



## Tapahtumallisuuden merkitys kaupungin veto- ja pitovoimaisuudessa case: Helsingin joulu

**Stuba Nikula**  
Opinnäytetyö  
Kevät 2020  
Metropolia Ammattikorkeakoulu  
Muotoilun tutkinto-ohjelma  
YAMK

Opinnäytetyön toimeksiantaja  
Helsingin tapahtumasäätiö sr

# TIIVISTELMÄ

## **Tapahtumallisuuden merkitys kaupungin veto- ja pitovoimaisuudessa case: Helsingin joulu**

Stuba Nikula 2020

Metropolia ammattikorkeakoulu

Muotoilun tutkinto-ohjelma YAMK

Sivut ja liitteet: 102 + 10

Ohjaaja: Juha Ainoa

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia kuinka muotoilua ja muotoilujattelua voidaan hyödyntää tapahtumakokonaisuuden suunnittelussa.

Tapahtumallisuus on Helsingin strateginen tavoitetila, mutta suuri osa tapahtumista rikastaa kaupunkia kesäkauden aikana. Työssä tutkittiin millaista löytämätöntä ja tekemätöntä potentiaalia Helsingin joulun alusajassa tapahtumien näkökulmasta piilee.

Opinnäytetyön teoreettinen osuus koostuu työn viitekehiksenä toimivien muotoilun käsitteiden avaamisesta, tapahtuman ja niiden vaikuttavuuden määrittelemisestä, kaupunkien veto- ja pitovoimaisuuden kirjallisuuden analyysistä sekä koti- ulkomaisten kaupunkien vertailututkimuksesta.

Työn palvelumuotoilullisessa osuudessa etsitään, tarkennetaan ja määritellään Helsingin joulun alusajan tapahtumallisuuden kokonaisuus. Suunnitteluratkaisussa avataan miten tapahtumallisuutta voidaan lisätä tuotannollisin ja viestinnällisin keinoin sekä kaupunkiorganisaation sisäisesti edistämällä.

Avainsanat: palvelumuotoilu, tapahtuma, vetovoima, pitovoima, kaupunkisuunnittelu, joulu, Helsinki

# ABSTRACT

## **Events as part of city attraction and traction policies case: Christmas in Helsinki**

Stuba Nikula 2020

Metropolia University of Applied Science

Master Degree Programme in Design

Pages and attachments: 102 + 10

Instructor: Juha Ainoa

The goal of the thesis is to study how design and design thinking can be used when planning events.

The city of Helsinki has made a strategic choice to be an event city. Most of the city's events are produced for summer period. This work studied what unexplored and undone potential advent period in Helsinki has to offer for events.

Theoretical part of the work is consisted of opening the terms of service design, defining event and its impact, analysing city attraction and traction literature and benchmarking domestic and foreign cities.

The service design part of the work looks, expands and defines what advent seasons events in Helsinki could be. The solution shows which new events can be produced or put into focus by communicating them in a new way or be helped forward by joining forces inside city administration.

Keywords: service design event, attraction, traction, town planning, Christmas, Helsinki

<b>Johdanto</b>	<b>2</b>
<b>Palvelumuotoilun ja muotoiluajattelun käsitteistö</b>	<b>5</b>
Muotoiluajattelu	5
Palvelumuotoilu	6
Palvelumuotoilu julkisella sektorilla	6
Palvelumuotoilun prosessi	7
<b>Tapahtuman määritelmä</b>	<b>11</b>
Määritelmä tapahtumatuotannon kirjallisuudessa	11
Tapahtumien määritelmä juridiikassa	11
Tapahtumien sisällöllinen määritelmä	13
Tapahtuma palveluna	14
<b>Tapahtumien vaikuttavuus</b>	<b>17</b>
<b>Kaupunkien kehittämisen käsitteitä ja teorioita sekä veto- ja pitovoimatutkimuksia</b>	<b>22</b>
<b>Kaupunkisuunnittelu kaupungin kehittäjänä</b>	<b>26</b>
<b>Tapahtumat veto- ja pitovoimaisuuden ja kaupunkisuunnittelun kirjallisuudessa</b>	<b>29</b>
Greg Clark - Global cities	29
Edward Glaeser - Triumph of the city	30
Eero Holstila ja Timo Hämäläinen - Kaupunkipolitiikan uusi aika	30
Kaupunkien mestarien liigaan	31
Jan Gehl - Ihmisten kaupunki	32
Richard Florida - Luovan luokan esiinmarssi	33
Charles Landry - The Creative City	34
<b>Miksi tapahtumat kannattaa huomioida osana kaupunkien veto- ja pitovoimaa</b>	<b>36</b>
Case: EU:n lääkevirasto	36
Millennial City Ranking	37
Maunulan äänestysprosentti	37
Kelluvan väestön pitokyky	38
<b>Helsingin tapahtumallisuuden kehittyminen</b>	<b>41</b>
<b>Kaupunkien tapahtumastrategiat valitussa Suomen kaupungeissa</b>	<b>45</b>
Tampere	45
Hämeenlinna	47
Lahti	47
Seinäjoki	48
Oulu	48
Kotimaisten vertailukaupunkien tapahtumallisuusstrategiat suhteessa kaupunkien elinvoima- ja kaupunkipolitiikkaan	49
Tapahtumien talousvaikutusten arvioinnin vaikeus	50

<b>Kaupunkien tapahtumastrategiat valituissa kansainvälisissä kaupungeissa</b>	<b>53</b>
Tukholma	53
Göteborg	54
Kööpenhamina	54
Toronto	55
Kansainvälisten vertailukaupunkien tapahtumallisuusstrategiat suhteessa kaupunkien elinvoima- ja kaupunkipolitiikkaan	56
<b>Helsingin joulun tapahtumallisuuden kehittämistarve</b>	<b>58</b>
<b>Työpajat</b>	<b>60</b>
Hallituksen pohjakeskustelu	60
Toimiston joulustormaus	60
Viestintäosaston työpaja	62
Stadiluotsien työpaja	63
<b>Tuomaan Markkinoiden asiakaskysely</b>	<b>66</b>
<b>Karttakysely</b>	<b>69</b>
<b>Bluetooth-pohjainen asiakasanalytiikka</b>	<b>71</b>
<b>Helsinki Marketing Oy:n teettämä kysely</b>	<b>73</b>
<b>Valittujen kaupunkien talvinen tapahtumatarjonta</b>	<b>76</b>
<b>Suunnitteluratkaisu: Helsingin joulun tapahtumallinen kohottaminen</b>	<b>79</b>
Suunnitteluratkaisun kategorioiden avaaminen	80
<b>Suunnitteluratkaisun vaikuttavuus</b>	<b>84</b>
<b>Suunnitteluratkaisun suhde Helsingin veto- ja pitovoimaan</b>	<b>87</b>
<b>Suunnitteluratkaisun arviointi Helsingin kaupungin kulttuurin ja vapaa-ajan toimialan asiakasprofiileiden suhteen</b>	<b>89</b>
<b>Uudet tutkimuskysymykset</b>	<b>92</b>
<b>Lopuksi</b>	<b>95</b>
<b>Lähteet</b>	<b>97</b>
<b>Haastattelut</b>	<b>102</b>
<b>Liitteet</b>	<b>103</b>

1



# 1. Johdanto

Moni Suomen kaupunki on julistautunut tapahtumakaupungiksi. Emme tässäkään suhteessa poikkea globaaleista trendeistä. Tapahtumakaupunki on yleinen tavoitetila, kun kaupungit pohtivat menestystekijöitään Euroopassa ja laajemminkin.

Tutkittaessa päätöksiä, jotka ovat johtaneet tapahtumien korostamiseen kaupunkien strategioissa, niiden perustelut ja tavoitteet ovat yhtä aikaa samankaltaisia että yksipuolisia. Voisi todeta, että sanoja tapahtuma ja tapahtumakaupunki pidetään niin itsestään selvinä, ettei asia edellytä sen tarkempaa perustelemista.

Moni kaupunki satsaa tapahtumallisuuden kehittämiseen osana koko kaupungin vetovoimaisuuspolitiikkaa (Lahden kaupunki 2017; Seinäjoen kaupunki 2017; Tampereen kaupunki 2017; Göteborgin kaupunki 2019; Kööpenhaminan kaupunki 2019; Toronton kaupunki 2019; Tukholman kaupunki 2016). Päätäjillä näyttää olleen kyky ymmärtää - ilman perusteluita, tutkimuksia tai mittareita - että tapahtumallisuus tuottaa kaupungille vetovoimaa ja kasvattaa pitovoimaa siinä missä toimiva pyörätieverkosto.

Kaupunkien veto- ja pitovoimaa on tutkittu kaupunkien staattisten ominaisuuksien, kuten kaupunkisuunnittelun ja liikenneinvestointien kautta (Aro ja Holstila 2018, Boonstra 2015, Clark 2016, Florida 2005, Gehl 2018, Glaeser 2011, Holstila 2019, Landry 1998). Vaihtuvan, kehittyvän ja elävän tapahtumallisuuden roolia kokonaisuudessa ei ole kartoitettu.

Myös Helsinki on tehnyt strategisesti notkean valinnan olla tapahtumakaupunki. Osana valintaa kaupunki on keskittänyt omien suurten tapahtumiensa tuottamisen Helsingin tapahtumasäätiöön, jota johdan. Omien tuotantojen keskittämisen lisäksi kaupunkistrategian kirjauksia on avattu Tapahtumien tiekartta -dokumentissa (Helsingin kaupunki 2019c), jonka tavoiteosaan on kirjattu millainen tapahtumakaupunki Helsinki haluaa olla ja toimenpideosaan listattu Helsingin tapahtumallisuuden kehittämisaskeleita.

Tapahtumasäätiö tuottaa mm. Tuomaan Markkinat, joka on keski-Eurooppalaisen markkinaperinteen ilmentymä Helsingissä. Tapahtuma ei toteuta erityisen hyvin tiekartan vaatimuksia tapahtumien omaperäisyydestä, monimuotoisuudesta ja vastuullisuudesta. Säätiön tehtävänä on luoda tapahtumakonsepti, joka voimistaa, kokoaa ja kohottaa Helsingin joulunalusaikaa tapahtumallisesti.

Konsepti voi sisältää niin tapahtumien lisäämistä kuin jo olemassa olevien tapahtumien parempaa esiin nostamista. Oleellista on, että konsepti pohjaa tunnistettavasti helsinkiläisiin asioihin ja Helsingin ominaispiirteisiin.

Aihe on tärkeä Tapahtumasäätiön kannalta myös siksi, että se liittyy säätiön perustehtävän määrittelemiseen sekä sen olemassa olon oikeutukseen. Tapahtumallisuus on otettu osaksi

päätöksentekoa itsestään selvästi kaupunkia kehittävänä asiana, mutta se pitää pystyä myös perustelemaan.

Kysymyksenasettelu - kuten työn muotokin - on kaksijakoinen.

1. Työssä avaan tapahtumallisuuden yhteyttä elin- ja pitovoimaisen kaupungin teorioihin ja linkitän tapahtumallisuuden vaikutuksia kaupunkisuunnittelun ja elinkeinopolitiikan teorioihin.

Voidaanko elinvoimaisen kaupungin kehittämistä perustella tapahtumallisuudella käyttäen samoja teoriapohjia, määrittelyjä ja mittareita kuin staattisen kaupunkikehittämisen perusteluissa?

2. Työssä kartoitan Helsingin joulun tapahtumallista ulottuvuutta palvelumuotoilun keinoin. Tapahtumallisuudella rakennan yhteyden kohdan 1. teoreettisten löydösten ja käytännön tapahtumatoiminnan välille. Tapahtumallisuuden keskeinen rajaava tekijä on Helsingin tapahtumien tiekartan tavoitteenasettelu.

Millaisen kaupungin elinvoimaa kehittävä, sen ominaispiirteitä korostavan ja ekologisesti, sosiaalisesta ja taloudellisesta vastuullisen joulutapahtumien kokonaisuuden helsinkiläiset haluaisivat, Helsinki tarvitsisi ja ansaitsisi?

Tämän työn tarkoitus on antaa tapahtuma-alan ammattilaisille kirkaampi kuva tapahtumien vaikutuksista ja yhteydestä yleiseen kaupunkien kehittämiseen. Samalla työ pyrkii antamaan kuntapäätäjille nykyistä paremmat edellytykset tehdä päätöksiä liittyen kaupunkien tapahtumallisuuden kehittämiseen ja resursointiin.

Työn tekemisen takana on myös optimistinen ajatus siitä, että koska kaupunkisuunnittelu ja -kehittäminen ovat voimakkaasti kehittyviä aloja, niiden kyky tunnistaa ei-staattisia toimintoja kasvaa. Näin tapahtumien tapaiset kaupunkilaisuuden ilmentymät saavat ansaitsemansa aseman niissä työpajoissa ja seminaareissa, joissa listataan ja linjataan kaupunkien menestyksen osatekijöitä.

Työssä rajaudutaan käsittelemään kulttuuri- ja kaupunkitapahtumia sekä ns. kaupunkikulttuurisia tapahtumia. Sen ajattelu on kuitenkin monelta osin siirrettävissä koskemaan liikunta- tai urheilutapahtumia, poliittisia tai uskonnollisia tapahtumia ja jopa ammattitapahtumia, kuten kongresseja ja messuja. Työn tarkastelun keskiössä on vuosittain toistuvat tapahtumat, mutta monelta kohdista sitä voidaan lukea koskemaan myös kertaluonteisia tapahtumia, joilla ei ole tapahtumakaupungissaan historiaa eikä tulevaisuutta.

**Vetovoima + pitovoima + lumovoima  
= elinvoima**

**Joulun tapahtumallisuus lumovoiman  
tuottajana.**



2



## 2. Palvelumuotoilun ja muotoiluajattelun käsitteistö

### 2.1. Muotoiluajattelu

Muotoiluajattelu (Design thinking) on asiakaslähtöistä ja –keskeistä palvelukehittämistä. Ajattelun taustalla on joukko huomioita siitä, miten viheliäisiä ja kompleksisia ongelmia on vaikea ratkaista perinteisin tuotekehittelyn tai muotoilun menetelmin (Brown 2008).

Kenties klassisin muotoiluajattelun määritelmä perustuu muotoilutoimisto IDEOn Tim Brownin iteratiiviseen kolmen I:n malliin (Brown 2008), jossa inspiration-ideation-implementation –mallia noudattaen palvelua, tuotetta tai ratkaisua kehitetään siten, että lähtökohdaksi ei aseteta tarvetta valmiille tuotteelle vaan käyttäjän tai asiakkaan tarpeet, toiveet, haaveet tai odotukset. Näin voidaan tuottaa sekä kaupallisia ratkaisuja että tuote-ekosysteemi, jossa luodaan kokonaan uusia liiketoiminnan aloja.

Monenlaisista osajista koostuva tiimi pyrkii samaan aikaan ajattelemaan nykyhetkeä kauemmas ja asettumaan loppukäyttäjän asemaan. Tarinoiden, ääriesimerkkien, asiakaspolkujen ja havainnollistamisen työkalujen avulla ongelmaa lähestytään systemaattisesti.

Ideointivaiheessa asiakaspolkua, prototyyppejä, luonnoksia ja tarinallistamista apuna käyttäen asetetaan edelleen käyttäjän asemaan ja pyritään löytämään ratkaisuja, joita sitten testataan loppukäyttäjien koeryhmillä.

Toteutuksen vaiheessa huolehditaan sekä oman tuotteen valmistuksesta ja markkinoinnista mutta myös siitä, että ekosysteemi alkaa kehittyä. Näin voidaan jatkaa kehittämisen kiertoa ja luoda uuteen liiketoimintakokonaisuuteen uusia tuotteita ja ratkaisuja.

Huomattavasti suljetummin ja tuote- tai ratkaisukeskeisemmin muotoiluajattelun määrittelee Jon Kolko. Kolko kirjoittaa design thinkingin lisäksi design-keskeisestä toimintakulttuurista (Kolko 2015). Samassa artikkelissaan hän listaa muotoiluajattelun peruspilareiksi käyttäjäkokemuksen tunnepohjaisen analysoinnin, mallien käytön monimutkaisten ongelmien hahmottamisessa, prototyyppien käytön ratkaisuaihioiden testaamisessa ja pidättyväisyyden ratkaisujen ominaisuuksien kirjossa.

Muotoiluajattelun ja perinteisen ajattelun eroja on tutkinut mm. Katja Tschimmel. Hänen näkemyksensä mukaan keskeisiä eroja on kahdeksan (Tschimmel 2012):

1. Visualisointi, luonnostelu ja prototyypit sanallisen ja kaaviokuvaan perustuvan ajattelun sijaan.
2. Syvälinen havainnointi ja kyseenalaistaminen nopean tilannekuvan luomisen sijaan.

3. Yhtä aikaa emotionaalinen ja rationaalinen omakohtaisen ajattelu ulkopuolisen rationaalisen ajattelun sijaan.
4. Sisäistävä ja kekseliäs tilannekuvan ja olemassa olevien ratkaisumallien luominen poissulkevan ja analyttisen sijaan.
5. Epäonnistuminen on osa prosessia eikä oikeita vastauksia tarvitse aina edellyttää alkuvaiheessa.
6. Epävarmuuden ja monimerkityksellisyyden sietokyky vahvan suunnitteluohjauksen sijaan.
7. Syvä ymmärrys ihmisten tunteista, tarpeista ja unelmista asiakkaan arvomaailman sijaan.
8. Lähtökohtaisesti yhteistyöhön eikä yksilökeskeisyyteen perustuvaa.

## 2.2. Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilua Suomessa ensimmäisten joukossa käsitellyt Mikko Koivisto määrittelee maisterityössään 2007 palvelumuotoilun näin: "Palvelumuotoilu on kehittymässä oleva tutkimus- ja osaamisala, jolla tarkoitetaan palveluiden suunnittelua ja innovointia muotoilulähtöisillä menetelmillä, joissa palvelun käyttäjä on suunnittelun keskipiste" (Koivisto 2007).

Käytyään läpi lukuisia kansainvälisiä määrittelyjä Koivisto tarkentaa näin: "Yhteenvetona seuraavista määritelmistä voitaisiin todeta, että palvelumuotoilu on elämyksellisten, haluttavien ja käytettävien palvelujen kehittämistä ja johtamista, jossa suunnitellaan palvelun aineellisista ja aineettomista tekijöistä johdonmukainen yli kanavarajojen kulkeva kokonaisuus." (Koivisto 2007).

Kun luodaan käyttökelpoisia, käytettäviä ja haluttuja palveluita, jotka ovat samaan aikaan tuottajalleen tehokkaita, vaikuttavia ja kilpailijoista erottuvia, on tärkeää - jollei jopa välttämätöntä - sisällyttää käyttäjän näkökulma osaksi suunnittelua alusta lähtien. Asiakkaan, vastapuolen tai kilpailijankin näkökulman hakemisessa keskeistä on empatia - kyky asettua toisen ihmisen rooliin. Tähän työhön palvelumuotoilu luo keinoja, prosesseja ja konkreettisia työkaluja. (Jyrämä & Mattelmäki 2014)

## 2.3. Palvelumuotoilu julkisella sektorilla

Suomen julkisen sektorin suurin palvelumuotoiluhanke lienee Helsingin kaupungin vuoden 2012 World Design Capital -hanke. Vuoden tavoitteena oli lanseerata koko Helsingin kaupunkiorganisaatioon palvelumuotoilun ajattelu, tuottaa ensimmäiset kokeilut ja kouluttaa henkilöstöä palvelumuotoilun osaajiksi.

Muotoiluvuoden takana on yksinkertainen tosiasiallisen tilanteen hyväksyminen. Julkiset palvelut ovat yhä monimutkaisempien haasteiden edessä. Talouden kasvun hitaus tai ainakin epävarmuus, väestön ikääntyminen ja maahanmuutto ovat vain esimerkkejä niistä ongelmista, joita pitää ratkaista. Jatkuva säästäminen ei ole toimiva ratkaisu. Toisaalta

Julkisten palveluiden käyttäjät edellyttävät palveluilta laatua, syvyyttä ja henkilökohtaista merkityksellisyyttä, jota perinteisin tavoin tuotetut palvelut harvoin kykenevät tuottamaan. Myös innovointi on julkisella sektorilla vaikeaa, jollei sitä tehdä yhdessä asiakkaiden kanssa. (Jyrämä & Mattelmäki 2014)

Periaate ymmärtää kunnallinen palvelu palveluksi, jota voi muotoilla on teemavuoden jälkeen jäänyt pysyväksi osaksi kaupungin toimintatapaa. Vuonna 2017 toteutetussa suuressa organisaatiouudistuksessa tämä toimintatapa näkyy mm. siten, että koko uudistuksen tavoitteista yksi oli kuntalaisten osallisuuden parantaminen (Helsingin kaupunki 2017a).

## 2.4. Palvelumuotoilun prosessi

Palvelumuotoiluprosesseihin on kehitetty useita erilaisia malleja. Ne koostuvat rajallisesta määrästä vaiheita. On sanottu, että pohjimmiltaan ne kaikki jakavat saman logiikan ja ajattelutavan.

Yleisin prosessimalli on British Design Councilin klassinen Double Diamond (Tuplatimantti)-malli (Design Council 2019). Malli koostuu neljästä osasta, joissa vuoroin laajennetaan ajattelua ja vuoroin tarkennetaan sitä laajennusvaiheessa tehtyjen havaintojen ja löydösten perusteella.

Mallin vaiheet ovat:

1. Discover (löydä) - divergenssi. Luodaan ymmärrys ongelmasta. Tunnistetaan, määritellään ja luodaan ongelman ratkaisemisen kannalta olennainen tietovarasto.
2. Define (määrittele) - konvergenssi. Kohdealueen raja. Analysoidaan edellisen vaiheen saalis, mallinnetaan palvelun asiakastyypit..
3. Develop (kehitä) - divergenssi. Mahdolliset ratkaisut. Luodaan ratkaisuvaihtoehtoja ja kokeillaan iteratiivisesti erilaisia ratkaisuja, versioita ja luonnoksia.
4. Deliver (toteuta) - konvergenssi. Tuotetaan ratkaisuja, jotka toimivat. Lanseerataan lopullinen palvelutuote.

Tässä työssä olen valinnut lähestymistavaksi tuplatimantin sijaan Palvelumuotoilun Bisneskirjan (Koivisto, Säynekangas ja Forsberg 2019) tiimalasimallin. Mallissa tutkitaan rinnakkain asiakkaan ja palveluntuottajan näkökulmia. Ensin kartoitetaan ja hahmotetaan tarve, johon kehitetään ratkaisu, jota arvioidaan sen aiheuttamien hyötyjen näkökulmasta.

## ASUKKAAN TASO

Oman joulutunnelman nostaminen ja esiintuominen.

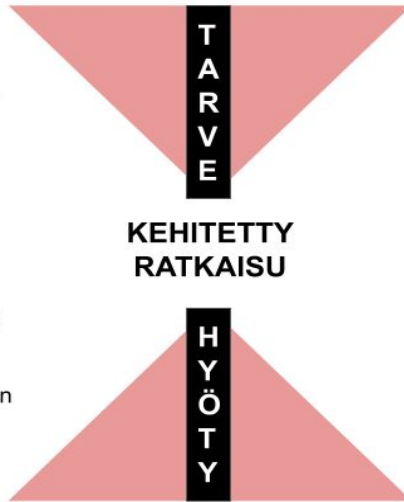
Toisten jouluihmisten kohtaaminen.

Joulun suorittaminen.

Mahdollisuus ja lupa olla oma jouluitsensä.

Kohdata, kokea ja jakaa joulun odotus.

Joulun traditioiden iloisuus ja vaivattomuus.



## HELSINGIN TASO

Helsingin tapahtumallisuuden kausivaihtelun tasaaminen.

Helsingin lumovoiman lisääminen.

Keskustan ja alueellisen tasa-arvon kehittäminen.

Kokonaisuus, joka nostaa Helsingin omaperäisyyttä, lisää monipuolisuutta, vahvistaa sosiaalista, ekologista ja taloudellista vastuullisuutta sekä kehittää toimivuutta.

Kuva 1: Palvelumuotoiluprosessin tiimalasimalli (Koivisto, Säynekangas ja Forsberg 2019)

Tässä työssä etsitään mallia Helsingin joulun ajan tapahtumallisuudelle. Asiakkaan tarpeeksi on määritelty henkilökohtaisen joulutunnelman kohottaminen ja Helsingin tarpeeksi kehittyä joulukaupunkina tapahtumallisuuden keinoin.

Asiakkaiden toiminnan motiiveiksi on valittu tapahtumiin osallistumisen yleiset tarpeet. Aiheesta puuttuvan kirjallisuuden vuoksi olen valinnut päämotiiveiksi itse kehittämäni jaottelun, joka sisältää viisi motiivia:

- Diggailu - halu nauttia sisällöstä
- Hengailu - halu käyttää aikaansa ja unohtaa arjen murheet ja velvoitteet
- Dokailu - halu päästää irti ja toimia holtittomasti
- Pokailu - halu etsiä kumppania
- Tärkeily - halu osoittaa omaa edelläkävijyyttään ja erinomaisuuttaan varsinkin sosiaalisen median kautta

Joulun tapahtumallisuuden kohdalla keskeisiä motiiveja ovat diggailu, jossa sisältö ei ole niinkään esitys vaan joulun tunnelma ja kaikki jouluun liittyvät traditiot sekä hengailu, jossa yhdistyy niin kiireen katkaiseminen ja yhdessäoloon varatun ajan käyttäminen kuin jouluun pakollisina liittyvien lahjaostosten tekeminen tai ystävien ja sukulaisten tapaaminen mahdollisimman mukavalla ja vaivattomalla tavalla. Tärkeily on osa joulunkin tapahtumallisuutta, mutta tässä tarkastelussa on lähdetty siitä optimistisesta ajatuksesta, että joulun ajan tapahtumallisuutta voidaan kehittää pääasiassa positiivisten mielleyhtymien avulla.

Koehenkilöiden työpajoissa on käytetty tavanomaisia yhteiskehittämisen menetelmiä. Tässä työssä menetelmät valittiin IDEOn Design Kitin metodikirjastosta (IDEO 2018a). Metodeiksi valittiin pääasiassa nopeita korkeintaan tunnin kestäviä työpajoja. Lähdin alusta alkaen siitä, että muotoilutehtävän abstraktiuden vuoksi työpajojen sisältöjä ja toteutustapoja pitää voida muokata aiempien työpajojen aikaansannosten perusteella.

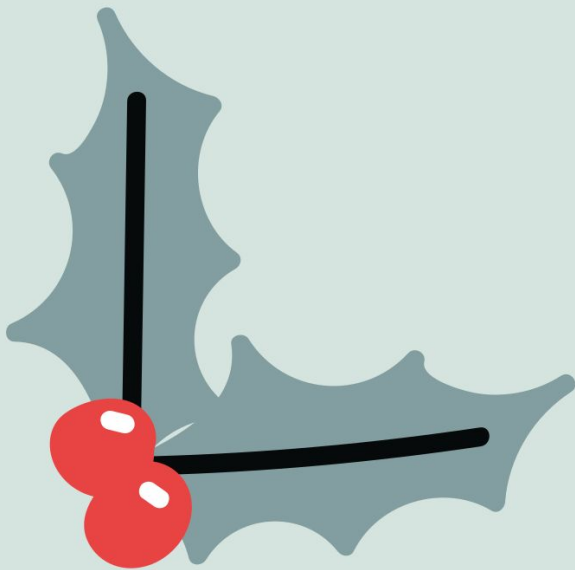
Työpajojen lisäksi työssä on tehty karttakysely, jonka lisäksi asiakasymmärrystä on haettu Tuomaan Markkinoiden asiakas- ja myyjäkyselyistä, bluetooth-pohjaisella asiakasanalytiikalla sekä aiemmin tehdyistä kyselyistä.

**Muotoiluajattelu vs. konventionaalinen ajattelu:**  
**Visualisointi vs. sanallistaminen**  
**Havainnointi vs. tilannekuva**  
**Emotionaalinen ja rationaalinen ajattelu**  
**Sisäistäminen analytiikan rinnalla**  
**Epäonnistumisesta iteraatiolla onnistumiseen**  
**Epävarmuuden sietäminen vs. suunnitteluohjaus**  
**Tunteet, tarpeet ja unelmat vs. arvokartta**  
**Yhteistyö vs. yksilökeskeisyys**

**Tapahtumissa käynnin asiakasmotiivit:**

**Diggailu - halu nauttia sisällöstä**  
**Hengailu - halu unohtaa arjen velvoitteet**  
**Dokailu - halu päästä irti**  
**Pokailu - halu etsiä kumppania**  
**Tärkeily - halu osoittaa edelläkävijyyttään**

3



## 3. Tapahtuman määritelmä

### 3.1. Määritelmä tapahtumatuotannon kirjallisuudessa

Yleisin tapa määritellä tapahtuma sen järjestäjän näkökulmasta on luokitella tapahtuma projektiksi. Tapahtuman tuottaminen noudattaakin monelta osin määrämittaisen projektiorganisaation johtamista. Projektilla on päällikkö ja kesto ja siinä on mukana eriasteisesti sitoutuneita työntekijöitä ja alihankkijoita. Projektin lopputulos on tapahtuma, mutta projekti jatkuu sen jälkeenkin.

Tapahtuman tuottaminen on projektin johtamista. "Jotta yleisötapahtuma olisi järjestelmällisesti toteutettu, se kannattaisi alusta alkaen suunnitella ja toteuttaa projektityöskentelyn periaatteita noudattaen." (Kauhanen, Juurakko ja Kauhanen 2002)

Tällainen ajattelu rajaa tapahtumaa sekä terveellisellä että epäterveellisellä tavalla. Toisaalta tapahtumien tuottaminen nousee muun projektityön rinnalle ja voi omia työtapoja ja -kaluja tavanomaiselta projektijohtamiselta. Toisaalta tällainen ajattelu voi yksipuolistaa tapahtumatuotannon prosessiteollisuudeksi, jossa olennaisinta on läpivirtausaika ja virheprosentin minimointi.

Donald Getz ja Stephen J. Page ovat määritelleet tapahtumatuotamisen teoreettista kehystä kirjassaan *Event studies - Theory, research and policy for planned events* (Getz 2012). He jakavat tapahtuman osatekijät viiteen:

1. Tekijän henkilökohtainen tausta ja intohimo
2. Tapahtuman suunnitteleminen ja johtaminen  
Jotka johtavat
3. Tapahtumaelämykseen ja tapahtuman merkitykseen  
Joka tuottaa
4. Tapahtuman vaikuttavuuden  
Kokonaisuuden pysyessä kasassa
5. Mallien ja prosessien voimalla

### 3.2. Tapahtumien määritelmä juridiikassa

Tapahtuman hallintojuridisen määritelmän löytäminen on yllättävän hankalaa. Usein sanan tarkempi määrittelemine jätetäänkin kokonaan tekemättä. Tapahtuman järjestäminen luo järjestäjälleen merkittäviä juridisia vastuita, joten on tärkeää avata myös tätä puolta tapahtumista.

Perustuslaki (Suomen valtio 1999a) määrittelee kansalaisten perusoikeudet. Lain 13. pykälä kuuluu: "Jokaisella on oikeus lupaa hankkimatta järjestää kokouksia ja mielenosoituksia sekä osallistua niihin.". Tapahtumiin osallistuminen ja niiden tuottaminen on siis perustuslain takaama perusoikeus.



Järjestyslaki (Suomen valtio 2003) ohittaa tapahtumat toteamalla melko ylimalkaisesti pykälässään 7, että "Esitysten järjestäminen yleisellä paikalla on kielletty, jos se on lainvastaista taikka siitä aiheutuu vaaraa terveydelle, vahinkoa omaisuudelle tai huomattavaa häiriötä yleiselle järjestykselle.". Tämän jälkeen järjestyslaissa viitataan kokoontumislakiin.

