

TAPAHTUMAJÄRJESTÄMISEN ABC

Kuinka päästä tapahtumanjärjestämisessä alkuun Lahden
talousalueella

Tiivistelmä

Tekijä(t) Vedenpää, Antti Valtteri	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 41	Valmistumisaika Kevät 2020
Työn nimi Tapahtumanjärjestämisen ABC Kuinka päästä tapahtumanjärjestämisessä alkuun Lahden talousalueella		
Tutkinto Restonomi AMK		
Tiivistelmä <p>Tapahtumanjärjestäminen ja siihen liittyvät lainalaisuudet ovat pitkään olleet hämärän peitossa, ja tie onnistuneeseen tapahtumajärjestämiseen on auennut vain harvoille ja valituille. Opinnäytetyön pääajatus oli luoda helposti lähestyttävä opas tapahtuman järjestämistä Lahden alueella suunnittelevalle niin, ettei järjestäjän tarvitsisi kokea taloudellisia tai henkisiä tappioita päästäkseen nauttimaan menestyneen tapahtumantuottamisen hedelmistä.</p> <p>Tietoperustassa käsiteltiin tapahtuma-alan trendejä, kilpailua ja ennakkoluulottomuutta ja sitä, mitä onnistunut tapahtuma pitää sisällään.</p> <p>Tutkimusmenetelminä käytettiin ammattilaishaastatteluja ja esimerkkitapahtumaa, jolla testattiin opinnäytetyössä luotua tapahtumajärjestämisen viisikantamallia ja sen toimivuutta käytännössä.</p> <p>Tutkimuksissa kävi ilmi, että huolellinen suunnittelu ja taustatyö, hallittu riskin otto ja ennakkoluulottomuus ovat avaimet onnistuneeseen tapahtuman järjestämiseen. Suurimpina sudenkuoppina pidettiin liian lyhyttä tuotantoaikaa ja sitä ettei budjetointiin ole kiinnitetty tarpeeksi huomiota.</p>		
Asiasanat Tapahtumajärjestäminen, tapahtumajärjestämisen viisikanta, tapahtumatuotanto, onnistuminen		

Abstract

Author(s) Vedenpää, Antti Valtteri	Type of publication Bachelor's thesis	Published Spring 2020
	Number of pages 42	
Title of publication The ABC of event production Getting started in event production in the Lahti region		
Name of Degree Bachelor of Tourism and Hospitality Management		
Abstract <p>Event production has always been cloaked by the veil of secrecy and the purpose of this thesis is to lift the curtain and show that with the right kind of determination and proper planning anyone can produce a working, profitable and successful event.</p> <p>The theoretical part presents a look at trends in event management, the scale of competition and what every successful event is made of. Also included are the interviews conducted with professional event managers and an example event to test the event management pentagram in this study.</p> <p>The study showed that proper planning and fieldwork combined with calculated risk taking and an open-minded attitude are the key elements to successful and profitable event management. The pitfalls that were mostly agreed on were the lack of time spent on preproduction and not taking enough time on planning a steady budget.</p>		
Keywords Event production, event management pentagram, event management, success		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	TAPAHTUMIEN TRENDIT JA KILPAILU	3
2.1	Tapahtuma ilmiönä	3
2.2	Tapahtuman rakentamisesta	4
2.3	Lupa-asiat Lahdessa	7
3	LAHTI JA TAPAHTUMAT	9
3.1	Lahti tapahtumakaupunkina	9
3.2	Tapahtuma-alan ammattilaisten haastattelut.....	9
3.3	Yhteenveto	11
4	TAPAHTUMAJÄRJESTÄMISEN VIISIKANTA	12
4.1	Mikä on Tapahtumajärjestämisen viisikanta.....	12
4.2	Esimerkkitapahtuma	16
5	YHTEENVETO	21
5.1	Tavoite.....	21
5.2	Opinnäytetyö prosessina ja jatkotutkimusehdotukset.....	22
	LÄHTEET	23
	LIITTEET	24

1 JOHDANTO

”En ole tehty akateemista kirjoittelua varten, toiminta on minun aluettani.” - Gandhi

Tapahtumat ja tapahtumajärjestäminen ovat kokeneet suuria muutoksia Lahden talousalueella viime vuosina. Se, mikä oli takuuvarmaa ja helppoa 2000-luvun alussa, ei enää tuo väkeä tapahtumiin samalla tavalla, ja niin kuluttajat kuin järjestävät tahot ovat tilanteen edessä, että tarjontaa on enemmän kuin kysyntää. Lahdessa on jouduttu tilanteeseen, jossa taloudellisista syistä tapahtumajärjestäminen on jakautunut ”kuppikuntiin”, jotka välttävät yhteistyötä ja kommunikaatiota. Tämä on johtanut mm. siihen, että samaa artistia on varattu saman kaupungin eri keikkapaikkoihin muutaman kuukauden aikaeroilla. Keikkamyymälään ottaa tilauksen vastaan ja ”rahat pois”, mutta se, palveleeko kyseinen tyyli mak-savaa yleisöä, onkin jo toinen tarina. Päivämääriä ja keikkapaikkoja on rajallinen määrä, missä ja milloin kannattaa järjestää, joten olisi vain fiksumaa ja hyödyllistä, jos tapahtumajärjestäjätkin kommunikoisivat keskenään.

Rahalla saa ja hevosella pääsee, sanoo vanha sananlaskukin, mutta se ei välttämättä tee sinusta menestyvää tai edes fiksumaa tapahtumanjärjestäjää. Tarvitaan sisua, pelisilmää, suhteidenluomistaitoa, verkostoitumista ja tietystä mielessä myös häikäilemättömyyttä. Tämä ala on ilkeä ja tyly, jossa pelkällä kiltteydellä ja hyvillä tarkoitusperillä ei pitkällä pötkitä. hyväuskoinen järjestäjä tulee nopeasti huijatuksi.

Itselläni on tapahtumanjärjestämisestä yli 20 vuoden kokemus ja olen järjestänyt niin pieniä pubikonsertteja kuin isoja konserttisalitapahtumiakin. Yhteistä näissä on kuitenkin se, että tapahtumat ovat sijoittuneet Lahden talousalueelle. Pienimmät tapahtumat, joita olen järjestänyt ovat trubaduurikonsertteja ja suurin produktio on Kasisalille järjestetty kaksipäiväinen Break down the walls- festivaali, jossa esiintyi kahdella lavalla yhteensä 52 artistia niin Suomesta kuin ulkomailtakin. Kävijöitä oli viikonlopun aikana yli 1000 henkeä. Olen myös ollut alullepanevana voimana lahtelaisissa kokeellisen musiikin ja melun tapahtumissa, ollut perustamassa Lahteen elävän musiikin yhdistystä, järjestänyt 17 vuotta Suomen pitkäaikaisinta sisällä järjestettävää punk/hardcore- festivaalia, Roosterfestiä. Roosterfest toimii edelleen, mutta järjestävänä osapuolena on tällä hetkellä nuorempi sukupolvi, joka jatkaa soihdun kantamista uudella innolla. Itse olen mukana enää vain yleisönä.

Tavoitteenani on laatia tapahtumanjärjestämisen ABC siten, että myös alaan vihkiytymätön uskaltaisi ottaa härkää sarvista ja todeta, että jos täällä ei ole sopivaa tapahtumaa, voi sellaisen järjestää itse. Omat lähtökohtani vuosien takaa ovat juuri tuollaiset. Lahdessa ei ollut mielestäni riittävästi punk- ja metallitapahtumia, niinpä ystäväieni kanssa löimme päät yhteen ja aloitimme järjestämisen. Tuohon aikaan ei ollut internetin ihmeellistä tietolaaria eikä juuri ketään, keltä aiheesta olisi voinut kysyä. Niinpä kaikki mikä tehtiin, tehtiin kanta-pään kautta ja niin sanotulla ”säkällä se partakin kasvaa”- mentaliteetilla.

Nyt on aika madaltaa ihmisten kynnyistä tapahtumanjärjestämisen aloittamiseen ja luoda ohjenuora, jonka mukaan on helppo ottaa ne ensimmäiset askeleet kohti omia tapahtumia. Oli sitten kyseessä koiranäyttely, trubaduurikonsertti, levymessut tai festivaali, periaatteet ovat käytännössä samat.

Olen useasti saanut viestejä ja soittoja, joissa kysytään aina sitä samaa, mitä pitää tietää ja osata, jos haluaa järjestää tapahtuman? Vastaukset eivät ole yksinkertaisia mutta lopulta kuitenkin melko itsestään selviä. Opinnäytetyön tavoitteena on siis opastaa ja helpottaa aihepiiriin tutustumista.

En aio luottaa pelkästään omaan tietotaitooni, vaan haastattelen työssäni myös lahtelaisia alan rautaisia ammattilaisia, että saisimme tarpeeksi laajan kuvan talousalueemme tilanteeseen ja siihen, mitä kannattaa ja miten ei kannata tehdä asioita.

Jatkossa tulen kertomaan teille tapahtumanjärjestämisen etenemisestä idean kautta suunnitteluun, suunnittelusta toteutukseen ja toteutuksesta ”jälkipeleihin”. Minulla on käytettävissäni yksi itse järjestämäni esimerkkitapahtuma, edellä mainitut alan ammattilaisten haastattelut ja aiheeseen liittyvää lähdekirjallisuutta. Näin pystyn havainnollistamaan ja visualisoimaan aiheen helpommin lähestyttäväksi ja sisäistettäväksi.

Käyn läpi myös joukkoistamista ja tapahtumia ilmiöinä, mikä on ilmiö ja miten tapahtumasta tulee sellainen. Tutustumme lahtelaisen tapahtumanjärjestämisen trendeihin niiden historian kautta tähän päivään saadaksemme jonkinlaisen kuvan siitä, mitä lahtelainen tapahtumajärjestäminen on ollut, on ja tulee olemaan.

Haastattelujen ja teorian lisäksi käyn läpi esimerkkitapahtuman järjestämistä, joka konkreettisesti selvittää luomani tapahtumajärjestämisen viisikannan hyödyllisyyttä käytännössä. Viisikanta on luotu havainnollistamaan uudelle järjestäjälle tapahtumaa, ja sen kautta on helpompi edetä tapahtuman järjestämisen ideasta loppuunvietyyn tapahtumaan.

2 TAPAHTUMIEN TRENDIT JA KILPAILU

2.1 Tapahtuma ilmiönä

Mikä tekee tapahtumasta ilmiön ja missä vaiheessa tavallinen tapahtuma muuttuu joksikin suuremmaksi?

Kirjassa Ilmiön kaava (2015) sanotaan, että ilmiö on aistein havaittava tapahtuma, jonka vaikutus näkyy ihmisissä, ilmenee heidän ajatuksissaan ja keskinäisessä vuorovaikutuksessa. (Hilliaho Lauri, Puolitaival Johanna 2015)

Tapahtuma voi olla vaikka kuinka suuri mutta siitä ei välttämättä tule ilmiötä. Saadakseen ilmiöstatuksen, tapahtumalla pitää olla tarina ja draamankaari. Tarinaan pitää voida samaistua tai siitä on pystyttävä innoittumaan. Se herättää tunteita ja keskustelua. Kaikki eivät siitä pidä, osa jopa inhoaa ja osa rakastaa täydestä sydämestään (Hilliaho & Puolitaival 2015). Pääasia on, että puhutaan. Jare Henrik Tiihonenkin sen aikoinaan jo tajusi: pääasia on, että kansa puhuu, kuva on iso ja nimi on kirjoitettu oikein.

