanaikaisesti. Festivaalimajoituksen korkea palvelutaso nostaa varmasti asiakkaan viihtyvyyttä festivaalialueella ja tuo olon siitä, että majoittuja olisi ”kuin kotonaan”

Palvelutasoa nostaessa on hyvä kiinnittää huomiota sen ”räätälöintimahdollisuuksiin”. Kaikki asiakkaat eivät varmasti halua samoja palveluita, joten olisikin helppoa, kun jokainen asiakas saisi itse valita haluamansa palvelut festivaalilippunsa ja majoitusvaihtoehtonsa ohelle. Tällöin asiakkaalle tulisi varmasti myös tunne yksilöllisestä palvelusta, joka on myös yksi elämyskolmion osa-alueista. Yksilöidyt palvelut lisäisivät elämyksellisyyden lisäksi varmasti myös asiakastyytyväisyyttä, kun asiakas saisi juuri sen mitä itse haluaa, ja maksaisi vain niistä palveluista joita itse valitsee.

Hyvä keino oheispalveluiden myyntiin olisi verkkokauppa, josta festivaalielämyksen voisi ostaa niin sanotusti ”yhdessä paketissa”. Verkkokaupasta asiakas voisi festivaalilipun oston yhteydessä valita itselleen mieleisen majoitusvaihtoehdon ja haluamansa oheispalvelut, kuten aamiaisen, leiriytymistarvikkeet ja esimerkiksi pysäköintipaikan autolle. Tällainen palvelu toisi helppoutta majoituspalveluiden räätälöintiin ja asiakkaan olisi helppo ostaa kerralla koko festivaalielämys. Elämyksellisyyttä toisi palvelun helppous ja asiakkaan kokema yksilöllisyys. Yksi palvelun eduista olisi myös se, että asiakkaalle maksettavaksi tuleva loppuhinta jäisi pienemmäksi, kuin esimerkiksi valmiita all-inclusive -lippuja myydessä, sillä asiakas maksaisi vain valitsemistaan palveluista.

Laajemmin festivaalin elämyksellisyyttä pohdittaessa voisi puhua toisaalta myös yhteisöllisestä elämyksestä. Festivaalikävijät ovat paljon tekemisissä yhdessä: katsovat samojen artistien esityksiä ja majoittuvat samanlaisissa majoituksissa. Yhteisöllisyys liittyy vahvasti vuorovaikutukseen ja on sitä kautta yksi festivaalin elämyksellisyyttä tuovista asioista. Tätä yhteisöllisyyden tuntua voisi jatkaa esimerkiksi majoituksessa erilaisilla teemakortteilla, jolloin samoja kiinnostuksen kohteita omaavia henkilöitä majoittuisi samalla alueella. Kortteita voisi jakaa esimerkiksi musiikkityyliin tai kaupunkien mukaan ja teemaa voisi tuoda esille esimerkiksi alueen koristelulla. Yhteisöllisyyttä omalta osaltaan lisäävät myös festivaalikävijöille yhteiset aktiviteetit ja muu oheistoiminta, jota festivaalialueella on tarjolla. Ilosaarirockiin on helposti luotavissa festivaalitunnelmaa, joka korostaa yhteisöllisyyttä ja asiakkaiden viihtyvyyttä, jolloin puitteet elämyksien syntymiselle ovat hyvät.

Siinä missä majoituksen yksilöllisyys ja majoitusalueen yhteisöllisyys synnyttävät elämyksiä, olisi hyvä kiinnittää huomiota myös majoituksen myyntiin ja elämyksien ennakkomarkkinointiin. Tällöin esille nousee tuotteen tarina ja mielikuvien synnyttäminen. Asiakkaan positiiviset mielikuvat esimerkiksi majoitusvaihtoehdoista vaikuttavat suuresti hänen ostopäätökseensä ja elämyksen syntymiseen. Positiivisia mielikuvia on helppoa jakaa esimerkiksi markkinointivideoilla ja kuvilla, joissa esitellään esimerkiksi Niittyleirinnän Snoozy-mobiilihotelleja. Positiivisuutta voi tuoda esille myös markkinoinnin tarinallistamisella, jonka voi toteuttaa esimerkiksi haastatteleamalla festivaalikävijöitä ja tekemällä juttuja heidän majoituskokemuksistaan. Tällöin asiakas saa kattavan kuvan siitä, millainen majoitusmuoto on kyseessä, tietää mitä majoitusmuodolta voi odottaa ja tekee oman ostopäätöksensä.