Kokoontumislain (Suomen valtio 1999b) toinen pykälä kuuluu: "Tätä lakia sovelletaan yleisiin kokouksiin ja yleisötilaisuuksiin.", jolloin se jakaa tapahtumat karkeasti mielenosoituksiin ja yleisötapahtumiin. Kokoontumislain 17 § kirjaa tapahtuman järjestäjän vastuut suhteessa poliisiin ja pelastuslaitokseen. Pykälän sanamuoto "Yleisen kokouksen ja yleisötilaisuuden järjestäjän on huolehdittava järjestyksen ja turvallisuuden säilymisestä sekä lain noudattamisesta tilaisuudessa" siirtää käytännössä kaiken vastuun tapahtuman järjestäjälle.

Riippuen tapahtuman sisällöstä ja asiakkaille tarjottavista palveluista, sen järjestämistä saattaa rajoittaa ja ohjata lukuisa muukin laki, asetus tai viranomaisohje. Esimerkiksi anniskelutoiminta on vahvasti säänneltyä ja ympäristölainsäädännön rooli elintarvike- ja meluasioissa keskeinen. Tapahtumien julkisen tuen kannalta keskeistä on, osuuko tapahtuma sisällöllisesti EU:n ryhmäpoikkeusasetuksen (Euroopan unioni 2014) toimialalistaukseen vai voidaanko tuki katsoa markkinoita vääristäväksi. Jopa hankintalain (Suomen valtio 2016) hankintojen kynnysarvojen poikkeamissäädöksistä löytyy käsite "tapahtumapalvelut".

Pelastuslain 16 § (Suomen valtio 2011a) määrittelee yleisötilaisuuden pelastussuunnitelman sisällön ja Valtioneuvoston asetus pelastustoimesta tarkentaa pykälässään 3 (Suomen valtio 2011b), että mainittu suunnitelma tulee tehdä yli 200 hengen yleisötilaisuuksista. Yleinen tapa on, että suunnitelma nimetään Turvallisuus- ja pelastussuunnitelmaksi ja siihen sisällytetään myös ne asiat, joita poliisi kokoontumislain kirjausten kautta edellyttää tapahtuman järjestäjältä.

Kaiken laintulkinnan jälkeenkin on epäselvää, missä kulkee tapahtuman ja pysyvän toiminnan raja. Maankäyttö- ja rakennuslain 14 § (Suomen valtio 1999c) määrää, että kunnalla tulee olla rakennusjärjestys. Monessa kunnassa juuri tässä usein kaupunginvaltuustotasolla päätetyssä dokumentissa määritellään asioita myös tapahtumiin liittyen.

Helsingin rakennusjärjestyksen 42 § (Helsingin kaupunki 2010a) kuuluu:

"Tapahtumien järjestämistä varten voidaan julkiseen kaupunkitilaan pystyttää yleisöteltoja ja muita vastaavia siirrettäviä rakennuksia ja rakennelmia ilman rakennusvalvontaviranomaisen lupaa niin, että ne voivat olla pystytettyinä paikallaan ja käytössä kauintaan kaksi viikkoa.

Tapahtumien järjestämisellä on aina oltava maanomistajan tai -haltijan lupa ja muut mahdollisesti tarvittavat luvat.

Tapahtuman järjestäjän on huolehdittava riittävästä turvallisuus-, jätehuolto- ja käymäläjärjestelyistä, häiritsevän melun ehkäisystä ja paikan siistimisestä viivytyksettä tapahtuman jälkeen."

Pykälä tulee määritelleeksi tapahtuman negaation kautta. Se on jotain rakentamista lyhytaikaisempaa ja siten kevyemmin säädeltyä.

Hallintojuridisesti tapahtuman järjestäminen ja siihen osallistuminen on siis perusoikeus, se voi Helsingissä ilman rakennusvalvonnan lupaa kestää korkeintaan kaksi viikkoa ja tapahtuman järjestäjä vastaa hyvin laajasti tapahtuman järjestämisestä mahdollisine seurauksineen.

### 3.3. Tapahtumien sisällöllinen määritelmä

Yleisöilleen tapahtumat ovat jotain aivan muuta, kuin tuotannollinen projekti tai juridiikan rajaama alle kaksi viikkoa kestävä kaupunkitilaa käyttävä toiminto. Yleisö tulee ja viihtyy tapahtumissa niiden sisällön ja poikkeuksellisuuden vuoksi.

Helsinkiläisessä tapahtumatuotannossa vuosikymmeniä toiminut Pluto Finland -tuotantoyhtiön toimitusjohtaja Mikko Leisti määrittelee tapahtuman "Hetkeksi, jolloin jokin muuttuu" (Leisti 2019). Leistin ajatus tässä on, että kun yleisö kohtaa sisällön ja/tai toisensa, jotain muuttuu. Näkemys on vahvasti idealistinen ja perustuu ajatukseen yleisön halusta kokea ja muuttua kokiessaan.

Helsingin tapahtumallisuuden kehittymisestä vastaavan Päivi Muntherin näkemys (Munther 2020) tapahtumien merkityksestä ja kiinnostavuudesta perustuu siihen ajatukseen, että ihmisten elämä on lyhytsyklistä ja arjen kiireen täyttämää. Tapahtumaan osallistuminen tuo katkon arkeen ja antaa luvan olla seuraamatta kymmentä viestivälinettä ja ajattelematta lasten harrastusten kuljetuslogistiikkaa. Tapahtumaan osallistuminen on luxusta, jota kaupunkilaiset tarvitsevat jaksakseen arjessaan. Ajattelun luonnollinen johtopäätös on siten se, että tapahtumaan osallistumisen kriittisin resurssi ei välttämättä ole raha vaan aika.

Tapahtumien tuottaminen ja niiden tuotantoon osallistuminen ovat merkittävästi suurempia panostuksia kuin tapahtumaan asiakkaaksi saapuminen. Kaupunkikulttuuriksi kutsutuissa tapahtumissa tällainen yhteisöllisyys on kuitenkin luontevaa ja rajat tuottajan ja asiakkaan välillä häilyviä. Usein tuottajan roolina on vain luoda alusta, johon ihmiset saavat osallistua erilaisilla aktiivisuuden tasoilla.

Hyvä esimerkki tästä on Siivouspäivä tai Dallapen puiston kirpputorit, joissa tapahtuman sisällön luovat ne ihmiset, jotka myyvät tai antavat pois itselleen tarpeetonta tavaraa ja yleisönä toimivat ihmiset, jotka joko ottavat tai ostavat tavaraa tai muuten vain harhailevat ihmisjoukossa ja nauttivat tapahtuman tunnelmasta. Molempia yllä mainittuja tapahtuma-alustoja tekemässä ollut Jaakko Blomberg totesi tapahtumista, että "itsellenikin tapahtumien tuottaminen oli voimaannuttava kokemus rakentaa omaa helsinkiläisyyttäni" (Blomberg 2019).

Kaupunkikulttuuristen tapahtumien kantava ajatus on luoda eri tasolla niihin osallistuville ihmisille mahdollisuus määritellä omaa kaupunkilaisuuttaan. On voimaannuttavaa huomata, että omalla tekemisellään voi olla luomassa koko kaupunkia koskevaa ja jopa muokkaavaa ilmiötä - luoda omaa kotikaupunkiaan.

Tällainen asukaslähtöinen kunkin omaa helsinkiläisyyttä määrittelevä ja siten koko Helsinkiä kehittävä toiminta on tärkeää varsinkin kaupungissa, joka kasvaa ja jonka asukas pohja monipuolistuu jatkuvasti. Helsingin noin Hangon asukasluvun kokoinen vuotuinen väestönkasvu perustuu pitkälti maassa- ja maahanmuuttoon (Saukkonen 2018). Kaikki uuden helsinkiläiset haluavat olla omalla tavallaan helsinkiläisiä ja kaupunkikulttuurisiin tapahtumiin osallistuminen on tehokas tapa luoda kullekin heistä ikioma helsinkiläisyyden identiteetti.

Helsingin kaupungin tapahtumien tiekartta (Helsingin kaupunki 2019c) suhtautuu tapahtumiin jopa runollisesti. Siinä todetaan, että "Parhaimmillaan ne (tapahtumat) saavat aikaan koheesiota ja lisäävät ihmisten välistä ymmärrystä" Tapahtumat voivat siis olla hetkellinen ilmentymä tulevaisuuden Helsingistä ja demokratiaa vahvistava voima. Tämä on kaunis ja kunnianhimoinen ajatus.

### 3.4. Tapahtuma palveluna

Tämän työn kannalta keskeistä on se, onko tapahtuma palvelu ja siten voiko tapahtumaa kehittää palvelumuotoilun keinoin. Tätä varten on järkevää tutkia palvelun määriteltävää ja pohtia täyttääkö tapahtuma sen.

Kuten asianlaita usein on, tämänkin ajattelun on tehnyt jo joku muu. Kuluttajaturvallisuuslain (Suomen valtio 2011c) tulkinnoissa lähdetään siitä, että tapahtuma on palvelu ja sen turvallisuutta valvoo siten Turvallisuus- ja kemikaalivirasto Tukes, jolla on erikseen nimetty ylitarkastaja, jonka työ on valvoa tapahtumien asiakasturvallisuutta.

Viranomaistulkinta perustuu lakiin, jolloin voidaan olettaa, ettei sellaista tehdä kevyin perustein. Tapahtuman voidaan kuitenkin nähdä täyttävän laikia kevyempiäkin palvelun määritelmiä.

Palvelumuotoilun bisneskirjan käsitteistössä palvelu määritellään näin: "Aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa asiakkaan tarve täytetään vuorovaikutuksessa palveluntuottajan kanssa fyysisesti, digitaalisesti tai niiden yhdistelmällä." (Koivisto, Säynäjäkangas ja Forsberg 2019)

Kirjassaan *This Is Service Design Doing* (2018) Stickdorn ym. ovat jakaneet palvelun määritelmän viiteen ominaisuuteen:

1. Palvelu on vaihdannan alusta
2. Arvo luodaan useiden toimijoiden yhteistyönä ja arvonluontiin osallistuu aina myös palvelun vastaanottaja.
3. Kaikki sosiaaliset ja taloudelliset toimijat ovat myös resurssintuottajia.
4. Arvon määrittelee aina ja yksinomaan palvelun vastaanottaja.
5. Arvonluontia koordinoidaan palveluntuottajan toimesta.

Sama teos toteaa neljä sivua myöhemmin melko lakonisesti, että "kaikki on palvelua". Teesi painottaa, ettei palvelumuotoilun käyttöä kannata rajoittaa ajatteluun, jossa halutaan asiakastytyvyyttä vaan että sitä voi soveltaa fyysisten ja digitaalisten palveluiden,

tuotteiden, sisäisten prosessien, julkishallinnon palveluiden sekä työntekijä- tai sidosryhmäkokemuksen kehittämiseen.

On vaikea löytää yhtään syytä, miksei tapahtuma näiden tarkastelujen valossa olisi palvelu.

Tapahtuman sisältöjen kautta ajatellen päätyy väistämättä samaan lopputulokseen. Siinä, missä yksittäinen konsertti tai esitys voidaan ajatella olevan vain sisällön esitystapa, tapahtuma on kokonaisvaltaisempi ja laajempi kokonaisuus.

Tapahtumatuotannoissakin keskitytään asiakaskokemuksen kehittämiseen, joka perustuu tapahtumasta viestinnän kautta annettavan palvelulupauksen lunastamiseen ja ylittämiseen. Tapahtuman tuottajan ymmärrettävä tavoite on, että asiakkaan kokemus tapahtuman jälkeen on, että etukäteen annettu ja mielletty lupaus ylitettiin roimasti. Tällaisella ajattelulla yleisötapahtuman vertailukohdaksi voi nostaa huvipuiston. Jokainen lapsi, joka itkee huvipuistosta poistuessaan on sen johdolle ilon asia. Itkevältä lapselta on jäänyt paljon kokematta, joten se tulee uudestaan. Ja tullessaan tuo mukanaan vanhempansa, sisaruksensa ja mahdollisesti naapurinsa ja kaverinsa.

Voidaan siis turvallisin mielin sanoa, että tapahtuma on palvelu. Sillä on palvelulupaus ja sitä voidaan kehittää palvelumuotoilun keinoin.

**Tapahtuma on sisältöprojekti, jolla on tekijänsä ja yleisönsä.**

**Tapahtuma on palvelu**

**Tapahtumiin osallistuminen ja niiden järjestäminen on perustuslaillinen oikeus.**

**Helsingissä tapahtuma voi kestää korkeintaan kaksi viikkoa.**

4



## 4. Tapahtumien vaikuttavuus

Julkisen sektorin toiminta perustuu yleensä sen lakisääteisiin tehtäviin. Niiden tuottamisessa olennaista on tehokkuus, jota mitataan yleensä yksikköhinnoilla. Kun tuotetaan tai tuetaan laajempia tai kunnille vapaaehtoisia palveluita, mittaaminen vaikeutuu. Tällöin yleensä päädytään keskustelemaan vaikuttavuudesta.

Vaikuttavuus-sanaa on soviteltu niin liikunta-, nuoriso- kuin kulttuuripolitiikankin ytimeen ja sen kautta pyritään määrittelemään jopa avustusten jakamisen kriteereitä ja päätöksiä. Säätiöpalvelun Vaikuttava Säätiö! -kirjanen (Suvikumpu, Tikka ja Saukkonen 2014) tiivistää vaikuttavuuden mittaamisen keskustelun vaikeuden hyvin todetessaan, että "Määrää voidaan mitata, laatua ja vaikutusta arvioidaan."

Floris Langenin ja Beatriz Garcian artikkelissa "Measuring the Impacts of Large Scale Cultural Events: A Literature Review" (Langen ja Garcia 2009) käydään läpi viisikymmentä akateemista artikkelia ja konsulttien tekemää selvitystä suurten kulttuuritapahtumien vaikutuksista.

Artikkelin yhteenveto on, että vaikuttavuutta mitataan tai arvioidaan yleensä taloudellisten, yhteiskunnallisten, kulttuurillisten, poliittisten, fyysisten ja ekologisten kokonaisuuksien kautta. Vain hiukan vinoillen voisi todeta, että listasta puuttuu vain maatalouden näkökulma, jotta se kattaisi kaikki yhteiskunnan toiminnot.

Selvitys toteaa, että matkailun ja tapahtumien yhteys on suuri ja sen rooli vaikuttavuuden arvioinnissa on olennainen. Tätä yhteyttä lisää se, että matkailun vaikutus on muita helpommin mitattavissa ja palautettavissa talouden tunnuslukuihin, jotka ovat sekä absoluuttisia että päättäjien toiveiden mukaisia. Suurimman tämän sarjan luvun tuottanee Munchenin Oktoberfest, joka kaupungin teettämän arvion (Munchenin kaupunki 2019) mukaan tuottaa 1,23 miljardin euron taloudellisen vaikutuksen.

Samalla artikkeli toteaa, että vaikutuksia voi olla sekä lyhyt- että pitkäaikaisia ja että osa vaikutuksista voi olla positiivisia aiheuttaen toisenlaisia negatiivisia vaikutuksia. Yksinkertaisin esimerkki tästä on matkailun ympäristövaikutus.

Selvityksen keskeisiä havaintoja arviointien puutteista on sekä aineettomien että pitkäaikaisten vaikutusten arvioinnin mittariston ja metodiikan puuttuminen.

Roos Gerritsma, Els Reijnen ja Jacques Vork ovat vuoden 2018 artikkelissaan "Measuring the impact of urban social events" laatineet viisiportaisen vaikuttavuusarvioinnin työkalun. Artikkelin tulokulma perustuu sidosryhmäanalyysiin ja sosiaalisen investoinnin pääoman tuoton ajatukseen. Koska artikkelin painopiste on yhteisölliset tapahtumat, sen vaikuttavuusarvioinninkin keskiössä ovat sosiaaliset ja yhteisölliset vaikutuksia ennen tapahtumaa, sen aikana ja tapahtuman jälkeen. Myös tässä artikkelissa painotetaan sitä, että vaikutuksia voi olla sekä positiivisia että negatiivisia.

Artikkelin keskeinen huomio on niin ilmeinen, ettei sitä oikeastaan edes käsitellä siinä. Tapahtumat ovat kaiketi kustannustehokkain, nopein ja vaikuttavin keino luoda alueellista identiteettiä. Yhteisön omalle asuinalueelleen tuottamat tapahtumat ovat aina osoitus alueen asukkaiden yhteistyön voimasta. Tapahtuma nostaa parhaimmillaan alueen koko kaupungin tasolla valokeilaan, jossa se ei muuten paistattele. Tapahtuman tuotannon prosessi on se leirituli, jonka ääreen kokoonnutaan jopa ympäri vuoden. Tämä prosessi on uusille - ja miksei vanhoillekin - asukkaille matalan kynnyksen ja loivan tulokulman mahdollisuus tulla osaksi yhteisöään.

Ari Karppisen ja Mervi Luonilan "Tapahtuma- ja festivaaliklusterin laskennallinen aluevaikutusmalli" (Karppinen ja Luonila 2014) edustaa kotimaista tapahtumien vaikuttavuusajattelua. Selvityksen näkökulma on hyvin pitkälti taloudessa ja työllisyydessä. Sen pohja-ajatus on tutkia tilastollisesti toimintaklusterien vaikuttavuutta yksittäisten tapahtumien sijaan. Toimintaklustereissa tutkimus erottaa toisistaan varsinaisen tuottajaklusterin alihankkijaklusterista ja ylipäättään tapahtumien taloudellisesta toiminnasta hyötyvien palveluiden klusterista.

Selvitys on tehty osana Taideyliopiton Sibelius-Akatemien Johde-hanketta, joka "oli luovan alan johtajaosaamisen hanke, joka tarjosi valmennusta ja mentorointia tapahtumatuotannon johtajuuden näkökulmasta." (Sibelius Akatemia 2013)

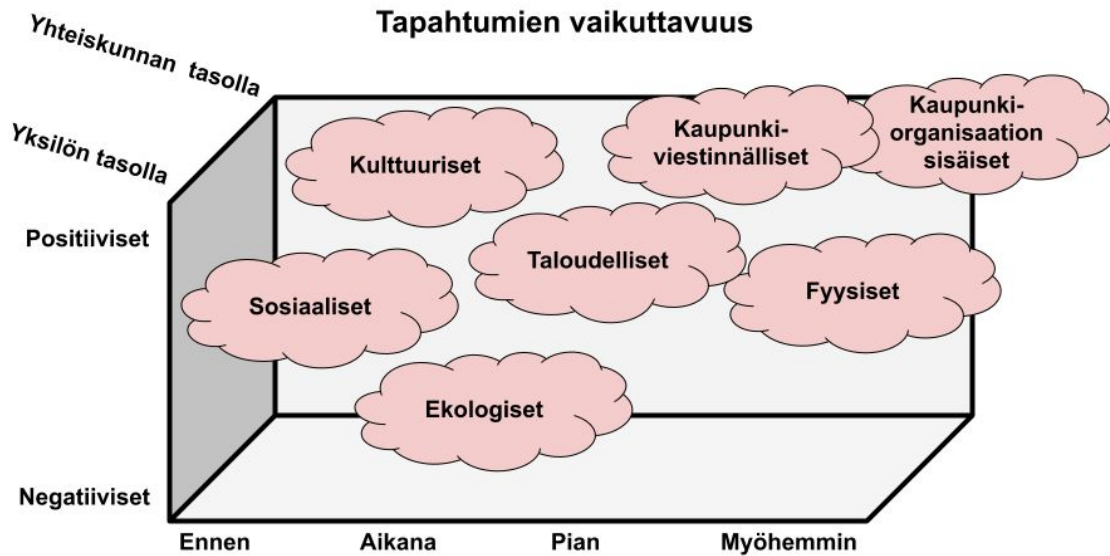
Johde-hankkeen toinen julkaisu "Tapahtumakaupungin hyvät käytännöt" (Sibelius Akatemia 2014) on toimitettu kirjoitusten kokoelma. Julkaisun ensimmäinen kirjoitus on Varkauden kulttuuri- ja vapaa-aikajohtaja Kimmo Kainulaisen "Tapahtumien merkitys kaupunkien kehittämisspolitiikassa". Kirjoitus lähestyy tapahtumien vaikuttavuutta suurella kunnianhimmolla. Kirjoitus kytkee toisiinsa tapahtumien vaikuttavuuden ja kaupunkien kehittämisspolitiikan. Tämäkin teksti listaa tapahtumille taloudellisen, sosiaalisen, kulttuurisen ja ympäristöllisen vaikuttavuuden unohtamatta niiden pitkäaikaista vaikutusta myös kaupunkien fyysiseen ympäristöön mm. tapahtumapaikkojen kehittämisen kautta. Tässä kirjoituksessa uskalletaan kuitenkin ottaa mukaan ns. tulkittavat vaikutukset, jotka ovat pidemmän aikavälin muutoksia, joissa tapahtumien roolia on vaikeampi aukottomasti todentaa. Kirjoitus pyörittelee kaupunkien vetovoimaisuuden käsitettä, mutta tyytyy lopulta antamaan tapahtumille roolin vain hyvinä kaupungin imago- ja viestinnän ponnahduslautoina.

Yhteenvetona on perusteltua todeta, että tapahtumilla varmasti on taloudellisia, sosiaalisia, kulttuurisia, fyysisiä, ekologisia ja kaupunkiviestinnällisiä vaikutuksia. Niitä syntyy sekä ennen tapahtumaa että sen aikana ja jälkeen. Kaikkia vaikutuksia on sekä pitkä- että lyhytaikaisia sekä yksilön että yhteisön ja yhteiskunnan tasoilla. Suuri osa vaikutuksista voi olla positiivisia ja negatiivisia - jopa yhtä aikaa riippuen keneltä kysytään.

Helsingin kaupungin tapahtumien tiekartta (Helsingin kaupunki 2019c) listaa yleisesti mainittujen vaikutusten rinnalle aivan uuden vaikuttavuuden tason. Tiekartan yksi tavoite on, että Helsinki on toimivampi alusta tapahtumille. Tämä organisaation sisäinen näkökulma on uusi, mutta tärkeä.

Tapahtumat eivät noudata perinteisiä hallintorakenteita vaan niiden tarpeet ilmestyvät päätöksentekoon niin kulttuurin, liikunnan, elinkeinopolitiikan, maankäytön, viestinnän ja

ympäristöluvituksen kuin kaupunginjohdonkin tasoilla. Tapahtumien tarpeet leikkaavat läpi toimialojen ja kunnioittamatta lainkaan eri organisaatiotasojen suhdetta toisiinsa.



Kuva 2: Tapahtumien vaikuttavuuden yhteenveto

Tämä ominaisuus tekee tapahtumista erinomaisen hallinnollisen toimivuuden mittarin. Kyetessään palvelemaan tapahtumien tarpeita ennakoitavasti, läpinäkyvästi, joustavasti ja nopeasti hallintorakenne osoittaa notkeutta, joka on siirrettävissä ja kopioitavissa. On luvallista uskoa, että hallintokoneisto, joka palvelee tapahtumia on kykenevä ratkaisemaan yhteiskunnan visaisia ongelmia. Tätä tapahtumien ominaispiirrettä painotti myös Päivi Munther haastattelussaan (Munther 2020).

Nuorten syrjäytyminen, maahanmuuttajien kotoutuminen tai ikäihmisten yksinäisyys eivät nekään istu mihinkään olemassa olevaan hallintorakenteeseen. Eri toimialat ja yksiköt tuottavat näitä ratkaisevia palveluita ilman, että yksikään niistä varsinaisesti omistaa ongelmaa. Tapahtumakenttä saa halutessaan ottaa itselleen kunniaa siitä, että sen hallinnollinen monimutkaisuus valmentaa kaupungin koneistoa ratkaisemaan toisenlaisiakin ongelmia.

Hetkellisenä ilmiönä tapahtumaa voi verrata talviseen lumimyräkkään. Kaupungin, kaupunkilaisten, median ja muiden sidosryhmien näkökulmasta näillä kahdella on paljon yhteistä. Myös lumimyräkin lähestymistä seurataan mediassa - joskin säätiedotuksen osioissa. Kun myräkki osuu kaupunkiin, syntyy poikkeustilanne, joka riemastuttaa joitakin ja haittaa joitakin. Sosiaalisen median kanavat tulvivat kuvia yhteisesti jaetusta kokemuksesta ja työpaikoilla kukaan ei ihmettele, kun joku tulee kokoukseen myöhässä. Ihana erilaisen arjen vapaus kestää hetken, jonka jälkeen arki palaa uomilleen ja purkuryhmä valtaa kadut - tällä kertaa aurausajoneuvojen muodossa.



Tapahtumilla ja tapahtumallisuudella on siis moninaisia ja jopa pysyviä yhteiskunnallisia vaikutuksia. Miten nämä on huomioitu osana kaupunkien kukoistuksen ja kehityksen tutkimuksia ja toimenpideohjelmia?

**Tapahtuman muotoilemisen iteraatiokierros on vuosi. Joulua on vietetty maailmalla 1700 ja Helsingissäkin pian 500 vuotta.**

**Millainen on kaupunki ilman tapahtumia?**

**Maailman toimivimmasta kaupungista hauska mutta toimiva kaupunki.**

5



## 5. Kaupunkien kehittämisen käsitteitä ja teorioita sekä veto- ja pitovoimatutkimuksia

Kaupunkitutkimus ja kaupunkipolitiikka ovat toisaalta vanhoja, mutta toisaalta uudehkoja käsitteitä. Kaupungistuminen on globaali megatrendi ja siksi kaupunkien merkitystä arvioidaan kiihkeästi. Kaupungit ovat itse olleet ahkeria kertomaan, miten juuri kaupungeilla on uudenlainen ja aiempaa suurempi rooli globaalien ongelmien ratkaisijoina.

Kaupunkipolitiikan uusi aika -kirjan (Holstila ja Hämäläinen 2019) alkusivuilla todetaan, että "kaupunkipolitiikan käsitettä on tarkennettu viittaamaan politiikkaan, joka kohdistuu kaupunkien erityisongelmien tai haasteiden ratkaisemiseen". Myöhemmin kirja laajentaa, että "kaupunkien oma politiikka ja päätöksenteko kohdistuu kaupunkiin ja on siten määritelmän mukaan kaupunkipolitiikkaa".

Koska kaupungit ovat kiistatta historiallinen menestystarina ja tulevaisuuden globaali vaikuttajajoukko, on tätä menestystä analysoineet useat tutkijat. Greg Clarkin *Global cities* vuodelta 2016 ja Edward Glaeserin *Triumph of the city* vuodelta 2011 nimetään usein - myös Kaupunkipolitiikan uusi aika -kirjassa - keskeisiksi kaupunkien vetovoimaa avaaviksi kirjoiksi.

Clark määrittelee kaupungin kaupan, eli kohtaamisen paikaksi. Hän listaa kaupunkien historialliselle menestykselle viisi juurisyitä:

1. Rajat ylittävä kauppa ja yhteydet
2. Monipuolinen ja yritteliäs väestö
3. Innovaatiot ja vaihdannan kautta syntyvä ajatusten vaihdanta
4. Uusien markkinoiden, tuotteiden ja käytäntöjen löytäminen
5. Sijaintiin perustuvat mahdollisuudet

Kaupunkien historiallisen menestystarinan jatkumiselle hän näkee yritys ympäristön, lahjakkuuksien keskittymisen ja maankäytön tapaisia syitä, joiden joukossa on pehmeänä muuttujana elämänlaatu (livability).

Glaeser nostaa kaupunkien menestyksen keskiöön ihmiset. Pohtiessaan miten kaupungit menestyvät, hän päätyy tiivistämään "There is no such thing as a successful city without human capital" vapaasti kääntäen "ei ole olemassa menestyvää kaupunkia ilman ihmisiä". Koska kaupunki on ihmisten tihentymä, on päätelmä sitäkin kautta looginen. Yhtä loogista on päätellä, että kaupunkien kyky houkutella ihmisiä on niiden tulevaisuuden menestyksen keskiössä.

Kaupunkitutkimukseen erikoistunut konsulttitoimisto MDI teki Hypoteekkiyhdistyksen, SAK:n, Rakennusteollisuuden, Sitran ja muutaman muun yhteiskunnallisen toimijan toimeksiannosta

selvityksen Helsingin seudun kansainvälisen kilpailukyvyyn vahvistamisesta (Aro ja Holstila 2018).

“Kaupunkien mestarien liigaan” nimen saanut julkaisu peilaa pääkaupunkiseutua kansainvälisiin esimerkkeihin ja tiivistää Helsingin seudun menestystekijöiksi ulkoisen ja sisäisen saavutettavuuden, riittävän tiiviin kaupunkirakenteen, työvoiman saatavuuden, oppimiskykyisen väestön, tutkimukseen perustuvan innovaatioympäristön, kyvyn investoida kestäväan liikkumiseen ja asuntotuotantoon sekä kansainvälisiä osaajia houkuttelevan viehkeän kaupunkiyhteisön.

Kaupungin käsite ja niiden globaali rooli ovat muuttuneet vuosisatojen aikana, mutta niin ovat muuttuneet niiden tavoitteet ja tehtävätkin.

Keskeisin kaupunkien tavoitteista lienee hallittu kasvu. Tämä on ymmärrettävää, sillä kasvu ja tiheys nähdään usein myös tuottavuuden kasvattajina. Kaupunkipolitiikan uusi aika -kirja (Holstila ja Hämäläinen 2019) viittaa OECD:n tutkimukseen, jonka mukaan “kaupungin koon kaksinkertaistuminen merkitsee 2-5 prosentin tuottavuuden kasvua”.

Sama julkaisu pyrkii määrittelemään mikä on kaupunki ja sitä kautta mikä on kaupungin tehtävä. Määrittelyn jaottelu alkaa historiallisista ja ilmeisistä funktioista: kaupunki on sekä poliittis-hallinnollinen että tilallis-materiaalinen orgaani. Tämän jälkeen katse käännetään asukkaisiin ja määritellään miten kaupunki on sekä sosiaalinen että toiminnallinen tihentymä. Talouden näkökulman antavat määritelmät kaupungista hyödykkeitä, innovaatioita ja luovuutta tuottavana ja toisaalta erilaisilla tasoilla ja tavoilla verkottuneena paikkana.

Kaupungin tehtävän moniulotteisuus ja muutos ajan kuluessa pitää sisällään samankaltaisuutta yritysten tehtävän ja menestyksen kanssa. Palvelumuotoilun bisneskirjassa (Koivisto, Säynäjäkangas ja Forsberg 2019) avataan yritystoiminnan peruslogiikkaa 1900-luvun alusta tähän päivään eri aikakausien kautta.

1900-1960 määritellään valmistusteollisuuden aikakaudeksi, jolloin tuotteiden tekeminen takasi menestyksen. Seuraava menestyksen tekijä oli 1960-1990 tuotteiden jakelemisen aikakausi, jota seurasi 1990-2010 informaation aikakausi, jolla pärjäsivät ne yritykset, jotka osasivat hyödyntää tietoa toimintansa tehostamisessa. Tämän hetken aikakaudeksi nimetään asiakkaan aikakausi, jolloin ymmärrys asiakkaasta ja kyky ennakoita ja ylittää asiakkaiden tarpeet ratkaisevat menestyksen.

Analogia kaupunkien tehtävään muunakin kuin maankäyttöä tai liikenteen toimivuutta ratkovana organisaationa on voimakas. Menestys on ihmisissä ja tuottavuus niiden määrän lisääntymisessä. Tässä valossa ei ole hämmästyttävää, että kaupungit alkavat itsekin mieltää roolinsa palveluksi. Helsingin käynnisti vastikään City As A Service -pilotin (Helsingin kaupunki 2020a).