Onnistunut ilmiö perustuu toistoon ja sama asia puetaan vuosi vuodelta vain eri asuun ja myydään uudelleen. Populäärikulttuurissa on miljoonia esimerkkejä The Beatlesistä Cheekiin ja Donald Trumpista Johanna Tukiaiseen. Ilmiö halutaan nähdä, kokea ja aistia.

Se, että tapahtuma on uusi ja eksklusiivinen, voi olla ilmiöksi pyrkimisessä sen suurin valtti. Tapahtuman löytäneet edelläkävijät ja trendien asettajat pitävät itseään etuoikeutettuina ja kokevat myös velvollisuudekseen kertoa siitä eteenpäin. Tämä voi myös toisaalta johtaa siihen, että tapahtuman muuttuessa ilmiöksi ja valtavirran omaisuudeksi, voivat alkuperäiset kannattajat siirtyä eteenpäin koska kokevat että tapahtuma ei ole enää yksin heidän vaan siitä on tullut yhteistä omaisuutta. Eli bändi oli ensimmäisellä demolla parhaimmillaan, sittemmin ovat myyneet itsensä.

Ilmiön rakentajan on aina oltava varpaillaan ja ajan hermolla. Liiallinen markkinointi ja sosiaalisen median tukottaminen voi aiheuttaa seuraajille ähkyn, jota on hankala enää purkaa ja näin tapahtumasi menettää mielenkiintoisuutensa. Toisaalta, jos luotetaan siihen, että yksi mainos riittää tai että puskaradio hoitaa itse itsensä, voi käydä niin, ettei tapahtuma enää herätä kiinnostusta ja pahimmassa tapauksessa unohtuu (Hilliaho & Puolitaival 2015).

Juuri otollisen hetken odottaminen ja juuri oikean markkinoinnin luominen on tanssia veitsen terällä ja pienikin lipsahdus voi olla kohtalokas.

Eri alojen ennakkoluuloton tutkiminen ja yhdistäminen mahdollistaa uudenlaisen ajattelumallin, mitä kautta työskentely ja eteneminen on tuottavampaa ja hedelmällisempää. Kun projektia katselee ulkopuolelta uusin silmin, näkee asioita eri kulmasta mikä helpottaa etenemistä (Hiiliaho & Puolitaival 2015).

Kirjassaan *Medici-ilmiö* (2005) Frans Johansson kehottaa ennakkoluulottomuuteen ja odottamaan odottamatonta. Tämä voi johtaa luovuuden kasvuun ja siihen, että tavanomaisuuksien välimaastosta löytyy se uusi innovaatio, mitä projektissa tarvitaan sen läpiviemiseksi.

Johansson kertoo myös, että epäonnistuminen voi olla juuri se oikea motivaation lähde ja katalyytti, joka edesauttaa saavuttamaan lopullisen, onnistuneen päämäärän.

2.2 Tapahtuman rakentamisesta

Kirjassaan *Tapahtuma on tilaisuus*, Helena Vallo ja Eija Häyrinen (2008) valottavat seikkaperäisesti ja kuitenkin maanläheisesti, kuinka tapahtumaa kannattaa lähteä rakentamaan.

Vallo ja Häyrinen käyvät läpi mikä merkitys on tilalla, ajankohdalla, budjetilla, luvilla ja markkinoinnilla onnistuneen tapahtuman järjestämisen kannalta, aivan kuten tapahtumaviisikanta sen ilmaisee.

Tapahtumapaikka tai tila harvemmin toimii sellaisenaan ja Vallo ja Häyrinen kertovatkin, kuinka sopivalla somistuksella tiloista saadaan tapahtumaan sopivia.

Ajankohta merkitsee paljon juuri siksi, kannattaako tilaisuutta edes järjestää vai onko se vain resurssien tuhlaamista. (Vallo, Häyrinen 2008)

”PIENI SALAPOLIISINTYÖ ENNEN TAPAHTUMA-AJAN VALINTAA VOI OLLA PAIKALLAAN”-. (Vallo, Häyrinen 2008)

Tällä pyritään kertomaan, että katsaus internetiin ja kalenteriin kertoo, mitä kaikkea on tarjolla valittuna ajankohtana omalla markkina-alueella eli onko aika sopiva vai onko aiheellista valita joku toinen ajankohta tapahtumalle.

Budjettia suunnitellessa olisi hyvä, jos olisi joku aikaisempi tapahtuma referenssinä, minkä kautta voi suorittaa budjettivertailua tulevan varalta. Myös yleisön rakenne vaikuttaa budjetin suunnitteluun, samoin käytettävissä oleva henkilökunta. Talkooporukka omasta takaa voi vaikuttaa kustannustehokkaalta ja houkuttelevalta ratkaisulta mutta on syytä tarkastella kriittisesti, kumpi on kannattavampaa lopputulosta ajatellen, käyttää innokkaita

amatöörejä, vai sijoittaa ammattilaisten apuun, jotka hoitavat työnsä tehokkaasti ja nopeasti. pieni budjetti suositellaankin ottamaan oman luovuuden haasteena, ei niinkään esteenä tai hidasteena. (Vallo, Häyrinen 2008)

Luvat ja byrokratia ovat tapahtumanjärjestämisessä se välttämätön paha, joiden kuluista ei voi karsia eikä niiden kanssa oikomisesta ole koskaan tullut mitään hyvää. mitä aikaisemmin ja perinpohjaisemmin lupa-asiat on hoidettu, vältetään ikäviltä viime hetken yllätyksiltä ja voidaan keskittyä itse tapahtumaan ja sen järjestämiseen.

TAPAHTUMAPROSESSIN KULKU

Suunnittelu 75%

- Projektin käynnistys
- Resursointi
- Vaihtoehtojen tarkistus
- Päätökset ja varmistaminen
- Käytännön organisointi

Toteutus 10%

- Rakennusvaihe
- Itse tapahtuma
- Purkuvaihe
- Jälkimarkkinointi 15%
- Kiitokset asianosaisille
- Materiaalin toimitus
- Palautteen kerääminen
- Yhteydenottopyyntöjen hoitaminen
- Yhteenveto

Kuten näkyy, 90% tapahtuman järjestämisestä on muuta, kuin itse tapahtumaa. Jos kaikki koko tapahtumaprosessin alkuvaiheessa on hoidettu tunnollisesti ja kunnolla, itse tapahtuma kulkee sujuvasti omalla painollaan eikä sen etenemiseen tarvitse puuttua. Ammattimaisen järjestäjän tunnistaa siitä, ettei hänen läsnäoloaan edes huomaa, kaikki vain toimii. (Vallo, Häyrinen 2008)

Tapahtuma-alalla on käynnissä jatkuva kilpailu. Kilpailua käydään ensisijaisesti ihmisten alati vähenevästä vapaa-ajasta. Kun aikaa on rajallinen määrä, potentiaalinen asiakas harkitsee tarkkaan, mihin rahansa ja aikansa sijoittaa. Sijoitukselle on saatava maksimaalinen hyöty ja siinä missä ennen järjestäjälle riitti, että ilmoittaa Helsingin sanomissa hit-tiartistin esiintyvän Espoossa pellolla, nyt täytyy luoda tapahtuma, jonka oheispalvelut houkuttavat lähes yhtä paljon kuin itse pääesiintyjä.

Jokainen tapahtuma kasvaa tietyssä muodossaan tietyn ajan menestyttyään, jonka jälkeen on vaihtoehtona joko uudistua tai laittaa pillit pussiin. Tässä tilanteessa on tutkittava, minkä asian on muututtava, että tapahtuma selviää eloonjäämiskamppailussaan ja on edelleen aidosti yleisöä kiinnostava ja innovatiivinen tuote. Tutusta paikasta uuteen lokautioon siirtyminen voi olla kapasiteetin kasvattamisen kannalta järkevää, mutta yleisö saattaa aluksi protestoida, kun tutut asiat muuttuvat. Näin kävi esimerkiksi Tuska festivaalin muuttaessa Kaisaniemestä Suvilahteen. Vakioyleisö purnasi, mutta ajan myötä saapui myös paikalle tuoden mukanaan uuden kävijäkunnan. Myös ohjelmistoa voi muokata ja uudistaa, mutta tässä taas on ongelmana se, jos tapahtuma on profiloitunut tietyn alan tapahtumaksi ja alkaa nyt laajentaa repertuaariaan, voi vanha yleisö äänestää jaloillaan ja jos uusi konsepti ei ole riittävän kiinnostava, uusi yleisöryhmä voi jättää tulematta, eikä yleisömäärä tyydytä tai riitä. Helsingiläinen Blow up-festivaali kasvoi vuosi vuodelta yhä suuremmaksi ja monipuolisemmaksi erilaisen musiikin tapahtumaksi. Blow up oli alun perin pelkkä pienen piirin musiikkitapahtuma, mutta vuosien saatossa tapahtumaan lisättiin Mykkäelokuvaesityksiä livemusiikilla, taidenäyttelyitä sekä erikoisolutia ja muita juomia tyydyttämään tapahtumassa kävijän mielihaluja ja kiinnostusta. Vuoden 2019 onnistuneen tapahtuman jälkeen järjestävä taho ilmoitti jäävänsä määrittelemättömän mittaiselle tauolle, koska tapahtuma siinä muodossaan oli tullut tiensä päähän. Blow up oli usean tuhannen ihmisen loppuunmyyty tapahtuma, jossa kävi omien alojensa urauurtava ja uusimman artistit, joita aikaisemmin ei oltu Suomessa nähty. Nyt järjestävä taho huomasi, että kasvun lakipiste oli saavutettu ja on aika miettiä, miten edetään vai edetäänkö. tapahtuma jäi tauolle ns. huipulla.

2.3 Lupa-asiat Lahdessa

Luvat ja ilmoitukset Lahdessa eli mistä haetaan lupa minnekin:

MAANOMISTAJAN LUVAT TAPAHTUMAPAIKKAAN

Puistoalueet:

Lahden tekninen ja ympäristötoimiala, kunnallistekniikka, kaupungin puutarhuri

Satama-alueet:

Lahden tekninen ja ympäristötoimiala, kunnallistekniikka, satamapäällikkö

Katualueet:

Lahden tekninen ja ympäristötoimiala, kunnallistekniikka, ylläpitovalvoja

Liikunta-alueet ja -paikat:

Lahden kaupungin liikuntatoimisto, liikuntas sihteeri

Torialueet:

Markkinapalvelu Toriratikka Oy, tori-isäntä

ajantasaiset sähköpostiosoitteet löytyvät Lahden kaupungin verkkosivuilta

Kaikkiin tapahtumiin ei tarvita lupia tai ilmoituksia, mutta jos olet epävarma tapahtumasi laadusta, aina kannattaa ottaa yhteyttä poliisin lupayksikköön, joka neuvoo varmasti.