Elämyksen yksi piirre on sen monialaisuus, eli se, että se syntyy monista pienistä palasista, joista syntyy yksi elämyksellinen kokonaisuus. Erityisesti festivaalin majoitusalueella nousee esille elämyksen subjektiivisuus, eli se että elämys syntyy jokaiselle eri asioista. Elämyksellisyyttä voi tuoda festivaalin majoitukseen esimerkiksi monipuolisilla majoitusvaihtoehdoilla, hyvillä oheispalveluilla ja yhteisöllisyyden lisäämisellä. Haaste elämyksien toteuttamisessa on festivaalijärjestäjälle suuri: kun eri asiat tuottavat elämyksiä eri ihmisille, mutta käytössä olevat resurssit palveluiden kehittämiseksi ovat rajalliset, on varmasti vaikeaa löytää kultaista keskietä jolloin kaikille olisi kaikkea. Elämyksellisyyttä suunniteltaessa on hyvä keskittyä pienten asioiden muodostamiin kokonaisuuksiin.

## **9 Pohdinta**

### **9.1 Opinnäytetyön hyödynnettävyys**

Opinnäytetyöni tulosten hyödynnettävyyssaste on festivaalijärjestäjän kannalta varmasti suuri. Opinnäytetyöni perusteella voi kehittää majoitusmuotojen ja -tar-

jonnan elämyksellisyyttä asiakkaiden tarpeita ja haluja huomioiden. Myös selvitystyöstä eurooppalaisten festivaalien majoitustarjonnasta on varmasti hyötyä, ja toteuttamastani taulukosta voi poimia hyviä markkinointi- ja majoitusideoita Ilo-saarirockissa käytettäväksi.

Uuden majoitusmuodon, Snoozy-mobiilihotellien, asiakkaille tekemästäni asiakaskyselystä on varmasti hyötyä festivaalijärjestäjän lisäksi myös mobiilihotelleja tarjoavalle yrittäjälle. Kyselyn tulosten perusteella yrittäjän on helppo tehdä parannustöitä mobiilihotellien varusteluun ja saada aikaan paremmin asiakkaiden tarpeita täyttävä ja elämyksellisempi majoitusmuoto.

## **9.2 Opinnäytetyön toteutus ja tulokset**

Vallitsevat sääolot, festivaalin artistikattaus ja parhaat ystävät viettämässä yhteistä aikaa. Kaikki nämä asiat vaikuttavat hyvän festivaalielämyksen syntymiseen ja järjestäjän tulee ottaa huomioon ne kaikki. Säähän on mahdotonta vaikuttaa, mutta sen tuomaan pahaan mieleen voi vaikuttaa hyvällä sateensuoja- tai sadetakkitarjonnalla. Asiakkaiden mieliartistit voi selvittää kyselemällä niitä etukäteen esimerkiksi sosiaalisen median kautta, ja parhaat ystävät saa viettämään yhteistä aikaa esimerkiksi tarjoamalla kaikille sopivia yhteisöllisiä majoitusmuotoja.

Opinnäytetyötä tehdessäni huomasin elämyksellisyyden toteuttamisen olevan haasteellinen asia. Haasteellisuutta siihen tuo se, että elämys syntyy jokaiselle eri asioista. Festivaalijärjestäjän on varmasti vaikea löytää kultaista keskitietä palveluiden tarjontaa suunnitellessa: kaikille ei voi olla kaikkea, mutta pitäisi löytää sellaiset palvelut, jotka palvelisivat mahdollisimman suurta osaa festivaaliasiakkaista ja täyttäisivät heidän tarpeensa. Sama pätee myös majoitusmuotoihin. Asiakkaita on erilaisia, ja osa heistä haluaa nukkua rauhassa omassa sängyssä ja päästä mahdollisimman edullisella hinnalla telttamajoituksessa. Asiakaskunnan ollessa laaja tulisi myös majoitustarjonnan olla kattava, jotta kaikki voisivat löytää mieluisan ja itselleen elämyksellisen majoitusvaihtoehdon.

Opinnäytetyöni toteutus oli monivaiheinen. Työni aihe hyväksyttiin marraskuussa 2015, ja harjoitusaineen kirjoitin joulukuun aikana. Keväällä 2016 kirjoitin suunnitelmaraportin ja pidin seminaarin huhtikuussa Venäjän–työharjoitteluni jälkeen. Selvitystyön eurooppalaisten festivaalien majoitustarjonnasta toteutin kevään 2016 aikana ja kesän aikana toteutin asiakaskyselyn sekä haastattelut ja kirjoitin lopullisen opinnäytetyöraportin. Opinnäytetyön aikataulutusta oli väljä, mutta halusinkin tehdä opinnäytetyöni rauhassa ja ajatuksella.