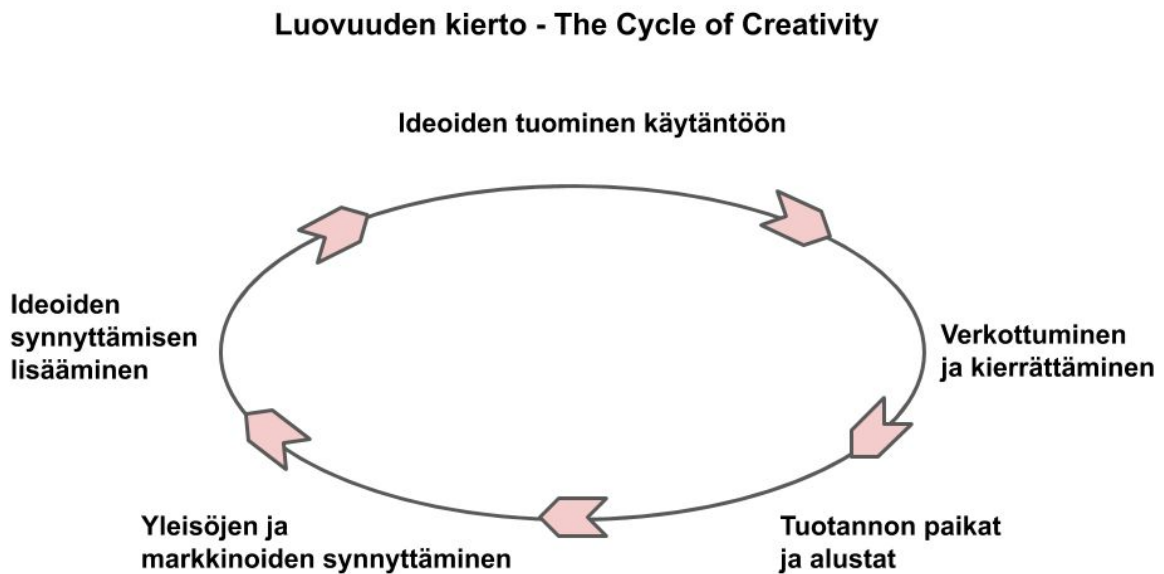
Keskeinen kaupunkien luovaa tulevaisuutta koskeva julkaisu on Richard Floridan vuonna 2002 julkaisema ja 2005 suomennettu Luovan luokan esiinmarssi (Florida 2005). Floridan pääviesti on, että koska ihmisten elämä muuttuu, tulee kaupunkien huomioida se menestyäkseen. Luova eetos johtaa luovaan talouteen, jota pyörittää luova luokka. Tätä ihmisjoukkoa miellyttämällä kaupunki voi menestyä kilpailijoitaan paremmin globaaleissa

rakennemuutoksissa. Floridan logiikkaa on sittemmin kritisoitu seggregaatiokehitystä kiihdyttäväksi ja sitä on tehnyt Florida itsekin. Tämä ei poista sitä tosiasiaa, että väestötutkijana suuria datamääriä louhinut Florida on ollut oikeassa. Luova luokka hakeutuu kaupunkeihin ja kaupungit ovat kehityksen, innovaatioiden ja kasvun keskuksia.

Samaa teemaa käsittelee brittiläinen Charles Landry, joka on erikoistunut nimenomaan kaupunkien kulttuuripolitiikan ja -hallinnon tutkimiseen. Kirjassaan *The Creative City* (Landry 2008) Landryn ajattelu luovii notkeasti kaupunginhallinnon, kulttuuripolitiikan, kaupunkisuunnittelun ja kaupunkiaktiivisuuden alueilla.

Hänen viitoittamansa kaupungin elinvoima-ajattelu sisältää vahvan virallisen kaupungin ja kansalaisyhteiskunnan yhteistyön, jossa kaupungin rooli on mahdollistaa ja voimaannuttaa kaupunkilaisia kehittämään kaupunkiaan ja siten luomaan siitä pitkä- tai lyhytaikaisia tulijoitakin kiinnostavan paikan asua tai matkailla.

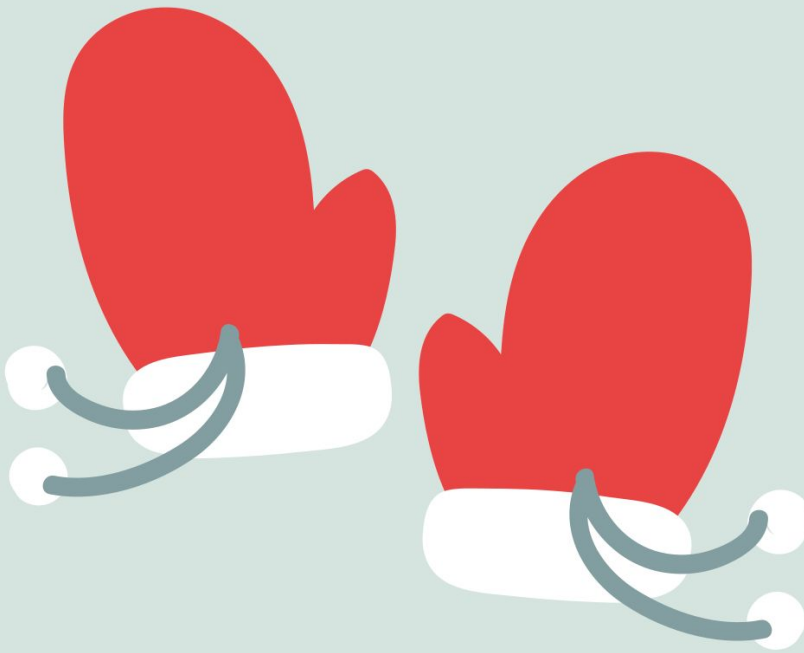
Landryn ajattelun keskiössä on syklinen muotoiluprosessia mukaileva "luovuuden kierto":



Kuva 3: Charles Landryn luovuuden kierto (Landry 2008)

Kierron ajatus on, että kaupunkilaisten luovuus ja kaupungin sallivuus yhdessä luovat sisältöjä, jotka voivat olla kaupallisia, julkisesti tuotettuja tai mitä tahansa niiden väliltä. Jokainen kierros kehittää kaupunkia ja tekee siitä sekä sisäisesti eheämmän että ulkoisesti kiinnostavamman kaupungille ominaisella omaperäisellä ja asukaslähtöisellä tavalla.

6



## 6. Kaupunkisuunnittelu kaupungin kehittäjänä

Yksi monista Suomen kuntien hallinnollisista monopoleista on maankäytön suunnitteleminen. Kaupunkisuunnittelun rooli on muuttunut viime aikoina aivan samalla tavalla, kuin kaupunkien tai yritysten tehtävätkin.

Siinä, missä viranhaltijat ennen asetettelivat taloja, katuja ja päiväkoteja maastonmuotojen kannalta käteviin paikkoihin, nyt kaupunkisuunnittelu on kuntalaisia osallistavaa, kaupungin veto- ja pitovoimaa tukevaa - jopa kehittävää sekä ihmislähtöistä.

Keskeisimpiä kaupunkisuunnittelun paradigmaa muuttaneista teoksista on tanskalaisen Jan Gehlin Ihmisten kaupunki (Gehl 2018). Kiintoisaa on, että Gehl on arkkitehti eikä kaupunkitaloustieteilijä. Hänen ajattelunsa motiivi ei ole kaupunkien kasvun kiihdyttäminen, syntyneen ihmistihentymän tuottavuuden kasvu tai kokonaisuuden globaali vetovoimaisuus vaan kaupunki, jossa ihmisen on hyvä elää. Kuitenkin tämä ajattelu on erinomaisesti linjassa kaupunkien kilpailukyvyyn teorioiden ja trendien kanssa.

Ajattelussaan ja töissään Gehl on valinnut ihmisen - kaupungin käyttäjän - näkökulman. Pienoismalleja ei pidä katsella linnun vaan kadulla kulkevan perspektiivistä. Katujen ja torien koko pitää määrittyä ihmiselle luontaisten etäisyyksien eikä sotilasparaatien mittakaavojen kautta. Oleellisempaa kuin rakennukset on tila niiden välissä. Auton sijaan suunnittelun keskiössä pitää olla ihminen.

Yksi Gehlin kantavia teemoja on "Elämä, tila, rakennukset - tässä järjestyksessä". Tällä ajatuksellaan hän ikään kuin pyyhkii pois modernismin 70 vuoden aikakauden ja palauttaa kaupunkien suunnittelun sellaiseksi ihmisten elämän keskiönsä nostavaksi työksi, jollaista se aiemminkin oli.

Oikeaoppisen muotoilijan tavoin Gehl kirjoittaa kaupunkielämätkimuksesta, jossa kartoitetaan ihmisten tarpeita ja toimintatapoja ja jonka löydösten pohjalta voidaan suunnitella näitä tarpeita palvelevia ja jopa kehittäviä kaupunkitiloja ja kaupunkeja. Muotoilun iteratiivinen prosessi on vaikeasti istutettavissa rakentamiseen, ellei sellaiseksi katso jonnekin toisaalle suunniteltua vielä parempaa kaupunkitilaa. Muutoin Gehlin lähtökohta, toimintatapa ja ajattelu on muotoilua sen klassisimmassa muodossaan.

Yllättävänkin uusi ajattelu osallistavasta kaupunkisuunnittelusta on hyvin linjassa Gehlin ajattelun kanssa. Se myös heijastaa sitä tosiasiaa, että kaupunkilaisilla on nykyisin sekä tietoa että ymmärrystä kaupunkinsa suunnittelusta. Heillä on myös kasvanut halu vaikuttaa suunnitteluun. Toisaalta kaupunkisuunnittelijoilla on käytössään yhä laajempi valikoima työkaluja, jotka mahdollistavat kaupunkilaisten osallistumisen suunnitteluprosessiin.

Aktiivisten kaupunkilaisten kaupunkisuunnitteluun osallistumista tutkinut hollantilainen väitöskirja "Planning Strategies in an Age of Active Citizenship" (Boonstra 2015) löytää historiasta kolme eri osallistavan suunnittelun aikakautta.

Ensimmäinen kausi liittyy 60- ja 70-lukujen opiskelijaliikkeitään ja lähiöiden rakentamiseen, joita alettiin sovittaa ja rauhoittaa julkisilla kuulemisilla. Toinen aikakausi ajoittuu 80- ja 90-luvuille, jolloin sosiologian perusajatukset imeytyivät osaksi kaupunkisuunnittelua ja sen näkökulma laajeni käsittämään asukkaat, yritykset ja muut toimijat tasavertaisina osina suunnitteluprosessia. Kolmas - nykyinen - aikakausi rakentuu sille periaatteelle, että ilman aktiivisten kaupunkilaisten osallistumista koko suunnitteluprosessi on vajavainen.

Osallistavan kaupunkisuunnittelun yksi muoto on osallistava budjetointi. Tätä kokeiltiin ensimmäisen kerran Helsingissä 2018-2019, kun 4,4 miljoonaa euroa annettiin kuntalaisten päätettäväksi. Kokeilu tuotti n. 1300 ehdotusta, joista 300 päätyi kuntalaisten äänestettäväksi ja 44 valikoitui toteutettaviksi (Helsingin kaupunki 2019b). Äänestykseen päätyneistä ja voittaneista ehdotuksista moni liittyi kaupunkitilan kehittämiseen puiden, penkkien, torien, laitureiden tai liikuntainfran keinoin.

Prosessia kritisoitiin jonkin verran siitä, että suuri osa hankkeista oli sellaisia, että niiden kuntoon laittaminen kuuluisi kaupungin tehtäviin ilman asukkaiden merkittävää osallistumistakin. Syystä tai toisesta kaupunki ei osaa tuottaa sellaista kaupunkitilaa, jossa kaupunkilaiset viihtyisivät. Näin ollen kaupunkilaiset alkavat tuottaa sitä itse, joskin tässä tapauksessa kaupungin rahalla.

Vankka määrä tutkimuksia ja asiantuntijalausuntoja kuitenkin toteaa, että juuri tällaisissa asioissa piilee kaupunkien tulevaisuuden menestystekijät. Kyvyssä osallistaa asukkaansa ja tuottaa heidän kanssaan kaupunkia, jossa sekä nykyiset että tulevat asukkaat viihtyvät. Tuottaa veto- ja pitovoimainen kaupunki sillä 99,9% kaupungin budjettia, joka ei ole osallistavan budjetoinnin kohteena.

**Kaupunkisuunnittelu on kunnallinen yksinoikeus.**

**Kaupunkisuunnittelun paradigma on muuttunut osallistavaksi ja ihmiskeskeiseksi.**

**“Elämä, tila, rakennukset - tässä järjestyksessä”**





## 7. Tapahtumat veto- ja pitovoimaisuuden ja kaupunkisuunnittelun kirjallisuudessa

Puut, penkit, torit, laiturit ja liikuntainfra ovat veto- ja pitovoimaisen kaupungin staattisia ominaisuuksia siinä missä edistykellinen polkupyöräverkosto, puhdas hengitysilma tai toimiva varhaiskasvatus. Tapahtumat tulevat ja menevät ja ovat siten kaupungin dynaamisia ominaisuuksia. Kun suunnittelussa ei ole osattu huomioida riittävästi edes staattisia ulottuvuuksia, miten on dynaamisten laita? Aloitan tarkastelemalla miten tapahtumat ja niiden kaltaiset vaihtuvat toiminnot on huomioitu luvuissa 4. ja 5. mainituissa teorioissa ja tutkimuksissa.

### 7.1. Greg Clark - Global cities

Clark rakentaa kaupunkien ja kaupunkitutkimuksen pitkästä jatkumosta kaupunkien vertailuun indeksin, jossa myös tapahtumallisuus vilahtaa. Indeksi koostuu neljästä osa-alueesta:

1. Elämänlaatu (livable)
2. Innovaatiotalous (innovaton economy)
3. Kestävyys ja kimmoisuus (sustainability and resilience)
4. Maine ja vaikutus (reputation and influence)

Vaikkei kirja mainitsekaan tässä yhteydessä tapahtumia, saa ne halutessaan nähdä osana elämänlaatua ja hallinnon ja asukkaiden kimmoisuutta testaavina ja kehittävinä asioina.

Myöhemmin kirja nostaa tapahtumatkin esiin, mutta vain kertaluontoisina kaupunkien kehityksen suuntaa muuttavina asioina. Barcelona, Torino ja Vancouver ovat kaikki nytkähtäneet uudenslaisille kasvu-urille olympiakisojen isännöityden kautta. Pienemmätkin suur- tai megatapahtumat voivat Clarkin mukaan nostaa kaupunkien kunnianhimon tasoa ja luoda itsetuntoa, joka rakentaa kasvua.

Yritys löytää kirjasta ajatus siitä, miten pienet, keskisuuret ja kansainvälisen medianäkyvyyden ulkopuolelle jäävät tapahtumat voisivat aikaansaada saman vaikutuksen ei tuota tulosta.

Kiinnostavan ajatuksellisen aasinsillan kirja antaa kuvatessaan uskontoa alkuperäisenä kaupunkien syntymisen ja kasvamisen osasyynä. Kaupan ohella uskonto on ollut syy kokoontua ja kohdata ihmisiä. Yhteiskunnissa, jotka sekä sekularisoituvat että monikulttuuristuvat, uskonnon merkitys on koko ajan pienentynyt. Se ei ole kuitenkaan poistanut ihmisten tarvetta kohdata ja kokoontua. Voiko tapahtumat nähdä jopa uskontoja korvaavina samanmielisten kohtaamispaikkoina? Palvelevatko tapahtumat ihmisten sisäänrakennettua tarvetta kokoontua siinä, missä uskonnotkin?

## 7.2. Edward Glaeser - Triumph of the city

Kunnon kaupunkitutkijana Glaeserilla on samat ongelmat kuin kollegoillaan. Käsitellessään tuhatvuotista käsitettä, hänen on ilmeisen vaikea nähdä hetkellisten asioiden merkitystä.

Glaeser avaa Lontoota käsittelevässä luvussaan sinne perustetun Globe-teatterin merkitystä teatterikentän ja Lontoon kehitykselle analysoiden tarkasti miten juuri tuollainen toiminta alkoi juuri Lontoossa. Hän piirtää kuvan siitä, miten kulttuurinen toiminta ilmentää ja kehittää kaupungin dynaamisuutta ja purkaa auki sen, miten tietynlainen toiminta tarvitsee tietyn kokoisen asukaskunnan.

Yhtä hyvin Glaeser olisi voinut analysoida Hyde Parkia. Kuinka suuri viheralue kaupungin keskustassa toimii sekä suurkaupungin keitaana, mutta on - kaiketi suunnittelijan sitä alunperin suunnittelemana - synnyttänyt maailmankuulun puistokonserttien perinteen. Perinteen, jolla on kaikki tapahtumallisuuden erilaiset ja -tasoiset vaikutukset.

Avatessaan kaupunkien menestyksen reseptejä Glaeser löytää muutamia perusaineiksia. Kasvavan kaupungin, älykkään kaupungin, hallintokaupungin ja kuluttajaystävällisen kaupungin lisäksi hän nostaa yhdeksi malliksi hyvin hallinnoiden kaupungin.

Tämän toimivuuden reseptin esimerkkeinä kirja mainitsee melko itsestään selvän Singaporen sekä yllättäen Botswanan pääkaupungin Gaboronen, jossa on kovalla työllä ja lujalla hallinnolla selätetty korruptio ja nostettu koulutus- ja elintaso.

Helsinki on vallinnut toimivuuden keskeiseksi tavoitteekseen kaupunkistrategiassaan vuosille 2017-21 (Helsingin kaupunki 2017b). Glaeserin esimerkkien perusteella tätä tavoitetta voi kyseenalaistaa. Onko toimivuus ja Singaporen tie paras valinta Helsingille vai pitäisikö hiukan hellittää otetta? Olisiko vuoden 2007 Euroviisujen isäntäkaupungin slogan "Fun but functional" sittenkin parempaa tulevaisuutta ja lujempaa kuntalaisosallisuutta synnyttävä valinta? Toimivuus on lopun viimein vain tukitoiminto ja hauskuus ei ole huono tavoite kaupungin tulevaisuudelle.

Helsingin syksyllä 2019 teettämän Helsinki-Barometri -asukaskyselyn mukaan asukkaat kokevat kotikaupunkinsa ensisijaisesti turvallisen adjektiivin hauska jäädessä kyselyssä viimeisiksi. Toisaalta Helsinkiä kotikaupungiksi suosittaville kulttuuritarjonta oli toiseksi tärkein syy turvallisuuden ollessa vähiten tärkeä syy suositella Helsinkiä potentiaalisille uusille asukkaille. (Helsingin kaupunki 2020b)

## 7.3. Eero Holstila ja Timo Hämäläinen - Kaupunkipolitiikan uusi aika

Se, että kirjan kansikuva on otettu Kallio Block Partyssa antaa uskoa sille, että kaupunkipolitiikan ja -tutkimuksen nykytilaa luotaava kirja osaisi huomioida tapahtumien merkityksen osana kaupunkien tulevaisuuden menestystä.

Kirja raamittaa kaupunkia ja sen tehtävää satojen vuosien aikajanalla poliittis-hallinnollisena, tilallis-materiaalisena, sosiaalisena, toiminnallisena, tuottavana ja verkottuneena käsitteenä

päätyen siihen päätelmään, että “lopulta kaupungin olemus määrittyy subjektiivisesti, ja nämä subjektiiviset kokemukset ovat merkityksellisiä.”

Myöhemmin kirja kirjassa avataan seutukaupunkiohjelmaa, joka jakautuu seitsemään osa-alueeseen:

1. Innovaatioympäristöt
2. Elinkeinot ja elinvoima
3. Koulutus ja osaavan työvoiman saatavuus
4. Sujuvat liikenneyhteydet
5. Asuminen ja maankäyttö
6. Digitalisaatio
7. Kulttuuri ja omaleimaisuus

Vastaavia jaotteluita löytyy kirjasta muitakin ja niiden yhtyeinen piirre on se, että kulttuuri ja kaupunkilaisten omasta toiminnasta kumpuava toiminta mainitaan listan loppupäässä ja jätetään sen tarkemmin käsittelemättä. Ikään kuin ne olisivat asioita, jotka tulee hallinnon tehtävien ja pysyvien investointipohjaisten asioiden jälkeen muistaa mainita, mutta jotka ovat liian heppoisia ja/tai hankalia sen tarkemmin avattaviksi.

Käsitellessään osallisuutta ja matalaa hallintoa kirja nostaa esimerkiksi Napolin. Kaupungin hallintoa ja toiminnan rakennettava kuvataan sanalla “huokoinen”. Napolin ohut hallintorakenne on luonut mallin, jossa kaupunki aidosti elää alhaalta ylöspäin ollen monessa suhteessa jopa kaoottinen. Tätä ei nähdä suinkaan italialaisena leväperäisyytenä ja tuhon ennusmerkkinä vaan hyvänä esimerkkinä tulevaisuuden kaupungista.

Siellä, missä hallinto peruuttaa pois kuntalaisten elämästä syntyy aitoa ja alueelle ominaista toiminnallisuutta. Tämän sivuvaikutus voi olla jopa “sekasorto”, mutta se luo kaupunkilaisiin sen sietokykyä ja samalla vastuuttaa heidät kaupunkinsa tulevaisuudesta.

Kun valta on aidosti asukkailla, syntyy vapaaehtoisuuteen pohjautuvaa ja vaihtuvaa, dynaamista toimintaa, jonka kirja näkee tulevaisuuden kaupunkien voimavarana.

## 7.4. Kaupunkien mestarien liigaan

Listatessaan Helsingin seudun kriittisiä menestystekijöitä Timo Aron ja Eero Holstilan kirjanen niputtaa yhteen terveellisen, tyylikkään ja hauskan kaupungin. Pakotetun oloinen ominaisuuskokoelma avaa Helsingin yhdeksi kehityskohteeksi omalaatuisen ristiriitaisuuden ja siten kiinnostavuuden tarjoten siihen lääkkeeksi talvisen tapahtumatarjonnan kehittämistä.

Keskeisten kehityskohteiden suositusluvussa kirjanen kehottaa Helsinkiä ruokkimaan ja sallimaan omaleimaisen kaupunkikulttuurin kehittymistä. Huomio Helsingin talvikaudenmatkailijamäärien pienuudesta toistetaan selkeällä kirjauksella: “Uusi talvitapahtumien sarja voisi laajentaa matkailukautta ja varmistaa kaupungin hauskuuden jatkumisen ympäri vuoden.”

Vaikka tapahtumille nähdään tässä vain matkailua kehittävä vaikutus, on selvää, että kaikki muutkin tapahtumien pitkä- ja lyhytaikaiset positiiviset ja negatiiviset vaikutukset syntyisivät.

Vaikkei kirjanen asiaa esille nostakaan, voisi samallaa vastasykliä analyysillä huomata, että Helsingin yöaikainen palvelutarjooma on melko kehittymätön. Ns. "the other none to five - 21-05" onkin Helsingin omassa päätöksenteossa nähty niin selkeänä kehityskohteena, että kaupunkiin ollaan palkkaamassa yöluotsia, jonka tehtävä on kehittää kaupungin yöaikaista palveluita. Hakuilmoituksen mukaan "Työllä on huomattava vaikutus kaupungin elinvoimaan ja myös kansainväliseen vetovoimaan ja paikallisympäristön nostattamiseen kaupunkilaisten ja yritysten osalta." (Helsingin kaupunki 2019f)

## 7.5. Jan Gehl - Ihmisten kaupunki

Jos pitää mainita yksi kaupunkisuunnittelun tehtäväkenttää laajentanut ja muuttanut teos, lienee se kiistatta Jan Gehlin Ihmisten kaupunki. Vuonna 2010 julkaistu ja 2018 suomennettu kirja kokoaa Gehlin vuosikymmenten ajattelun yksiin kansiin. Gehlin perusteema on, että suunnittelun prioriteettijärjestys on ensin elämä, sitten tila ja vasta lopuksi rakennukset.

Kaikesta laajakatseisuudestaan huolimatta se sortuu samaan helmasyntiin kuin aiemmin käsitellyt teokset. Ajattelun keskiössä ovat kaupungin staattiset ominaisuudet kaduista ja toreista pyörätieverkkoon. Kulttuuri mainitaan, mutta jätetään sen laajemmin analysoimatta. Kaupunkitilan inhimillisyyttä kuvataan pääasiassa kahviloiden määrän kautta vaikka dynaaminen kaupunkielämä syntyvine ja katoavine tapahtumineen olisi aivan yhtä looginen mittari.

Kiinnostavaa Gehlin ajattelussa on ihmisen fyysisten ominaisuuksien ottaminen mukaan suunnitteluun. Ihminen katselee maailmaa tietyltä korkeudelta ja kävelee tiettyä vauhtia. Siksi kaupunki ja kaupunkitila pitää suunnitella näitä ominaisuuksia palvelevaksi.

Kuuluisimpia Gehlin ajatuksista on se, että kaupungilla kulkiessaan katunäkymän tulisi tarjota kulkijalleen 4-5 sekunnin välein jotain kiinnostavaa ja innostavaa. Ajatuksen voisi hyvin muokata muotoon: "Kaupungissa pitää tapahtua 4-5 päivän välein jotain, jonka huomaan, 4-5 viikon välein jotain, joka kiinnostaa minua ja 4-5 kuukauden välein jotain, jota en halua jättää väliin." Tällainen dynaamisten ominaisuuksien tulokulma kuitenkin loistaa poissaolollaan. Gehlille olennaisia ihmisen ominaisuuksia ovat näkö ja liikkuminen, ei muistin pituus.

Gehlin lempipaikkoja ovat torit. Hän näkee sopivan kokoiset ja muotoiset torit kaupunkitilan keskittyminä, joiden aukiolle ja reunamille hyvän kaupungin ominaisuudet kiteytyvät. Tässä ajattelussa Helsinki ei pärjää.

Helsingin kaupunkisuunnittelun keskiönä on vanha Engelin suunnittelema empirekeskusta, jonka symboli on Senaatintori. Gehlin ajattelussa se on monella tapaa huono. Tori on kortteli, jota ei ole rakennettu. Neliön muotoinen, tasainen ja liikennöidyillä kaduilla rakennuksista erotettu. Keskelle toria on pystytetty ympäröivän kokonaisuuden maksaneen hallitsijan patsas.

Tällainen paraatiakio varmasti Helsingin kokoisessa kaupungissa on järkevää olla, mutta se, että suunnitteluratkaisua on monistettu muualle Helsinkiin on jälkikäteen ajatellen tyhmä. Kasarmitori, Hietalahdentori, Hakaniementori ja varsinkin Ruoholahdentori ovat jopa

huonompia kaupunkitiloja kuin Narinkkatori ja Kansalaistori, koska jälkimmäisissä ei sentään ole katuja torin ja rakennusten väleissä. Silti voi kysyä miksi Helsinkiin on rakennettu noin monta liian isoa, liian tasaista, liian suorakulmaista ja liian autiota toria. Löytyypä Helsingistä puistokin, jossa on noudatettu samaa logiikkaa. Vanhan kirkon puisto eli "Ruttupuisto" on engeliläinen tori, jossa graniitin sijaan kasvaa puita ja ruohoa.

Jos helsinkiläisen torisuunnittelun kantaisä olisi Engelin sijaan ollut Jan Gehl, olisi kaupunkimme kaikeksi hyvin toisenlainen. Toisaalta Engelin pilattua kaupunkitilaamme tällä peruuttamattomalla tavalla, on kaupunkiin samalla luotu useita mainiosti tapahtumia palvelevaa aukiota. Onkin aiheellista kysyä, onko Helsingin pakko tuottaa, tukea ja mahdollistaa toreilleen tapahtumia, koska muuten nuo vääränlaiset aukiot kumisisivat tyhjyyttään?

## 7.6. Richard Florida - Luovan luokan esiinmarssi

Floridan väestötutkimukseen ja suuriin tietomääriin pohjaava ajattelu alkaa siitä, että luova luokka on jo syntynyt. Se on kehittänyt itse itselleen työmarkkinat ja päättänyt asettua jonnekin. Kasvaakseen ja kiinnittyäkseen se haluaa ympäristön, jossa viihtyy.

Luvussa Elämä ja vapaa-aika Florida purkaa osiin luovan luokan elämää, joka on polarisoitunut toisaalta virtuaaliseksi ja toisaalta elämyshakuiseksi. Luova luokka on myös toimielias luokka, mutta Floridan esimerkit elämysjanoisista ihmisistä (ja itsestään) ovat kuitenkin kovin "Gehlmäisiä". Elämykseksi riittää klubi, kahvila ja maantiepyöräily. Floridan luova luokka arvostaa katutason elämää ja kulttuuria ja karsastaa vanhaa ja suurta. Esimerkeissään Florida kuitenkin vertaa jazz-kahvilaa baseball-otteluun eikä Flow-festivaalin tapaisiin tapahtumiin, jotka kiistatta ovat luovan luokan mielipuhua.

Ehkä järisyttävimmän kaupunkipolitiikkaa muokannut Floridan ajatus on, että luova luokka valitsee ensin asuinpaikkansa elämän laadun mukaan ja vasta sitten etsii työpaikkansa sieltä. Tämä on varsinkin Yhdysvaltojen kaupunkipolitiikan perinteelle päinvastainen ajatus. Vanha ajatus on ollut houkutella yritysten pääkonttoreita tontti- ja veropolitiikalla ja luottaa siihen, että työntekijät muuttavat yritysten perässä.

Elämän laatu on Floridan maailmassa täynnä pieniä sykhdyksiä eikä suinkaan harvakseltaan tapahtuvia suuria pamahduksia. Aktiivisen yöelämän ja kiinnostavan kaupunkikulttuurin teemat toistuvat kirjassa. Florida kuittaa tapahtumallisuuden urheilutapahtumina eikä edes hae suurten tapahtumien yhteyttä jatkuvasti elävään pienimuotoisempaan kaupunkikulttuuriin saati listaa tapahtumallisuuden viestinnällisiä ulottuvuuksia luovan luokan houkuttelemisessa. Sykhdykset ja pamahdukset ovat ristiinlinkittyneet ja eivätkä sulje pois toinen toistaan.

Kirjansa lopussa Florida listaa luovaa luokkaa kiinnostavien kaupunkien ominaisuuksia. Kolmen T:n mantra sisältää Teknologian, Talentin ja Toleranssin, joista kuuluisin lienee Homo/Lesboindeksi. Indeksien ajatus on, että missä gay-kulttuuri voi hyvin, siellä myös luova luokka haluaa asua. Florida listaa myös lahjakkuuden, boheemiuden, luovuuden ja muiden muuttujien indeksejä jättäen jokaisella kierroksella tapahtumat huomioimatta.

Tapahtumat tuottavat elämyksiä ja kohtaamisia joukoissa, jotka lähtökohtaisesti jakavat jonkin intohimon. Nämä elämykset ja kohtaamiset luovat sekä virtuaalisia että fyysisiä yhteisöjä. On mahdotonta tietää miksi Florida on jättänyt tämän ulottuvuuden teoksensa ulkopuolelle, mutta helppoa nähdä, että ne olisi voinut sinne sisällyttääkin.

## 7.7. Charles Landry - The Creative City

Kaikista kansainvälisistä kaupunkitutkijoista parhaiten Helsingin tuntee Charles Landry, joka on konsultoinut Helsinkiä jo sen hakiessa Euroopan kulttuurikaupunki 2000 -titteliä (Landry 1998). Landry seurasi kulttuurivuotta ja on sen jälkeen kirjoittanut selvitystöitä (Landry 2002) sekä vuoden perinnön hyödyntämisestä että Helsingin mahdollisuuksista kulttuurikaupunkina.

Landryn pääteema on, että luova ja ulkopuolisiakin kiinnostava kaupunki ei synny kaupunginhallinnon toimesta. Hallinnon tulee luopua osasta valtaansa saadakseen vastalahjana aktiivisemmat kaupunkilaiset, jotka sitoutuvat kotikaupunkiinsa ja luovat vetovoimaista ja elävää tulevaisuutta. Landryn Helsinki-selvityksissä paneudutaan sekä alueisiin, kuten Arabianranta ja kirjoitushetkellä kukoistuskauttaan elänyt Uudenmaankatu, mutta myös kohteisiin, kuten Kaapelitehdas ja tapahtumiin, kuten Huvila-teltoa, Taiteiden Yö ja Valon voimat -festivaali. (Landry 1998)

Jo Landryn vuoden 1998 selvitys nostaa yhdeksi Helsingin voimavaraksi pimeän aikakauden ja valotaiteen sen osana. MDI:n selvityksen suositus talvikauden tapahtumallisuuden kehittämisestä ei siis ole aivan uusi.