Seuraavassa kuitenkin Poliisin verkkosivuilta löytyviä muistutuksia tapahtuman järjestämisestä

Ilmoitus poliisille tulisi tehdä lisäksi ainakin seuraavista tapahtumista:

- suuret tapahtumat (useita satoja osallistujia)
- yleisten paikkojen (varsinkin liikenneväylät) ulkotapahtumat
- erityisryhmille suunnatut tilaisuudet
- myöhäisiltaan tai yöhön kestävät tapahtumat (klo 22.00 jälkeen)

Pelastuslain (379/2011) 16 §:n mukaan yleisötilaisuuksiin ja muihin tapahtumiin, joihin osallistuvien ihmisten suuren määrän tai muun erityisen syyn vuoksi sisältyy merkittävä henkilö- tai paloturvallisuusriski, on tilaisuuden järjestäjän laadittava pelastussuunnitelma. Yleisötilaisuuden pelastussuunnitelmassa on selvitettävä ja arvioitava tilaisuuden vaarat ja riskit. Pelastussuunnitelma voidaan sisällyttää osaksi tapahtuman turvallisuussuunnitelmaa.

3 LAHTI JA TAPAHTUMAT

3.1 Lahti tapahtumakaupunkina

Lahdessa on pitkät perinteet tapahtumanjärjestämisessä ja siksi täältä onkin noussut jos jonkinlaista yrittäjää niin hyvässä kuin pahassakin. 60-luvun Katakombidiskojen ja Cheekin hiihtostadionin uranpääätöskeikkojen välissä on pitkä aika mihin on mahtunut Hiihdon MM-kisoja, Pink Floydin ja Johnny Cashin suurhallin konserttia, perinteistä Jalkapallon Lahti cup:ia, New Kids On The Blockia, Summer up festivaalia, Mukkula rockia ja surullisen kuuluisaa Frostbite Metallifestaria. Ja tämä kaikki on vain pintaraapaisua siitä, mitä Lahdessa todella on tapahtunut ja mikä ei ole päässyt valtavirran tietoisuuteen. Lahti on todella vireä tapahtumakaupunki, jossa tapahtuu aina, jos vain malttaa katsoa. Lahteisuuden perustana on aina ollut tietynlainen näyttämisen halu ja altavastaajan asema, jossa ihmiset, joihin ei uskota, haluavat näyttää pystyvänsä tarpeen tullen mihin vaan. siitä on Lahti tapahtumakaupunkina tehty. Vaikka moni naureskelikin 80-luvun hurjien vuosien Lahti the business city -sloganille, on siinä paljon perääkin. englanniksi voisi sanoa, there is no business like business city show business ja ne, jotka ei pärjää Lahdessa, muuttaa muualle.

3.2 Tapahtuma-alan ammattilaisten haastattelut

Saadakseni kattavan kuvan lahtelaisesta tapahtumaosaamisesta, haastattelin neljää tapahtuma-alan ammattilaista, jotka kukin sarallaan ovat tehneet pitkän päivätyön lahden tapahtumien parissa. Haastattelut tein sähköpostitse, sillä aikataulullisesti osoittautui mahdolltomaksi saada haastateltavat samaan pöytään pitemmän keskustelun ajaksi. Sääli siinänsä mutta onnistui se näinkin. Haastateltavina olivat Jaakko Teittinen Tirra-Torvi ravintoloista, Hanna-Mari Katila Lahen Elmu Ry:stä, Samppa Rinne Koko Lahdesta (sittemmin siirtynyt Tamperetalon tapahtumia hoitamaan) ja Marjo Leppä, pitkän linjan tapahtumatuottaja mm. Lahden 2017 MM-hiihtojen ja lahden uuden kesäteatterin takaa.

Neljä eri lahtelaista tapahtuma-alan ammattilaista Kertoivat oman näkemyksensä Lahdesta ja sen toimivuudesta tapahtuma-alueena ja paikkana. Käsittelimme haastatteluissa Lahden talousalueen haasteellisuutta, hyviä ja huonoja puolia järjestämisen kannalta, sekä millainen olisi onnistunut tapahtuma kehittyvällä Lahden talousalueella.

Kysyttäessä tapahtumajärjestämisen haasteista kävi ilmi, että lahtelaiset tapahtumajärjestäjät eivät kommunikoi keskenään, vaan jokainen puuhaa yksin omalla sarallaan. Tämä koettiin haasteeksi ja yhteiseen kommunikaatioon toivottiin muutosta. Myös kommunikaatiopula viranomaisten kanssa ja tietty viranomaisten ammattitaidottomuus tapahtuma-

asioissa vaivasi tapahtumajärjestäjiä ja he kokivat sen hankaloittavan työtään. Kaupungin puolelta myös linjaus tapahtumien taloudellisesta tuesta puuttuu ja se taas luo haasteita varsinkin uusille ja pienemmille tapahtumille. Tämä johtuu osittain siitä, että Lahden alueella puuttuu vielä toistaiseksi toimintamallistrategia erikokoisten tapahtumien tukemiseksi ja lupien hakuprosessin selkeyttämiseksi.

Haasteelliseksi kerrottiin myös kohderyhmien aktivointi ja se, miten löytää tarve tai luoda sellainen kohderyhmälle, jonka taloudelliset resurssit ovat rajallisia.

Sudenkuopat joihin tapahtumajärjestämisessä törmätään, keskittyivät lähinnä kahdelle osa-alueelle. Tapahtumaa järjestettäessä tuotantoaika suunnitellaan aivan liian lyhyeksi, tapahtuman suunnittelu aloitetaan siinä vaiheessa, kun tapahtumaa pitäisi jo markkinoida eli liian myöhään. Budjetointi koettiin erittäin tärkeäksi ja haastavaksi, siitä haastateltavat olivatkin yhtä mieltä, että lukuja pitää tuijottaa ja niitä pitää uskoa. Tuotantoaika ja budjetointi ovatkin vahvasti sidoksissa toisiinsa. Riittävän pitkällä tuotantoajalla varustettu tapahtuma ehtii suunnitella ja budjetoida projektin järkevästi ja näin yllätykset minimoidaan.

Onnistuminen on tietysti asia mihin jokainen tapahtuma ja sen järjestäjä pyrkii. Hyvään tapahtumaan ja sen onnistumiseen vaikuttaa monta tekijää. Tuotantoprosessi ja budjetointi, kuten edellä mainittiin, on aloitettu ajoissa ja tapahtumaa varten on suunniteltu laadukas, kohderyhmää kiinnostava ja sen tavoittava ohjelma. Markkinointi on tehty selkeästi ja se on aloitettu ajoissa. Hyvän tapahtuman mittapuuksi koettiin myös jatkuvuus eli tapahtumaa järjestetään jatkossakin. Kuitenkin tapahtuman keskiössä on tyytyväinen kuluttaja joka viime kädessä päättää, menestyikö tapahtuma vai ei.

”Onnistuneesta tapahtumasta kävijä lähtee mieleltään rikkaampana kuin sinne saapuessaan” -Jaakko Teittinen, Tirra-Torvi Ravintolat

Lahti alueena koettiin potentiaalisesti mutta erittäin haastavaksi tapahtumaympäristöksi, alueella on paljon hyvää mutta myös paljon korjattavaa, että Lahden alue kasvaisi täyteen potentiaaliinsa.

Sijainti ja kompakti alue sai kiitosta logistiikan helppouden takia, mutta samalla harmiteltiin sitä, ettei Lahden alueen majoituskapasiteetti riitä isompia tapahtumia silmällä pitäen. Lahti on kehittynyt tapahtumakaupunkina 90-luvun puolivälistä huimasti niin klubigenren, kaupunkitapahtumien kuin urheilutapahtumien puolella. Jopa siihen pisteeseen, että välillä voimme käyttää termiä ”tapahtumaähky”.

negatiivista palautetta Lahden alue sai tapahtumajärjestäjien verkostoitumisen puutteesta ja lupaviranomaisten ammattitaidottomuudesta. Myös peruslahtelainen hidas lämpeneminen ja passiivisuus koettiin hankalaksi ja haasteelliseksi. Musiikkipuolella paikallisten bändien passiivisuus ja laiskuus sai ”risuja”, kun taas skeneilyn vähyys ja palkitseva yleisö olivat ruusujen arvoisia.

”Haasteena on jokaisen toimijan yksin puurtaminen ja yhteisen tapahtumatoimijoiden verkoston puuttuminen, kunnallisella /alueellisella tasolla sama näkyy alueen tapahtumastrategian puutumisena ja käytäntöjen moninaisuutena esim. tapahtumavivustusten osalta.” -Marjo Leppä, Tapahtumatuottaja

Mukkulan event park ja fasiliteetteineen ja Lahti regionin ammattitaitoisuus ovat suunta oikeaan. Valtavirta alkaa olla Lahdessa jo hallussa, kun marginaali saadaan mukaan, olemme asian ytimessä.

3.3 Yhteenveto

Tapahtuman järjestäjä on hallittu riskinottaja, jolla on vahva usko ja visio omaan tuotteeseensa. Kun tapahtuman suunnittelu aloitetaan, on järjestäjällä hyvä olla mielessään, mitä hän haluaa järjestää, miksi juuri tämä tapahtuma on tarpeellinen, ketkä ovat tapahtuman kohdeyleisö, missä tapahtuma oli ideaaleinta järjestää ja mikä on paras mahdollinen ajan kohta.

Oman markkina-alueen tuntemus on tässä tapauksessa tuiki tärkeää ja on syytä tehdä riittävä taustatyö oman toiminnan helpottamiseksi. Tätä tapahtumatyötä varten olen luonut oman kokemukseni, haastattelujen ja tutkimusteni pohjalta tapahtumaviisikannan, joka esitellään seuraavassa kappaleessa. Viisikanta visualisoi, mitä kaikkea tapahtumajärjestäjän on otettava huomioon onnistuneen tapahtuman järjestämiseksi. Viisikanta myös auttaa käsittämään ne suuret linjat, minkä kautta tapahtumajärjestämisen pelikenttä on helpommin haltuun otettavissa.