Itse olen tyytyväinen työni lopputuloksiin sekä aikataulutukseen kokonaisuudessaan. Erityisen tyytyväinen olen tekemääni selvitystyöhön eurooppalaisten festivaalien majoitustarjonnasta. Laatimastani taulukosta tuli selkeä ja kattava ”tietopaketti” eurooppalaisten festivaalien majoitustarjonnasta. Toimeksiantajalta saamani palaute oli positiivista, ja he kiittelivät työn hyödynnettävyyttä. Toimeksiantajan edustajilla ei itsellään ole aikaa tutkia eurooppalaisia festivaaleja, joten heille oli hyötyä siitä, että joku tutki niiden tarjontaa ja keräsi tietoja ylös. Kyselyä Snoozy-mobiilihotellien asiakkaille olisi voinut hioa hieman pidempään ja pohtia kysymyksiä ja kyselyn toteutusta tarkemmin. Kyselyn lopputulokset kuitenkin täyttivät opinnäytetyöni tarpeet.

Jatkoa ajatellen olisi mielenkiintoista tutkia, mitä erilaisia oheisaktiviteetteja eurooppalaisilla festivaaleilla on ja miten niitä olisi mahdollista tuoda suomalaisille festivaaleille. Alkuperäisen idean mukaan oheisaktiviteettien kartoittaminen olisi ollut osa omaa opinnäytetyötäni, mutta päätin keskittyä enemmän majoituspuolen tutkimiseen, jotta sain työhöni järkevämmän kokonaisuuden. Haasteena eurooppalaisten festivaalien oheisaktiviteettien tutkimisessa on varmasti niistä tarjolla olevan tiedon puutteellisuus: oheisaktiviteeteista ei yleensä mainita festivaalien verkkosivuilla, vaan tietoja tulisi etsiä esimerkiksi keskustelupalstoilta tai kontaktoimalla festivaalikävijöitä.

Yhtenä mielenkiintoisena jatkotutkimusaiheena olisi se, miten Ilosaarirockin majoitustarjontaan voisi liittää alueen ulkopuolella olevia majoitusalueita. Tällaisia alueita ei tällä hetkellä ole, mutta mahdollisuudet sellaisen järjestämiseksi olisivat varmasti hyvät Joensuun alueella. Tällaisen alueen järjestämisessä tulisi miettiä

majoitusmuotoja, kuljetuksia festivaalialueita, alueen palvelutarjontaa ja toteutusta ja eri yhteistyökumppaneita toteutusta varten. Pohdittavia asioita olisi myös ansaintalogiikka, eli se miten alueen tuotot ja kulut jaetaan festivaalijärjestäjän ja mahdollisen yhteistyökumppanin kesken.

Kokonaisuudessaan voisi sanoa, että elämyksellisyyttä, sen syntymistä ja kehittämistä, oli mielenkiintoista selvittää ja pohtia keinoja sen lisäämiseksi festivaalin majoitusalueita ja -muotoja ajatellen. Festivaalien majoituksen ollessa yksi osa, joka vaikuttaa asiakkaalle festivaalista syntyvään kokonaiselämykseen, on sitä hyvä kehittää eteenpäin ja yhä paremmaksi.