### **Kaupungissa pitää tapahtua**

**4-5 päivän välein jotain, jonka huomaan,**

**4-5 viikon välein jotain, joka kiinnostaa minua ja**

**4-5 kuukauden välein jotain, jota en halua jättää väliin.**

8





## 8. Miksi tapahtumat kannattaa huomioida osana kaupunkien veto- ja pitovoimaa

Kuten aiemmin on todettu, tapahtumien vaikuttavuuskartta on moniulotteinen ja monipuolinen. Kaupunkien veto- ja pitovoiman kannalta ajatellen vaikutukset ovat myönteisiä. Sen lisäksi moni kaupunki - Helsinki näiden joukossa - kipuilee parhailaan joidenkin yksittäisten hankaluuksien kanssa. Tapahtumat voivat tarjota apua moneen näistä hankaluuksista.

Vetovoiman käsitteen rinnalle on jo yleisesti nostettu pitovoima. Yhtä luonnollista olisi puhua samaan aikaan myös lumovoimasta. Ollakseen kiinnostava paikka kaupungin pitää tenhota mahdollinen asukkaansa. Ja kun tuo asukas on kaupunkiin asettunut, pitää lumovoiman sykkiä tasaisen usein, jotta uusi tulokas ehtii kasvattaa juurensa ja siten jäädä.

### 8.1. Case: EU:n lääkevirasto

Kaupunkeja listataan mitä erilaisemmilla paremmuusjärjestyksillä. Niistä suurin osa on melko kuvitteellisia. Välillä kuitenkin syntyy tilanteita, joissa kaupunkien kiinnostavuutta testataan suuressa mittakaavassa arkielämässä. Näistä suurin tulee olemaan Brexit. Uutta EU:n sisäpuolista kotiaan etsivät pääkonttorit, virastot ja muut toimijat etsivät niitä nimenomaan sopivasta kaupungista eivätkä maasta. On syntymässä historiamme suurimpia kaupunkien vetovoiman kenttäkokeita.

Tästä nähtiin esimakua jo EU:n ruokaviraston etsiessä uutta kotiaan. Helsinki haki virastoa yhdessä Amsterdamin, Ateenan, Barcelonan, Bonnin, Bratislavan Brysselin, Bukarestin, Kööpenhaminan, Dublinin, Lillen, Milanon, Porton, Sofian, Tukholman, Maltan, Wienin, Varsovan ja Zagrebin kanssa (Yleisradio 2017a). Osana sijoituspaikan valintaa tehtiin työntekijäkysely, jonka lopputulos oli, että "EU:n lääkeviraston työntekijöistä valtaosa, yli 70 prosenttia, jättäisi työpaikkansa, jos virasto sijoitetaan Helsinkiin, Ateenaan, Bratislavaan, Bukarestiin, Maltalle, Sofiaan, Varsovaan tai Zagrebiin." Sen lisäksi, että Helsinki rinnastui entisiin itä-blokin kaupunkeihin, se hävisi kirkkaasti keskeisille verrokkikaupungeilleen Tukholmalle ja Kööpenhaminalle. (Yleisradio 2017b)

Vastaavia kaiketi kirveleviä tappioita on tulossa monelle kaupungille lähivuosien aikana. Keskeistä on analysoida miksi tulokset ovat mitä ovat ja korjata ilmeisimmät viat nopeasti.

Kaupungin toimivuus on arvostettava piirre, mutta sen hauskuus tällaisissa arvioissa vähintään yhtä tärkeää. Ihminen tekee elämänsä suurimmat ratkaisut lopun viimein tunteella. Olipa kyse puolison, kodin, auton tai kotikaupungin valinnalla, rationaalisuus ei ole ainoa päätökseen johtava ajattelutapa.

Tapahtumien kautta kaupungit voivat viestiä hauskuudestaan, mutta myös lunastaa viestinnällä antamansa lupauksen. Tapahtumat antavat uusille asukkaille oivan

mahdollisuuden tutustua ja sitoutua uuteen kotiin ja ryhtyä sen aktiiviseksi osalliseksi. Tämä taas kertaantuu uusien asukkaiden omana viestintänä lähipiireilleen.

## 8.2. Millennial City Ranking

Kaikista kaupungeja paremmuusjärjestykseen laittavista mittaristoista kiinnostavimpia on Millennial City Ranking (Nestpick 2019). Indeksini tuottaa huoneistovuokraustoimialan yrityksiä, jolle se on sekä mahdollisuus viestiä toiminnastaan että tapa kehittää omaa liiketoimintaansa.

Listaus koostaa nimenomaan nuorille aikuisille tärkeiden muuttajien joukosta paremmuusjärjestyksen siitä, miten kiinnostava kukin kaupunki on nimenomaan 2000-luvulla syntyneiden joukossa. Muuttajat ovat:

Työllisyys, liikenne, ehkäisyn saatavuus, LGBT-ystävällisyys, Start Up -tiheys, terveydenhoito, sukupuolten välinen tasa-arvo, yöelämä, matkailu, internet-yhteyksien nopeus, maahanmuuttajamyönteisyys, oluen hinta, asumisen hinta, yliopistot, yksilönvapaus, festivaalit ja ruoka.

Vaikka osa muuttajista voi tuntua hassuilta tai yhteismitattomilta, on jokainen niistä valitulle kohderyhmälle validi, minkä lisäksi ne ovat kutakuinkin yhdenmukaisesti mitattavissa.

Tässä listauksessa Helsinki on tammikuussa 2020 sijalla 46/110. Helsingin alle jää rakas kilpikumppani Tukholma sijaluvulla 50, kun taas Kööpenhamina saa sijaluvun 38.

Yksilönvapauden kehittäminen ei onnistu yksittäiseltä kaupungilta ainakaan parin vuoden hankkeena. Sen sijaan yöelämän ja tapahtumien kehittämisen avaimet ovat kaupungin johdolla ja tulokset voivat näkyä nopeasti ja pienellä taloudellisella resursoinnilla.

## 8.3. Maunulan äänestysprosentti

Maunula on helsinkiläinen asuinalue, joka wikipedian mukaan on tunnettu mm. Maunulan muumiosta ja Jari Aarnion synnyinpaikkana. Alue on monella sosio-ekonomisella tavalla kiinnostava. Omistus- ja vuokra-asuntojen suhde, väestön ikärakenne, vanha huonohko maine ja melko vastikään alueelle muuttaneet äänekkäästi Maunulaa kehuvat luovan luokan edustajat luovat jännitteen, joka voi purkautua positiivisesti tai negatiivisesti.

Helsingin kaupunki rakensi alueelle alueellisen kulttuurikeskuksen, joka avattiin joulukuussa 2016. Kirjaston, nuorisotalon, esityssalin ja työväenopiston toimipisteen sisältävä talo suunniteltiin vahvasti asukas yhteisöä osallistaen ja sen toimintamalliin on sisällytetty jatkuvan asukasraadin ajatus.

Maunulatalo ei suinkaan ole tapahtuma, mutta sen sisältö näyttyy alueen asukkaille sekä kaivattuina kulttuurin ja vapaa-ajan palveluina että salin, aulan ja pihan tapahtumina. Talon erinomaisuutta mitataan kävijämäärillä, tapahtumien määrillä ja lainausmäärillä, mutta sen syvin vaikutus näkyy myös alueen vaaleissa.

## Maunulan äänestysaktiivisuus

	Maunula A	Maunula B	Hki ään.%
<b>Presidentinvaalit 2006</b>	67,9%	74,8%	71,2%
<b>Presidentinvaalit 2012</b>	69,6%	75,1%	76,6%
<b>Presidentinvaalit 2018</b>	68,1%	73,4%	71,9%
<b>muutos 2006-2018</b>	0,3%	-1,9%	1,0%
<b>Eduskuntavaalit 2011</b>	69,10%	74,60%	75,50%
<b>Eduskuntavaalit 2015</b>	68,80%	75,00%	75,10%
<b>Eduskuntavaalit 2019</b>	73,80%	77,90%	77,70%
<b>muutos 2011-2019</b>	6,8%	4,4%	2,9%
<b>Kuntavaalit 2008</b>	50,50%	57,00%	58,90%
<b>Kuntavaalit 2012</b>	52,80%	59,30%	57,40%
<b>Kuntavaalit 2017</b>	59,40%	64,20%	61,80%
<b>muutos 2008-2016</b>	17,6%	12,6%	4,9%

Kuva 4: Maunulan alueen äänestysvilkkkaus (lähde: yle.fi/vaalit)

On selvää, ettei yksi Maunulatalo yksin selitä merkittävää muutosta juuri kuntavaalien äänestysaktiivisuudessa. Alueen asukas pohja on muuttunut ja siellä on aktiivista keskustelua homekouluista sekä osallistavia kaavoitushankkeita. On kuitenkin huomionarvoista, että juuri kuntavaalien äänestysvilkkkaus on kasvanut muiden vaalien aktiivisuuden pysyessä melko samana.

Kaupungin aktiivinen rooli alueella voi palautua ääninä. Äänestysprosentin kasvusta ei voi antaa oikeutta yksin millekään asialle, mutta kulttuuri, vapaa-ajan palvelut ja tapahtumat saavat ottaa siitä itselleen kunniaa siinä, missä pyörätieverkon suunnittelijat tai liikenneinfran kehittäjät.

Kuntalaisten eriasteista osallistamista suunnitellaan ja tehdään paljon. Kaikista näistä ponnisteluista huolimatta vaalit säilyttävät asemansa kaikkein kattavimpana ja suurimpana osallistamisharjoituksena. Ikävämpi kirjoittaja saattaisi todeta, että mikäli kaupunkilaisilla olisi tarpeeksi syytä äänestää, muuta osallistamista ei enää tarvittaisikaan.

### 8.4. Kelluvan väestön pitokyky

Maahanmuutto on yhteiskunnallisesti vaikea keskustelunaihe, mutta Helsingin kaupunki on tehnyt asiassa kaupunkistrategiansa hyväksymisen yhteydessä selkeän päätöksen: Helsinki

haluaa olla kansainvälinen kaupunki, joka houkuttelee kansainvälisiä osaajia asukkaikseen (Helsingin kaupunki 2017b).

Helsinki on onnistunut tässä pyrkimyksessään melko hyvin, mutta on nyt kohdannut kaksi ongelmaa (Helsingin kaupunki 2019e):

1. Virolaistaustaiset osaajat muuttavat sankoin joukoin takaisin kotimaahansa
2. Vaurastuttuaan ulkomaalaistaustaiset osaajat muuttavat halvempien omistusasuntojen perässä eritoten Vantaalle

Helsingin kansainvälistyminen on luonut kaupunkiin ns. kelluvan väestön ryhmän. On tulijoita ja on menijöitä. Kaupungin kasvun kriittinen muuttaja on aikaansaada tilanne, jossa menijöitä on selvästi vähemmän kuin tulijoita. Tämä edellyttää sitä, että tulleet juurtuvat ja sitoutuvat uuteen kotikaupunkiinsa.

Väestötietoja tutkimalla selviää, että vuoden aikana 21% helsinkiläisistä muuttaa. Näistä 73% muuttaa Helsingin sisällä (Helsingin kaupunki 2019d). Mitä kaikkea kaupungille tarkoittaisi, jos sen sisällä muuttavien luku olisikin 83% tai 93%? Tapahtumiin osallistuminen on luontevin syy käydä itselleen tuntemattomassa kaupunginosassa. Mitä enemmän oman kotikaupungin kaupunginosat ovat tulleet tutuiksi, sitä vahvemmin mielikuvat niistä ovat muistissa, kun etsitään uutta kotia muuttuneen elämäntilanteen vuoksi.

Alueellisista kaupunginosatapahtumista vanhin ja suurin on Kumpulan kyläjuhla, jota silloin tällöin kutsutaankin 25 000 hengen asunonäytöksi.

**Kaupunkien veto- ja pitovoimaa suunnitellaan pääasiassa pysyvien investointien kautta.**

**Helsinkiin muuttavalle tai sinne muuttaneelle kaupungin elävyys on vähintään yhtä tärkeää kuin toimiva polkupyörätieverkosto.**

9



## 9. Helsingin tapahtumallisuuden kehittyminen

Helsingin tapahtumallisuus on kasvanut ja kehittynyt pitkän ajanjakson kuluessa. Vanhimmaksi edelleen jatkuvaksi yleisötilaisuudeksi mainitaan yleisesti vuonna 1743 alkanut Silakkamarkkinat.

Modernin ajan tapahtumallisuuden käännekohtia ovat olleet vuoden 1952 kesäolympialaiset. Alunperin Helsingin järjestettäväksi annettiin jo vuoden 1940 kisat, jotka peruttiin toisen maailmansodan vuoksi. Ajatus Helsingistä suurten yleisötapahtumien kaupunkina on siten syntynyt jo 30-luvulla.

Muita 50-luvun tapahtumallisuuden käännekohtia ovat kaupungin 400-vuotisjuhlat 1950 ja vuodesta 1951 vuoteen 1965 järjestetyt Sibelius-viikot, jotka sittemmin nimettiin Helsingin juhlaviikoiksi ja muutettiin monitaidefestivaaliksi. Vuodesta 1959 on juhlittu 12.6. Helsinki-päivää kaupungin syntymäpäivän kunniaksi.

Juhlaviikkojen osana alettiin järjestää 1978 maksuttomia konsertteja Kaivopuistossa. Tätä perinnettä rikastuttivat myös Elävän musiikin yhdistys ELMU ry yhdessä Radio Cityn kanssa sekä Radio Ettanin kesäkonsertit. Myös kaupungin nuorisotoimi järjesti konsertteja Kaivopuistossa.

Taiteiden yötä alettiin järjestää ensin keskustan kirjakauppojen toimesta 1989. Myöhemmin tapahtuman järjestämisen koordinaatiovastuun otti Helsingin juhlaviikot, jonka vuodesta 1995 toiminut Huvilatelta on uniikki lisä Helsingin tapahtumallisuuden tarjonnassa.

Kaupunkitilaa uudella tavalla, suuremmin ja kokonaisvaltaisemmin käyttävien tapahtumien ensimmäiset pioneerit olivat kaupunki-ilmiöiksi kasvaneet vuoden 1993 Total Balalaika Show, jossa Leningrad Cowboys ja Puna-armeijan kuoro valtasivat Senaatintorin ennennäkemättömällä tavalla sekä edelleen jatkuva vuonna 1995 aloittanut Maailma Kylässä -festivaali, joka toi kansalaisyhteiskunnan keskustelun osaksi musiikki- ja ruokatapahtumaa.

Vuonna 2000 Helsinki oli yksi yhdeksästä Euroopan kulttuurikaupungista. Juhlavuoden aikana ja jälkeen kaupunkitilaa käyttävistä tapahtumista tuli kaupunginhallinnolle normaalia toimintaa. Tapahtumat eivät olleet enää ikävä lisä päivätöiden päälle, vaan ne nähtiin sekä osana virkakunnan perustyötä että esimerkkeinä elävän kaupungin toimeliaisuudesta.

Lordin voitettua Euroviisut Ateenassa 2006 Helsinki sai järjestettäväkseen seuraavan vuoden tapahtuman. Tässä vaiheessa kaupungin näkemys ja kyky mahdollistaa ja tuottaa tapahtumia oli jo niin kirkas, että varsinaisten laulukilpailujen oheen tuotettiin pitkälti kaupungin toimesta ja rahoituksella suuri määrä kaupunkitapahtumia. Tällöin lanseerattiin myös isäntäkaupungin asiakaslupaus "Fun but functional".

Muotoiluvuosi World Design Capital 2012 ei näkynyt ensisijaisesti tapahtumina kaupungilla vaan kaupunkiorganisaation notkeuttamisen harjoituksena. Palvelumuotoilun käsite lanseerattiin osaksi kaupunkiorganisaation kehittämisen periaatteita. Tapahtumien

toimintaedellytysten helpottaminen oli - ja on edelleen - hyvä esimerkki siitä, miten asiakasnäkökulmasta katsoen ja iteroimalla hallinnon eri tasot ja osat voivat kehittää yhteistyötään ja luoda parempia toimintaolosuhteita aktiivisille kaupunkilaisille, järjestöille ja yrityksille. Tapahtumien tuottamisen prosessi leviää eri virastojen ja toimialojen päätöksentekoon kaikilla organisaation tasoilla kaupungin ylimmästä johdosta avustustoiminnan ja viestinnän kautta puistojen investointisuunnitteluun.

Helsingin päätösasiakirjoista tapahtumallisuutta ensimmäisinä käsittelevät Jörn Donnerin johtaman Kulttuurisuunnitelmakomitean mietintö vuodelta 1990 (Helsingin kaupunki 1999), Euroviisujen huumassa kirjoitettu vuoden 2007 Elinkeinostrategia (Helsingin kaupunki 2008) sekä siitä vuonna 2010 tehty Tapahtumien toimintalinjat -tarkennus (Helsingin kaupunki 2010b).

Kaupungin kulttuurihallinnon tuottama Kulttuuristrategia 2012-17 (Helsingin kaupunki 2011) ei painota tapahtumia erityisen merkittävästi, mutta voimassa olevassa kaupunkistrategiassa Maailman toimivin kaupunki 2017-2021 (Helsingin kaupunki 2017b) ne nostetaan aivan erityiseen rooliin.

Kaupunkistrategian kirjausten pohjalta Helsinki keskitti omat suurtapahtumansa säätiöön, joka aiemmin vastasi vain Helsingin Juhlaviikkojen ja Musica nova Helsinki -nykymusiikkifestivaalin järjestämisestä. Helsingin tapahtumasäätiöksi nimetty säätiö vastaa myös mm. Lux Helsinki -valtaidefestivaalista, Kiinalaisen uudenvuoden juhlan järjestämisestä, Helsinki-päivän tapahtuman koordinaatiosta, Silakkamarkkinoiden ja Tuomaan markkinoiden järjestämisestä sekä Helsingin uudenvuoden juhlan tuotannosta.

Toinen merkittävä askel kaupunkistrategian kirjausten avaamisesta on Helsingin tapahtumallisuuden tiekartta -dokumentti (Helsingin kaupunki 2019c), jossa Helsingin tapahtumallisuuden tavoitteiksi määriteltiin monimuotoisuus, omaperäisyys, vastuullisuus ja toimivuus. Tavoiteosan lisäksi dokumentissa on päivittyvä toimenpideoa, jonka kautta varsinkin kaupungin omaa toimivuutta tapahtumien järjestämistä kohtaan pyritään kehittämään.

Tapahtumat ymmärretään koko kaupungin kehittymistä kirittävinä asioina. Huomioon pantavaa on myös Helsingin tavoite tapahtumallisuuden omaperäisyydestä. Ensisijainen tavoite on kehittää omia ja omalta näyttäviä tapahtumia suuremmiksi. Kansallisten tai kansainvälisten suurtapahtumien houkuttelu ja jopa hakeminen Helsinkiin ei ole keskeinen tavoite. Tiekartta kirjoittaa auki saman ajatuksen, joka löytyy kaupungin matkailustrategiasta - Helsinki uskaltaa olla Helsinki ja luottaa siihen, että se riittää myös kansainvälisessä kilpailussa kiinnostavuudesta.

Viimeisin askel tapahtumallisuuden kehittämisessä on Helsingin yöluotsitoiminta. Osana vuoden 2017 organisaatiomuutostaan kaupunki kehitti kuntalaisten osallisuuden toimintamuotojaan ja perusti sekä asukas- että yritysluotsien tehtäviä. Luotsien toimenkuva on toimia välittäjinä kaupungin hallinnon ja kunnan jäsenten (asukkaat, yhdistykset ja yritykset) välillä. Vielä vuoden 2019 aikana asukas- ja yritysluotsit saavat rinnalleen yöluotsin, jonka tehtävänä on kehittää yön ekosysteemiä. Suuri osa tapahtumista voi rikastaa Helsinkiä juurikin iltayhdeksän ja aamuviiden välissä.

Suomen pääkaupunkina Helsinkiin kohdistuu monenlaisia paineita olla merkityksellinen eri tahoille ja eri tavoilla. Helsingille on kuluneina vuosina aseteltu roolia ainakin maailman luonto-, sauna-, metallimusiikki-, kuvataide-, kirjasto-, osallisuus- ja saaristopääkaupunkina. Valitsemalla roolinsa olla tapahtumakaupunki Helsinki ei ole sulkenut ovea yhdeltäkään näistä tavoitteista, mutta jättänyt itselleen vallan valita koska olla mitään näistä.

**Helsingin tapahtumallisuuden juuret ovat  
1700-luvulla.**

**Voimakas kasvu 1950-luvulla.**

**Suurtapahtumien käynnistyminen  
1990-luvulla.**

**2007 Euroviisuisännöitys aloitti  
tämänhetkisen kehityksen.**



10



## 10. Kaupunkien tapahtumastrategiat valitussa Suomen kaupungeissa

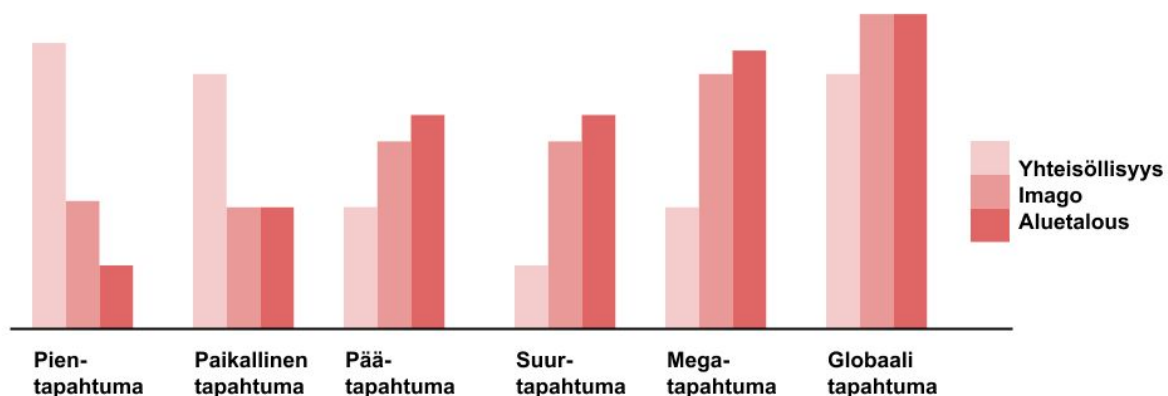
Suomi on kesäisten kulttuuritapahtumien luvattu maa. Kaupungin tapahtumallisuuden kehittämisen mielessä yksittäisen kesäfestivaalin ympärille rakentuva kunta ei ole kovin kiinnostava vertailukohta. Olen tässä keskittynyt niihin kaupunkeihin, joiden koko ja tapahtumallisuuden kehittämisen tomeruus ovat sillä tavalla suuria, että vertailu Helsinkiin on sekä perusteltua että potentiaalisen hedelmällistä.

### 10.1. Tampere

Vuonna 2026 Tampereelle valmistuu Kanneksi nimetty tapahtuma-areenan, hotellin ja kauppakeskuksen kokonaisuus. Saman vuonna kaupunki toivoo olevansa Euroopan kulttuurikaupunki. Jo kesällä 2020 otetaan käyttöön Santalahden rantapuisto, joka tulee toimimaan myös jopa 35 000 asiakkaan yleisötapahtumien näyttämönä.

Vuotta 2026 kohden edetessään Tampere on kirjannut myös tavoitteitaan tapahtumallisuudestaan. Kaupungin vuosien 2014-17 elinvoimasuunnitelma Rock, Rauta ja Rakkaus (Tampereen kaupunki 2013) ensimmäinen Rauta-osio keskittyy pitkälti siihen, miten kaupungista tehdään "kansainvälisesti vetovoimainen kulttuuri-, tapahtuma- ja matkailukaupunki". Vuonna 2017 hyväksytyssä kaupunkistrategiassa (Tampereen kaupunki 2017) sama on muovautunut muotoon "tavoitteena on nousta vuoteen 2030 mennessä Pohjoismaiden vetovoimaisimmaksi elämyskaupungiksi". Kaupungin hyväksymät "Tapahtumatoiminnan suuntaviivat" vuodelta 2015 kirkastavat kirjauksia omalta osaltaan.

Tampere haluaa olla kokoaan suurempi ja osana tätä työtä se on valmis vaikka rahalla hankkimaan tapahtumia kaupunkiin. Tapahtumatoiminnan suuntaviivat -julkaisussa tapahtumien halutuiksi vaikutuksiksi listataan yhteisöllisyyden ja hyvinvoinnin, elinkeinojen ja aluetalouden sekä imagon ja tunnettuuden kasvattaminen. Ajattelu on viety niin pitkälle, että eri tapahtumatyypeistä on eroteltu oletettuja vaikutuksia ja näitä käytetään myös mittareina, kun arvioidaan tapahtuman tukemaista tai hakemista kaupunkiin. Huomionarvoista on, että Tampereen tapahtumallisuuden tavoitetila ei nojaa vain mitä suurempi sitä parempi -logiikkaan, vaan eri tapahtumatyyppien tasa-arvoinen syntyminen on kirjattu tavoitteeksi.



Kuva 5: Tampereen tapahtumatoiminnan vaikuttavuustavoitteisto (Tampereen kaupunki 2015)

Kaupunki hyväksyi vastikään kulttuuristrategian, joka ulottuu vuoteen 2030 (Tampereen kaupunki 2019). Strategia listaa kulttuuripalveluilleen neljä vaikuttavuuden ulottuvuutta: kasvu, sosiaalinen kestävyys, ekologinen kestävyys ja kulttuurinen kestävyys.

Myös tavoitteita strategiassa on neljä:

1. Kulttuuri koskettaa kaikkia
2. Luovien ihmisten koti
3. Merkityksellinen kaupunki
4. Kokoaan suurempi

Tapahtumat ja tapahtumallisuus on kirjattu strategiaan usealla tavalla. Kohdassa Merkityksellinen kaupunki kirjataan: “Omaleimainen ja elävä kaupunkiympäristö rakentaa Tampereen pitovoimaa ja viihtyisyyttä”, joka kertoo Tampereella ajateltavan jopa nykyisten asukkaiden pysymistä kaupungissa. Kokoaan suurempi -luvussa määritellään, että “Kansainvälisen tason kulttuuri- ja tapahtumatarjonta on keskeinen osa Tampereen vetovoimaa”, joka asettaa tapahtumallisuuden riman korkealle.

Tampereen tapahtumallisuus on hyvin tavoitteellista, usein mittaroitua ja keskittyy haluun luoda kaupunkiin taloudellisen hyödyn lisäksi myös vetovoimaisuutta potentiaalisten asukkaiden, opiskelijoiden ja matkailijoiden silmissä. Sitä on toisaalta tuettu ja toisaalta perusteltu suurten investointien kautta. Kaupunki on julkilausunut avoimesti halunsa olla ei-tamperelaisten silmissä isompi ja merkittävämpi kuin nyt.

## 10.2. Hämeenlinna

Avattuaan ensin Verkatehtaan kulttuurikeskuksen 2007 ja Kantolan tapahtumapuiston 2015 Hämeenlinna oli noussut maan eturivin tapahtumakaupunkien joukkoon. Kokonsa puolesta Hämeenlinna ei ehkä voikaan olla varsinkaan suur tapahtumien puolesta omavarainen, mutta tuotettuaan järkevää infrastruktuuria ja sijaitessaan erinomaisesti Helsingin, Tampereen ja Lahden risteyskohdassa siitä on tullut kiinnostava paikka tapahtumille.

Kaupungin kaupunkistrategia (Hämeenlinnan kaupunki 2019) ei painota tapahtumallisuutta eikä sen hankeohjelmassa ole tapahtumallisuuden kehittämiseen liittyviä kirjauksia.

Kaupungilla ole erillistä kulttuuristrategiaa, mutta osana vuoden 2014-2020 Elinvoimaohjelmaa on vuonna 2016 kirjoitettu Hämeenlinnan tapahtumastrategia (Hämeenlinnan kaupunki 2016).

Tapahtumastrategia kirkastaa Hämeenlinnan kehittymistavoitteiksi nimenomaan tapahtumien alustatoimijan roolia. Tapahtumastrategian elementit:

“1. Sisällöt: Hämeenlinnassa on kärkisisältökokonaisuuksia, joissa vetovoimaisia tapahtumia ympäri vuoden.

2. Imago: Hämeenlinnalla on vahva imago tapahtumajärjestäjien ja tapahtumayleisöjen keskuudessa.

3. Infra ja palvelut: Infra palvelee tapahtumien tarpeita ja mahdollistaa ne, Hämeenlinna erottautuu muista kaupungeista koko kaupungin palvelutarjonnan kautta.

4. Organisaatio ja prosessit: Hämeenlinna palvelee tapahtumajärjestäjiä asiakaslähtöisesti, oikea-aikaisesti ja laadukkaasti.

5. Osaaminen ja resurssit: Hämeenlinnasta löytyy alan huippuosaajia, toimijat ovat kansallisia verkostovaikuttajia.”

painottuvat lähes nöyrään ajatteluun siitä, että kaupunki haluaa kehittää omaa sisäistä toimintakulttuuriaan ja alueen osajien kyvykkyyttä, jotta saisi lisää tapahtumia rajojensa ulkopuolelta. Tällä nähdään vahva viestinnällinen hyöty. Strategia on looginen ja Hämeenlinnan kokoinen tavoitekirjaus, jota voi vain hiukan kritisoida siitä, että se on kirjoitettu vasta Kantolan tapahtumapuiston avaamisen jälkeen. Parhaassa todellisuudessa tällainen selvitys ja tavoitteiden asettelu kai tehtäisiin ennen investointia.

## 10.3. Lahti

Lahden kaupunkistrategia (Lahden kaupunki 2017) on yksisivuinen, mutta mainitsee silti tapahtumat. Elinvoima-osion kohta viisi kuuluu: “Vahvistamme Lahden liikunta-, kulttuuri- ja tapahtumatarjontaa”.

Strategiaa ennen kirjoitetussa vuoden 2016 kilpailukykystrategiassa tapahtumia ei vielä mainita.

Tarkemmat kirjaukset Lahden tapahtumallisuuden kehittämisestä löytyvät Päijät-Hämeen matkailu- ja tapahtumastrategia 2025:sta (Lahden seutu Oy 2016).

Kaikkia kolmea dokumenttia leimaa se tosiasia, että koska Lahti on talviurheilukaupunki, ei sitä voi eikä kannata ohittaa. Yhtä lailla, kuin liikunta mainitaan aina ennen kulttuuria alueellinen strategia painottaa tapahtumien hakemista. Urheilukilpailut kiertävät kohdekaupunkejaan ja niitä pitää maanitella, hakea ja pahimmillaan ostaa Lahteen. Tämä toimintatapa pyrkii hitaasti myös viihdetapahtumien hakeutumisprosessin osaksi.

Myös Lahti painottaa tavoitteissaan alueen tapahtumaosaamisen lisäämistä tunnistaen sen, että tapahtumat pitää tehdä ja niiden tekeminen on erikoisosaamisalue.

Lahden seudun tapahtumallisuuden tavoitteet eivät ole sosiaalisia tai kulttuurisia eikä vastuullisuudesta löydy kovin painavia mainintoja. Tapahtumille ei ole haluttu kirjata seutukunnan osallisuutta tai identiteettiä kehittäviä tavoitteita. Tapahtumat tuovat käyttöastetta ja mediapintaa, jotka parhaimmillaan ruokkivat hakemisen positiivista spiraalia tuoden lisää tapahtumia. Tämä voi olla järkevää, mutta samaan aikaan huomioi tapahtumien vaikutukset melko ohuesti.

## 10.4. Seinäjoki

Seinäjoen tapahtumallisuuden juuret ovat kansallisesti katsoen vanhat. Provinssirock syntyi vuonna 1979 paikallisten aktiivisten ihmisten toimesta. Myöhemmin kaupungista on tullut Tangomarkkinoiden, Vauhtiajajien ja monen muun pienemmän tapahtuman koti. Koska tapahtumallisuus on kasvanut ja kehittynyt pitkän ajan kuluessa ja orgaanisesti, on se ymmärrettävästi päätyntä myös kaupunkitasoisten dokumenttien väliotsikoksi.

Kaupungissa on ollut tällä vuosituhannella useita eri asteisesti virallisia rytmimusiikin kehittämisohjelmia ja työryhmiä. Näitä on ajanut sekä kaupungin tapahtumatoimijat - Seinäjoen Elävän Musiikin Yhdistys Selmu ry etunenässä sekä kaupungin yliopistokeskuksessa aktiivisesti toimiva Sibelius-Akatemian yksikkö.