Liite: Haastattelut

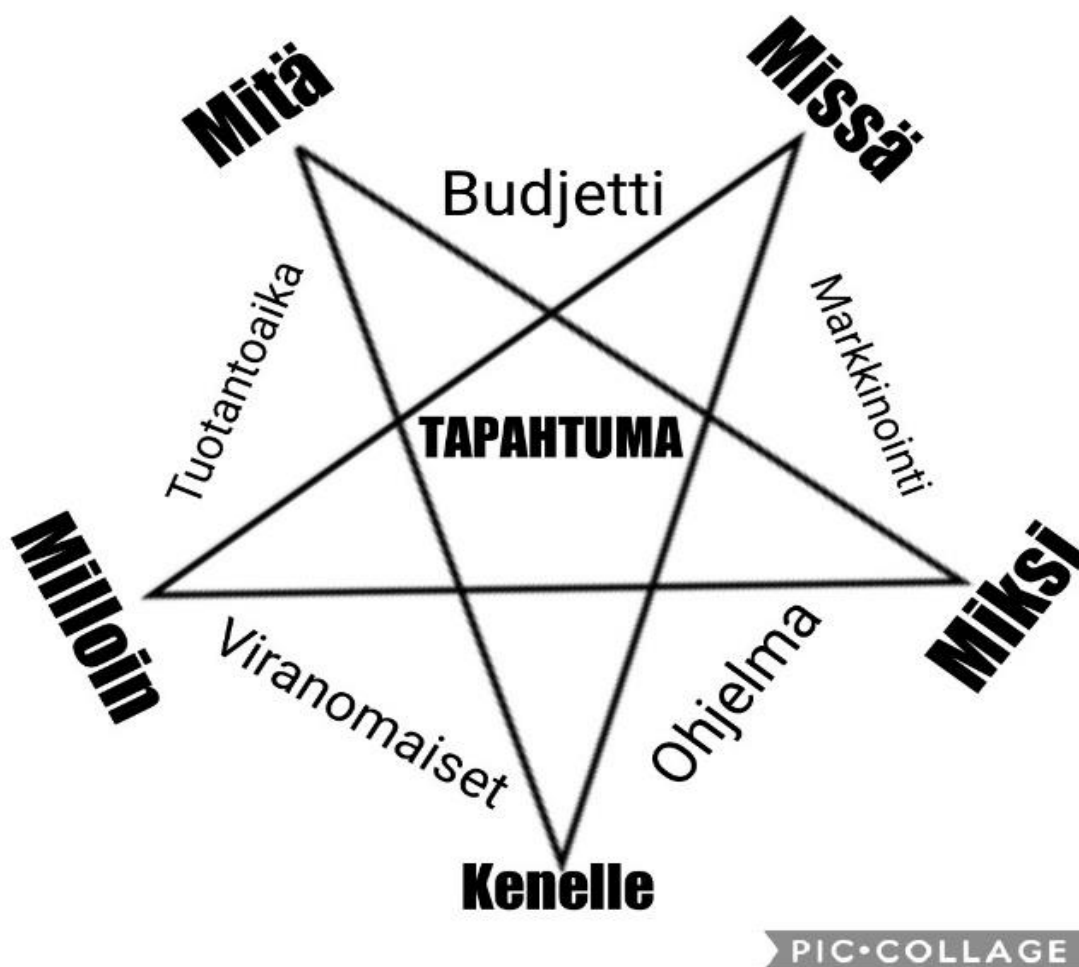
4 TAPAHTUMAJÄRJESTÄMISEN VIISIKANTA

4.1 Mikä on Tapahtumajärjestämisen viisikanta

Tapahtumajärjestämisen viisikanta havainnollistaa järjestäjällä, mitä pitää ottaa huomioon onnistuneen tapahtuman aikaansaamiseksi. Viisikanta jakautuu viiteen pääsivuun ja viiteen alasisuun luoden kaavan, jonka avulla on helppo edetä pisteestä A pisteeseen B.

Viisikanta koostuu viidestä avainkysymyksestä ja viidestä osa-alueesta, jotka tulisi huomioida tapahtuman järjestämisessä. Kuvio pohjautuu omaan, yli 20 vuoden kokemukseeni marginaalitapahtumien järjestäjänä ja se sai tukea myös tekemistäni haastatteluista ja tietopohjasta. Itse tapahtumaviisikannan toimivuutta testasin käytännössä esimerkkitapahtumassani.

kuvio 1: Tapahtumaviisikanta



MITÄ

-Vastaa itsellesi kysymykseen mitä? mitä haluat järjestää? millainen tapahtuma tulee olemaan, mille tapahtumagenrealueelle se sijoitetaan, näin pääset tutkimaan mahdollisia kilpailijoita ja edeltäjiä, lisäksi tämä määrittää tapahtuman ohjelmistoa. Mitä enemmän järjestäjällä on tietoa tapahtumagenrestä, sitä helpompaa on välttää ns. virheinvestoinnit, tässä tapauksessa tieto ei lisää tuskaa vaan tieto säästää rahaa.

MISSÄ

-paikka on tärkeä. paikka määrittää logistiikkaa, ohjelman määrää ja kokoluokkaa, budjetia ja yleisön määrää. Vaikka tapahtuma olisi paperilla kuinka täydellinen tahansa, voi väärä paikkavalinta tehdä tyhjäksi kaiken mitä on suunniteltu. Asiakkaiden on päästävää paikalle mahdollisimman helposti, eikä pidä myöskään unohtaa artistien paikalle saapumisesta koituvaa kulurakennetta, joka määrittää, joudutaanko esiintyjä tuomaan paikalle kalilla helikopterikyydillä vai riittääkö paikallinen taksi.

MIKSI

-miksi tämä tapahtuma on tarpeellinen? kun vastaat tähän kysymykseen, tiedät jo paljon. tuleeeko tapahtumaasi väkeä ja jos tulee, miksi? onko tapahtumallasi jotain ylivoimaista tai täysin erilaista tarjottavaa, minkä takia sen järjestäminen on essentiaalia. Aina kun aloitetaan uuden tapahtuman kehittäminen, voidaan olla varmoja, että jossain on jo vastaava. onkin pidettävä huoli siitä, että oma tapahtuma on jollain tapaa erilainen tai erinomainen, mikä kääntää asiakkaan pään tapahtuman suuntaan. Ulkomaantapahtumista ei tarvitse kantaa huolta mutta niistä on hyvä ottaa mallia tapahtuman rakennetta suunniteltaessa.

MILLOIN

aika on kaikki kaikessa. hyväkin tapahtuma voi epäonnistua täysin väärän ajankohdan valitsemisen takia. on syytä tarkistaa kalenterista juhlapyhät, samaan aikaan tapahtuvat tapahtumat paikallisella tasolla ja tietenkin valtakunnallisella tasolla. samaan genreen osuvia tapahtumia ei saa mielellään olla samaan aikaan lähialueilla ja samalla talousalueella ei ihannetapauksessa saa olla yhtään yleisötapahtumaa, mikä kilpailee yleisöstäsi. Hyvä esimerkki huonosta esimerkistä on tapahtuman järjestäminen touko/kesäkuulle valmistajaispäivälle. Vaikka paperilla päivämäärä näyttää hyvältä ja ihmisiä on taatusti paljon liikenteessä, on kuitenkin muistettava, että ihmiset ovat silloin juhlimassa omaa tai läheisen valmistumista ja ovat liikkeellä juhlaentaliteetilla, eivät niinkään osallistumassa maksulliseen tapahtumaan.

KENELLE

-kenelle haluat tapahtuman järjestää? se määrittää myös paljon asioita, siihen liittyy se, millaisen ohjelman teet, missä järjestät tapahtuman ja milloin se kannattaa järjestää. myös markkinointitapa valitaan sen mukaan, kenelle tapahtumaa tehdään. Tapahtuma on hyvä genrettää, mutta liian tiukka rajaaminen esimerkiksi ohjelmaa valikoidessa voi rajata yleisöjakauman liian suppeaksi, mikä taas tekee omilleen pääsemisen aina vain haasteellisemmaksi. Myöskään liian laajan yleisöryhmän hakeminen voi johtaa tilanteeseen, jossa tapahtumassa on ensin katsottuna jokaiselle jotakin muttei todellisuudessa kenellekään mitään. Asiakas ajattelee, ettei hänen kannata maksaa lippua esimerkiksi kahdesta häntä kiinnostavasta artistista, kun hän samalla joutuu maksamaan seitsemästä täysin yhden-tekevästä esiintyjästä.

Kaikki riippuu kaikesta. Tapahtumajärjestämisen viisikanta kertoo selkeästi sen, että nämä kaikki viisi asiaa nivoutuvat lähtemättömästi toisiinsa ja kun kaikki otetaan huomioon, saadaan aikaan onnistunut tapahtuma.

Viisikannan lisäviisikko

TUOTANTOAIKA

-Tuotantoaika on tärkeä osa tapahtuman suunnittelua. Tuotantoajaksi lasketaan kaikki tapahtumaan käytetty aika ensimmäisestä ideasta jälkimarkkinointiin. Kun tuotantoaikaa on riittävästi, tapahtumaa on helpompi suunnitella ja eri osa-alueiden suhteen tulee vähemmän yllätyksiä. On aikaa suunnitella budjetti, ohjelma ja markkinointi sitä vaativalla tavalla sekä olla yhteydessä viranomaisiin riittävän ajoissa mikä mahdollistaa hedelmällisen vuoropuhelun ja yhteistyön.

BUDJETTI

-Budjetointi on todella tärkeää. Ilman rahaa, omaa tai vierasta, tapahtumaa ei voida järjestää. On syytä laskea kaikki mahdolliset rahareitit ja miettiä mihin vielä on mahdollista hukata varoja. Esiintyjät ovat tietysti avainasemassa, sillä he tuovat kuluttajat paikalle, mutta tapahtuman infrastruktuuri vie myös erittäin paljon varoja budjetista. Sponsoreiden hankinta voi helpottaa budjetointia jonkin verran, mutta pelkkien sponsorien varaan on hankala laskea tapahtuman budjettia. Lippujen ennakkomyynnillä saadaan jonkin asteinen mittari, miten tapahtuma on herättänyt kiinnostusta kuluttajien keskuudessa mutta sekin on vain pieni osa todellisuutta, mikä paljastuu yleensä vasta tapahtumapäivänä.

OHJELMA

-Ohjelma on avainasemassa. tällä ratkaistaan, tuleeko tapahtumaan yleisöä ja onko tapahtumasta mahdollista tulla voitollinen. Tässä on monta muuttujaa. Suosittu esiintyjä on yleensä kallis, mikä syö katetta. Kun taas tuntemattomia esiintyjä saa samalla hinnalla useita, tosin ne tuskin suurta yleisöä kiinnostavat. Hyvä tapahtumajärjestäjä on lähestulkoon ennustaja, joka uusia tuulia seuraten osaa aistia sen, mitä yleisö haluaa, ennen kuin he tietävät sitä edes itse. Edelle kävijän rooli on hankala ja harvemmin tuottava, koska suuri yleisö löytää esiintyjän todennäköisesti vasta tapahtuman jälkeen. Toisaalta joskus riskin otto kannattaa ja tuntematon artisti voi tuoda tapahtumaan pienellä sijoituksella suuren yleisön.

MARKKINOINTI

-Markkinoinnissa kannattaa olla tarkkana. harkitusti budjetoidulla, hyvin kohdennetulla markkinoinnilla saadaan helposti aikaan parempia tuloksia kuin tuhlaamalla suuria summia isoihin ulkomainoksiin, jotka palvelevat loppujen lopuksi hyvin pientä asiakaskuntaa. Sosiaalisessa mediassa kohdennettu mainonta hyödyntää somen algoritmeja markkinoinnin kohdentamiseen haluamallasi asiakasryhmälle. pienellä sijoituksella voi saada hyvänkin näkyvyyden sähköisessä mediassa verrattuna perinteiseen lehtimainontaan, ulkomainoksista puhumattakaan. Markkinointia suunniteltaessa sponsorisopimuksilla on merkittävä osa, mitä paremmin sovittuja sponsorisopimuksia on käytettävissä, sitä helpompaa on sijoittaa näkyvään markkinointiin tapahtumaa silmällä pitäen.

VIRANOMAISET

-Viranomaisiin kannattaa olla jo suunnitteluvaiheessa yhteydessä. Heillä on kokemusta ja näkemystä paikkakunnan tapahtumista ja siitä, onko valitsemasi tapahtumapaikka sovelias kyseiseen tapahtumaan, mitä sinun tulee huomioida tapahtumaa suunnitellessasi ja mitä erilaisia kaavakkeita sinun tulee täyttää pärjätäksesi byrokraattisessa sodankäynnissä. Viranomaisten kanssa keskustellessa kannattaa kuitenkin muistaa, että viranomaisenkin on vain ihminen ja ihminen on erehtyväinen. ota siis selvää, onko samankaltaisia tapahtumia ollut aikaisemmin ja mitä heiltä on asian suhteen vaadittu. Tämä helpottaa niin omaa kuin viranomaisen työtä ja tekee yhteistyöstänne jouhevampaa.