## Lähteet

- Björkvist, A. 2013. Revenue Management – mitä, miten ja miksi. Service Innovation Laboratory. <http://www.silab.fi/revenue-management-mita-miten-ja-miksi/>. 4.10.2016.
- Boxberg, M. & Komppula, R. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Porvoo: Edita Publishing Oy.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2014. Tilastolliset menetelmät. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Hotel & Spa Resort Järvisydän. 2016. Majoitus. Elämyshotelli. <http://www.jarvisydan.com/fi/Majoitus/Elamysshotelli>. 13.10.2016.
- Laakkonen, S. 2013. Ilosaarirockin majoituksen kehittäminen. Karelia-ammattikorkeakoulu. Matkailun koulutusohjelma. Opinnäytetyö. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201303283757>. 28.1.2016.
- Lackman, P., Verhelä, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Lüthje, M., Tarssanen, S. 2013. Matkailuelämysten tuottaminen ja kuluttaminen. Teoksessa Veijola, S. (toim.) Matkailututkimuksen lukukirja. Porvoo: Bookwell, 60-73.
- Joensuun Popmuusikot ry. 2016a. Etusivu. <http://www.popmuusikot.fi/index.php>. 26.1.2016
- Joensuun Popmuusikot ry. 2016b. Ilosaarirock. <http://www.popmuusikot.fi/ilosaaarirock.php>. 25.1.2016
- Joensuun Popmuusikot ry. 2016c. Yhteystiedot. <http://www.popmuusikot.fi/yhteystiedot.php>. 26.1.2016.
- Joensuun Popmuusikot ry. 2016d. Info. Majoitus. <http://www.ilosaaarirock.fi/2016/info/majoitus>. 20.8.2016.
- Joensuun Popmuusikot ry. 2015a. Ilosaarirock. Info. Festivaali. <http://www.ilosaaarirock.fi/2015/info/>. 25.1.2016.
- Joensuun Popmuusikot ry. 2015b. Ilosaarirock. Info. Ympäristö. <http://www.ilosaaarirock.fi/2015/info/ymparisto>. 25.1.2016.
- Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti. 2010. Palvelusta elämykseksi työkalut: teema, draama ja massaräätälöinti. Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti. <http://matkailu.luc.fi/Tuotekehitys/Tyokaluja/Tuotteistamiseen/Palvelusta-elamykseksi>. 8.12.2015.
- Pine II, B. J., & Gilmore, J. H. 2011. The Experience Economy. Updated edition. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Snoozy Finland Oy. 2016. Tuotteet. Snoozy-tuoteperhe. Snoozy-moduuli. <http://mobiilihotellit.com/tuotteet/snoozy-tuoteperhe/snoozy-moduli/>. 24.8.2016.
- Sormunen, S. 2016a. Snoozy-mobiilihotellien asukkaiden kommentteja. Heikki.Kupiainen@edu.karelia.fi. 24.7.2016.
- Sormunen, S. 2016b. Ilosaarirockin leirintävastaava, Joensuun Popmuusikot Ry. Sähköpostihaastattelu. 5.6.2016.
- Taatinen, T. 2009. Ravi- ja niittyleirintä asiakkaan silmin – Tutkimus Ilosaarirockin leirintäalueista. Pohjois-Karjalan Ammattikorkeakoulu. Matkailun koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [http://www.popmuusikot.fi/docs/taatinen\\_ravi\\_ja\\_niittyleirinta.pdf](http://www.popmuusikot.fi/docs/taatinen_ravi_ja_niittyleirinta.pdf). 28.1.2016.

- Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. 6 painos. Rovaniemi: Oy Sevenprint Ltd.
- Tiketti Oy. 2016. Ilosaarirock 2016. <http://www.tiketti.fi/Ilosaarirock-2016-Laulu-rinne-Joensuu-lippuja/35820>. 24.8.2016.
- Varis, P. 2015. Eri palveluita Ilosaarirockin leirinnöistä. Heikki.Kupiainen@edu.karelia.fi. 15.12.2015.
- Varis, P., Salomaa, J. 2016. Vastaava tuottaja. Tuotantopäällikkö. Joensuun Popmuusikot Ry. Nauhoitettu haastattelu. 20.6.2016.
- Visit Karelia. 2016. Hotellit. Joensuu. <http://www.visitkarelia.fi/fi/Matkailu/Majoitus/Hotellit/Joensuu>. 22.2.2016