Tapahtumallisuus on mainittu Seinäjoen 2018-2025 kaupunkistrategian (Seinäjoen kaupunki 2017) viidestä luvusta kolmessa. Tapahtumallisuus nähdään osana yrittäjyyden, kaupunkiympäristön ja identiteetin kehittymistä. Tapahtumien side elinvoimaisuuteen on korostetusti esillä myös osajien houkuttelun kannalta Strategiassa yrittäjyysluvussa kirjoitetaan kunnianhimoisesti "Laadukkaat ja kiinnostavat kulttuuri- ja taidepalvelut toimivat ankkurina ja houkuttimena alueelle rekrytoi-taville osajille."

Strategia on vahvasti linjassa sen kanssa, mitä kaupunki jo on. Voisi kai todeta, että Seinäjoen kaupunkistrategian kirjaukset ovat uhossaan enemmän uusmaalaisia kuin eteläpohjalaisia.

## 10.5. Oulu

Myös Oulu tavoittelee vuoden 2026 Euroopan kulttuurikaupungin asemaa. Kaupunkistrategiassa (Oulun kaupunki 2018) tämä näkyy kirjauksena "Vetovoimainen Oulu

on pohjoisen luonnon ja kulttuurin kaupunki”. Vaikka strategiajulkaisun neljästä kuvituskuvasta puolet on kuvia tapahtumista, ei niitä mainita strategiassa.

Oulun kaupungin organisaatiossa on tapahtumatiimi, joka on tuottanut ahkerasti materiaalia ja kaupungin sisäistä keskustelua tapahtumallisuudesta ja kaupunkikulttuurista. On oletettavaa, että kulttuurikaupunkihankeeseen ei olisi yhtä pitkällä ilman kaupungin omia sisäisiä tapahtumavetureita.

Keskeisin tapahtumatiimin kautta ja ansiosta syntynyt julkaisu on “Tapahtumien Oulu - Tapahtumien vaikuttavuus ja tapahtumiin liittyvä yritystoiminta Oulussa” (Hahtola ja Äijälä 2015)). Julkaisu pureutuu tapahtumien vaikuttavuuteen tavanomaisella matkailu ja talous -tulokulmalla, mutta tekee ilmeisen kattavan kartoituksen sekä Oulun tapahtumaklusterin yksityisistä ja julkisista toimijoista että kaupungin tapahtumatarjonnasta. Jo tällainen tilannekuva ja verkostanalyysi on voinut riittää vakuuttamaan Oulun päättäjät siitä, että Oulussa on tapahtumallisuutta ja että sitä kannattaa kehittää.

Oulun sijainnin vuoksi tapahtumallisuuden vaikutusten tavoitteistossa painottuu niiden merkitys siedettävän elinkelpoisen kaupungin luomisessa. Muuttoliike pohjoisesta, uskonnollisesta ja liikaa Nokian pörssikurssin mukaan työtä tarjoavasta kaupungista pois on vielä suurempi ongelma kuin uusien kuntalaisten löytäminen.

## 10.6. Kotimaisten vertailukaupunkien tapahtumallisuusstrategiat suhteessa kaupunkien elinvoima- ja kaupunkipolitiikkaan

Vertailtavista kaupungeista ainoastaan Tampere on kirjannut veto- ja pitovoiman ajattelun selkeästi osaksi kaupunki-, kulttuuri- ja tapahtumastrategioitaan. Tampereella myös kaupungin investointisuunnittelua viedään samansuuntaisesti ja -tahtisesti palvelutuotannon kehittämisen kanssa. Voi sanoa, että Tampereen tapahtumallisuusajattelu on tavoitteellista ja kasvua hakevaa, kun muissa kaupungeissa enemmän tai vähemmän tyydytään toteamaan tilannekuva ja keksimään keinoja sen säilyttämiseksi.

Yhdenkään vertaillun kaupungin dokumenteissa ei rakenneta lähteisiin perustuvaa siltaa tapahtumallisuuden ja elinvoima-ajattelun välille. Tapahtumia ei nähdä kaupunkisuunnittelun välineinä muuten kuin yksittäisissä kohteissa, joita kehitetään palvelemaan tapahtumia nykyistä paremmin.

Vertailut hyvän kaupungin tukipilareihin, kuten liikenneinfran kehittämiseen, turvallisuuteen, elävän ja ihmisen kokoisen kaupungin suunnittelemiseen ovat satunnaisia eivätkä systemaattisia. Tapahtumat ovat edelleen näille kaupungeille sirkushuveja ja leipä tehdään toisilla keinoilla.

Tapahtumien näkeminen erottamattomana osana kaupunkien kykyä houkutella kansallisia ja kansainvälisiä osaajia, matkailijoita ja investointeja ei vaatisi suurtakaan ajatuksellista harppausta. Tämän tekeminen ei kuitenkaan ole ollut strategioiden laatijoiden työpöydällä.

Tapahtumat ovat tulleet osaksi kaupungin arkea ja kaupunkilaisten elämää, mutta niitä ei nähdä tavoitteellisena ja systemaattisena osana kaupunkien kehittämistä.

## 10.7. Tapahtumien talousvaikutusten arvioinnin vaikeus

Koska tapahtumien elinkeinopoliittinen ulottuvuus on usein koko tapahtumallisuuden perustelemisen ytimessä, on tarpeellista avata kokonaisuuden laskentaa. Otan esimerkiksi Provinssi-tapahtuman, mutta yhtä hyvin samalla ajattelulla voisi käydä läpi muitakin tapahtumia, kuten Cheekin jäähyväiskonsertit Lahdessa tai Pori Jazzin.

Provinssi on yli 40-vuotias, nykyisin kolmipäiväinen suomalaisten suur tapahtumien kerhon perustajajäsen. Provinssin talousjalanjälki on mittava. Karkeasti arvioiden sitä voi mallintaa seuraavalla laskennalla:

1. Jos tapahtumassa käy kunakin kolmena päivänä 20 000 ihmistä, joiden keskimääräinen päivälipun arvonlisäveroton kustannus on 45 euroa (kolmen päivän lipun hinta 149 euroa - ALV 10 % / 3), on pääsylippukaupan liikevaihto 2 700 000 euroa.
2. Jos arvioi jokaisen asiakkaan käyttävän tapahtuma-alueella päivässä arvonlisäverottomasti 20 euroa, saa ruoka-, juoma- ja muun myynnin liikevaihdoksi 1 200 000 euroa.
3. Matka- ja majoituskulujen arviointi on hankalinta, koska siinä vaihtelua on eniten. On hyvin eri asia matkustaa paikalle Helsingistä ja majoittua hotellissa, kuin kävellä kotoaan tapahtumapaikalle. Jos arvioi kunkin asiakkaan käyttävän paikalle pääsyyn 50 ja majoitukseen 50 euroa, kertyy näiden molempien kulutusosien liikevaihdoksi miljoona euroa.
4. Näiden ostojen lisäksi asiakkaat käyttävät paikallisia palveluita takseista elintarvikekauppoihin vaihtelevissa määrin.

Arvion jälkeen on tärkeää arvioida, mikä osa tästä n. 6 miljoonan euron liikevaihdosta vaikuttaa Seinäjoen talouteen ja mikä osa vain sattuu tapahtumaan kunnan rajojen sisäpuolella.

Tapahtuman järjestää saksalaisomisen konsernin omistama helsinkiläinen Fullsteam Agency Oy, joka siten maksaa yhteisöveronsa kotikaupunkiinsa niiltä osin, kuin voittoja ei siirretä konsernisiirroilla emoyhtiöön. Yhtiön palkkalistoilla lienee pääasiassa helsinkiläisiä ja pääkaupunkiseutulaisia työntekijöitä, jotka maksavat kunnallisveronsa kotikuntiinsa.

Tapahtuman ruoka- ja juomamyynnin suurin tuloluokka lienee anniskelutoiminta, josta vastaa helsinkiläinen Helsingin Rock and Roll Oy. Paikalliseen toimintaan palkattaneen lukuisa joukko seinäjokelaisia, mutta parhaiten palkattu osa henkilöstöä maksanee kuntaveronsa pääkaupunkiseudulle, jonne Helsinkiin rekisteröidyn yhtiön yhteisöverotkin päätyvät. Ruoka- ja juomamyynnin ostot ovat elintarvikkeita ja juomia ja siltä osin, kuin niitä ei sattumalta valmisteta Seinäjoella, siirtyvät näiden ostojen vaikutukset toisaalle.

Matkustamisen ostoista ison osan kerännee VR (kotikunta Helsinki) ja majoituskuluista Sokos Hotels (Sokotel Oy, kotikunta Helsinki), jonka hallinnassa on kaksi kaupungin suurinta hotellia Lakeus ja Vaakuna.

Festivaalin ostoista suuren osan kattaa esiintyjäpalkkiot, laite- ja kalustovuokrat sekä markkinointi. On vaikea arvioida minkä osan näistä laskuttavat tai edes tekevät seinäjokelaiset yritykset ja työntekijät, mutta koska kaupungissa ei juurikaan ole alan yrityksiä, lienee turvallista sanoa, että vähäisen.

Tämän laskennan ohessa on hyvä muistaa, että arvonlisäveron palveluiden ostamisesta kerää aina valtio.

Jo tämä hyvin yksinkertaistettu alalla työskentelyn tuomaan kokemukseen pohjautuva arvio osoittaa, että on hyvin eri asia laskea tapahtuman talousvaikutusta kokonaisuutena kuin laskea talousvaikutusta tapahtuman kotikaupungille. Jos kaupungissa ei ole alan osaamista, palveluyrityksiä ja esiintyjä, valuu suurin tai ainakin merkittävä osa talosuvaikutuksesta kaupungin rajojen ulkopuolelle - yleensä pääkaupunkiseudulle.

Läpikäymieni esimerkkikaupunkien lähteistä ei käy ilmi, onko tapahtumallisuuden talousvaikutusten tätä puolta esitelty päättäjille osana päätösmateriaalia.

**Moni kaupunki satsaa tapahtumiin.**

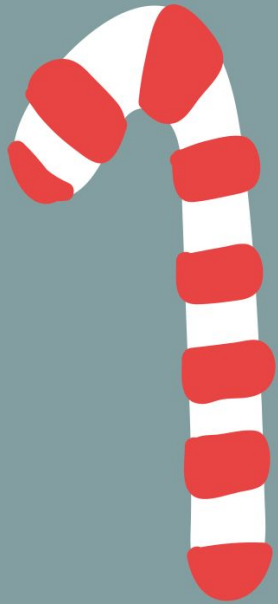
**Harva kaupunki perustelee huolellisesti miksi.**

**Kaikki kaupungit voisivat käyttää samaa veto- ja pitovoiman perustelua.**

**Yhteys dynaamisen ja staattisen kaupunkikehittämisen välillä on liian ohut.**



11



# 11. Kaupunkien tapahtumastrategiat valituissa kansainvälisissä kaupungeissa

Helsingillä ei ole valittuna kaupunkijoukkoa, johon vertailuja aina tehtäisiin. Periaatteessa sellaiset voitaisiin valita koon, sijainnin, historian ja päätöksenteon itsenäisyyden kautta. Varsinkin matkailu- ja kulttuuripalveluita kehitettäessä Helsinkiä usein vertaillaan Itämeren alueen verrokkikaupunkeihin. Näiden kesken on tehty aikojen saatossa syvää ja hedelmällistä verkostotyötä.

Näin ollen on perusteltua tehdä vertailua myös tapahtumallisuuden kehittämisen kohdalla. Koska Itämeren alueen ja varsinkin Pohjoismaiden kaupunkien yhteiskuntajärjestys ja kaupunkien autonomia suhteessa valtioon ja alueellisiin tasoihin ovat samankaltaisia, voi vertailussa lähteä siitä, että kullakin kaupungilla on kutakuinkin samat välineet tehdä tai olla tekemättä päätöksiä tapahtumallisuuteensa liittyen.

Olen liittänyt vertailuun myös Toronton, koska se on viime vuosikymmeninä ollut usein esillä edistyksellisistä hallinnollisista malleistaan sekä tapahtumallisuuden kehittämisessä että mm. elokuvatuotantojen houkuttelemisessa kaupunkiin.

## 11.1. Tukholma

Voitettuaan Eurovision laulukilpailun 2015 Tukholma sai seuraavan vuoden kisat järjestettäväkseen. Aivan, kuten Helsingissä 2007, myös Tukholmassa tämä tilaisuus käytettiin hyväksi kaupungin tapahtumallisuuden laajempaan kehittämiseen.

Toukokuussa 2016 hyväksytyssä tapahtumastrategiassaan (Tukholman kaupunki 2016) Tukholma kirjaa tapahtumallisuudelleen kolme tavoitetta:

- Kaupungin vetovoimaisuus asukkaille ja matkailijoille
- Kaupunki on tehokas ja vaivaton kumppani tapahtumien tuottajille
- Tapahtumat kehittävät Tukholman "tavaramerkkiä" ja luovat taloudellista kasvua

Tämäntyyppisissä päätöksissä on tärkeää kiinnittää huomiota jopa siihen, missä järjestyksessä asiat on ilmaistu. On kiinnostavaa, että kaupungin veto- ja pitovoimaisuus asukkaille ja mahdollisille uusille asukkaille mainitaan ensimmäisenä ja tässä kohdassa asukkaat mainitaan ennen matkailijoita.

Tapahtumastrategia on kirjoitettu alisteiseksi kaupungin 2040-visiolle "Stockholm för alla" (Tukholman kaupunki 2017), joka on voimakas manifesti sosiaalisesti kestäväälle tulevaisuuden kaupungille.

## 11.2. Göteborg

Göteborg on pitkään ollut Ruotsissa jopa Tukholmaa kehittyneempi tapahtumakaupunki. Yksi syy tähän on se, että vasta muutamia vuosia sitten Tukholmaan rakennettiin kansainvälisen tason stadion. Ennen Friends- ja Tele2-areenoiden valmistumista Göteborgin Ullevi oli maan suur tapahtumien päänäyttämö. Tämä on kehittänyt koko kaupunkia ja tapahtumallisuuden toimijaverkostoja.

Vuonna 2019 hyväksytyn tapahtumastrategian (Göteborgin kaupunki 2019) valmistelusta ja pilotoinnista vastasi kaupungin matkailukehittäjä Göteborg&co. Tämä näkyy myös strategian painotuksista, jotka jakautuvat kahteen: talousvaikutukset ja muut vaikutukset.

Muiksi vaikutuksiksi listataan hyvin laveasti: lapsi-, tasa-arvo-, monimuotoisuus-, ympäristö- sekä osaamisenäkökulma.

Göteborgin melko suoraviivainen suhtautuminen tapahtumallisuuteen on johtanut myös tuloksiin. Kaupunki on kiistatta elävä tapahtumakaupunki. Koska osaamisenäkökulma on kirjattu strategiaan melko laajasti, voi halutessaan ajatella, että sen kautta kaupunki näkee tapahtumallisuudessa tapahtumia pysyvämpiä ja syvempiä vaikutuksia.

## 11.3. Kööpenhamina

Kööpenhaminan kaupungissa on vuonna 2010 tehty suur tapahtumien pisteytysmalli (Kööpenhaminan kaupunki 2010). Mallin ulottuvuudet ovat:

1. Taloudellinen vaikutus
2. Ympäristövaikutukset
3. Tapahtumapaikan sopivuus
4. Tapahtuman yhteys
  - a. kaupungin liikuntatoimijoihin
  - b. kaupungin kulttuuritoimijoihin
5. Yhteys kööpenhaminalaisiin ja heidän arkeensa
6. Tapahtuman osallistava vaikutus
7. Käytettävyys kaupunkibrändin rakentamisen välineenä
8. Medianäkyvyys
9. Kävijämäärä

Kaupungin tapahtumallisuus on kasvanut ja sen tärkeys on huomattu. Kööpenhaminassa järjestettiin vuonna 2014 Euroviisut, joiden kautta koko kaupungin tapahtumallisuutta alettiin ajatella uudella tavalla.

Vuonna 2018 Kööpenhaminassa kirjattiin periaatteet (Kööpenhaminan kaupunki 2018), joilla urheilun ja festivaalien suur tapahtumia arvioidaan ja jopa aktiivisesti kaupungin toimesta haetaan. Ohjelmaa johtaa tapahtumaraati, jossa on jäseniä kulttuurin, liikunnan, kaupunkimatkailun ja elinkeino-osaston toimialoilta. Raati koordinoi kaupungin roolia tapahtumien hakemisessa, kehittämisessä ja rahoittamisessa. Tapahtumallisuuden tavoitteiksi on kirjattu:

1. Tapahtumien vetovoimaisuus
2. Tapahtumien vaikutus kaupungin brändiin
3. Tapahtumien talousvaikutus
4. Tapahtumien yhteys paikalliseen elämään

Tapahtumallisuuden kehittämisen rahoitukseen kaupunki varasi vuonna 2019 yhteensä 12,5 miljoonaa kruunua.

Huomionarvoista Kööpenhaminan tavoitteissa on sen voimakas yhteys kaupunkilaisten arkeen. Kööpenhamina on ensimmäinen pohjoismainen kaupunki, jossa on herätty myös liiallisen turismin asukkaita häiritseviin vaikutuksiin. Siten on luonnollista, että myös suur tapahtumien osalta halutaan satsata tapahtumiin, jotka kehittävät eivätkä häiritse vakituisten asukkaiden arkea.

## 11.4. Toronto

Vancouveria ja Torontoa kutsutaan vaihtelevasti yhdessä ja erikseen "pohjoisen Hollywoodiksi" (CTV News 2015, Tourism Vancouver 2017). Kaupungeissa on jo 70-luvulta lähtien panostettu elokuva- ja tv-tuotantojen saamiseen alueelle. Tuotantojen merkitys alueen taloudelle ja brändille on huomattu. Vuoden 2017 strategisessa selvityksessä ja toimenpideohjelmassa (Toronton kaupunki 2017) on laskettu, että tuotantojen aluetalouden vaikutus on ollut vuonna 2013 n. 1,18 miljardia kanadan dollaria ja että se on noussut vuoteen 2016 mennessä yli kahteen miljardiin (n. 1,5 miljardia euroa).

On luonnollista, että lyhytaikaisten tuotantojen merkitys on osattu ajatella näissä kaupungeissa myös tapahtumien kautta. Torontossa on panostettu tapahtumien lupaprosessien jouhevuuteen, tapahtumapaikkojen kehittämiseen, viestintään sekä hakuprosesseihin (Toronton kaupunki 2019a).

Kaupungissa on käytössä kuusiportainen tapahtumajaoittelu (Toronton kaupunki 2019b), joka perustuu mm. niiden kokoon, keston ja toistuvuuteen. Ylimpänä hierarkiassa on "megatapahtumat" ja alimpana paikalliset katutapahtumat. Kullekin tapahtumatyypille on kirjattu palvelupolut, jotka samaan aikaan ohjaavat tapahtumien tuottajia ja kirjaavat auki kaupungin roolia tapahtumissa.

Kussakin tapahtumaluokassa hyödyiksi lasketaan vain melko kovia ja kylmiä arvoja: talousvaikutus, matkailuvaikutus, hotellien varausvaikutus sekä medianäkyvyys.

Suurimman megaevent-luokan tapahtumien hakeminen käsitellään Torontossa yksittäistapauksina, mutta hierarkian toiseksi ja kolmanneksi suurimpien tapahtumien (A - n. 200 000 kävijää, ei toistuva ja B - 20 000 - 200 000 kävijää, vuotuinen) hakemiseen on kirjattu prosessi (Toronton kaupunki 2019b). Haettavia tapahtumia arvioidaan yhdeksän kriteerin kautta:

1. Valtion tason rahoitus
2. Yksityisen sektorin rahoitus
3. Alueellinen osallisuussuunnitelma
4. Tuottajan kyvykkyys

5. Haun onnistumisen todennäköisyys
6. Vaikutus kaupungin tapahtumallisuuden kehittymiseen
7. Tapahtuman yhteys kaupungin strategiaan
8. Riskienhallintasuunnitelma
9. Tapahtuman perintö sen tapahtumisen jälkeen

On kiinnostavaa, ettei kriteeristö anna painoa esimerkiksi ympäristövaikutuksille, jotka pohjoismaissa ovat kasvavassa roolissa.

## 11.5. Kansainvälisten vertailukaupunkien tapahtumallisuusstrategiat suhteessa kaupunkien elinvoima- ja kaupunkipolitiikkaan

Kaikkien vertailtujen kaupunkien tapahtumallisuus mitataan monipuolisesti, mutta melko lyhytnäköisesti. Painotus on talouden tunnusluvuissa ja vetovoiman näkökulmasta vain matkailijoiden saamisessa kaupunkiin.

Kriteereissä, strategioissa ja toimenpideohjelmassa on aistittavissa ymmärrys tapahtumien pysyvämpään vaikutukseen, mutta niihin viitataan joko ylätasolla tai ilman mittareita. On vaikea arvioida onko veto- ja pitovoiman ajattelu jätetty pois tahallaan vai vahingossa. Hyvän ja elinvoimaisen kaupungin käsitteistö on mahdollisesti yleisesti katsottu kaupunkisuunnittelun "omaisuudeksi", jolloin sitä ei ole ehkä haluttu omia tapahtumallisuuden perustelemisen käyttöön. Tällainen ajattelu aliarvioi tapahtumien merkitystä ja osoittaa kentän toimijoiden heikkoa itsetuntoa.

**Kansainvälisissä vertailukaupungeissa korostuu talouden ja matkailuviestinnän vaikuttavuudet.**

**Asukkaan näkökulma ja sosiaaliset vaikutukset ovat mukana vain harvoin.**

**Yhteys yleiseen kaupunkikehittämiseen on yhtä hatara kuin Suomessa.**

12



## 12. Helsingin joulun tapahtumallisuuden kehittämistarve

Joulua on vietetty kutakuinkin nykyisiä muistuttavin menoin jo 300-luvulta saakka (Conybeare 1899). Helsinki on perustettu 470 vuotta sitten. Miksi - ja miten - kehittää traditiota, jolla on toisaalta 1700 ja toisaalta melkein 500 vuoden historia?

Ensimmäinen vastaus tähän kysymykseen on aiemmissa luvuissa. Kun kerran tapahtuma ja laajemmin tapahtumallisuus voi kehittää kaupungin veto- ja pitovoimaa luoden lumovoimaa, miksei niin tehtäisi? On ilmeistä, että Helsingillä on mahdollisuus profiloitua nimenomaan talven ja pimeän kauden tapahtumallisuuden kautta, joten joulun ajan kehittäminen on luonteva aloitus.

Toinen syy juuri Tuomaan Markkinoiden kehittämiseen on niiden huono osuminen Helsingin Tapahtumien tiekartan (Helsingin kaupunki 2019c) tavoitteistoon. Tuomaan Markkinat on syntynyt 25 vuotta sitten erilaiseen Helsinkiin ja toisenlaisen tavoitteenasettelun kautta. Markkinat ovat tuontikopio keskieurooppalaisista torimarkkinoista eivätkä siten juurikaan korosta Helsingin omaperäisyyttä. Niiden yhteys asukkaista kumpuavaan omaehtoiseen toimintaan on ohut. Markkinoiden sosiaalisen vastuullisuuden esimerkillisyys on kyseenalaista. Jos kruununhakalainen akateeminen eläkeläinen käy ostamassa ei-helsinkiläiseltä pientuottajalta purkin seitsemän euron hunajaa, ei syntynyt kohtaaminen juurikaan rakenna sosiaalisesti tasa-arvoista ja kaikille saavutettavaa Helsinkiä. Taloudellisen vastuullisuuden kohdalla markkinatapahtuma erottautuu kummallisella tavalla, koska se ei toimi markkinaehtoisesti. Johtuen eettisille pientuottajille suunnattujen myyntipaikkojen matalista hinnoista ja tapahtuman tuotannollisesta viimeistelyasteesta sitä ei voida tuottaa tulorahoitteisesti vaan tapahtuman budjetista melkein puolet on verovaroja.

Kolmas syy kehittää joulun tapahtumallisuutta on sitä nykyisin tuottavan Helsingin tapahtumasäätiön perustamisen ajattelussa. Kaupungin omien tapahtumatuotantojen keskittäminen yhteen konserniyksikköön perustui ajatukselle, että tapahtumia kehitetään nykyistä enemmän kaupungin strategian mukaisiksi. Koska säätiön perustehtävä ei ole säilyttävä vaan kehittävä, on luontevaa, että tätäkin tapahtumaa kehitetään.

**Joulun tapahtumallisuuden potentiaalin ulosmittaaminen on melkein pä liian ilmeinen tehtävä.**

13





## 13. Työpajat

Joulun alusajan tapahtumallisuuden kehittämistä tehtiin useissa eri työpajoissa. Osa niistä jouduttiin järjestämään jonkin toisen kokouksen osana, mutta suurin osa nimenomaan tätä tarkoitusta varten kokoontuen. Työpajojen metodeiksi valitsin Ideo.org:n muotoilutyökalupakin metodikirjastosta (Ideo 2019a) sopivimpia.

### 13.1. Hallituksen pohjakeskustelu

Työpajojen sarja alkoi Tapahtumasäätiön hallituksen kanssa käydylä keskustelulla. Tunnin aikana käytiin läpi Tapahtumien tiekartan (Helsingin kaupunki 2019c) tavoitteisto ja peilattiin niistä kutakin Tuomaan Markkinoiden tuotantoon. Avasin ensin tiekartan tavoitteita: omaperäisyys ja monimuotoisuus sekä sosiaalisesti, ekologisesti ja taloudellisesti vastuullinen, jonka jälkeen kunkin tavoitteen jälkeen hallitus keskusteli siitä, miten Tuomaan Markkinat toteuttaa tai voisi toteuttaa tavoitetta. Koska Tapahtumasäätiön hallituksessa tai henkilökunnassa ei ole sellaisia henkilöitä, jotka olisivat olleet tuottamassa tätä tapahtumaa aiemmin, keskustelu oli analyttistä ja rakentavaa eikä historiaa suojelevaa.

Keskustelussa nousi esiin luvussa 11 esitellyt ongelmakohdat omaperäisyydestä sekä sosiaalisesta ja taloudellisesta vastuullisuudesta.

Ensimmäisen keskustelun jälkeen joulun ajan tapahtumallisuus näytti tältä:

#### Joulun tapahtumallisuus versio 0.1



Kuva 6: Joulun tapahtumallisuuden ensimmäinen versio

### 13.2. Toimiston joulustormaus

Kun tapahtuman kehittämistarve oli yhdessä nähty ja päätetty, oli vuorossa kehittämistehtävän rajaaminen. Kysymykseen “Mitä kaikkea on joulun tapahtumallisuus?” etsittiin vastausta Tapahtumasäätiön toimiston henkilökunnan kanssa. Metodina käytettiin Ideon metodia Brainstorm (Ideo 2019b) ja ideoiden synnyttämistä varten kirjoitettu kysymys kuului: “Mitä jouluna saa tehdä?”. Ennen ideoinnin aloittamista käytiin lyhyt keskustelu siitä,

olisiko parempi kysymyksenasettelu "Mitä jouluna pitää tehdä?" tai "Mitä jouluna voi tehdä?". Koska verbeillä ei nähty erityistä sisällöllistä eroa, pitäydyttiin alkuperäisessä saa-muodossa.

Työpajaan osallistui yhteensä kahdeksan säätiön tuotannon, hallinnon ja markkinointiviestinnän työntekijää. Ideointi tapahtui siten, että kukin läsnäolija kirjoitti post-it-lapuille ideoitaan aina yhden idean per lappu. Laput kerättiin taululle, jossa niitä yhdessä yhdisteltiin ja ryhmiteltiin. Aikaansaannos kuvattiin ja kirjoitettiin ylös. Lopuksi käytiin lyhyt keskustelu siitä, oliko ryhmittelyvaiheessa vielä syntyneet ideoita ja ne lisättiin taululle.

Ideointi tuotti satakunta ideaa, joista osa tosin oli hyvin lähekkäisiä jollekin toiselle. Ideoissa korostui kaupallisen ja epäkaupallisen tekemisen välinen jännite, yksin, perheen ja ystävien kanssa tehtävien asioiden erilaisuus sekä iloisuuden ja rauhallisuuden tarve joulun ajan tekemisessä.

Kun ideoiden joukosta yritettiin löytää erityisesti helsinkiläiset asiat, syntyi ongelmia. Joulun tekemiset ovat niin yleisiä, että kauppahallin tai hautausmaan nimen lisäksi niistä on vaikea löytää helsinkiläisiä erityispiirteitä. Näitä haettiin toisella ideointikierroksella, jonka tavoite oli keksiä nimenomaan helsinkiläisiä tekemisiä. Tällaisia löytyi lopulta muutama, kuten yleiset saunat, toimiva julkinen liikenne, Aleksanterinkadun joulukatu, Stockmannin jouluikkuna ja Lucia-kulkue.

Yleisiä jouluun liittyviä tekemisiä listattaessa keskeisimmiksi joulun alusajan asioiksi nousivat myyjäiset, lumeen liittyvä tekeminen, markkinat, yhteislaulu, kuorokonsertit, naapureiden jouluvalojen vakoilu, kiireen ja kiireettömyyden vaihtelu, joulupolut ja ystävien tapaaminen sekä työkavereiden kanssa hallitun kevyesti juhliminen.

Asiakkaan tarvetta kuvaavina asioina esiin nousi teemoja, kuten yhdessä oleminen, tunnelmointi, kiireen katkaisu ja laatuajan viettäminen. Tarkasteltaessa joulun alusviikkojen ja pyhien eroja nousi esiin ajatus siitä, että koska joulun pyhät vietetään yleensä tiiviisti perheen ja suvun kanssa, ystävien ja työkavereiden kohtaamisen tarve joulun alusviikoilla korostuu.

Ideoinnin ongelma oli sen rajauksessa. Joulun pyhien tekeminen poikkeaa suuresti joulua edeltävien viikkojen tekemisestä. Kun tarkastelua ei oltu rajattu nimenomaan joulun alusajan viikkoihin, ideoita syntyi eniten joulun pyhien tekemisistä. Tämä huomio ohjasi tarkentamaan rajausta tulevissa työpajoissa.

Joulun tapahtumallisuuden kokonaiskuva täydentyi stormauksen kuluessa merkittävästi.

## Joulun tapahtumallisuus ver 0.4



Kuva 7: Joulun tapahtumallisuuden toinen versio

### 13.3. Viestintäosaston työpaja

Helsingin tapahtumallisuuden edistämisen koordinaatiovastuu on keskushallinnon viestintäosaston markkinointiyksiköllä. Tapahtumia tukee ja edistää monin tavoin myös mm. kulttuuri-, liikunta-, nuoriso- ja elinkeinopalvelut, mutta kokonaisuuden koordinaatio -ja edistämisvastuu on kaupunginkanslialla.

Markkinointiyksikön viisihenkisen henkilökunnan kanssa pidetty työpaja oli kolmivaiheinen ja sen tarkempi rakenne on esitelty liitteessä 1.

Ensimmäisessä osiossa osallistujia pyydettiin pohtimaan joulun alusajan tekemisiin liittyviä adjektiiveja, paikkoja ja verbejä. Työpaja noudatti Ideon Explore Your Hunch -metodia (Ideo 2019c), jossa kukin sai esittää ajatuksensa, jonka jälkeen muut saivat jatkaa sitä. Syntyneet ajatukset koottiin muistiinpanoihin.

Syntyneet ideat noudattivat yllättävän pitkälti jo toimiston kanssa syntyneitä. Lumi, myyjäiset, yhteislaulu, kiire, yhdessä oleminen ja muiden muistaminen nousivat esiin eri muodoissaan. Tässä työpajassa nousi voimakkaasti esiin ajatus siitä, että joulua vietetään koko Helsingissä eikä vain keskustassa. Samoin erilaiset hyvän tekemisen tavat ja mahdollisuudet korostuivat.

Toisessa vaiheessa tehtiin toimiston työpajan kaltainen Brainstorm-harjoitus, jonka tulokset noudattivat aikaisempia. Ideoissa korostui uskonottomien jouluperinteiden ajatus mahdollisesti juuri helsinkiläisenä erityispiirteenä.