Kokeillakseni teoriaani käytännössä, järjestin Ravintola Torveen tapahtuman. Koska olen järjestänyt tapahtumia ennenkin, tietyt asiat sujuivat omalla painollaan ja tekemisiini luotettiin talonpuolesta niin markkinoinnissa kuin bändihankinnoissakin mutta joka tapauksessa, esimerkkitapahtumasta saa mielestäni mainion kuvan siitä, mitä tapahtuman

järjestäminen voi olla ja kuinka sen kannattaa tehdä. tätä kirjoittaessani, tapahtuma sai jo jatkoa ja yleisöltä on tullut toiveita, että jatkaisin toimintaa edelleen.

4.2 Esimerkkitapahtuma

Esimerkkitapahtumassani testasin tapahtumaviisikannan toimivuutta. Lähdin turvallisesti järjestämään tapahtumaa ravintolaympäristössä ja itselle tutussa paikassa, jolloin pystyin keskittymään itse tapahtumaan, eikä mukana ollut liikaa tuntemattomia muuttujia.

WORSHIP VOLUME, 30.11.2018 Ravintola Torvi, Lahti

Esiintyjät:

HOLY LIFE

MUSTA RISTI

TASER

LIGHT SUCKER

liput 6€

Idea tapahtumaan syntyi keväällä 2018 ja päivämääräksi määräytyi 30.11. koska se oli torvessa vapaana ja koska se oli Antin päivä. Olen aikaisemminkin järjestänyt saman alan tapahtumia Torvessa, mutta työkiireiden takia tapahtumien tekeminen on jäänyt viime aikoina vähemmälle. Vanhat kontaktit ovat kuitenkin olleet tasaisesti yhteydessä minuun ja kyselleet, vieläkö järjestän ja millaisia tapahtumia nykyään teen. Siitä se ajatus sitten lähti ja olin yhteydessä Torveen, ideani tiimoilta. Alun perin oli tarkoitus järjestää kaksipäiväinen Doom/Stoner/psykedelia musiikkitapahtuma, eli samanlainen kuin mitä olin muutamia vuosia aikaisemmin torvessa järjestänyt useamman kerran jopa menestyksekkäästi. Tällä kertaa ravintolan puolelta oltiin kuitenkin sitä mieltä, että kaksi päivää on liikaa ja katsotaan nyt ensin, miten tämä yksipäiväinen tapahtuma tuo väkeä ennen kuin voidaan luvata isompaa aikaikkunaa tapahtuman käyttöön.

Otin siis sen, mitä tarjottiin ja aloin suunnitella kattausta. Heti alkuun oli selvä, että päärunko tulisi olemaan paikallisilla artisteilla, näin saataisiin kulut pysymään aisoissa ja toivon mukaan paikallinen yleisö liikahdamaan paikalle paremmin. Pääesiintyjäksi olin kaa vaillut Tuoretta helsinkiläistä Black soil-yhtyettä, mikä oli minulta aikaisemmin samana vuonna keikkaa kysellyt. Kuitenkin nyt oli tilanne se, että yhtyeen yhden jäsenen

perheenlisäys sattui samoihin aikoihin, joten orkesteri kieltäytyi kunniaista. Tässä vaiheessa olin jo buukannut paikalliset suuruudet, Holy life, Taser ja Lightsucker mutta pääesiintyjä loisti vielä poissaolollaan. Huutooni vastattiin, kun puskaradio oli kertonut ihmisille tulevasta tapahtumasta ja Musta risti- yhtyeen leiristä otettiin minuun yhteyttä. He tarjoutuivat esiintymään ja aikataulu olisi heille parempi kuin hyvä, koska tuore pitkäsoitto ilmestyisi juuri noihin aikoihin. Lukitsimme vastauksen ja kattaus oli valmis.

Budjetointi

Vastoin normaaleja käytäntöjä, otin rahan puheeksi vasta kun olin bändit buukannut. normaalistihan tämä tehdään juuri toisinpäin, mutta koska kyseessä oli paikalliset bändit ja suurin osa artisteista olivat tuttujani, pystyimme tekemään sopimukset puhumatta ensin rahasta. Torven käytäntö on se, että järjestäjä hoitaa teknisen henkilökunnan korvauksen, eli tässä tapauksessa miksaaja palkkion, joka on 100 euroa. Järjestäjän tehtävänä on myös maksaa Catering, eli takahuonetarjoilut, mikäli sellaisia on ja tarvitaan. tällä kertaa tarjoiluja ei ollut koska kyseessä oli paikalliset kokoonpanot. Orkesterien palkkion sovimme niin, että järjestäjän kulujen jälkeen lippukassaan tullut voitto jaettiin tasan esiintyvien orkesterien kesken, eli tässä tapauksessa jokainen yhtye sai 25% lipputuloista. Kyseessä on aika yleinen tapa, joka on järjestäjälle riskittömin ja mikäli artisti luottaa omaan vetovoimaansa, on se myös artistille taloudellisesti hyödyllinen. Mainoksiin ja mainontaan budjetoin tällä kerralla vain muutamia kympejä, koska tein periaatepäätöksen, etten käyttäisi fyysisiä mainoksia vaan hoitaisin mainonnan kokonaan käyttäen sosiaalista mediaa. lähinnä Instagramia ja facebookia.

Liite 1: Instagram Mainos 1

Markkinointi

Tapahtuma, jota järjestetään omilla rahoilla ja kengännauhabudjetilla, ei voi varata suuria summia markkinointiaan, joten se vaatii hieman kekseliäisyyttä. Omaksi edukseni voin laskea sen, että 20 vuotta tapahtumia järjestäneenä, minulla on valmiit verkostot ja ihmiset seuraavat sitä, millaisia tapahtumia mainostan. Tein tapahtumalle facebook-tapahtumasivun, kutsuin tapahtumaan ihmisiä ja esitin artisteille toiveen, että jakaisivat tapahtumaa omassa sosiaalisessa mediassaan. Instagramin puolelle tein muutamia erilaisia mainoskuvia, jotka sitten jaettiin omilla ja bändien Instagram-sivustoilla. Facebookin puolella kokeilin myös muutamien eurojen maksullista tapahtumamarkkinointia, millä saadaan tapahtuma näkyväksi valittujen ihmisryhmien syötteessä tarkemmin ja paremmin. Statistiikka näin jälkepäin tutkiessani, voin sanoa, että kyseinen viiden euron sijoitus oli täysin

hukkaan heitettyä rahaa, sillä näkyvyys ei sijoituksen myötä juurikaan kasvanut. Onneksi kyseessä ei ollut kovin suuri sijoitus. Jo aiemmin mainittu Musta risti ja heidän levynjulkaisunsa Svart recordsin kautta sen sijaan osoittautui varsin hedelmälliseksi mainokseksi. Levykauppa äx julkaisi ennakkotilausmainoksen yhteydessä kilpailun, jossa levynostajilla oli mahdollisuus voittaa vapaapääsy tapahtumaan. Svart recordsin markkinointitiimi oli myös hoitanut asian niin, että valtakunnallinen Raskaan musiikin erikoisjulkaisu Inferno teki sivuillaan Kaksi uutisnostoa Mustan ristin tulevasta levystä ja siitä, kuinka levynjulkaisukeikka on nimenomaan Worship Volume festivaalilla Lahden Torvessa. Tapahtuma sai muutenkin mukavasti näkyvyyttä ihmisten spontaanin innostuksen myötä ja ihmiset jakoi-
vat tapahtumasivua pyytämättä omilla seinillään sekä kutsuivat omia kavereitaan tapahtumaan. Paikallisten bändien keikasta oli tulossa ilmiö, mikä tietää aina hyvää.

Liite 2: Instagram mainos 2

Itse tapahtuma

Tapahtumaa edeltävillä viikoilla kävimme orkesterien kanssa yhteisessä chatissä palaveria liittyen tapahtuman tekniseen puoleen. Vaikkakin Torvella on talon oma backline mitä bändit saavat tarvittaessa käyttää, kävi hyvin nopeasti selville, että tapahtuman nimi ja teema velvoittaa bändejä tuomaan mahdollisimman hyvät kamat paikanpäälle maksimaalisen äänenpaineen aikaansaamiseksi. Liite 3: Facebook mainos

Keskustelua käytiin useaan otteeseen ja hyvässä hengessä. jokainen tuo jotain mikä tukee toisten laitepanostusta. paikanpäälle saatiinkin tilan kapasiteettiin nähden jopa tarpeettomankin isot ja laadukkaat soittovehkeet. Perinteinen Load in sovittiin alkavaksi liukuvasti klo 18 eteenpäin ja soundcheckit tehdään roudauksen jälkeen käänteisessä järjestyksessä niin, että ensimmäisenä esiintyvä artisti tekee checkin viimeisenä ja näin heidän kamat ja säädöt ovat valmiina lavalla iltaa varten.

organisoin bändeille tarvittavat pöydät ja tuolit fanituotteiden, eli levyjen ja paitojen myyntiä varten ja jokaisella bändillä olikin ihan kiitettävästi tuotteita myytävänä. Myyntipisteet oli sijoitettu Torven vanhalle savuttomalle puolelle, missä on enemmän valoa ja minne ei bändi soitto kuulu niin kovalla volyyymillä, että kaupankäyntikin onnistuu.

Soittojärjestys oli sovittu niin, että Klo 22.00 aloittaa Lightsucker, klo 23.00 esiintyy Taser, klo 00.00 lavalle nousee Holy life ja viimeisen slotin täytti Musta risti klo 01.00. jokaiselle bändille oli varattu 30-40 minuutin soittoaika ja väleissä oli n. 15 minuutin roudaustauko. Mustalle ristille oli varattu soittoaikaa tunti, johtuen viimeisestä soittopaikasta ja levynjulkaisusta. Liite 4: Inferno lehden nosto tapahtumasta

Ovet avattiin klo 21 ja sisälle saapui saman tien jo ensimmäiset maksavat asiakkaat, jotka olivat Torven edessä jo jonossa. alku tiesi taloudellisesti hyvää. Torven asiakaskapasiteetti on 130, mutta kun ihmiset saavat leiman käteensä ja heillä on lupa poistua välillä, on sisään lupa ottaa enemmän kuin 130 maksanutta. Vieraslistaa ei tällä kertaa ollut, sillä sovimme bändien kanssa niin, että kaikki maksavat, bändit tarvitsevat rahaa.

ensimmäisen bändin aloittaessa maksaneita oli jo 60, mikä on, melkoinen saavutus kun kyseessä on vasta alkuiltä. normaalisti ihmiset saapuvat baariin vasta paljon myöhemmin. yleisö näytti nauttivan ja toisen bändin aloittaessa väkimäärä oli noussut jo lähelle sataa, setin loppupuolella kellotimme väkimääräksi 120 henkilöä. Ihmisvirta jatkoi kasvamistaan lipunmyynnin loppuun saakka. Viimeinen lippu myytiin sovitusti silloin, kun Musta risti aloitti kolmannen biisinsä. Lopullinen väkimäärä oli tasan 160 henkilöä.

Ravintolan johtoporras oli myös paikan päällä ja olivat iloisesti yllättyneitä tapahtuman suosioista. Näillä puheilla sovimmekin, että olin luottamuksen arvoinen ja Worship Volume -tapahtuma tule saamaan jatkoa, tulevaisuudessa jopa kaksipäiväisenä.

Kulujen jälkeen olin iloinen voidessani tilittää jokaiselle bändille 220 euroa, itselleni otin liksaa kympin ja sijoitin sen mallasjuomaan ravintolan tiskillä.