## Ote festivaalien majoitusvaihtoehtotaulukosta

Festivaalin nimi	Kaupunki, Maa	Ajankohta	Majoitusvaihtoehdot	Hinta(€)	Halvin hinta/asikas	Hintaan kuuluvat palvelut, varustelut ja majoitusalueen palvelut	Maksulliset lisäpalvelut	Lisätiedot	Markkinointitavat	Elämyksellisyys	Oheisaktiviteetit, teemallisuusine.	WWW-sivu		
RMJ-Rauman Meren Juhannus	Rauma, Suomi	24. - 25.6.2016	Omat teitit	Paikkamaksu 39€ Henkilömaksut: kokoaike 30€, 15€/vrk	Yksi yö: 15€ Kaksi yötä: 30€	WC, suihku, ruokapisteet, Rikioski, pizzeria, ruokakauppa, aluevalvonta	Parkkipaikka autolle, hinta??	Etäisyys alueelle 300-500m	*Artistit edellä, facebookissa ei paljoa mainintaa majoituksesta. *Tunnelmakuvia festareilta, majoituksesta ei niinkään.	Pikkumökki erottuu joukosta omanlaisena, mutta tietoa ja kuvia niukasti. Mahdollisuuksia olisi esim. tarinallistamiseen, teemallistamiseen ja kontrastin esilletuontiin, mutta ei ole toteutettu.	Vierailiset jatkot kahdessa paikallisessa yökerhossa	<a href="http://www.rmj.fi/fi/majoitus/">http://www.rmj.fi/fi/majoitus/</a> <a href="http://festival.hol.es/fi/majoitus/">http://festival.hol.es/fi/majoitus/</a> Instagram, Facebook		
			Priority teitit	Paikkamaksu 99€ Henkilömaksut: kokoaike 30€, 15€/vrk	Esim. 3 hengelle koko festari: 99€+30€x3=189€ Tällöin 63€ per neni	Valmiiksi koottu teitit 4 hengelle, Oma wc-alue ja suihkutilat.	Parkkipaikka autolle, hinta??	*Kiinni festivaalialueessa", oma sisäänkäynti						
			Pikkumökki (puinen)	Mökki: 399€ Henkilömaksut: kokoaike 30€, 15€/vrk	Esim. 3 hengelle koko festari: 399€+30€x3=489€ Tällöin 163€ per neni	Mökissä pistorasia, patjat neijalle. Poroholman lomakeskuksen palvelut käytössä (wc, suihkut, ravintolat)	Parkkipaikka autolle, hinta??	Lomakeskuksen yhteydessä						
Sziget Festival	Budapest, Unkari	10. - 17.8.2016	"Perusleirintä" (omat varusteet)	Sis. Pääsylipun hintaan (vähintään 2 päivän päivälippua). 118€-249€	118€ (kaksi peräkkäisen päivän lippua)	WC, suihku	Teitit, makuualusta ja peitto 89€. Turvakaappi 25€ Ilmapatja 22€ Makuupussi 16€ Peitto tai makuualusta 6€/kpl		Sometykitystä, yritetään houkutella ihmisiä "ajattelemaan kesän festivaalia". Filiskuvia majoituksesta, yritetään luoda mielikuvia ja houkutella ihmisiä.	Perusmajoitus, löytyy kaikista festivaaleilta, ei mitään erikoista. Hyvä sille, joka tällaista etsii.	*Paljon taidetta yms. Esillä <a href="http://szigetfestival.com/art-offreedom">http://szigetfestival.com/art-offreedom</a> *Monia erilaisia baareja, esiintymislavojia, hengailupaikkoja yms. <a href="http://szigetfestival.com/info/map">http://szigetfestival.com/info/map</a>	<a href="http://szigetfestival.com/accommodation">http://szigetfestival.com/accommodation</a>		
			"VIP-camping" (omat varusteet)	Pääsylippu + 149€	??	Uima-allas, matkatavarasäiliö, Wifi, 24h vastaanotto-, turva- ja siivouspalvelut, ruokakauppa, "snack bar", VIP-WC ja suihku, vartioitid turvalokerot	79€ kahden hengen valmiiksi koottu teitit, 119€ 4 hengen	Myyty loppuun, hintatietoja ei näkyvissä						