Kolmas työpaja oli toisinto ensimmäisestä, mutta sillä erotuksella, että osallistujia pyydettiin ottamaan jokin annettu toisen ihmisen rooli. Työpaja noudatti Ideon Role Play -mallia (Ideo 2019d). Roolien kuvaukset on kuvattu liitteessä 2.

Osallistujat innostuivat uudesta asettelusta, mutta koska samassa istunnossa oli tehty jo kaksi harjoitusta, ajattelu oli lukkiutunut jonkin verran aikaisempaan. Jälkikäteen ajatellen tämä osio olisi ollut hyödyllisempi, jos sen olisi voinut tehdä omana erillisenä harjoituksenaan. Ideointi synnytti ajatuksia siitä, että moni julkinen palvelu on kiinni joulun aikaan ja että Helsingissä on paljon yksinäisyyttä, joka kertautuu joulun aikaan. Monelle joulun odottaminen on yksinäisyyden, taloudellisen tilanteen tai traditioihin kuulumattomuuden vuoksi melkein yhtä raskasta aikaa kuin itse joulun pyhien viettäminen.

Loppukeskustelussa kertautui moni aikaisempi ajatus. Miksi yhteislaulutilaisuudet ovat kirkollisia ja kirkoissa? Miksi hallinnollinen Helsinki ei käytä mahdollisuuttaan huomioida joulun alusaikaan juuri keskustan ulkopuoliset alueet? Onko keskustan toimijat ymmärtäneet, että juuri joulun aikaan sen palveluiden monipuolisuus eroaa suurista kauppakeskuksista? Miksi katujen kausivalaistusta ei ole ulotettu edes Hakaniemeen asti? Olisiko koko perheen toiminnalliset joulupolut erityisen helsinkiläinen ilmiö? Miksi niitä on kuitenkin vain muutama?

Työpajan jälkeen tapahtumallisuuden kokonaiskuva alkoi hahmottua jo kokonaisuutena.

### Joulun tapahtumallisuus ver 0.9



Kuva 8: Joulun tapahtumallisuuden kolmas versio

## 13.4. Stadiluotsien työpaja

Helsingin asukasosallisuuden uusi iskuryhmä ovat Stadiluotsit. Nostettuaan asukkaiden osallisuuden tavoitteidensa keskiöön kaupunki perusti kaupunginkanslian viestintäosastolle seitsemän vakanssia kehittämään asukkaiden ja hallintokoneiston välistä keskustelua. Stadiluotsien rinnalla toimii myös Elinkeino-osastolla kaksi yritysluotsia ja 1.4.2020 viestintäosastolla aloitti tehtävässään myös Yöluotsi.

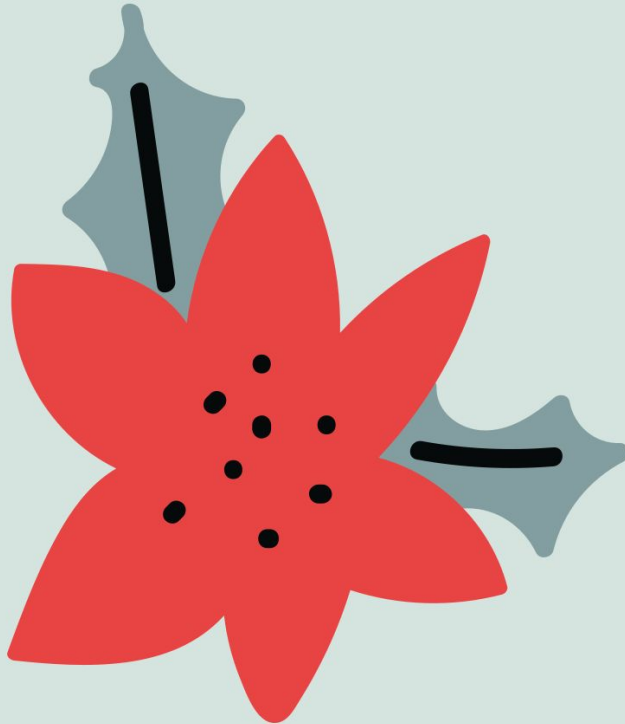
Stadiluotsien kanssa pidettiin työpaja, jossa käytettiin hyväksi luotsien ja asukkaiden välisen yhteyden tuomaa näkemystä siitä, millaisia toiveita asukkailla voisi olla joulun alusajan tapahtumallisuudelle. Työpajan runko on esitelty liitteessä 3.

Työpajan keskeiset löydökset olivat:

1. Monelle jako joulun alusaikaan ja joulun pyhiin voi olla turhan rajaava. Helsingissä asuu ja työskentelee paljon ihmisiä, joille varsinaisiin joulun pyhiin ei liity perheen ja suvun kanssa vietettäviä perinteitä. Nämä ihmiset arvostaisivat sitä, ettei "Helsinki mene kiinni joulun pyhiksi, vaan tapahtumia ja tekemistä olisi silloinkin laajasti tarjolla."
2. Helsingissä on runsaasti työpajamuotoista tarjontaa mm. Työväenopistoissa ja kulttuurikeskuksissa. Tätäkin puolta voisi sekä lisätä että nostaa esiin viestinnällisesti.
3. Omalla asuinalueella tapahtuva vastuullisuutta esiin nostava ja mahdollistava tekeminen on teema, joka nousee esiin asukastilaisuuksissa. Lähipuistoissa tai kokoontumispaikoissa halutaan kokoontua ja toimia asukasyhteisön hyväksi. Tämä on mahdollisuus myös joulun alusajan tapahtumallisuudelle. Moni alueellinen järjestö, kuten Lions Club, Punainen risti, Mannerheimin lastensuojeluliitto ja partiolaiset ja Martat voisivat aktivoitua samankaltaisiin mutta alueellisiin vastuullisuustempauksiin, jos toimintaa aktivoitaisiin ja hiukan koordinoitaisiin.
4. Osallistavan budjetoinnin ehdotuksissa oli useampi yhteisen grillipaikan perustamisen ehdotus. Koska säätila mahdollistaa ulkogrillauksen Helsingissä, voisi tässä olla yksi asukkaille luontevasti mieleinen kehittämissuunta.
5. Yhteislaulu voisi hyvin sekoittua karaokeen. Jo nyt on tilanteita, joissa esilaulu on karaokemaisesti jaettu vastuu ja yleisö voi halutessaan laulaa mukana tai vain nauttia laulusta.

Stadiluotsien yleinen näkemys oli, että joulun alusajan kaupunkilaisten aktivointi voi muodostua heille luontevaksi tavaksi ja syyksi pitää yllä ja kehittää asukasverkostojaan. Jo nyt luotsit nostavat tapaamisissaan ja tilaisuuksissaan Helsinki-päivää ja Taiteiden Yötä ja joulun ajan tapahtumallisuus sopisi hyvin listan jatkoksi myös vuoden kierron kannalta.

14



## 14. Tuomaan Markkinoiden asiakaskysely

Helsingin joulun tapahtumallisen kehittämisen ydin on Tuomaan Markkinat, joka on tällä hetkellä se tapahtuma, joka jo tuotetaan. Vuoden 2019 markkinoiden asiakaskyselyyn vastasi 268 henkilöä ja sen kysymysrunko on liitteenä 4.

Kyselyn tuloksissa saattaa painottua juuri ne asiat, jotka ovat ilmeisiä Tuomaan Markkinoissa - onhan kyselyn vastaajat juuri markkinoiden kävijöitä tai vähintään markkinoiden kohdennetun verkkoviestinnän saavuttamia ihmisiä.

Huomionarvoisia kyselyn tuottamia näkökulmia on kuusi.

1. Kyselyyn vastanneista vain 0,4% ilmoittaa olevansa ulkomaalainen. Lomake oli verkossa myös englanniksi, joten periaatteessa kielitaito ei ole estänyt vastaamasta. Toisaalta 66.8% vastaajista ilmoitti olevansa helsinkiläisiä. Mikäli tämä vastausdata on edes kutakuinkin luotettavaa, täyttää markkinat ajatuksen helsinkiläisiä palvelevasta tapahtumasta, jossa myös ulkomaalaiset ja ulkopaikkakuntalaiset voivat viihtyä.
2. Koska kyselyyn vastanneilta kotipaikakseen Helsingin ilmoittaneilta kysyttiin myös kodin postinumeroa, pystyi tätä 175 vastaajan joukkoa tutkimaan tarkemmin. Keskustan postinumeroalueilta kävijöitä oli vain 17%, mikä on hiukan yllättävää ja kertoo siitä, että tapahtumaan tullaan matkankin päästä. Vastanneista noin kolmannes tuli tapahtumaan ns. raitiovaunu-Helsingin alueelta. Toisaalta metroradan varren postinumeroista (joista osa on päällekkäisiä raitiovaunu-Helsingille) kävijöitä tuli 50%. Helsingin sisäisen joukkoliikenteen toimivuudesta ja/tai asuinalueiden eroista kertoo se, että juna- ja bussiliikenteellä saavutettavilta alueilta paikalle tuli vain kolmannes kävijöistä. Joko metro koetaan junaan helpommaksi kulkuvälineeksi tai sen radan varrella asuu ihmisiä, jotka ovat keskimääräistä kiinnostuneempia osallistumaan tapahtumiin.
3. Ensimmäistä kertaa markkinoille tulleiden osuus, joka on vain 4,9%. Tämä kertoo siitä, että markkinoilla on selkeä kanta-asiakkaiden joukko. Koska markkinoilla arvioidaan käyvän n. 350 000 ihmistä kolmen viikon aikana, tuo joukko ei ole aivan pieni.
4. Neljäs huomio vahvistaa aikaisempaa käsitystä siitä, että joulun alusaikaa - johon 6.-22.12. ajoittuvat markkinat osuvat - vietetään eniten ystävien kesken. Peräti 42,2% kävijöistä ilmoitti tulleensa paikalle tuttavaporukassa, kun perheen kanssa paikalle saapui 41,4% vastanneista. Sattumalta paikalle kertoi tulleensa vain 2,2% kävijöistä.
5. Mitä markkinoista ja Helsingin joulun alusajasta yleensä pidetään tärkeänä. Itse markkinoilla tunnelma sai korkeamman tärkeysarvon (1-5 asteikolla 4,49) kuin myyjät (4,19). Toisaalta kysyttäessä adjektiiveja, jotka kuvaavat Helsingin joulun aikaa kärkeen nousivat perinteinen ja lämminhenkinen. Pian näiden perässä nousivat hiukan vastakkaiset "monipuolinen" ja "vaatimaton". Joulun ajan adjektiiviksi sanan

“yksinäinen” nosti 4,5% vastaajista, joka suoraan Helsingin väkilukuun verrattuna tarkoittaisi sitä, että yli 29 000 ihmistä viettää Helsingissä joulunsa yksi. Tämä on enemmän kuin koko Riihimäen asukasluku.

6. Viimeinen huomionarvoinen esiin nostettava asia on avoimissa kommentteissa useamman kerran noussut ajatus siitä, että jouluihin kausivalaisu keskustan alueella korvaa lumen puuttumista. Näin lumettoman joulun jälkeen onkin helppo kuvitella miten synkkä ja masentava Helsingin keskusta olisi ilman nykyistä melko laajaa kausivalaisua.



15



## 15. Karttakysely

Koska tapahtuma on ajan ja paikan tihentymä, oli luonnollista kartoittaa asukkaille tärkeitä paikkoja. Tämä tehtiin Maptionnaire-kyselyllä 10.-30.12. Kyselystä viestittiin Tuomaan Markkinoiden Facebook-tapahtumassa sekä Sydämeeni joulun teen -Facebook-ryhmässä.

Kolmikielisen kyselyn rakenne on esitelty liitteessä 5. Sen ensimmäisessä kysymyksessä kartoitettiin joulun pyhien ja toisessa joulun alusajan (adventtikausi) tärkeitä paikkoja.

Vastauksia karttakyselyyn tuli vain 39, joista 11 joulun pyhiin ja 28 adventtikauteen liittyen. Vastauksissa nousi Tuomaan Markkinoiden lisäksi Seurasaari, Teurastamon alueen tapahtumat, keskustan jouluvalot sekä kotien läheiset kävelyreitit.

Maptionnaire on kaupunkisuunnittelun asukasosallistamisessa paljon käytetty ja kätevä työkalu, mutta tässä tapauksessa se tuotti vähemmän vastauksia kuin oli toivottu. Kyselyn käyttöliittymä varsinkin mobiililaitteissa on hiukan hankala. Tämä saattoi näkyä siinä, että kyselyä viestittiin sosiaalisessa mediassa, jota usein selataan mobiililaitteella.

16



## 16. Bluetooth-pohjainen asiakasanalytiikka

Osana Tuomaan Markkinoiden asiakasymmärryksen syventämistä tapahtumassa tehtiin kävijöiden matkapuhelimien bluetooth-signaalien kartoituksen pilotti.

Pilotin tavoite oli mitata kävijöiden matkapuhelinten bluetooth-signaalit havaitsevien tukiasemien avulla sekä kävijämäärää, mutta erityisesti kävijöiden viipymäprofiileja. Tapahtuman asiakaskokemuksen kannalta on tärkeää oppia kuinka kauan kävijät torilla tyypillisesti viipyvät. Silmämääräisen arvion mukaan kävijätyyppejä on neljä:

1. Läpikävelijät, jotka saattavat ostaa tuotteen tai kahvin - viipymä 2-5 minuuttia
2. Ostoksilla käyvät asiakkaat, jotka kiertävät alueen huolellisesti ostamansa tuotteen valikoiden - viipymä 20-30 minuuttia
3. Karuselliasiakkaat, jotka lapsineen käyvät maksuttomassa karusellissa ja mahdollisesti ostoksilla - viipymä 20-30 minuuttia
4. Ruokailijaostajat, jotka ostosten ohessa tai jopa ostamatta nauttivat ravintolapihan antimista - viipymä 45 minuuttia

Kuten usein uuttat eknologiaa hyödyntävissä pilottihankkeissa, tässäkin oli ongelmia. Matkapuhelimet vaihtavat bluetoothiin identifioivaa osoitetta 15-30 minuutin välein, jonka vuoksi tukiasemien keräämän datan analysointiohjelmiston pitää kyetä yhdistämään samasta paikasta kerätyt osoitteet yhdeksi osoitteeksi, eli kävijäksi.

Palvelun tuottaneen yrityksen mukaan tämä on mahdollista vain, jos tukiasemia on tarpeeksi tiheässä. Tässä tapauksessa tukiasemia olisi tarvittu toistakymmentä. Koska yritys kertoi tästä rajoituksesta vasta kolmen tukiaseman pilotin jälkeen, ei viipymäprofiileja saatu kartoitettua halutulla tarkkuudella ja tämä osa tavoitetta jäi saavuttamatta. Kokemukset tällaisesta teknisestä ja anonymisoidusta kävijädatan keruusta olivat kuitenkin muilta osin sen verran lupaavia, että pilottia jatkettaneen seuraavina vuosina.

17



## 17. Helsinki Marketing Oy:n teettämä kysely

Helsingin kaupunkibrändistä vastaava konserniyhtiö teetti vuonna 2017 Local Residents' Perceptions of Christmas in Helsinki for City Brand Development -nimisen AMK-lopputyön Helsingin joulun palvelutarjonnan kehittämistarpeista (Hentilä ja Koivunen 2018). Työn ydin on vahvasti joulun tapahtumallisuuteen keskittyvä kysely, johon vastasi 174 ihmistä.

Kysely on erinomaisen sopiva tämän työn taustaksi myös siksi, että sen kysymyksenasettelu kartoittaa nimenomaan asukkaiden ja vierailijoiden joulun ajan tarpeita

Työn pääkysymys on "Mitkä ovat paikallisten asukkaiden näkemykset Helsingin joulun ajasta?". Alikysymykset ovat: "Milloin joulun ajan tapahtuma- ja palvelutarjonnan tulisi asukkaiden mielestä alkaa ja loppua?", "Mitä asukkaat pitävät tavanomaisina joulun ajan ilmiöinä, tapahtumina ja kokemuksina?" ja "Miten asukkaat kehittäisivät joulun ajan Helsinkiä?".

Kyselyn kiinnostavimmat löydökset vahvistavat työpajojen tuloksia.

Joulun alusaikaa halutaan viettää ystävien ja työtovereiden kanssa, jotta varsinaiset joulun pyhät perheen ja suvun kanssa ovat sosiaalisessa tasapainossa. Helsingin joulun tunnelmaa korostavat kausivalaisut koetaan tärkeiksi, koska Helsinkiä ei mielletä "joulupääkaupungiksi". Kysymykseen joulun adjektiiveista tärkeimmiksi nousivat tunnelmallinen, tervetulleeksi toivottava ja iloinen.

Kyselyn perusteella Helsingin ei-uskonnolliset joulun ajan palvelut ja tapahtumat koettiin tärkeiksi. Tässä kohtaa nousi esiin se, ettei joulun kauden urheilun- ja liikuntatapahtumien tarjonta ole kaksinen.

Kysyttäessä joulun joulukauden alkamisen ajankohtaa suosituimmaksi vastaukseksi (31%) nousi 22.-30.11. toiseksi suosituimman (26%) ollessa 15.-21.11. Kyselyssä löytyi myös niitä joulun aloittajia, joiden joulun alkaminen vastaa joulukuussa. Aikaväli 1.-7.12. oli joulukauden alkamisaika 10% vastaajista.

Joulun tapahtumallisuuden kehittämisen kannalta kyselyn tärkein löydös on ihmisten halu ja tarve liikunta- ja jopa urheilutapahtumille. Sen heikkous taas on se, että kyselyssä käytetyssä tapahtumien kategorioinnissa ei myyjäisiä oltu eroteltu markkinoista vaikka niiden ammattimaisuuden taso ja kesto ja siten niiden luomat asiakaskokemukset ovat hyvin erilaisia.

Tapahtumallisuuden kokonaiskuva täydentyi lähes lopulliseen muotoonsa.

## Joulun tapahtumallisuus versio 0.4



Kuva 9: Joulun tapahtumallisuuden kokonaiskuva

18





## 18. Valittujen kaupunkien talvinen tapahtumatarjonta

Koska joulua vietetään länsimaissa laajasti ja on vietetty jo satoja vuosia, oli perusteltua kartoittaa muiden kaupunkien joulun ajan tapahtuma- ja elämystarjontaa. Keskityin tarkastelussa Itämeren alueen ja pohjoismaisiin kaupunkeihin. Vierailin kaupunkien virallisilla ja epävirallisilla matkailun kotisivuilla sekä TripAdvisorissa, joiden kautta hakeuduin myös bloggareiden ja kaupunkifanien sivustoille.

Tukholman jouluisissa aktiviteeteissa nousi tavanomaiset asiat, kuten kauppahallit, lukuisat joulumarkkinat ja Lucia-perinne. Liikunnallisia elämyksiä kaupunki tarjoaa lukuisia pulkkamäistä veneretkiin. Tukholman erikoisuus on elävä joulukalenteri sekä Skansen, jonka joulun ajan tarjonta on laajaa.

Tallinnan tarjonnan keskiössä on vanhan kaupungin joulumarkkinat, jota monipuolistaa nykyisin myös Telliskiven markkinat ja muu tarjonta. Tallinnassakin on Helsingin Jääpuistoa vastaava matalan kynnyksen ulkoilustelualue. Hiukan kaupungin ulkopuolella on Viimsin koko perheen vierailukohde jonka helsinkiläiseksi vertailukohdaksi voisi nostaa Seurasaaren, jonka joulun ajan tarjonta on hämmästyttävän vähäistä.

Kööpenhamina on helposti ja nautittavasti maleksittava kaupunki, joka on satsannut paljon ruokakulttuuriin ja se näkyy myös joulun ajan nostoissa. Kävelykadut ja -alueet ja niiden markkina- ruoka- ja juomatarjonta ovat vahvasti esillä. Kööpenhaminassakin on Jääpuiston vastine. Kaupungin huvipuisto Tivoli elää vahvasti mukana kaikissa vuoden kierron sesongeissa ja siten myös joulun tarjonta on laajaa. Siinä, missä Tallinnan tarjonta herätti kysymyksen Seurasaaren ulosmittaamattomasta joulupotentiaalista, Kööpenhaminan kohdalla sama ajatus nousi Linnanmäestä.

Pietarin ympärivuotinen erityisyys on museo- ja muu korkeakulttuuritarjonta ja näillä kohteilla on paljon joulun ajan tarjontaa. Perinteistä venäläisyyttä ilmentävät yleisten saunojen ja puistojen tarjonta, jossa troikka-ajelut ovat erikoisuus. Venäjällä joulua vietetään hiukan eri aikaan, kuin Suomessa ja länsimaissa, joten se sekoittuu uudenvuoden juhlintaan. Maan ortodoksisen kirkon uudesta vahvasta asemasta kertoo joulun ajan tarjonta, joka on sekä laajaa että voimakkaasti esiin nostettua.

Oslossa on Tukholman tapaan yleinen pulkkamäki ja usean kaupungin tapaan matalan kynnyksen luistelupaikka. Kaupungin kulttuurikohteiden tarjonta ei juurikaan eroa muista vuodenaajoista. Erikoisuutena Oslon tarjonnasta voi nostaa katutaidekävelyt, joita on teemoitettu jouluisiksi tai ainakin talvisiksi.

Göteborgin joulun ajan elämyksiä ovat kylpylä, kauppahalli, talvipuutarha ja joulumarkkinat. Useammassa esittelyssä nousi esiin ydinkeskustan ulkopuolisten kaupunginosien omaperäinen tarjonta ja kausivalaisut. Göteborgissa on erillinen jouluraitiovaunu sekä uudenvuoden juoksupahtuma.

Malmön tarjontaan tutustuminen ei tuonut enää juurikaan uusia näkökulmia siihen, miten joulun aikaa voisi kaupungissa kohottaa tapahtumallisuuden tai elämysten kautta. Kaupungilla on aktiivinen joulun ajan vapaaehtoistoiminnan tapa, jossa asukkaat voivat antaa aikaansa, jotta kaikkien joulu olisi iloinen ja elämyksellinen.

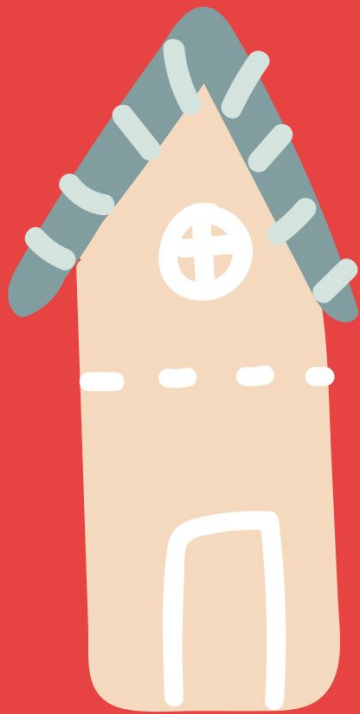
Kymmenien verkkosivujen selaaminen lyhyessä ajassa antoi kiintoisan yleiskuvan siitä, millaisella kuvakielellä tunnelmaa halutaan viestiä. Joulusta kerrotaan yksityisohtaisilla kuvilla höyryävästä glögimukista, iloisista lapsenkasvoista tai yksittäisestä jouluvalosta. Toisaalta kaupungin lämmintä tunnelmaa kuvataan ihmisen silmän korkeudelta otetuilla kuvilla markkina- tai katunäkymistä. Jos kaikkien jakamaa lähestymistapaa haluaisi kuvata yhdellä sanalla, olisi se pateettinen.

**Joulun tapahtumallisuus on melkein yhtä vakiintunutta, kuin joulun vieton perinteet.**

**Runsauden ja samankaltaisuuden seassa erottuminen on vaikeaa ja siksi tärkeää.**

**Hyvä kannattaa kopioida, mutta omanlaisen ja uuden keksimiseen on syytä paneutua.**

19



## 19. Suunnitteluratkaisu: Helsingin joulun tapahtumallinen kohottaminen

Työpajojen, haastatteluiden, kyselyiden ja selvitysten jälkeen hahmottui kuva siitä, mitä kaikkea joulun ajan tapahtumallisuus voi olla. Tämän kuvan valossa se, että Helsingin tapahtumasäätiö tuottaa yhden joulumarkkinatapahtuman (kuvassa punainen piste) näyttäytyy yhä erikoisemmalta.

Kuva sisältää sekä asioita, joita kaupungissa jo tapahtuu että asioita, joita voisi tapahtua, kaupunkilaiset haluaisivat tapahtuvan tai joilla joulun alusaikaa muualla tapahtumien keinoin kohotetaan.

### Joulun tapahtumallisuus versio 1.0



Kuva 10: Joulun tapahtumallisuuden kokonaiskuva sisältäen Tuomaan Markkinat

Koska tapahtuma on käsitteenä hitusen epäselvä ja yksi niiden keskeisistä vaikutuksista on kaupunkilaisten oman aktiivisuuden lisääminen, on tärkeää jaotella mahdollisuuksien avaruutta. Tätä puoltaa myös se ajatus, että Tapahtumasäätiön tehtävä ei suinkaan ole tuottaa kaikkia Helsingin joulun alusajankaan tapahtumia, vaan valita omalle vastuulleen ne tapahtumat, joilla kokonaisuutta halutaan kehittää.

Kuvassa 12 tapahtumallisuuden kokonaiskuva on jaettu kolmeen osaan sen mukaan millainen rooli Tapahtumasäätiöllä voisi tai tulisi olla.

## Joulun tapahtumallisuus - työkalut



Kuva 11: Joulun tapahtumallisuuden kehittämisen suunnitteluratkaisu

On tapahtumia, jotka Tapahtumasäätiö voisi hyvin itse tuottaa vastuullisena ja aktiivisena operaattorina. Suuri osa näistäkin tapahtumista voisi kuitenkin syntyä jonkun aivan muun toimijan toimesta. Tätä varten pitäisi löytyisi yritys, järjestö tai kansalaisjoukko, joka näkee kyseisen tapahtuman tuottamisen itselleen merkityksellisenä ja saa siihen tarvittavat resurssit siltä osin, kuin heillä ei ennestään ole osaamista ja/tai rahallisia resursseja kattamaan liiketoiminnallisen osan ulkopuoliset kulut. Tämä ajattelumalli on myös "kaupunki alustana" -ajattelun mukainen tapa kehittää Helsinkiä.

Toinen kokonaisuus on tapahtumat, joiden syntymistä säätiö voi edistää toimimalla aktiivisesti kaupunkiorganisaation ja verkostojensa sisällä. Näiden syntyminen on pitkälti kiinni siitä, syntyykö Helsinkiin kesän tapahtumakautta vastaava talvinen tapahtumallisuuden perinne, joka positiivisena kierteenä lisää talvikauden aktiivisuutta.

Kolmantena kokonaisuutena esiin nousi tapahtumallisuus, joka jo löytyy Helsingistä, mutta jonka sirpaleisuuden ja yksittäisen tapahtuman pienuuden vuoksi jää suurelta osin näkymättömiin. Näitä tapahtumia voi nostaa esiin puhtaasti viestinnällisin keinoin. Kun näiden tapahtumaluokkien nykyinen olemassa oleva tapahtumallisuus saadaan esiin, on oletettavaa, että vastaavanlaisia tapahtumia syntyy lisää.

### 19.1. Suunnitteluratkaisun kategorioiden avaaminen

Markkinatapahtumien potentiaali keskittyy sopivien markkinapaikkojen ja toimijoiden ympärille. Tuomaan Markkinoille haluaa myyjäksi joka vuosi melkein kaksi kertaa niin monta pientuottajaa, kuin siellä on myyntipaikkoja. Näitä ylijääneitä myyjiä voitaisiin ohjata toisille markkinoille, joita voisi olla vaikka Hakaniemessä, Suvilahdessa, Lapinlahden sairaalan alueella, Suomenlinnassa tai alueellisten kulttuurikeskusten (Kanneltalo, Maunulatalom Malmitalo, Stoa ja Vuotalo) piholla ja auloissa. Aineettomien lahjojen myyminen osana pientuottajien tuotteiden valikoimaa olisi ajan ja joulun hengen mukainen lisä

markkinatarjontaa. Koska markkinatapahtuman tuottamisen vaikein osa on sopivien myyjien löytäminen, voisi juuri tätä pullonkaulaa avata ja siten madaltaa muiden markkinatapahtumien tuottajien kynnystä kehittämällä Tuomaan Markkinoiden myyjähausta laajemman Helsingin joulumarkkinoiden myyjähaun.

Yksittäisiä tapahtumia on Helsingissä jo mm. Lucia-kulkueen ja joulukadun avajaisten perinteet, mutta kokonaisuutta voisi kasvattaa vaikka tivolilla Kansalaistorilla tai jatkamalla sightseeing-veneiden kautta joulun asti. Adventtisunnuntaiden kohottaminen erityisiksi päiviksi olisi myös luonteva lisäys. Vuonna 2017 Suomen juhliessa 100-vuotiaasta itsenäisyyttä synnytetään juhlapäivän aattoon 5.12. tapahtuma, jonka ajatus olisi juhliä itsenäisyyttä. Tapahtuman taustalla oli se huomio, että Suomessa itsenäisyyspäivää vietetään. Itsenäisyys on kuitenkin asia, joka ansaitsee myös juhlimista. Tästä ajatuksesta voisi hyvin rakentaa perinteen.

Lumi - tai oikeammin sen puuttuminen - nousi esiin useissa työpajoissa ja haastatteluissa. Koska lunta voi tuottaa melko edullisesti, ei olisi kummoinenkaan ponnistus tuottaa suuria keinolumikinoksia lasten iloksi eri puolille kaupunkia. Lumi on myös osa matkailijoiden alitajuista asiakasodotusta, joten sen puuttuminen lienee monille pettymys. Suurten lumisateiden aiheuttama kaaos on Helsingissä yhdenlainen tapahtuma. Tällaisten päivien varalta voisi kehittää tapahtumakonseptin, joka käynnistetään aina suuren lumisateen aikana ja jälkeen. Vastaavanlainen tapahtuma on Amsterdamissa kanaalien jäätyminen. Aina, kun luonto sattumalta jäädyttää kanaalit, asukkaat pyrkivät unohtamaan päivätyönsä ja rientämään kanaaleille luistelemaan ja viihtymään.

Liikuntatapahtumien vähäisyys nousi esiin varsinkin Helsinki Marketingin tekemässä kyselyssä. Joulun aikaan ei juurikaan liity urheilun eikä liikunnan tapahtumien perinteitä. Rautatientorin Jääpuiston ja Botnia-HIFK -jääpallo-ottelun lisäksi joulun alusaikaan mahtuisi useita muitakin tapahtumia. Koska urheilu ja liikunta ovat vahvasti seuravetoisia asioita, tulisi tätä osaa kokonaisuudesta kehittää niitä kuulemalla, kirittämällä ja mahdollisesti rahallisesti tukemalla.

Yhteislaulu on yksi joulun suuria perinteitä. Tilastokeskuksen "Joulu tilastojen valossa 2019" kertoo, että "Kauneimmat joululaulut -tilaisuuksia järjestetään tänä jouluna jo 47. kerran. Yhteislaulutilaisuuksia varten on painatettu 800 000 lauluvihkosta. Kauneimpia Joululauluja lauletaan kirkkojen lisäksi vanhainkodeissa, ravintoloissa, kauppakeskuksissa ja sairaaloissa, ja niitä kokoontuvat laulamaan myös ulkosuomalaiset eri puolilla maailmaa." (Tilastokeskus 2019). Näiden tapahtumien haaste on se, että joulun yhteislauluperinne on vahvasti uskonnollinen. Kauneimmat joululaulut -konseptia hallinnoi Suomen Lähetysseura ja pääasiallinen laulupaikka on kirkko. Tradition rinnalle voisi kehittää uskonnottomien laulujen yhteislaulun perinteen, jonka tapahtumapaikkoina voisivat toimia koulut, kirjastot ja vaikka kaupungintalo. Toisaalta aivan yhtä hyvin voisi ryhtyä aktiiviseen keskusteluun lähetysseuran kanssa siitä, että se lisäisi lauluihin yhä enemmän ei-kristillisiä ja jopa ei-suomenkielisiä kappaleita. Varsinkin Helsingissä tälle olisi tarvetta, koska monikulttuurisuus on täällä suurempaa kuin muualla Suomessa.