Jälkipuinti

Seuraavana aamuna oli jäljellä enää kamojen pois roudaaminen tapahtumapaikalta ja välittömän palautteen saaminen artisteilta ja yleisöltä. Bändit kiittelivät onnistuneesta tapahtumasta ja tietysti yllättyivät korvauksen suuruudesta. Yleisöltä tuli paljon positiivista palautetta ja orkesterien nimiä sekä tapahtuman nimeä tunnisteena käytettäessä Instagramissa, vastaan tuli oikein mukavasti hyviä ja vähemmän hyviä keikkakuvia illasta. olennainen välittyi ja ihmiset olivat viihtyneet.

Kun esimerkkitapahtumaa tutkii tapahtumaviisikannan pohjalta, suurin osa toteutui parhaalla mahdollisella tavalla. Toki on muistettava, että pitkä kokemus tapahtumanjärjestäjänä helpotti asian alullepanoa, mutta siitä huolimatta, niin ammattilaishaastattelujen kuin viisikannankin puitteissa tapahtumasta löytyi menestyneen tapahtuman tunnusmerkit.

Budjetti säilyi maltillisena, kun valitsin tapahtumapaikaksi paikallisen ravintolan ja esiintyjiksi paikallisia, tuntemiani artisteja. tämä vastaa viisikannassa kysymyksiin mitä ja missä?

Ohjelmistoa päättäessäni suunnittelin myös markkinoinnin some-keskeiseksi koska illan esiintyjät mainostavat itseään enimmäkseen sosiaalisessa mediassa ja sieltä myös yleisöheidät löytää. Tämä tuki budjettia ja vastasi samalla viisikannan kysymyksiin miksi ja kenelle?

Koska tapahtuma järjestettiin ravintolassa, viranomaisiin liittyvät asiat hoidettiin talon puolesta, joten siinä päästiin vähemmällä. Aikataulutus, eli milloin tapahtuma järjestettiin, antoi raamit riittävälle tuotantoajalle ja vastasi kysymykseen, milloin?

Viisikanta on ohjenuora, jota hyväksikäyttäen tapahtumanjärjestäminen on jouhevampaa ja jonka avulla välttää suurimmat sudenkuopat järjestämisessä. Omassa esimerkkitapahtumassani kävin läpi viisikannan osa alueet niiltä osin, kuin se tässä tapahtumassa oli mahdollista. Mitä, missä, miksi, kenelle ja milloin olivat ne ydin kysymykset tässäkin tapauksessa, ja niihin vastaamalla minun oli helppo hyvissä ajoin rakentaa ohjelma ja sitä vastaava markkinointi, jotka keskustelivat budjettini kanssa järkevästi ilman, että yllätyksiä pääsi syntymään. esimerkkitapahtuma järjestettiin valvotuissa ravintolatoiloissa, jolloin viranomaisasiat hoituivat suurilta osin ravintoloitsijan puolesta, näin vähentäen omaa työtaakkaani. Viisikanta on siis tavallaan järjestäjän muistilista, jota tarkastelemalla on helppo varmistaa kaiken olevan kunnossa. alkaen tuotantoajan suunnittelusta ja päättyen jälki-markkinointiin.

5 YHTEENVETO

5.1 Tavoite

Opinnäytetyön tavoitteena oli laatia tapahtuman järjestämisestä opas esimerkkien ja haastattelujen avulla, mikä helpottaisi asiasta vielä tietämätöntä ensimmäisen tapahtumansa järjestämisessä ja antaisi vinkkejä jo ennestään tapahtumia järjestäneille, kuinka pitää oma tapahtumansa kiinnostavana ja elinvoimaisena. Tapahtumajärjestäminen on tähän asti ollut monessa suhteessa tekemällä opittua ja pitkän linjan puurtamista, jossa suhteilla ja kantapään kautta opitulla tietotaidolla on suurin merkitys. Oppaan tavoite siis on vähentää oppimista kantapään kautta ja ohjata lukija suoraan onnistuneeseen tapaan toimia tapahtumajärjestäjänä, ilman että tarvitsisi tehdä tappiollisia tapahtumia niin sanotusti maksaakseen oppirahat. Yhtenä havainnollistavana osana on suunnittelemani tapahtumaviisikanta, joka havainnollistaa tapahtumajärjestämisessä huomioonotettavat osa-alueet, sekä selkeyttää itse tapahtumajärjestämisen työprosessien etenemistä.

Projektin esimerkkitapahtuma ja ammattilaishaastattelut vahvistivat näkemystäni, että huolellinen suunnittelu ja hallittu riskien otto yhdistettynä ennakkoluulottomuuteen ovat avain onnistuneeseen tapahtuman järjestämiseen. Tapahtuman järjestäjän on oltava jatkuvasti kartalla omaan tapahtumaan liittyvistä uutisista eikä pienessä ennustajan taidon omaamisessakaan mitään vikaa ole. Trendien seuraaminen ja niiden kautta tapahtumakulttuurin etenemisen ennakointi voi helpottaa järjestämistä ja olla suuri osatekijä oman tapahtuman menestymiseen. Opinnäytetyötä varten haastatellut ammattilaiset painottivat sisällön tärkeyttä, riittävää tuotantoaikaa, avointa kommunikaatiota ja ennakoitua. Näihin painotuksiin on itsekkin helppo yhtyä ja voin myöntää, että ilman näiden huomiointia tapahtuman järjestämiseltä putoaakin pohja pois.

Toiminnallinen prosessi

Suunnitellessani tapahtumaviisikantaa, halusin luoda mallin, joka on yksinkertainen ja selkeä, mutta samalla tarpeeksi monipuolinen, että siitä on helppo löytää kaikki onnistuneen tapahtuman osa-alueet. Viisikannan toimivuutta todennettiin käytännössä esimerkkitapahtumassani nimeltä Worship volume, joka järjestettiin Lahdessa, Ravintola Torvessa. Tapahtuma onnistui ja vahvisti käsitystä viisikannan toimivuudesta myös käytännön tasolla.

Tavoitteena oli selkeyttää tapahtuman järjestämisprosessia ja esitellä lukijalle ohje, jonka avulla on helpompaa edetä tapahtuman järjestämisessä. Haastattelut ja esimerkkitapahtuma tukivat selkeästi kehittämäni viisikannan toimivuutta ja paljastivat sen, että yksinkertainen kaavio voi kertoa kaiken olennaisen mitä tarvitaan onnistuneen tapahtuman

järjestämiseen, teoriassa. käytäntö ja lopputulos on loppupeleissä aina kuitenkin järjestäjästä itsestään kiinni.

5.2 Opinnäytetyö prosessina ja jatkotutkimusehdotukset

Opinnäytetyö oli prosessina kiinnostava ja mukaansa tempaava, lähinnä siksi, että prosessi on käytännönläheinen ja teoriaa on pakko kokeilla käytännössä tietääkseen, toimiiko se vai ei. Olen itse enemmän käytännön ihminen, joka on kokeillut tapahtuman järjestämisessä useimmat sudenkuopat niin sanotusti kantapään kautta. Ajatus tapahtumajärjestämisen aloittamisen helpottamisesta syntyikin toiveesta, ettei tulevien tapahtumajärjestäjien tarvitsisi käydä samaa vaikeuksien kautta voittoon reittiä, mitä olen itse kokenut, vaan tapahtumajärjestämisen viisikannan avulla olisi helpompaa ja tehokkaampaa edetä ideasta menestyneeseen ja pitkän jatkumon tapahtumaan jonka kuluttajat tuntevat omakseen.

teoriaa ja haastatteluja läpikäydessä oli mukavaa huomata, että vaikka tapahtuman järjestäminen on moninainen toiminta-ala, tietyt lainalaisuudet ja käytännöt pätevät jokaisella alueella, kun päämääränä on onnistunut tapahtuma. näiden pohjalta oli helppo alkaa luomaan omaa teoriaani järjestämisestä mikä manifestoitui tapahtumajärjestämisen viisikannana. Kirjasin ylös kaikki osa-alueet, joita käyn läpi aloittaessani tapahtuman suunnittelun ja erittelin paperille omiksi sakaroikseen. pääsakaroita tuli viisi, jotka olivat Mitä, Missä, Miksi, Kenelle ja Milloin. näiden väleihin sijoitin lisäviisikon, jotka sijoittuvat viisikannassa siten, että kaksi pääsakaraa tukee yhtä lisäviisikon osa-alueita. Näiden kautta on helppo mennä pisteestä A pisteeseen B ja lopulta pisteeseen C joka on toimiva tapahtuma.

Tämä ABC on tehty ensisijaisesti luettavaksi ja helposti ymmärrettäväksi, niin että se antaa aloituksen eväät tapahtuma-alalle, silti liikaa syventämättä yksittäisiä alueita, jotka ovat tällä hetkisellet alalla alati muuttuvia ja uusiutuvia. Työ perustuu tietoperustaan, ammattilaisten haastatteluihin, viisikannan toimivuuden testaamiseen esimerkkitapahtumalla ja omaan kokemukseeni tapahtumanjärjestäjänä. Pelkistys ja tietynlainen kärjistyksenkin ovat tehokeinoja, joiden avulla lukija saadaan paremmin ymmärtämään, mistä tapahtumanjärjestämisessä on oikeasti kysymys. Jotta ABC säilyttäisi ajankohtaisuutensa, olisi sitä syytä päivittää tasaisin väliajoin niin esimerkkitapahtumilla, viranomaistiedoilla kuin ammattilaisten mielipiteilläkin. Tätä jatkoa varten voisi esimerkiksi Opinnäytetyön nimeä kantava blogisivusto olla aiheellinen, josta olisi helppo saada päivitetty tieto tukemaan alkupe-
räistekstin teoriapuolta.

LÄHTEET

Johansson, Frans 2005, Talentum, Helsinki. Medici ilmiö

Vallo, Helena. Häyrinen, Eija 2008, Tietosanoma, Helsinki. Tapahtuma on tilaisuus

Hilliaho, Lauri. Puolitaival, Johanna 2015, Talentum, Helsinki. Ilmiön kaava

Ammattilaishaastattelut

www.poliisi.fi

LIITTEET

Haastattelut

Marjo Leppä

1. Kerro lyhyesti itsestäsi ja omasta tapahtumajärjestäjän historiastasi, miten päädyit alalle ja miten asiat ovat edenneet?

Olen Marjo Leppä ja toiminut tapahtumatuottajana lähes 15 vuotta. Olen toiminut tuottajana sekä musiikin (mm. Lahden rumpufestivaali), että teatterin (Lahden Uusi Kesäteatteri, LAMK Musiikki- ja draamainstituutti) alalla. Lisäksi olen työskennellyt urheilutapahtumien parissa (mm. ohjelmapäällikkö Lahti2017 hiihdon MM-kilpailut) sekä kokous- ja kongressi sekä messutapahtumien parissa. Koulutukseltani olen Kulttuurituottaja YAMK ja tällä hetkellä suoritan Master in Events Management maisteritutkintoa Leeds Beckett Universityssä Englannissa.

2.

Mitkä ovat mielestäsi suurimmat haasteet tapahtumien järjestämisessä Lahden ta- lousalueella ja mitä järjestäjän tulisi ottaa huomioon tapahtumaa suunnitellessaan?