			"Alternativa Camping"	69 €	187€ (kahden peräkkäisen päivän lippu + majoitus)	24/7 vastaanotto, turvapalvelut, Italiaa ja englantia puhuvat "hostit", matkatavarasäiliö, wifi, enemmän wc- ja suihkutiloja	79€ kahden hengen valmiiksi koottu teitit, 119€ 4 hengen Puhelimen laturi	italialainen tunnelma ja vieraanvaraisuus. Hyvä hengailumestari!		Majoitusvaihtoehdot "normaaleja", mutta alueella vallitsee tietty teema, joka on tuotu hyvin esille. Yhteisöllisyys näkyy, samanhenkisiä ihmisiä kokoontuu alueelle. Tarinallisuutta tuotu hieman esille nettisivuilla. Moniaistisuus huomioidu monipuolisella alueiden koristeilulla valitsevan teeman mukaisesti.				
			"Apéro Camping"	69 €	187€ (kahden peräkkäisen päivän lippu + majoitus)	Ravintola-bistro, 24h vastaanotto ja turvapalvelut, ranskaa ja englantia puhuvat "hostit", matkatavarasäiliö, wifi, enemmän wc- ja suihkutiloja	79€ kahden hengen valmiiksi koottu teitit, 119€ 4 hengen Puhelimen laturi	Ranskalainen tunnelma						
			"Siesta camping"	69 €	187€ (kahden peräkkäisen päivän lippu + majoitus)	24h vastaanotto ja turvapalvelut, "international hosts", matkatavarasäiliö, wifi, enemmän wc- ja suihkutiloja	79€ kahden hengen valmiiksi koottu teitit, 119€ 4 hengen Puhelimen laturi	Asettuu perusmajoituksen ja vip-majoituksen väliin. Varjoisalla paikalla.						
			"Bridge camping"	69 €	187€ (kahden peräkkäisen päivän lippu + majoitus)	24h vastaanotto ja turvapalvelut, matkatavarasäiliö, wifi, enemmän wc- ja suihkutiloja	79€ kahden hengen valmiiksi koottu teitit, 119€ 4 hengen Puhelimen laturi	Keskeinen sijainti sisäänkäynnin lähellä.						
			Family camping	69 €	187€ (kahden peräkkäisen päivän lippu + majoitus)	Lastenhoito, suihku ja wc, 24h vastaanotto, lasten leikkipaikkoja ja leikkittäjiä, syöttöalue ja vaipanvaihtopiste	79€ kahden hengen valmiiksi koottu teitit, 119€ 4 hengen Puhelimen laturi	Lapsiystävällisyys! Alle 14-vuotiaat lapset ilmaiseksi.						
			"Caravan camping"	130 €	249€ (kahden peräkkäisen päivän lippu + vaunupaikka)	Paikka matkailuautolle, suihku, wc								
			"Wooden house" VIP-majoituksessa	??	??	Mökissä matto, hylly, pistorasia. Mökin saa lukkoon. VIP-palvelut.		Kahdelle. Myyty loppuun, ei hintatietoja näkyvissä.						
			"Pre-settled caravan" VIP-majoituksessa	639€ (sis. 2xvip-majoituksen hinta)	437,5 (kahden peräkkäisen päivän lippu + majoitus)	Matto, hylly, valot, pistorasia. Vaunun saa lukkoon. VIP-palvelut.		Mukava kahdelle hengelle.						
			Flexotel ("hotellikontti")	825€ + 100€ vakuus	Esimerkkilaskelma: Sisäänkäynti kahdelle(koko aika): 498€ Majoitus: 825€ Vakuus: 100€ Yht. 1423€ Tällöin 711,50€ per nappi	2 hengen huoneet joissa, sängyt, pyyhe, petivaatteet, pöytä ja tuolit, vaatekomero, pistorasia ja valot. Erikseen wc sekä lämminvesi suihku. Huoneen saa lukittua.		Mahdollisuus ostaa vain koko festivaalin ajaksi.						
										Yhteisöllisyys -> alueella muitakin karavaanareita.				
										Yhteisöllisyys -> alueella samanhenkisiä ihmisiä, joilla samantlaiset majoitusvaihtoehdot. Eriäinen majoitusvaihtoehto, ei tarjoilla monella muulla festivaalilla.				
										Eriäinen, "parempi" majoitusvaihtoehto.				
										Omanlaisensa teema tuotu esille: laadukkaampi majoitusvaihtoehto. Kontrasti arkeen näkyy ja yhteisöllisyys muodostuu omasta alueesta, jossa vain samanlaisia majoitusvaihtoehtoja.				