Staattisista joulun elementeistä voi varsin perustellusti väittää, etteivät ne ole tapahtumia lainkaan. Aleksanterinkadun joulukatu ja keskustan kausivalaisu ovat kuitenkin elimellisiä osia joulun tunnelman syntymistä. Kausivalaisua tulisikin laajentaa ainakin Hakaniemeen ja

marraskuussa 2020 avattavalle uudistetulle Hämeentielle. Kausivalaisu olisi myös melko kustannustehokas tapa tehdä joulua näkyväksi lähiöissä. Tällaisilla panostuksilla voisi hyvinkin olla samankaltaisia vaikutuksia ihmisten osallisuuteen kuin Maunulatalolla oli alueen äänestysaktiivisuuteen. Staattisena ominaisuutena voi nähdä myös Stadiluotsien työpajassa nousseen tarpeen lisätä Helsingin grillipaikkojen määrää.

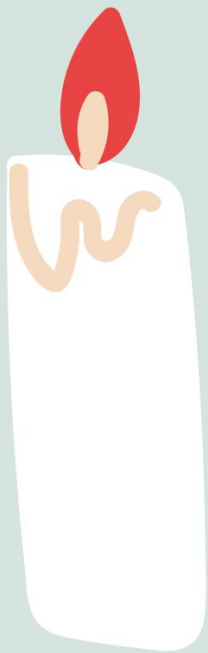
Konsertit ovat kiinteä osa joulun perinteitä. Niitä järjestetään ammattimaisesti ja harrastajapohjalta niin kirkoissa kuin konserttisaleissakin ja kouluissa. Solistit, kuorot ja niiden yhdistelmät keräävät joulukonsertteihinsa suuria yleisöjä. Tämän joulun tapahtumallisuuden osan näkyväksi tekeminen kaiketi riittäisi myös lisäämään niiden määrää ja yleisöjä. Pelkästään keräämällä tieto kaikista joulun konserteista yhteen paikkaan ja viestimällä siitä aktiivisesti nostaisi perinteen paremmin esiin. Mahdollisuus päästä osaksi tällaista viestintää pienentäisi uusien konserttien järjestäjien taloudellista riskiä tapahtumistaan ja näin ollen voisi hyvinkin lisätä konserttien määrää ja monipuolisuutta.

Myyjäisiin pätee täsmälleen sama logiikka kuin konsertteihin. Likipitäen jokainen koulu, oppilaitos ja urheiluseura järjestää jonkinlaiset joulumyyjäiset, mutta kokonaisuus ei näy millään tavoin ulospäin. Myyjäisperinne on vahvasti asukkaita ja lähiyhteisöjä yhdistävät, joten se ansaitsisi tulla nostetuksi kaupallisen joulun vieton ja markkinoiden rinnalle. Tapahtumasäätiö tuottaa jo Helsinki-päivän ja Taiteiden Yön tapahtumia, jotka perustuvat verkostomaiselle tekemiselle. Sadat toimijat ympäri kaupunkia tekevät näissä tapahtumissa omia osatapahtumiaan ja ilmoittavat ne verkkolomakkeella säätiölle, joka tekee kokonaisuudesta yhteisviestintää ja nostoja. Sama tekninen alusta mahdollistaisi melko vaivattomasti myyjäisten ja konserttien kokonaisuuksien näkyväksi tekemisen.

Saunominen on osa joulun perinteitä. Sosiaalisena rituaalina se luo paikan viettää aikaa yhdessä perheen, ystävien, työkavereiden tai tuntemattomien kanssa. Helsingin yleisten saunojen määrä on hitaasti kasvanut ja niissä riittää saunojia joulun aikaan. Joulun pyhinä auki olevat saunat toimivat jopa yksinäisyyttä poistavina paikkoina saunakulttuurin avoimuuden ja anonymisyyden kautta. Helsingissä on järjestetty muutamana vuotena Helsinki Sauna Day, jossa kuka tahansa on saanut avata kotisaunansa kenen tahansa saunottavaksi. Tämän teemapäivän voisi siirtää tai toisintaa joulun alla ensin kerran ja mahdollisesti jopa viikoittain. Koko Suomen ja siten myös Helsingin matkailullinen erityisyys on saunakulttuuri. Tätä voisi laajemminkin kohottaa kehittämällä saunojen Airbnb-palvelun, jossa hyvän kotisaunan omistava ihminen voisi vuokrata saunaansa verkkoalustan kautta.

Joulun tapahtumallisuus on jo nyt laajaa ja monipuolista, mutta se sisältää valtavasti ulosmittaamatonta potentiaalia. Tapahtumat ovat suhteellisen edullinen, nopea ja helposti kohdennettava työkalu haluttiinpa sitten aiheuttaa asukkaiden välistä koheesiota, taloudellista toimeliaisuutta tai aineksia kaupunkibrändin kirkastamiseen. Tämä suunnitteluratkaisu on vasta ensimmäinen versio joulun alusajan tapahtumallisuuden lisäämisestä. Laajuutensa ja löydöstensä monipuolisuuden vuoksi kokonaisuutta uskaltaa väittää lupaavaksi tai jopa herkkulliseksi.

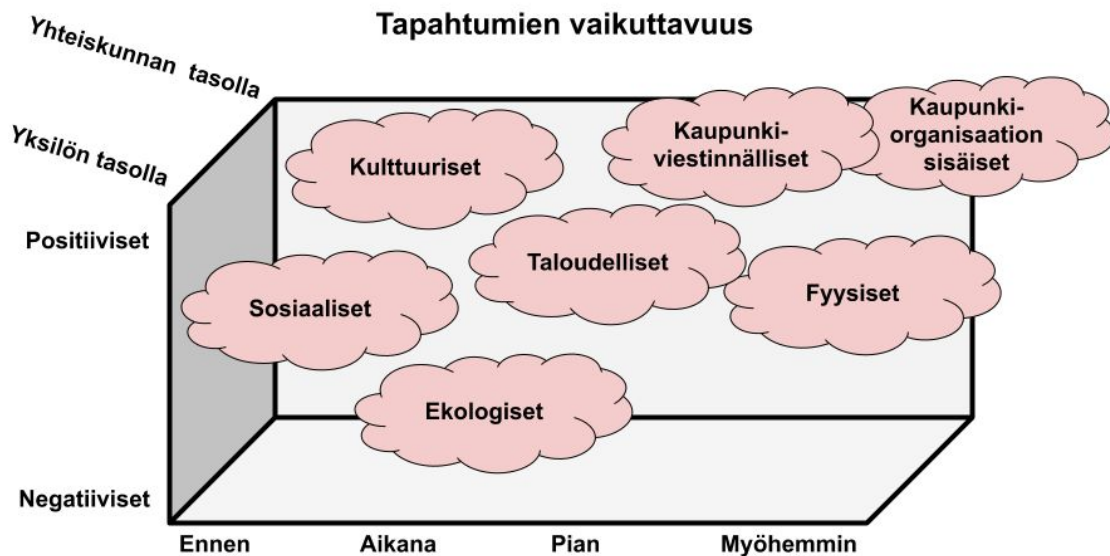
20





## 20. Suunnitteluratkaisun vaikuttavuus

Luvussa neljä koostettiin tapahtumien vaikuttavuuden eri tasoja ja suuntia. Suunnitteluratkaisun arvioiminen tämän koordinaatiston suhteen antaa hyvän kuvan siitä, onko tehty työ tuottanut halutulla tavalla vaikuttavan lopputuloksen.



Kuva 12: Tapahtumien vaikuttavuuden yhteenveto

Akselilla positiivinen - negatiivinen vaikutus voidaan huomata, että suunnitteluratkaisu tuottaa samoja negatiivisia ekologisia vaikutuksia, kuin mikä tahansa tapahtuma tai ihmisjoukon toimeliaisuus. Toisaalta tapahtumien kohdalla on aina syytä tehdä arviointi siitä, mitä muuta yleisö tekisi sillä ajalla, jonka käyttää tapahtumassa vierailuun. Voi hyvin olla, että tapahtumassa vierailu vähentää jotain muuta ekologista kuormaa eikä käynnin synnyttämää jalanjälkeä tällöin pidä laskea sellaisenaan. Koska kyseessä on joulu on perusteltua olettaa, että ihmiset, joille joulun aika muutenkin yksinäisyyden, taloudellisen tilanteen tai muun syyn vuoksi on raskasta aikaa, kokevat myös joulun kasvaneen tapahtumallisuuden painostavana asiana. Tätä vähentänee tapahtumallisuudessa korostuva sisältöjen maksuttomuus sekä uskonnon merkityksen pienentäminen.

Yksilön ja yhteiskunnan akselilla vaikutuksia voidaan nähdä useita. Joulun ajan valmiiksi voimakkaan yhteisöllisyyden lisääntyminen ja "joulupöyhköjen" verkottaminen ovat pysyviä kulttuurisia ja sosiaalisia muutoksia. Jos suunnitteluratkaisun tuottama tapahtumallisuus tuo esiin ja näkyväksi sen ihmisjoukon, jolle joulun aika on erityisen tärkeää, syntyy irrallisen ihmisjoukon keskinäistä vahvistumista. Siinä, missä Pride-kulkue kokoaa seksuaalisen tasa-arvon hiukan hajallaan olevat kannattajat tai Cruising-illat synnyttävät autoharrastajien keskuuteen yhteisöllisyyttä, voi joulun tapahtumallisuus toimia alustana niille ihmisille, jotka vielä epäröivät oman jouluhössötyksensä olevan vain harvojen harrastus.

Ratkaisun ajallisista vaikutuksista kiinnostavimpia ovat pitkän ajan kuluessa syntyvät. Mikäli Helsinki pystyy profiloitumaan modernina mutta perinteitä kunnioittavana, riehakkaana mutta rauhallisena, toimivana mutta hauskana kaupunkina pimeään mutta valoisaan aikaan tavalla, jossa yhdistyy uskonnollisuus ja sekulaarisuus, on se saavuttanut juuri sitä kontrastisuutta ja arvoihin pohjaavaa edelläkävijyyttä, jota se sekä haluaa että tarvitsee.

Kaupunkiorganisaation sisäisesti suunnitteluratkaisun keskeisiä vaikutuksia pitäisi olla kyky hyödyntää uuden tapahtumallisuuden vaikutukset paremmin kuin tähän asti tapahtumallisuuden vaikutukset on osattu hyödyntää. Koska tapahtumien kokonaisuus on suunniteltu pitäen koko ajan mielessä Helsingin keskeiset strategiset tarpeet, on lopputuloksesta mahdollista löytää ne elementit, jotka kulloinkin on perusteltua käyttää käsillä olevan tavoitteen saavuttamiseen.

**Suunnitteluratkaisu palvelee kaikkia tapahtumaan osallistumisen asiakasmotiiveja:**

**Diggailu - halu nauttia sisällöstä**  
**Hengailu - halu unohtaa arjen velvoitteet**  
**Dokailu - halu päästää irti**  
**Pokailu - halu etsiä kumppania**  
**Tärkeily - halu osoittaa edelläkävijyyttään**

21



## 21. Suunnitteluratkaisun suhde Helsingin veto- ja pitovoimaan

Helsingin kaupungin keskeinen tulevaisuuden menestystekijä on se, kuinka hyvin kaupunki houkuttelee kansainvälisiä ja kotimaisia osaajia. Kuten tämän työn teoriaosuudessa kattavasti selvitettiin, tämän tavoitteen saavuttamisen keskiössä on asioita, kuten asumisen hinta, koulutustarjonta ja mahdollisuus nähdä itselleen ja perheelleen hyvä - tai ainakin nykyistä parempi - elämä.

Toisaalta tämän vetovoiman rinnalla kulkee tavoite siitä, kuinka hyvin Helsinki kykenee pitämään asukkaansa. Olipa kyseessä peliyritykseen töihin tullut aasialainen osaaja tai opiskelupaikan perässä Helsinkiin muuttanut kainuulainen, Helsingin tulevaisuuden kannalta oleellista on se, että tulijat juurtuvat uuteen kotikaupunkiinsa.

Suunnitteluratkaisu luo puitteet muuttaa Helsingin pimein ja synkin vuodenaika tapahtumien sarjaksi. Ratkaisu synnyttää Helsingin tapahtumallisuuden toisen periodin kesän tapahtumallisuuden vastapainoksi. Joulukauden tapahtumallisuuden erityispiirre on se, että tapahtumat pimeän, kylmän ja märän vuodenajan osana ylittävät melkein automaattisesti ennakko-odotuksen.

Tapahtumallisuus ei itsessään ole kuin sarja tapahtumia. Olisi liikaa pyydetty, että tapahtumat tekisivät muuta viestintätöitä kuin omien yleisöidensä tavoittaminen edellyttää. Näin ollen jää Helsingin kaupungin muiden organisaation osien tehtäväksi hyödyntää joulun tapahtumallisuutta kaupungin kiinnostavuuden osatekijänä. Helsingistä kirjoitetaan liian usein "piilotettuna aarteena" tai "kaupunkina, joka yllättää positiivisesti". Tällaiset luonnehdinnat eivät lopun viimein kerro mistään muusta kuin siitä, ettei Helsinki ole osannut kertoa itsestään tarpeeksi röyhkeästi ja kovaäänisesti.

**Joulun aika voisi melko helposti olla Helsingissä yhtä vilkas tapahtumakausi kuin loppukesäkin.**

**Tapahtumien tuottaminen tuottaa vain tapahtumia. On muiden tehtävä liittää ne osaksi kaupungin suurempaa tarinaa.**

22



## 22. Suunnitteluratkaisun arviointi Helsingin kaupungin kulttuurin ja vapaa-ajan toimialan asiakasprofiileiden suhteen

Helsingin kaupunki on panostanut palvelumuotoiluun vuoden 2012 muotoiluvuoden jälkeen paljon. Osana vuoden 2017 organisaatiouudistustaan kulttuurin ja vapaa-ajan toimialalle (KUVAn) luotiin motivaatiopohjaiset asiakasprofiilit.

Palvelumuotoilutoimisto Pentagon Designin vetämän ja laajasti toimialan henkilöstöä ja asiakkaita osallistaneen prosessin lopputuloksena vuonna 2018 julkaistiin KUVAn asiakasprofiilit (Helsingin kaupunki 2019a). Profiilit jakavat nykyiset ja potentiaaliset liikunnan, kulttuurin, nuorison ja kirjaston palveluiden asiakkaat kahdella muuttujalla nelikenttään.

Profiilit perustuvat nelikenttään, jonka akselit ovat kuntalaisen pystyvyys olla palveluiden käyttäjä ja avoimuus palveluiden kirjjon suhteen. Näin syntyy neljä kaupunkilaisprofiilia:

- Järkkymättömät, jotka ovat pystyviä, mutteivat avoimia uudelle
- Hemmotellut, jotka ovat sekä pystyviä että avoimia
- Toiveikkaat, jotka ovat avoimia, mutta joiden pystyvyys olla aktiivinen palveluiden käyttäjä on vähäinen
- Innostettavat, joilla on sekä vähäinen pystyvyys että avoimuus

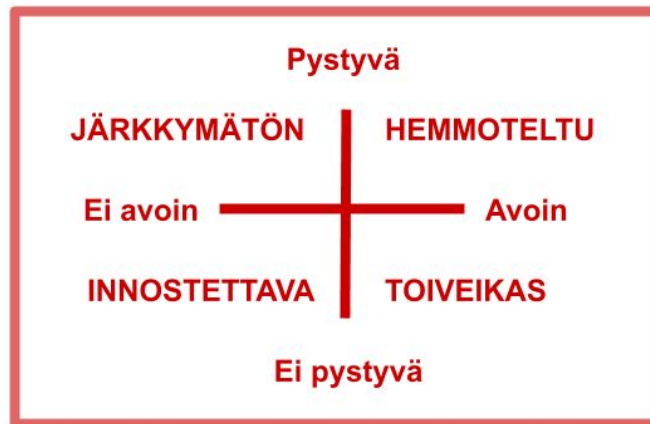
Voisi olettaa, että juuri joulun viettoon liittyy tapoja ja perinteitä, joita noudatetaan järkkymättömästi. Toisaalta joulun tapahtumallisuuden osallistumisen pystyvyys saattaa juontua yksinäisyydestä tai vähäisistä taloudellisista resursseista.

Asiakasprofiilit on luotu koko toimialan käyttöön tuotannosta viestintään, mutta niiden ensisijainen tehtävä on palveluiden kehittämisessä. Tässä tavoite on nimenomaan luoda palveluita, joilla löydetään asiakkaaksi toiveikkaita tai jopa innostettavia järkkymättömien tekemisen kirjjon laajentumisen tai hemmoteltujen aktiivisuuden kasvamisen entisestään ollessa toissijaisia tavoitteita.

Mikään joulun tapahtumallisuuden kokonaisuus ei - ainakaan lyhyellä aikavälillä - pysty poistamaan helsinkiläisten yksinäisyyttä, mutta lienee luvallista ajatella, että tapahtumien monipuolistuminen, alueellistuminen ja nimenomaan maksuttomien tapahtumien määrän lisääntyminen luovat edellytyksiä uudenlaiselle osallistumiselle.

Mikäli alueellisia ja vahvasti asukaslähtöisiä tapahtumia, kuten myyjäisiä nostetaan nykyistä voimakkaammin näkyviin, tuodaan esiin juuri niitä kaupunkiaktiivisuuden ilmentymiä, joiden tekeminen voimaannuttaa tekijöitään. Toisaalta panostamalla ei-uskonnollisten tapahtumien tarjontaan voidaan luoda joulun perinteeseen luontevia liittymiskohtia ihmisille, joille kristinusko ei ole merkitsevä osa ihmisyyttä.

Kuten moni kunnallinen palvelu, myös KUVA-toimialan palvelut ovat samaan aikaan sisältöjä, mutta myös ennaltaehkäisevää yhteiskunnan koheesiota lisäävää työtä. Matalan kynnyksen alueelliset ja maksuttomat tapahtumat, jotka yksinkertaisimmillaan voivat olla lumikasa muuten lumettomassa puistossa, ovat osoituksia julkisen vallan muistamisesta. Ne luovat kaikille saavutettavia tekemisen ja kohtaamisen paikkoja tavalla, johon on vaikea liittää ensimmäistäkään negatiivista mielleyhtymää.



23





## 23. Uudet tutkimuskysymykset

Keskeinen lisätutkimuksen mahdollisuuden avaava osa tätä työtä on aikaansaatu suunnitteluratkaisu.

Vaikka tapahtuma eittämättä on palvelu, voiko sitä tällä tavoin kehittää?

On selvää, että palvelumuotoilun prosessia noudattamalla voi kehittää tapahtumaa, sen osaa tai asiakaskokemusta. Tapahtumien tuottamiseen liittyy usein intohimo sen sisältöä kohtaan. Tämä intohimo sisältyy usein myös tapahtumassa asiakkaan käymiseen. Jos tapahtuman sisältöä ja konseptia kehitetään lähes kliinisellä muotoiluajattelulla, menetetäänkö silloin jotain tapahtuman erityisyydestä? Onko tapahtumassa vierailu kokemus, jossa asiakas ei halua yhtä sujuvaa palvelupolkua kuin verkkokaupassa asioidessaan?

Jos kutakuinkin kaikenlaisia palveluita on kehitetty palvelumuotoilun keinoin, mitkä ovat ne kokonaan uudet tapahtumat, jotka on tuotettu tällaisella prosessilla?

Voimakkaasti tuotteistettuja ja vahvasti kaupallisten näkökulmien kautta kehitettyjä tapahtumia ovat mm. Monster Jam -autokilpailut ja vapaapainin WWE-sarja. Molemmissa katto-organisaatio omistaa lajinsa ja kaikki sen keskeiset toimijat ovat kiinteässä ja usein yksinoikeudellisessa sopimussuhteessa katto-organisaatioon.

Koska kaupallisen intressin keskiössä on usein kassavirta ja konseptin skaalautuvuus eikä uniikki kävijäkokemus, tuottaa tällainen muotoiluprosessi lähinnä nopeasti kasattavia ja purettavia kiertäviksi suunniteltuja tapahtumia. Rockfestivaalien puolella tätä mallia edustavat mm. Lollapalooza-, Warped- sekä OzzFest-kiertueet.

Löytääkseen uniikkeja, mutta kävijälleen henkilökohtaisen elämyksellisiä yksittäisiä tapahtumia, pitää hakeminen kaikesti aloittaa aivan muualta kuin globaaleista tapahtumabrändeistä. Voisi arvata, että tällöin löytää hyvinkin vahvasti kohderyhmiensä motivaatioiden kautta kehittyneitä tapahtumia, joiden asiakaskokemus on rikas ja yhtenäinen. Yhtä lailla voisi arvata, että niiden tapahtumien takana on ihmisiä, joilla ei suinkaan ole palvelumuotoilun kokemusta vaan voimakas kohderyhmän ymmärrys. Tapahtumatuotannon voimakas vuosisykli itsessään ohjaa tuottajan toimimaan muotoiluajattelun iteraatioperiaatteella, jolloin lopputulokset voivat olla hyvinkin paljon muotoiluperiaatteiden mukaisia vaikkei tuotannossa ole koskaan piirretty yhtään kaksoistimanttia.

Tästä päätyy väkisinkin siihen oletukseen, että alkeellinenkin palvelumuotoilun osaaminen kehittäisi monia tapahtumia nykyistä paremmiksi asiakkailleen ja sitä kautta kannattavammiksi tuottajilleen. Jo yksinkertainen asiakaspersoonien avaaminen ja palvelupolkujen mallintaminen kaikella todennäköisyydellä kehittäisi suurta osaa nykyisistä tapahtumista. Kun tapahtuman tuottaja näkisi paperilla, että tapahtumaan saapuvan asiakkaan kolmesta viiteen ensimmäistä asiakaspalvelukontaktia luovat turvallisuusorganisaation eri osat liikenteenohjaajista narikkapalvelun kautta lipuntarkastajiin

ja turvatarkastuksen tekijöihin, päätyisi heistä suuri osa suurella todennäköisyydellä kehittämään juuri näiden palvelutehtävien osaamista ja palvelutapaa.

Toinen keskeinen jatkotutkimuksen aihe on tapahtuman hallintojuridinen asema. Tätä työtä tehdessä kävi ilmi, ettei sitä ole juurikaan avattu alan kirjallisuudessa. Jos aloittaa loogisen päättelynsä siitä, että tapahtumallisuus luo parempia kaupunkeja ja että elinvoimaiset kaupungit kehittävät kotimaittensa elinolosuhteita, päätyy väistämättä siihen päätelmään, että valtioiden ja kaupunkien kannattaisi kaikessa viranomaistyössään helpottaa tapahtumien tekemistä.

Koska Suomessa tapahtuman kesto käytännössä määritellään kuntatasolla rakennusjärjestyksessä, voi kunta kuin kunta pidentää sitä valtuutonsa päätöksellä. Olisi aiheellista tehdä jonkin kokoinen harjoitus siitä, millaista esim- Helsingin tapahtumallisuus voisi olla, jos kahden viikon sijaan raja olisikin 30, 90 tai jopa 120 päivää. Syntyisikö sellaisia riskejä, jotka pitää huomioida mutta ennen kaikkea millaista tapahtumallisuutta Helsinkiin voisi syntyä. Yksi tämän tarkastelun kulma olisi kartoittaa mitä toimintoja kaupungissa jo on, joiden hallinnollinen asema tällä uudella rajauksella selkiytyisi ja mahdollisesti samalla kevenisi.

Yksi työn keskeinen aikaansaannos on kokonaan uudenlainen tapahtumien vaikuttavuuden arvioinnin rakenne. Olisi luontevaa tehdä tätä mallia käyttäen seurantaa, jolla voisi - jos ei mitata - niin ainakin arvioida uudenlaisen tapahtumallisuuden vaikuttavuutta. Toisaalta saman mallin toimivuutta muiden palveluiden vaikuttavuuden arviointiin sietäisi arvioida. Koska vaikuttavuus varsinkin pitkällä aikajänteellä on niin moniulotteinen asia, voisi ajatella, että hiukan tässä työssä rakennettua mallia kehittämällä voisi aikaansaada yleisemminkin kulttuurin ja vapaa-ajan palveluiden vaikuttavuuden arvioinnissa käyttökelpoisen pohjan.

Tässä työssä on esitetty likipitään röyhkeä ajatus siitä, että kaupunkiorganisaation toiminnallinen notkeus kehittyy tapahtumien moninaisia tarpeita palvelussa. Samalla on esitetty ajatus siitä, että tätä notkeutta voisi käyttää paljon tapahtumia syvempien, laajempien ja visaisempien ongelmien ratkaisemiseen. Tämä ajatusloikka edellyttäisi lisää tutkimista. Voiko palvelumuotoilulla kehittää organisaation sisäistä yhteistyötä, joka edellyttää eri hallinnon tasojen ja siilojen välistä yhteistyötä? Onko hallinnollinen mutkattomuus opittava kyvykkyys, jota voi siirtää hallintorakenteen sisällä?

**Voiko tapahtuman palvelumuotoilla ja suunnitella epäkiinnostavaksi asti?**

**Voisiko tapahtuma kestää 30, 90 tai jopa 120 päivää?**

**Synnyttääkö tapahtumien tarpeiden huomioiminen haluttua hallinnollista notkeutta?**

24



## 24. Lopuksi

Tässä työssä on tuotettu suunnitteluratkaisu, jossa voidaan kehittää ja kohottaa Helsingin joulun alusajan tapahtumallisuutta. Ratkaisu on suunniteltu toteuttamaan Helsingin kaupungin keskeisiä strategisia tavoitteita kaupungin veto- ja pitovoimaisuudesta, jotka turvaavat kaupungin kasvun ja menestyksen.

Vasta aika näyttää, miten suunniteltu ratkaisu toteutetaan ja kuinka sen tavoitteet toteutuvat. Joulua on vietetty noin 1700 vuotta ja Helsinki on pian 500-vuotias. Muotoiluajattelun iteraatiokierros on tapahtumallisuuden kehittämiseksi vuosi.

Suunnitteluratkaisu sisältää useita eri osia, joita voidaan kehittää hiukan erilaisin metodein. Tämä on ratkaisun vaikeus, mutta myös vahvuus. Suunniteltu ratkaisu kunnioittaa sitä, mitä Helsinki ja helsinkiläiset luonnostaan ovat ja korostaa niitä. Näin se voi synnyttää aidosti omaperäisiä ja omanlaisia tapahtumallisuuden osia, joiden juuret ja keskeiset tekijät eivät ole kaupungintalolla vaan sadoissa tuhansissa helsinkiläisissä kodeissa. Tällaisen joukkoliikkeen käynnistäminen on melko työlästä, mutta historiallisesti katsoen Helsingin kokoisessa kaupungissa mahdollista.

Joulun tapahtumallisuus on kansainvälisestäkin hyvin vakiintunutta ja siksi erottautuminen on siinä vaikeaa. Työssä on pyritty löytämään leimallisesti helsinkiläisiä piirteitä ja niitä on myös löydetty. Toisaalta on voitu löytää sellaisia ulottuvuuksia, joita löytyy muistakin kaupungeista ja joiden aiheuttaminen ei vaadi suuria ponnisteluja.

Vaikutuksen keskeinen tekijä on se, kuinka paljon kaupunki haluaa resursoida kehittämistyötä. Tapahtumallisuus kehittyy vain, jos sitä tehdään ja se työ vaatii jonkin verran rahaa. Tapahtumat ovat kuitenkin halpa ja nopea tapa tuottaa näkyviä ja vaikuttavia tekoja.

On tärkeää ymmärtää, että tapahtumien tuottaminen tuottaa vain tapahtumia. Niiden kansainvälinen viestiminen ja ottaminen osaksi kaupungin vetovoimatyötä ei ole tapahtumien tuottajan tehtävä. Helsingin kaupungilla on kansainväliseen keskittynyt konserniyhtiö Helsinki Marketing Oy sekä kotimaisesta viestinnästä vastaava kaupunginkanslian viestintäosasto. Tämän lisäksi kaupungin johto kiertää jatkuvasti koti- ja kansainvälisissä tilaisuuksissa, joissa kaupungin erinomaisuutta esitellään. Tapahtumallisuuden kehittäminen tuottaa näille toimintoille polttoainetta, muttei tee niiden työtä.

Kaikessa kehittämistyössä on kaksi brutaalin ääripään työkalua. "Jos kehitettävä asia keksittäisiin tänään, millainen se olisi?" ja "Millainen maailma olisi, jos kehitettävää asiaa ei olisi lainkaan?".

Tämän työn kohdalla kiinnostavampi näistä on jälkimmäinen. "Millainen kaupunki Helsinki olisi kokonaan ilman tapahtumia?" Vaikka tällaisen liikimain dystooppisen tilanteen kuvittelemisen on hankalaa, sitä kannattaa hiukan tutkailla.

Helsinki, jossa jokainen päivä olisi samanlainen ja asukkailta ja matkailijoilta puuttuisi kaupunkitilaa uudella tavalla käyttävät elämykset ei varmaankaan olisi kovin mieltäylentävä paikka. Se ei myöskään kehittyisi kovin dynaamisesti, koska tapahtumien sisäänrakennettu kyky tuottaa ilmiöitä ja nostaa asioita itseään suurempaan valoon puuttuisi. Asukkailta puuttuisi lukematon määrä syitä kohdata, tehdä yhdessä ja oppia ymmärtämään toisiaan.

Helsingin tavoite on olla "maailman toimivin kaupunki". Vuoden 2008 Euroviisujen isäntäkaupunkina sen tavoite oli olla "fun but functional" - "hauska, mutta toimiva". Lienee selvää, että toimivuus on monella tapaa ensisijaista, mutta kun siinä on saavutettu tietty taso, on tärkeää muistaa, ettei se ole itseisarvoinen tavoite. Toimivuudesta ei ole juurikaan iloa, jos se ei mahdollista jotain syvempää, iloisempaa ja elämää kohottavampaa. Hauskuus ja tapahtumallisuus ovat tällaisia elämänlaadun rakennusosia.

**Tapahtuman muotoilemisen iteraatiokierros on vuosi. Joulua on vietetty maailmalla 1700 ja Helsingissäkin pian 500 vuotta.**

**Millainen on kaupunki ilman tapahtumia?**

**Maailman toimivimmasta kaupungista hauska mutta toimiva kaupunki.**

# Lähteet

- Aro, T ja Holstila, E. 2018. Kaupunkien Mestarien Liigaan. Helsinki: MDI Public Oy.
- Boonstra, B. 2015. Planning Strategies in an Age of Active Citizenship a Post-structuralist Agenda for Self-organization in Spatial Planning. Väitöskirja.Ghentin ja Utrechтин yliopiston yhteisjulkaisu. InPlanning.
- British Design Council. Design methods for developing services.  
<https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Design%20methods%20for%20developing%20services.pdf>. Viitattu 9.5.2019.
- Brown, T. 2008. Design Thinking. Harvard Business Review. June 2008. Harvard Business School Publishing.
- Clark, G. 2016. Global Cities - A Short History. Brookings Institution Press.
- Conybeare, F. C. 1899. The History of Christmas. The American Journal of Theology. Vol. 3. No. 1. The University of Chicago Press.
- EU:n ryhmäpoikkeusasetus. 2014.  
[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=OJ:JOL\\_2014\\_187\\_R\\_0001&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=OJ:JOL_2014_187_R_0001&from=EN) Viitattu 5.2.2020.
- Florida, R. 2005. Luovan luokan esiinmarssi. Helsinki: Talentum.
- Gehl, J. 2018. Ihmisten Kaupunki. Helsinki: Rakennustieto.
- Gerritsma, R., Reijnen, E. ja Vork, J. 2018. Measuring the impact of urban social events. Inholland University of Applied Sciences.
- Getz, D ja Page, S. 2012. Event studies - Theory, research and policy for planned events.Lontoo: Routledge.
- Glaeser, E. 2011. Triumph of the City - How Urban Spaces Make Us Human. Picador.
- Göteborgin kaupungin tapahtumastrategia  
[https://goteborg.se/wps/PA\\_Pabolagshandlingar/file?id=20224](https://goteborg.se/wps/PA_Pabolagshandlingar/file?id=20224) Viitattu 29.2.2020
- Hankintalaki. 2016. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2016/20161397> Viitattu 5.2.2020.
- Helsingin kaupungin City As A Service -sivusto <https://helsinkiasaservice.com/> Viitattu 29.2.2020
- Helsingin kaupungin Elinkeinostrategia 2007  
[https://www.hel.fi/static/helsinki/paatosasiakirjat/Kh2008/Esityslista20/Liitteet/Helsingin\\_elinkeinostrategian\\_2007\\_seurantaportti\\_19.5.2008.doc](https://www.hel.fi/static/helsinki/paatosasiakirjat/Kh2008/Esityslista20/Liitteet/Helsingin_elinkeinostrategian_2007_seurantaportti_19.5.2008.doc) Viitattu 29.2.2020

Helsingin kaupungin Helsinki-Barometri 3.2.2020

<https://www.kvartti.fi/fi/artikkelit/helsinki-barometri-asukkaat-kokevat-kaupungin-hyvin-toimivaksi> Viitattu 5.2.2020

Helsingin kaupungin vuoden 2017 johtamisjärjestelmän uudistuksen osallisuustavoite  
<https://dev.hel.fi/paatokset/asia/hel-2017-010829/khs-2017-40/> Viitattu 3.11.2019.