Lahden seudulla ei ole vielä alueellista strategiaa ja toimintamallia erikokoisten tapahtumien tukemiseksi ja toimijoita on useita. Lahden kaupungilla on lupapalvelujen sähköisen alustan työ meneillään, joka toivottavasti tuo selkeyttä tapahtuman järjestämiseen tarvittavien lupien hakuprosessiin. Myös alueellista laajempaa linjausta ns. ”tapahtuma-portfoliosta” sekä rahallisen tuen perusteista eri tapahtumille ei selkeästi ole vielä mielestäni linjattu. Varsinkin pienempien ja vähemmällä tuotantoresursseilla toimivien tapahtumajärjestäjien voi olla haasteellista löytää oikeat keskustelukumppanit ja prosessit. Tähän voisi apuna olla vahvempi alueen tapahtumatoimijoiden verkosto ja yhteistyökanavat.

Lahden seudulla jokatapauksessa on erittäin hyvät mahdollisuudet tapahtumien järjestämiseen. Haasteena monien tapahtumien osalta ovat liian lyhyt valmistelu-aika sekä tapahtumaa järjestävän tahon resurssihaasteet varsinkin tapahtumatuotannon osaamisen kohdalla. Lahden seudulla on paljon tapahtumia tekeviä eri kokoisia toimijoita, mutta tapahtumakentän yhteinen verkosto puuttuu. Uudet tapahtumajärjestäjät joutuvat usein aloittamaan ilman ”kollegiaalista tukea” ja ottamaan asioista selvää projektin edetessä.

3.mitkä ovat ne sudenkuopat mitä aloittelevan ja miksei kokoneemmankin tapahtumajärjestäjän tulisi välttää onnistuakseen?

Suurin sudenkuoppa on tapahtuman liian lyhyt tuotantoaika. Suunnitteluprosessit, luvat, budjetointi ja rahoitus, markkinointi sekä käytännön toteutuksen yksityiskohdat vievät usein kuviteltua enemmän aikaa.

Laadukkaiden tapahtumien tuottamisen vaatimaa ammattitaitoa on alettu vasta viime aikoina tunnistaa Suomessa. Monesti aloittelevalle tuottajalle tulee yllätyksenä yksityiskohdtien määrä ja käytännön asioiden koordinoinnin tarvitsemat resurssit (henkilöstö, alihankkijat). Budjettihaasteet ovat myös tottakai aina läsnä, niin aloittelevilla kuin kokoneilla tapahtumajärjestäjillä. Kokoneempi järjestäjä osaa arvioida budjetin alusta alkaen realistisesti, mutta aloittelevalle järjestäjälle (varsinkin ulkotapahtumien tuotannossa) yllätyksiä usein tulee.

4. millainen on onnistunut tapahtuma ja mitä se sisältää?

Jokainen tapahtuma on uniikki ja vaatii erilaisia osa-alueita onnistuakseen. Onnistunut konferenssi koostuu erilaisista osa-alueista kuin onnistunut musafestari. Genrestä riippumatta onnistuneen tapahtuman yhteisinä nimittäjinä ovat mielestäni:

- 1.Laadukas ja kohderyhmälle suunniteltu ohjelma, palvelut, aika ja paikka sekä käytännön toteutus
- 2.Selkeä tarpeeksi ajoissa aloitettu informatiivinen, tapahtuman ominaispiirteitä kuvastava ja kohderyhmälle suunnattu viestintä ja markkinointi
- 3.Tarpeeksi ajoissa suunniteltu ja selkeästi johdettu tuotantoprosessi, budjetti sekä sisäinen viestintä (eri toimijat, alihankkijat, yhteistyökumppanit, viranomaistahot)

Kolmas kohta on kokemukseni mukaan usein haastavin. Tapahtuma saattaa olla jo markkinoinnissa ennen kuin tuotannon suunnittelu on kunnolla liikkeellä. Tämä saattaa johtaa esim. budjetin ylityksiin.

5. millainen lahden talousalue on järjestää tapahtumia? plussat ja miinukset

Ehdottomasti plussaa on sijainti ja liikenneyhteydet suomesta ja kansainvälisissä tapahtumissa lentokentältä. Lisäksi Lahdessa tapahtumapaikat ovat pääsääntöisesti kävelymatkan päässä. Tämä helpottaa niin yleisön kulkemista, että esim. tapahtumalogistiikkaa.

Haasteena on jokaisen toimijan yksin puurtaminen ja yhteisen tapahtumatoimijoiden verkoston puuttuminen. Kunnallisella/alueellisella tasolla sama näkyv alueen tapahtumastrategian puuttumisena ja käytäntöjen moninaisuutena esim. tapahtuma-avustusten osalta.

Alueella on niin paljon tapahtumatoimijoita ja esim. klubin yms. genre on vahva, joten verkostoituminen voisi hyvin alkaa ihan käytännön tekijöiden taholta.

6. miten lahden talousalue on kehittynyt tapahtumanjärjestämisen kannalta

Tapahtumatoiminta on selkeästi vilkastunut kaikilla tasoilla. Edellä mainitsemani klubi-genre on muutamassa vuodessa moninkertaistunut. Lahtelaisten tekemiä kaupunkitapahtumia on tullut paljon lisää (Kaupungin äänet, Lahti Block Party). Lisäksi mittavat varsinkin urheilutapahtumat ovat lisääntyneet huomattavasti. Lahti nousee tapahtuma-alalla kovaa vauhtia. Nyt olisi vain tarve saada yhteistyöverkostot kasaan, jotta päästään ponnistamaan laajemmalla rintamalla.

Hanna-Mari Katila

1. Kerro lyhyesti itsestäsi ja omasta tapahtumajärjestäjän historiastasi, miten päädyit alalle ja miten asiat ovat edenneet?

Hanna-Mari Katila ja 39 vuotias freelancer lähtöisin Juuasta. Olen asunut Lahdessa 19 vuotta ja toiminut tapahtuma-alalla 20 vuotta eri rooleissa. Ensimmäinen tapahtumani oli Joensuussa 90-luvulla missä toimin juontajana sekä tuottajana. Joensuussa tein tapahtumatoimistolle töitä tuotannon parissa josta kaikki alkoi. Ala on vaihteleva, joten olen aina kokenut tarvitsevani rinnalle muutakin työtä kuin pelkästään tapahtumien tekemisen. Isoimmat tapahtumat mitä olen tuottanut on Nightwishin Metro Areena – konsertti sekä Wembleyn loppuunmyyty konsertti Lontoossa.

2. Mitkä ovat mielestäsi suurimmat haasteet tapahtumien järjestämisessä Lahden talousalueella ja mitä järjestäjän tulisi ottaa huomioon tapahtumaa suunnitellessaan?

Suurimmat haasteet ovat varmastikin yhteistyön uupuminen viranomaisten kanssa sekä sidosryhmien kontaktoimattomuus. Lahdessa on hyviä venueita tarjolla, mutta lupaprosesseista on tehty haastavaa. Tärkeintä olisi ottaa selville mahdollisimman paljon lupaprosesseista.

3. mitkä ovat ne sudenkuopat mitä aloittelevan ja miksei kokeneemmankin tapahtumajärjestäjän tulisi välttää onnistuakseen?

Tärkeintä on budjetoida tapahtuman kulurakenne mahdollisimman hyvin ja luottaa lukuihin. Varasuunnitelma kaikkiin mahdollisiin muutoksiin ennen tapahtumaa ja tapahtuman aikana on myös hyvä tehdä.

4. millainen on onnistunut tapahtuma ja mitä se sisältää?

Onnistunut tapahtuma on sellainen mikä järjestetään myös uudestaan.

5. millainen lahden talousalue on järjestää tapahtumia? plussat ja miinukset

+Lahti Region, joka neuvoo ja auttaa asioissa

+hyvä sijainti ja hyvät yhteydet muihin isoihin kaupunkeihin

+hyvät venueet

-majoitusta liian vähän

-lupaviranomaisten ammattitaidottomuus

6. miten lahden talousalue on kehittynyt tapahtumanjärjestämisen kannalta

Mukkulan Event Park on valtavan hieno paikka, joka on suunniteltu tapahtumien tarpeiden mukaan kiinteillä vesipisteillä sekä sähköpisteillä. Myös Lahti Regionin ammattitaitoinen henkilökunta osaa auttaa tapahtuman järjestämiseen liittyvissä asioissa.

Samppa Rinne

kysely

1.

Kerro lyhyesti itsestäsi ja omasta tapahtumajärjestäjän historiastasi, miten päädyit alalle ja miten asiat ovat edenneet?

2.

Mitkä ovat mielestäsi suurimmat haasteet tapahtumien järjestämisessä Lahden talousalueella ja mitä järjestäjän tulisi ottaa huomioon tapahtumaa suunnitellessaan?

3.

mitkä ovat ne sudenkuopat mitä aloittelevan ja miksei kokeneemmankin tapahtumajärjestäjän tulisi välttää onnistuakseen?

4.

millainen on onnistunut tapahtuma ja mitä se sisältää?

5. millainen lahden talousalue on järjestää tapahtumia? plussat ja miinukset

6. miten lahden talousalue on kehittynyt tapahtumanjärjestämisen kannalta

SAMPPA RINNE

1.Kerro lyhyesti itsestäsi ja omasta tapahtumajärjestäjän historiastasi, miten päädyit alalle ja miten asiat ovat edenneet?

Lahdessa ei ollut juurikaan räppikeikkoja – ja aloimme sitten järjestämään näitä kaveriporukan kanssa. Samankaltaisesti jatkoin myös dj/klubi-keikkojen järkkäämisen suhteen, kunnes päädyin Sibeliustalolle töihin. Asiat ovat edenneet tarpeen ja tekemisen kautta.

2. Mitkä ovat mielestäsi suurimmat haasteet tapahtumien järjestämisessä Lahden talousalueella ja mitä järjestäjän tulisi ottaa huomioon tapahtumaa suunnitellessaan?

Isoin haaste on lienet löytää tai keksiä mille täällä on tarvetta, tai sitten pitää olla taito luoda tarve.

Huomioon täytyy ottaa ainakin kaupungin väkimäärä ja asukkaiden tottumukset. Työllisyys- ja rahatilanne monella on myös haastava, tämä täytyy huomioida.

3. mitkä ovat ne sudenkuopat mitä aloittelevan ja miksei kokeneemmankin tapahtumajärjestäjän tulisi välttää onnistuakseen?

Älä duunaa mitään paskaa, nii ei tuu mitään paskaa.

4. millainen on onnistunut tapahtuma ja mitä se sisältää?

Hyvä sisältö, hyvä sisältö, hyvä sisältö + tapahtumaan suhteutettu tuotanto sekä markkinointi - lisäksi talousasiat kunnossa.

5. millainen lahden talousalue on järjestää tapahtumia? plussat ja miinukset

Lahti on paratiisi.

Ei täällä hetkittäin mikään kiinnosta ketään, oma alue tunnustaa onnistumisen vasta kun se on huomattu muualla.

6. miten lahden talousalue on kehittynyt tapahtumanjärjestämisen kannalta

Kaupungin kanssa on vähän helpompi toimia nykyään.

Suosituilla keikoilla käydään paljon. Marginaalissa on haastetta, mutta toisinaan myös positiivisia yllätyksiä.

Jaakko Teittinen

1. Kerro lyhyesti itsestäsi ja omasta tapahtumajärjestäjän historiastasi, miten päädyit alalle ja miten asiat ovat edenneet?