# Elämyksellisyden arviointitaulukko

## LUT2025 ELÄMYKSELLISYYS, LUONTO JA YMPÄRISTÖ

Soveltaen muokattu ©LEO 2008 tuotekehityksen elämiskolmiooon perustuvasta tehtävävuorokaudesta

Tarja Kupiainen, yliopettaja

**Punaisella fontilla asiat, joihin tulee tutustua jo etukäteen (mutta joihin kannattaa palata vielä ekskursion jälkeen).**

Kaikki aistit avoimina: miltä näyttää, mitä näkyy? Miltä tuntuu? Miltä maistuu? Mitä tuoksuja? Ääniä?

Yritys: (palveluntarjoaja)	Tuote: (mikä palvelu?)				
Yksilöllisyys	Autenttisuus	Tarinallisuus	Moniaistisuus	Kontrasti arkeen	Vuorovaikutteisuus
Miten tuote puhuttelee eri vastaanottajia? Miten tuote ja sen välittämä viesti erottuvat muusta? Miksi juuri tämä tuote kannattaa valita kaikesta tarjonnasta?	Miten tuotemielikuva ja mainoslupaus vastaavat tuotetta? <b>Miten valittu teema näkyy viestinnässä?</b> <b>Onko teema selvästi havaittavissa esim. nettisivuilla, esitteissä, muussa markkinointimateriaalissa?</b>	Miten tuotteen tarinan merkitys ja sisältö välittyvät asiakkaalle? <b>Miten mainonnassa hyödynnetään tarinaa?</b> <b>"Koukuttaako" tarina?</b>	<b>Millaista kuvaa mainonta ja muu markkinointiviestintä välittävät tuotteesta?</b> <b>Mitä aisteja viestinnässä otetaan huomioon?</b> Millaisia mielikuvia kuvat, äänet, pinnat, tuoksut herättävät?	Miten tuote välittää mielikuvaa arjen ylittävistä kokemuksesta? <b>Herättävätkö esim. nettisivut tai esitteet mielikuvan, että tuote on jotain erilaista, arjesta poikkeavaa?</b>	<b>Luovatko mainonta ja markkinointi mielikuvan vuorovaikutteisuudesta?</b> Entä yhteisöllisyydestä? Miten markkinoinnin ja mainonnan avulla pyritään luomaan vuorovaikutteisuutta?
Miten tuotteen fyysisessä ympäristössä otetaan huomioon erilaiset kokijat ja kokijaryhmät? Miten asiakas houkutellaan tulemaan uudestaan?	Havainnoi ympäristöä, materiaaleja, esineitä ja muita elementtejä. Herättääkö ympäristö aitouden ja/tai autenttisuuden tuntua? Miten?	Miten fyysinen ympäristö tukee tarinaa, jota tuote haluaa välittää? Miten teema näkyy ympäristössä?	Mitä eri aisteja tila kututtaa? Kiinnitä huomiota yksityiskohtiin, ääniin, koskettele, tunnustele, maistele. Havainnoi myös ihmisiä ja heidän toimintatapojaan: miten ihmiset reagoivat ympäristöön?	Miten ympäristö eroaa omasta arkiympäristöstäsi? Millaisia eroja löytyy?	Millaiset puitteet ympäristö tarjoaa vuorovaikutukselle? Tukeeko ympäristö yhteisyyden tunnun syntymistä? Miten esteettömyys toteutuu ympäristössä?

## Elämyksellisyden arviointitaulukko

<p>Mitä oppimiskokemuksia tuote tarjoaa? Mitä uutta opit? Mistä haluaisit tietää lisää?</p> <p>Jäikö jokin asia vaivaamaan mieltä niin, että kannattaisi tulla uudestaan?</p>	<p>Miten arvioisit tuotteen kulttuurista uskottavuutta? Miten todentuntuisuus välittyi?</p>	<p>Arvioi tuotetta sen tarinan kannalta: miten tarina on rakennettu? Miten se rakentuu kokemuksessa? Miten "draama" kehittyi: onko selkeä aloitus, kohokohta ja lopetus?</p>	<p>Miten eri aistiärsykkeet suhtautuvat toisiinsa? Tukevatko ne toisiaan? Syntyykö ristiriitaisuuksia? Onko kokonaisuus tasapainoinen?</p>	<p>Miten arvioisit tuotteen mahdollisuuksia arjesta irtautumisen välineenä?</p>	<p>Mahdollistaako tuote / onko tuotekehittelyssä otettu huomioon vuorovaikutteisuus? Miten vuorovaikutus ilmenee yksittäisen kokijan, henkilökunnan, tuotteen ja muiden asiakkaiden välillä? Arvioi tuotteen kokemuksellisuutta: millaisina näet sen elämykselliset mahdollisuudet?</p>
<p>Arvioi tuotteen ainutlaatuisuutta: miten ainutlaatuinen se on? Voiko asiakas vaikuttaa tuotteen rakenteeseen? Jatkopohdintaan: Miten kehittäisit tätä puolta tuotteesta?</p>	<p>Arvioi tuotteen aitoutta ja autenttisuutta. Jatkopohdintaan: Miten kehittäisit tätä puolta?</p>	<p>Mikä on tuotteen teema ja miten tärkeäksi sen koit? Jos et havainnut tuotteella olevan selkeää teemaa, pohdi, mikä se voisi olla. Pohdi, miksi tarinalla on merkitystä.</p>	<p>Mitkä aistit ovat tuotteessa tärkeimmissä rooleissa? Miten tuotteessa voisi hyödyntää paremmin moniaistisuutta?</p>	<p>Mikä on mielestäsi tuotteen kohderyhmä? Millaisen kontrastin tuote tarjoaa arkeen? Arvioi tuotteen soveltuvuutta erilaisille asiakassegmenteille. Kehitysideoita?</p>	<p>Arvioi tuotteen soveltuvuutta koettavaksi ryhmässä ja yksityisesti. Miten tuote soveltuu erilaisille ja heterogeenisille ryhmille? Esim. liikunta-, näkö- tai kuulorajoitteiselle? Kehitysideoita?</p>
Yksilöllisyys	Autenttisuus	Tarinallisuus	Moniaistisuus	Kontrasti arkeen	Vuorovaikutteisuus