Olen 39-vuotias lahtelainen, soittanut bändeissä 16 vuotiaasta, ja nähnyt siinä sivussa keikkapaikkoja ja erilaisia tapahtumia ympäri Suomea. Jonkin verran tuli aiemmin järjestettyä keikkoja myös itse, mutta pääsääntöisesti osallistuin tapahtumiin jossain muussa roolissa. Keikoilla tuli kuitenkin käytyä, ja paljon tuli seurattua keikkojen järkkäilyä ja muuta puuhastelua sivusta. Varsinaisesti ”alalle” päädyin, kun vuonna 2013 ostettiin lahtelaiset Tirra ja Torvi kulttuuriravintolat, ja joidenka ohjelmavastuu pikkuhiljaa valui käsiini oman mielenkiinnon ja muiden olosuhteiden johdosta. Nyt reilun viiden vuoden aikana on tullut buukattua jo varmaan yli tuhat keikkaa sekä jonkin verran isompia tapahtumia.

2. Mitkä ovat mielestäsi suurimmat haasteet tapahtumien järjestämisessä Lahden talousalueella ja mitä järjestäjän tulisi ottaa huomioon tapahtumaa suunnitellessaan?

Ihmisten aktivointi varmaan isoin haaste. Talousalueella on kyllä ihan mukavasti porukkaa, mutta sohva vastaan on vaikea taistella. Huomioon otettavat asiat riippuu varmasti tosi paljon tapahtuman luonteesta;

3. Mitkä ovat ne sudenkuopat mitä aloittelevan ja miksei kokeneemmankin tapahtumajärjestäjän tulisi välttää onnistuakseen?

Budjetti. Kaikki raha-asiat tapahtumassa mukanaolevien kanssa selväksi heti ensimmäiseksi ja budjetti laadittava realistisesti, ja selvitetävä etukäteen miten mahdolliset tapit hoidetaan.

4. Millainen on onnistunut tapahtuma ja mitä se sisältää?

Onnistuneesta tapahtumasta kävijä lähtee mieleltään rikkaampana kun sinne saapuaan. Tuohon pitäisi järjestäjän pyrkiä ja sisältö sitten sen mukaan, että tuohon tavoitteen päästään.

5. Millainen Lahden talousalue on järjestää tapahtumia? Plussat ja miinukset.

Miinuksena varmasti passiivisuus, joka on puheiden mukaan ollut paikallisille ominaista jo vähintään 70-luvulta lähtien. Lisäksi ennakkoluulottomuutta toivoisin yleisöltä lisää, ettei aina menisi massan mukana. Mielenkiintoisimmat jutut tulee marginaalista. Lisäksi eri järjestäjätahojen yhteistyö olisi suotavampaa, jotta saataisiin tapahtumista enemmän irti puolin ja toisin.

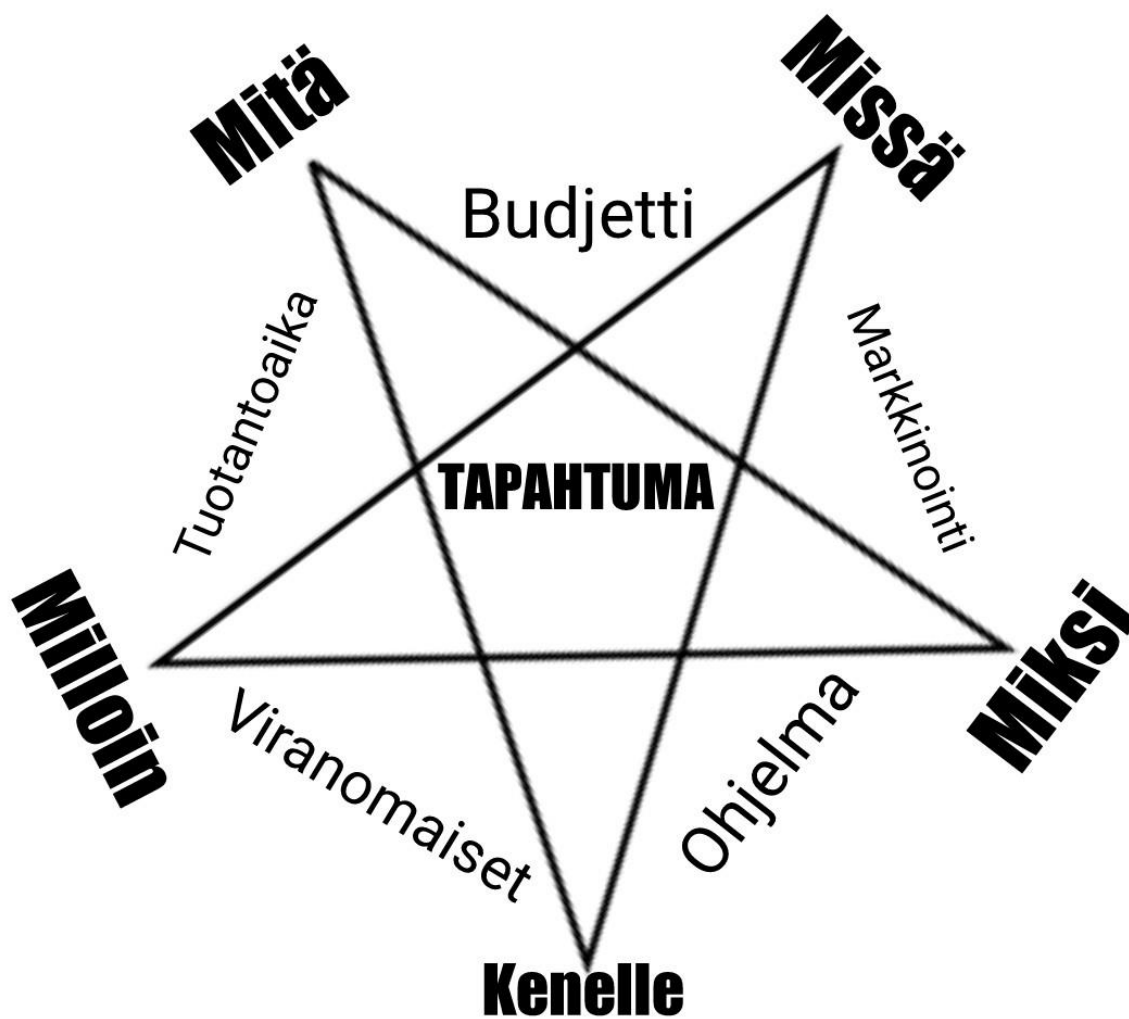
Myös bändit ovat vähän liian passiivisia ja tyrkyttävät itseään keikoille vähän huonosti. Myös bändituotanto on tyrehtynyt hälyttävästi.

Plussia... Keikoilla käyvät ihmiset, yleensä rehti lahtelainen meininki eikä turhaa skeneilyä.

6. Miten Lahden talousalue on kehittynyt tapahtumanjärjestämisen kannalta?

Keikkoja on tullut valtavasti lisää esim. 90-luvun puoliväliin nähden. Vielä 2000-luvun alusakaan ei ollut ollenkaan itsestään selvää, että kotimaiset eturivin artistit tulevat kiertueillaan Lahteen. Kasvaneen tarjonnan myötä myös pieniä ähkytiloja on toisinaan havaittavissa, aktiivinen keikkayleisö Lahden talousalueella on kuitenkin melko pieni. Vähän isompia ja tarjonnaltaan perus yö-osastoa mielenkiintoisempia tapahtumia toivoisin lisää Lahden kesään.

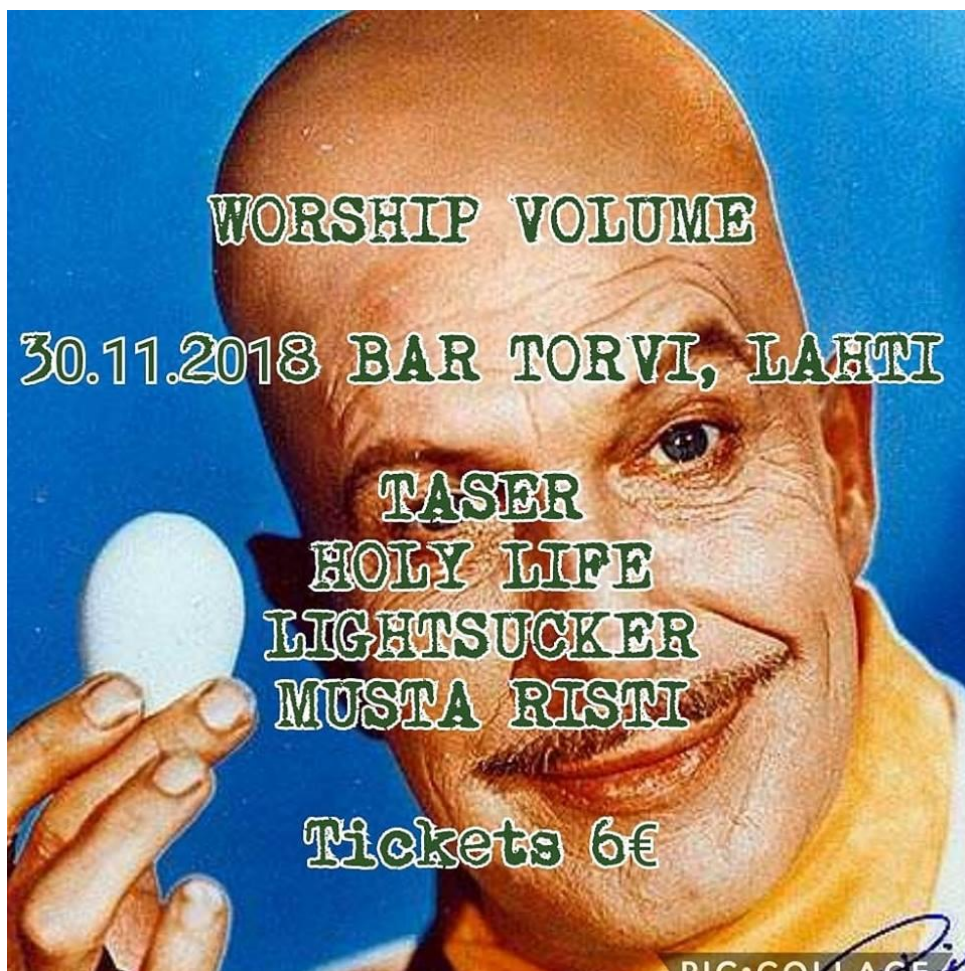
Tapahtumaviisikanta



PIC•COLLAGE



Liite 1: Instagram Mainos 1



Liite 2

: Instagram Mainos 2



Liite 3: Facebook mainos

← Inferno.fi

☰ **INFERNO** 🔍

miten tuomiopäivänkoneen kuljettaja yrittää käsitellä päänsisäistä helvettiään samalla kun peto ottaa vallan ja maailmanlopun uhka vyöryy kaiken ylle. Mahtava meininki siis!

ADVERTISING



Uno, d
EI Ma

Replay

Learn more

Tulevana perjantaina julkaistaan maistiasia albumilta toisen singlelohkaisun muodossa. Kappale tottelee nimeä *Kelmeät silmät* ja sen voi ottaa haltuunsa jo nyt tuosta yläpuolelta.

Yhtye nähdään levyjulkaisukeikoilla Worship Volume -festivaalilla Lahden Torvessa 30. marraskuuta, 7. joulukuuta Helsingin Mascotissa sekä ensi vuoden puolella 24. tammikuuta Jyväskylän Lutakossa yhdessä **Luciferin** ja **Bomber Gapin** kanssa.

Ad

Liite 4: Inferno-lehden nosto tapahtumasta