## Haastattelun sisältö



### Tenthouse (Esim. Roskilde)

- Valmiiksi pystytetty "teltti" kahdelle
- Sähköt, paikat matkatavaroille, lukittava kassakaappi
- Hinta 335€ (koko festivaalin ajan)
- Lisätiedot: <http://www.roskilde-festival.dk/guide/accommodation=tenthouse>

### Relaxroom (Esim. Tomorrowland)

- 2 sänkyä, 2 tuolia, sähköt, valaistus, pöytäryhmä, vaatekaappi.
- Täysi varustelu sis. petivaatteet, lakanat jne. Alueella saniteettitilat, 24h vastaanotto, ja pääsy omalle chill out zonelle.
- Hinta 1050€ (2 yötä)
- Lisätiedot: <http://www.tomorrowland.com/en/dreamville/accommodations-sold-out>

### Camp Shikar (Electric Elephant)

- Yksityinen telttamökki neljälle. Valmiiksi pedatut sängyt, pöytäryhmä, tuuletin, säilytyskaapit, sähköt. Pyyhkeet ja petivaatteet lisähinnasta.
- Hinta 507€ (4 yötä)
- Lisätiedot: <http://www.electricelephant.co.uk/tickets-and-packages/accommodation>

### Alueen vuokraus majoitusyrityksen omalle toiminnalle

- Yritys maksaisi vuokran omasta toimialueesta ja toisi alueelle omat majoitusvaihtoehdot, palvelunsa ja majoitustarvikkeensa ja hoitaisi itse myynnin, tavaroiden vuokrauksen ja markkinoinnin
- Esimerkkipaketti asiakkaalle: valmiiksi pystytetty teltti, makuupussit ja -alustat, retkituolit.
- Helppo toteutettavuus järjestäjän kannalta kun pelisäännöt selvitetty yrittäjän kanssa. Vuokraus toimisi käytännössä samalla periaatteella kuin ruokaköyissä.
- **Toimisiko tällainen järjestely Ilosaarirockissa?**



## Kysely Snoozy-mobiilihotellien asiakkaille



# Kysely Snoozy-mobiilihotellien asiakkaille

## Taustatiedot:

Ikäsi:

☐ -20 ☐ 21-30 ☐ 31-40 ☐ 41-50 ☐ 51-60 ☐ 61-

Kotipaikkakuntasi: \_\_\_\_\_

Mistä sait tiedon Snoozy-mobiilihotelleista?

☐ Sosiaalisesta mediasta (Facebook, Instagram...)

☐ Nettisivuilta

☐ Kaverilta

☐ Muualta, Mistä? \_\_\_\_\_

## Mitä mieltä olet Snoozyn...

	Huono	Melko huono	Ei hyvä, eikä huono	Melko hyvä	Hyvä
	1	2	3	4	5
Hinta-laatu -suhteesta?	<input type="checkbox"/> - - - - - <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> - - - - - <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> - - - - - <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> - - - - - <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> - - - - - <input type="checkbox"/>
Viihtyisyydestä?	<input type="checkbox"/> - - - - - <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> - - - - - <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> - - - - - <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> - - - - - <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> - - - - - <input type="checkbox"/>
Alueen palveluista?	<input type="checkbox"/> - - - - - <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> - - - - - <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> - - - - - <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> - - - - - <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> - - - - - <input type="checkbox"/>

## Elämyksellisyys

Mikä sai sinut valitsemaan Snoozy-mobiilihotellin? Oletko tyytyväinen valintaasi?

---



---



---



---

Minkälaiset odotukset sinulla oli Snoozyista? Täyttyivätkö odotuksesi?

---



---



---