Helsingin kaupungin Kaupunkistrategia 2017-21

<https://www.hel.fi/helsinki/fi/kaupunki-ja-hallinto/strategia-ja-talous/kaupunkistrategia/strategia-ehdotus/> Viitattu 29.2.2020

Helsingin kaupungin kulttuurin ja vapaa-ajan toimialan kaupunkilaisprofiilit 2019

<https://digi.hel.fi/projektit/digitalisaation-tyokalut/kaupunkilaisprofiilit-kuva/> Viitattu 29.2.2020

Helsingin kaupungin kulttuuristrategia 2012-17

[https://www.hel.fi/static/public/hela/Kaupunginvaltuusto/Suomi/Paatos/2011/Halke\\_2011-12-14\\_Kvsto\\_19\\_Pk/A874A435-9120-4E9C-8DAC-8A24768481D3/Liite.pdf](https://www.hel.fi/static/public/hela/Kaupunginvaltuusto/Suomi/Paatos/2011/Halke_2011-12-14_Kvsto_19_Pk/A874A435-9120-4E9C-8DAC-8A24768481D3/Liite.pdf)

Helsingin kaupungin vuoden 2019 OmaStadi ehdotukset

<https://dev.hel.fi/paatokset/asia/hel-2019-006392/u510vh1-2019-141/> Viitattu 29.2.2020

Helsingin kaupungin rakennusjärjestys. 2010.

<https://www.hel.fi/static/rakvv/Rakennusjarjestys.pdf> Viitattu 5.2.2020.

Helsingin kaupungin vuoden 2019 Tapahtumien tiekartta ja sen toimenpidelistaus

[https://www.hel.fi/static/kanslia/tapahtumallisuus/tapahtumien\\_tiekartta.pdf](https://www.hel.fi/static/kanslia/tapahtumallisuus/tapahtumien_tiekartta.pdf) Viitattu 29.2.2020

Helsingin kaupungin Tapahtumien toimintalinjat 2010

[https://www.hel.fi/static/helsinki/paatosasiakirjat/Kh2010/Esityslista42/liitteet/Helsingin\\_tapahtumajarjestamisen\\_toimintalinjat.pdf](https://www.hel.fi/static/helsinki/paatosasiakirjat/Kh2010/Esityslista42/liitteet/Helsingin_tapahtumajarjestamisen_toimintalinjat.pdf) Viitattu 29.2.2020

Hentilä, N. ja Koivunen I. 2018. Local Residents' Perceptions of Christmas in Helsinki for City Brand Development. Haaga-Helion AMK-työ.

Hollywood North - Toronto

<https://toronto.ctvnews.ca/hollywood-north-why-toronto-s-film-industry-is-booming-1.2393085> Viitattu 29.2.2020

Hollywood North - Vancouver

<https://www.tourismvancouver.com/media/articles/post/vancouver-is-hollywood-north/> Viitattu 29.2.2020

Holstila, E. ja Hämäläinen, T. 2019. Kaupunkipolitiikan uusi aika. Helsinki:

Rakennustieto.

- Hämeenlinnan kaupungin kaupunkistrategia  
<https://www.hameenlinna.fi/hallinto-ja-talous/strategia-ja-kehittaminen/> Viitattu 30.12.2019.
- Ideo.org:n muotoilutyökirja <https://www.designkit.org/> Viitattu 30.12.2019.
- Ideo.org:n muotoilutyökirjan Brainstorm-työpaja <https://www.designkit.org/methods/1> Viitattu 30.12.2019.
- Ideo.org:n muotoilutyökirjan Explore your hunch -työpaja <https://www.designkit.org/methods/32> Viitattu 30.12.2019.
- Ideo.org:n muotoilutyökirjan Role Play -työpaja <https://www.designkit.org/methods/36> Viitattu 30.12.2019.
- Jyrämä, A., Mattelmäki, T. (toim.). 2014. Palvelumuotoilu saapuu verkostojen kaupunkiin - Verkosto- ja muotoilunäkökulmia kaupungin palvelujen kehittämiseen. Aalto yliopisto.
- Järjestyslaki. 2003. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20030612> Viitattu 5.2.2020.
- Karppinen, A. ja Luonila, M. 2014. Tapahtuma- ja festivaaliklusterin laskennallinen aluevaikutusmalli. Turun Yliopisto.  
<http://www5.siba.fi/documents/87219/841761/Tapahtuma+ja+festivaaliklusterin+laskennall+aluevaikmalli/> Viitattu 3.11.2019.
- Kauhanen, J., Juurakko, A. ja Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus, WSOY, Helsinki.
- Koivisto, M. 2007. Mitä on palvelumuotoilu? - Muotoilun hyödyntäminen palveluiden suunnittelussa. Taideteollinen korkeakoulu, maisterityö.
- Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. ja Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Alma Talent.
- Kokontumislaki. 1999. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990530> Viitattu 5.2.2020.
- Kolko, J. 2015. Design Thinking Comes of Age. The approach, once used primarily in product design, is now infusing corporate culture. Harvard Business Review. September 2015.
- Kulttuurisuunnitelmakomitean mietintö. 1990. Helsingin kaupunki.
- Kuluttajaturvallisuuslaki. 2011. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110920> Viitattu 5.2.2020.
- Kvartti-lehden artikkeli Helsinki vuodenvaihteessa 2018/2019 ja väestönmuutokset vuonna 2018



[https://www.hel.fi/hel2/tietokeskus/julkaisut/pdf/19\\_09\\_23\\_Tilastoja\\_9\\_Maki\\_Vuori.pdf](https://www.hel.fi/hel2/tietokeskus/julkaisut/pdf/19_09_23_Tilastoja_9_Maki_Vuori.pdf)

Kööpenhaminan kaupungin tapahtumastrategia

<https://www.kk.dk/sites/default/files/edoc/Attachments/21790123-29813497-13.pdf>

Viitattu 29.2.2020

Kööpenhaminan kaupungin tapahtumien pisteytysmalli

[https://www.kk.dk/sites/default/files/edoc\\_old\\_format/Kultur-%20og%20Fritidsudvalget/24-06-2010%2016.00.00/Referat/25-06-2010%2012.35.07/5532522.PDF](https://www.kk.dk/sites/default/files/edoc_old_format/Kultur-%20og%20Fritidsudvalget/24-06-2010%2016.00.00/Referat/25-06-2010%2012.35.07/5532522.PDF)

Lahden kaupungin kaupunkistrategia

[https://www.lahti.fi/PaatoksentekoSite/strategia-ja-talousSite/Documents/Lahden\\_kaupungin\\_strategia.pdf](https://www.lahti.fi/PaatoksentekoSite/strategia-ja-talousSite/Documents/Lahden_kaupungin_strategia.pdf) Viitattu 29.2.2020

Landry, C. 1998. Helsinki - Towards a Creative City - Seizing the opportunity and Maximising Potential. Helsinki: Helsingin kaupungin Tietokeskus.

Landry, C. 2002. Helsinki's CULTural Futures. Helsinki: Helsingin kaupungin Tietokeskus.

Landry, C. 2008. The Creative City - A Toolkit for Urban Innovators. Lontoo: Comedia, Earthscan.

Langen, F ja Garcia, B. 2009. Measuring the Impacts of Large Scale Cultural Events: A Literature Review. University of Liverpool.

Luonila, M. (toim.). 2014. Tapahtumakaupungin hyvät käytännöt – keskustelua suomalaisista tapahtuma- ja festivaalikaupungeista. Sibeliuksen Akatemia.

<http://www5.siba.fi/documents/87219/841761/Tapahtumakaupungin+hyvat+kaytanno>  
t/ Viitattu 3.11.2019.

Maankäyttö- ja rakennuslaki. 1999.

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990132> Viitattu 5.2.2020.

Millennial city ranking <https://www.nestpick.com/millennial-city-ranking-2018/> Viitattu 30.12.2019.

Oktoberfestin taloudellisten vaikutusten tiedote. A business perspective: The economic impact of the Oktoberfest. 2019. Münchenin kaupunki.

[https://www.muenchen.de/rathaus/dam/jcr:69eb7f8a-849a-4605-b285-dfb6dd3d887a/W12\\_WiesnBusiness\\_2016\\_UK.pdf](https://www.muenchen.de/rathaus/dam/jcr:69eb7f8a-849a-4605-b285-dfb6dd3d887a/W12_WiesnBusiness_2016_UK.pdf) Viitattu 3.11.2019.

Pelastuslaki. 2011. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110379> Viitattu 5.2.2020.

Perustuslaki. 1999. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990731> Viitattu 5.2.2020.

Päijät-Hämeen matkailu- ja tapahtumastartegia 2025

[https://visitlahti.fi/filebank/12146-Tahtoa\\_ja\\_Tekemistä\\_Päijät-Hämeen\\_matkailu- ja\\_tapahtumastartegia\\_2025%5B4%5D.pdf](https://visitlahti.fi/filebank/12146-Tahtoa_ja_Tekemistä_Päijät-Hämeen_matkailu- ja_tapahtumastartegia_2025%5B4%5D.pdf)

Saukkonen, P. 2018. Yksi seutu vai kolme erilaista kaupunkia: maahanmuutto ja kotoutuminen pääkaupunkiseudulla. Helsingin kaupunki.

<https://www.kvartti.fi/fi/artikkelit/yksi-seutu-vai-kolme-erilaista-kaupunkia-maahanmuutto-ja-kotoutuminen-paakaupunkiseudulla> Viitattu 12.12.2019

Seinäjoen kaupungin kaupunkistrategia

[https://www.seinajoki.fi/material/attachments/seinajokifi/seinajoenkaupunki/viestinta/tiedotteet2017/m2xniHHpT/Seinajoki\\_kaupunkistrategia\\_2018-2025.pdf](https://www.seinajoki.fi/material/attachments/seinajokifi/seinajoenkaupunki/viestinta/tiedotteet2017/m2xniHHpT/Seinajoki_kaupunkistrategia_2018-2025.pdf) Viitattu 30.12.2019.

Sibelius Akatemian Johde-hanke

<http://www-archive.siba.fi/web/seinajoki/toiminta/johde> Viitattu 3.11.2019.

Stickdorn, M., Lawrence, A., Hormess, M. ja Schneider, J. (toim). 2018. This is Service Design Doing. Sebastopol: O'Reilly Media

Suvikumpu, L., Tikka, P. ja Saukkonen, P. 2014. Vaikuttava säätiö!. Säätiöiden ja rahastojen neuvottelukunta ry.

[https://www.saatiopalvelu.fi/media/tietolaari-files/julkaisut/srnk\\_vaikuttava-saatio\\_www.pdf](https://www.saatiopalvelu.fi/media/tietolaari-files/julkaisut/srnk_vaikuttava-saatio_www.pdf) Viitattu 12.12.2019.

Tampereen kaupungin elinvoimasuunnitelma 2013

[https://www.tampere.fi/tiedostot/e/3h92xm0kl/DK\\_tre\\_EVS\\_nettiin.pdf](https://www.tampere.fi/tiedostot/e/3h92xm0kl/DK_tre_EVS_nettiin.pdf) Viitattu 29.2.2020

Tampereen kaupungin kaupunkistrategia 2017

[https://www.tampere.fi/tiedostot/s/gMnFtUzmF/Tampereen\\_strategia\\_2030.pdf](https://www.tampere.fi/tiedostot/s/gMnFtUzmF/Tampereen_strategia_2030.pdf) Viitattu 30.12.2019.

Tampereen kaupungin kulttuuristrategia 2019

[https://www.tampere.fi/tiedostot/k/PnUq0MOTb/Tampereen\\_kaupungin\\_kulttuuristrategia\\_2030.pdf](https://www.tampere.fi/tiedostot/k/PnUq0MOTb/Tampereen_kaupungin_kulttuuristrategia_2030.pdf) Viitattu 29.2.2020

Tampereen kaupungin tapahtumatoiminnan suuntaviivat 2015

[https://visittampere.fi/wp-content/uploads/2018/03/LOPULLINEN\\_LOWRES\\_eventmyyntiesite\\_1612.pdf](https://visittampere.fi/wp-content/uploads/2018/03/LOPULLINEN_LOWRES_eventmyyntiesite_1612.pdf) Viitattu 29.2.2020

Tapahtumien Oulu -julkaisu

[https://www.ouka.fi/c/document\\_library/get\\_file?uuid=40bfc4da-f7c0-4c7c-bd28-7df4b2d91bef&groupId=6281062](https://www.ouka.fi/c/document_library/get_file?uuid=40bfc4da-f7c0-4c7c-bd28-7df4b2d91bef&groupId=6281062) Viitattu 29.2.2020

Tilastokeskuksen Joulu tilastojen valossa 2019

<http://www.stat.fi/tup/tilastokirjasto/joulu-tilastojen-valossa-2019> Viitattu 30.3.2020

Toronton kaupungin filmikomissio  
<https://www.toronto.ca/wp-content/uploads/2017/11/972e-spotlight-on-toronto-film-strategy-2017.pdf> Viitattu 30.12.2019.

Toronton kaupungin tapahtumakategoriointi  
<https://www.toronto.ca/business-economy/industry-sector-support/events/criteria-definitions-and-examples/> Viitattu 30.12.2019.

Toronton kaupungin tapahtumaohjeet  
<https://www.toronto.ca/business-economy/industry-sector-support/events/> Viitattu 30.12.2019.

Tschimmel, K. 2012. Design Thinking as an effective Toolkit for Innovation. In: Proceedings of the XXIII ISPIM Conference: Action for Innovation: Innovating from Experience. Barcelona.

Tukholman kaupungin tapahtumastrategia  
<https://start.stockholm/globalassets/start/om-stockholms-stad/politik-och-demokrati/strande-dokument/stockholms-stads-program-for-evenemang.pdf> Viitattu 29.2.2020

Tukholman kaupungin visio 2040  
<https://start.stockholm/globalassets/start/om-stockholms-stad/politik-och-demokrati/strande-dokument/vision-2040-ett-stockholm-for-alla.pdf> Viitattu 29.2.2020

Valtioneuvoston asetus pelastustoimesta. 2011.  
<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110407> Viitattu 5.2.2020.

Vuoden 2019 Ulkomaalaistaustaiset Helsingissä -diasarja  
[https://ulkomaalaistaustaisethelsingissa.fi/sites/default/files/Ulkomaalaistaustaiset\\_2019.pptx](https://ulkomaalaistaustaisethelsingissa.fi/sites/default/files/Ulkomaalaistaustaiset_2019.pptx) Viitattu 3.11.2019.

Yleisradion uutinen EU:n lääkeviraston muuton hakuprosessista.  
<https://yle.fi/uutiset/3-9859988> Viitattu 30.12.2019.

Yleisradion uutinen EU:n lääkeviraston muuton henkilöstökyselystä.  
<https://yle.fi/uutiset/3-9865263> Viitattu 30.12.2019.

Yöluotsin hakuilmoitus 23.12.2019  
<https://tyopaikat.oikotie.fi/avoimet-tyopaikat/yoluotsi/1325133> Viitattu 30.12.2019

## Haastattelut

Mikko Leisti, 23.4.2019

Päivi Munther, 2.3.2020

Jaakko Blomberg, 28.10.2019

# Liitteet

Liite 1: Viestintäosaston markkinointiyksikön työpajan rakenne

Liite 2: Viestintäosaston markkinointiyksikön työpajan kolmannen harjoituksen roolit

Liite 3: Stadiluotsien työpajan rakenne

Liite 4: Tuomaan Markkinoiden kävijäkyselyn runko 2019

Liite 5: Maptionnaire-kyselyn rakenne

**Työn kuvituskuvat Vecteezy.com**

## **Liite 1 - Viestintäosaston markkinointiyksikön työpajan rakenne**

### **Helsingin joulun ajan tapahtumallinen kehittäminen ja kohottaminen**

**Työpaja 13.1.2020 klo 12.30-14.30**

**Kaupunginkanslian viestintäosaston markkinointiyksikkö - VIISI HENKILÖÄ**

1. Istunnon alustus (15 min)
  - a. Tausta - Tapahtumasäätiön hallituksen linjaus Tuomaan Markkinoiden kehittämisestä
  - b. Tavoite - ideoita ja rajoja Tapahtumasäätiön seuraavan viiden vuoden kehitystyölle
  - c. Rajaus - joulun alusaika ja Helsinki, tapahtumallisuus laajasti käsittäen
  - d. Rakenne - kolme harjoitusta + jälkihöyryt
  
2. Harjoitus A (30 min)
  - a. Joulun adjektiivit - mitä adjektiiveja liität jouluusi
  - b. Joulun paikat - mitä paikkoja liität jouluusi
  - c. Joulun toimet - mitä tekemisiä liität jouluusi
  
3. Harjoitus B - Mitä Helsingin joulun alusajan tapahtumallisuus (30 min)
  - a. Pitää olla
  - b. Saa olla
  - c. Ei saa olla
  
4. Harjoitus C - harjoitus A rooleilla (30 min)
  
5. Mahdollinen loppukeskustelu (15 min)
  
6. Next steps (1 min)
  - a. Ajatuksia saa vielä lähettää
  - b. Onko haluja / aikaa toiselle istunnolle?
  - c. Tapahtumasäätiön näkemyksen luonnosversio tulee nähtäväksi joka tapauksessa

## Liite 2 - Viestintäosaston markkinointiyksikön työpajan kolmannen harjoituksen roolit

### Roolit

#### Henkilö 1:

Akateeminen melko terve eläkeläinen Kaartinkaupungista. Leski, jolla kaksi lasta sekä viisi lastenlasta. Haaveilee terveydestä ja pelkää vanhimman lapsensa syövän uusiutuvan. Katuu sitä, ettei työvuosiensa aikana viettänyt tarpeeksi aikaa lastensa kanssa.

#### Henkilö 2:

Perheenisä Tapanilasta. Kaksi lasta ja neljä koira. Vaimo harrastaa intohimoisesti agilityä, mies käy toimistotöissä, hoitaa kotia ja lasten harrastuksia ja haaveilee omasta ajasta, jota viettäisi vanhojen opiskelukavereittensa kanssa. Pelkää omien vanhempiansa vanhenemista. Katuu erään nuoruuden rakkauden jättämistä.

#### Henkilö 3:

Jani Toivola.

[https://fi.wikipedia.org/wiki/Jani\\_Toivola](https://fi.wikipedia.org/wiki/Jani_Toivola)

#### Henkilö 4:

Maahanmuuttajaperheen vanhin lapsi. 14-vuotias koulukiusattu peliaddikti. Kaverit netissä, elää pienellä viikkorahalla. Perhe vähävarainen, mutta onnellinen. Haaveilee rahasta. Bakterikammainen. Katuu sitä, ettei puolustanut pikkusiskoaan tämän tullessa 1. luokalle samaan kouluun.

#### Henkilö 5:

Linda Liukas.

[https://fi.wikipedia.org/wiki/Linda\\_Liukas](https://fi.wikipedia.org/wiki/Linda_Liukas)

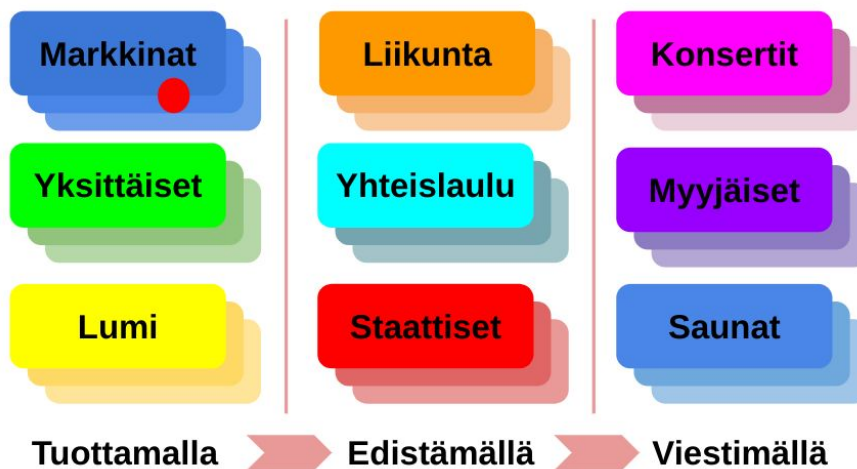
## Liite 3 - Stadiluotsien työpajan rakenne

### Helsingin joulun ajan tapahtumallinen kehittäminen ja kohottaminen

Työpaja 20.3.2020 klo 13.30-14.30

Kaupunginkanslian viestintäosaston Stadiluotsit ja Tuomaan Markkinoiden vastaava tuottaja - 2+1 HENKILÖÄ

1. Istunnon alustus (15 min)
  - a. Tausta - Tapahtumasäätiön hallituksen linjaus Tuomaan Markkinoiden kehittämisestä ja Stuban opiskelutehtävä
  - b. Tavoite - ideoita ja rajoja Tapahtumasäätiön seuraavan viiden vuoden kehitystyölle
  - c. Rajaus - joulun alusaika ja Helsinki, tapahtumallisuus laajasti käsittäen
  - d. Havaitut Helsingin erityispiirteet: Lumen puute, uskonnottomuus ja mahdollisuus veneilyyn
2. Aikaansaatu kokonaiskuva (10 min)



3. Listausharjoitus (30 min)
  - a. Mitä kuvassa on vikana?
  - b. Mitä asukkaat jo tekevät
  - c. Mitä asukkaat haluaisivat / tarvitsisivat / arvostaisivat
  - d. Mitkä paikat / toimijat tulee erityisesti huomioida / muistaa
4. Mahdollinen loppukeskustelu (5 min)
5. Next steps (1 min)
  - a. Ajatuksia saa vielä lähettää
  - b. Tapahtumasäätiön näkemyksen luonnosversio tulee nähtäväksi joka tapauksessa
  - c. Mikä on Stadiluotsien tarve jatkosta?

## **Liite 4 - Tuomaan Markkinoiden kävijäkyselyn runko 2019**

Tervetuloa Tuomaan Markkinoiden kävijäkyselyyn! Vastaamiseen menee arviolta 5-10 minuuttia. Vastauksia käytetään tapahtuman kehittämiseen. Kyselyyn voi vastata nimettömästi ja vastaukset käsitellään anonyymisti. Yhteystietonsa jättäneiden kesken arvotaan Torikortteiden matkalahjakortteja.

Tuomaan Markkinoiden järjestäjänä toimii Helsingin tapahtumasäätiö. Lisätietoja kyselystä ja vastausten käsittelystä: [info@eventshelsinki.fi](mailto:info@eventshelsinki.fi)

### **1) Taustatiedot**

#### **Q1 Asuinpaikkasi**

Helsinki > lisäkysymys: postinumerosi  
Muu pääkaupunkiseutu  
Muu Suomi  
Muu maa > lisäkysymys: mikä

#### **Q2 Ikäsi**

Alle 18  
18–25  
26–35  
36–45  
46–55  
56–65  
yli 65

#### **Q3 Sukupuolesi**

Nainen  
Mies  
Muu  
En halua vastata

#### **Q4 Koulutus**

Peruskoulu  
Lukio  
Ammattikoulu tai opistotason tutkinto  
Alempi korkeakoulututkinto  
Ylempi korkeakoulututkinto  
Muu  
En halua vastata



## **2) Vierailu Tuomaan Markkinoilla**

### **Q5 Kuinka monena vuonna olet osallistunut Tuomaan Markkinoille?**

Ensimmäistä kertaa tänä vuonna

1–5 kertaa

Useammin, vierailin Tuomaan Markkinoilla niiden ollessa vielä Esplanadin puistossa

### **Q6 Vierailitko Tuomaan Markkinoilla yhtenä vai useampana päivänä?**

Yhtenä

Useampana päivänä

### **Q7 Kenen kanssa osallistuit markkinoille?**

Yksin

Alle 15-vuotiaan lapsen kanssa

Perheen kanssa ilman lapsia

Ystävien tai muiden tuttavien kanssa

### **Q8 Miten saavuit Tuomaan Markkinoille?**

Käytin julkista liikennettä

Kävellen

Pyörällä

Sähköpotkulaudalla

Tulin omalla autolla.

### **Q9 Mikä sai sinut tulemaan Tuomaan Markkinoille? Voit valita useita vaihtoehtoja (1–3 tärkeintä).**

Tuomaan Markkinat kuuluu vuosittaisiin jouluperinteisiini.

Tuomaan Markkinat tuntui kiinnostavalta tapahtumalta.

Pidän joulumarkkinoista.

Tulin joululahjaostoksille.

Tulin muille ostoksille.

Haluan tukea kotimaisia pienyrittäjiä.

Tulin syömään tai juomaan.

Tulin karuselliin.

Lähdin seuraksi.

Poikkesin sattumalta paikalle.

Halusin osallistua Tuomaan Markkinoilla järjestettyyn tapahtumaan, mihin?

### **Q10 Miten sait tietää Tuomaan Markkinoista? Voit valita useamman vaihtoehdon.**

Tiesin markkinoista aikaisemman vierailun perusteella

Näin mainoksen katukuvassa tai julkisessa kulkuneuvossa

Luin markkinoista lehdestä

Kuulin radion tai tv:n välityksellä

Kuulin markkinoista sosiaalisesta mediasta

Kuulin tuttavalta  
Jotenkin muuten, miten?

**Q11 Kauanko vierailusi markkinoilla kesti?**

0–15 min  
15–30 min  
30–60 min  
Yli tunnin

**Q12 Paljonko käytit rahaa tämän vuoden Tuomaan Markkinoilla?**

En ostanut mitään  
1–10 €  
10–20 €  
20–50 €  
50–100€  
100 € tai enemmän

**Q13 Tuomaan Markkinat ovat avoinna 6.–22.12. Mitä mieltä olet Markkinoiden kestosta?**

Kesto on sopiva  
Markkinoiden keston tulisi olla pidempi  
Markkinoiden keston tulisi olla lyhyempi  
Avoin kommentti

**Q14 Tuomaan Markkinat ovat avoinna Ti-Pe klo 11-20 ja La-Su klo 10-20 (Ma suljettu). Mitä mieltä olet Markkinoiden aukioloajoista?**

Ne ovat sopivat  
Markkinoiden tulisi olla aikaisemmin auki  
Markkinoiden pitäisi mennä myöhempään kiinni  
Markkinoiden pitäisi mennä aikaisemmin kiinni  
Markkinoiden tulisi olla auki myös maanantaisin  
Muu, mitä?

**Q15 Asteikolla 1-5 (5 = korkein), miten arvioisit tyytyväisyyttäsi näihin Markkinoiden osa-alueisiin ja niiden tärkeyttä?**

Myyjät ja valikoima  
Tunnelma  
Ohjelma  
Ruoka- ja juomatarjonta  
Joulupukki  
Karuselli  
Vastuullisuus

**Q16 Mitä mieltä olet Tuomaan Markkinoiden...**

Ravintolapihasta

Sisäravintolasta

Alueen toimivuudesta

Alueen siisteydestä

Opastuksesta

[vastausvaihtoehtoina: Hyvä, Ok, Huono, En osaa sanoa]

**Q17 Mitä Tuomaan Markkinoiden yhteistyökumppaneita huomasit torilla?**

[ei avustettu kysymys, avoin kommentti]

**Q18 Mitkä yhteistyökumppaneistamme huomasit? Voit valita useamman vaihtoehdon.**

[avustettu kysymys, monivalinta]

Suomen Punaisen Ristin Kontti

Kaslink Aito Puurotupa

Jaffan Joulumökki

Johan & Nyströmin kahvi- ja teepuoti

Torikorttelit

Laplandia

En mitään

**Q19 Suosittelisitko Tuomaan Markkinoita tuttavillesi?**

Aivan varmasti

Todennäköisesti

En osaa sanoa

Todennäköisesti en

En missään nimessä

**Q20 Vapaa palaute Tuomaan Markkinoista:**

Avoin vastaus, pitkä

### 3) Joulutapahtumat Helsingissä

**Q21 Oletko osallistunut tai aiotko osallistua muihin Helsingin joulutapahtumiin tänä vuonna? Voit valita useampia vaihtoehtoja.**

Muut joulumarkkinat ja-myyjäiset  
Kulttuuritapahtumat  
Joulukonsertti  
Koko perheen tapahtumat  
Uskonnolliset tapahtumat  
Uudenvuoden tapahtumat  
Joulukatu  
Muu, mikä?

**Q22 Mitä seuraavanlaisista joulutapahtumista kaipaisitte lisää Helsinkiin? Voit valita useampia vaihtoehtoja.**

Suuret joulumarkkinat  
Pienet joulumyyjäiset  
Uudenvuoden tapahtumat  
Kulttuuritapahtumat  
Joulukonsertit  
Koko perheen tapahtumat  
Aikuisille suunnatut tapahtumat  
Uskonnolliset tapahtumat  
Yhteisölliset tapahtumat  
Liikunta- tai ulkoilmatapahtumat  
Ilmaistapahtumat  
Maksulliset tapahtumat  
Muu, mikä?

**Q23 Valitse alla olevasta listasta 3 sanaa, jotka mielestänne parhaiten kuvaavat helsinkiläistä joulua ja sen tunnelma.**

Yhteisöllinen  
Ainutlaatuinen  
Tylsä  
Mielenkiintoinen  
Perinteinen  
Yksinäinen  
Moderni  
Vaatimaton  
Monipuolinen  
Tyydyttävä  
Laadukas  
Ärsyttävä  
Lämminhenkinen  
Yksipuolinen  
Iloinen  
Muu, mikä?

**Q24 Kuinka paljon joulunviettosi nojaa perinteisiin? (0 = ei yhtään, 10 = todella paljon)**

1–10

**Q25 Mikä on mielestäsi erityistä Helsingin joulussa? Kaipaako tapahtumia tai palveluja, joita ei vielä toistaiseksi ole ollut tarjolla? Kerro meille mielipiteesi.**

Avoin vastaus, pitkä

**Q26 Yhteystiedot ja arvonta (vapaaehtoinen)**

Nimi

Puhelin

Sähköposti

Kiitos vastaamisesta Tuomaan Markkinoiden kävijäkyselyyn! Yhteystietonsa jättäneiden kesken arvotaan Torikortteleiden matkalahjakortteja. Voittajiin ollaan yhteydessä henkilökohtaisesti tammikuun loppuun mennessä.

## **Liite 5 - Maptionnaire-kyselyn rakenne**

### **Joulun paikat**

Tässä karttakyselyssä kartoitetaan paikkoja, jotka ovat helsinkiläisille merkityksellisiä osana heidän joulunviettoaan.

Kysymyksiä on kolme. Ensin kysymme paikkoja, jotka ovat tärkeitä ja merkityksellisiä joulunpyhien (24.-26.12.) aikaan. Toisessa kysymyksessä kartoitetaan paikkoja joulunalusviikoilla (1.-23.12.).

Lopuksi voit antaa sanallisen vastauksen joulunviettotavoistasi.

Kysely on osa Helsingin tapahtumasäätiön joulun tapahtumallisuuden kehittämistyötä.

--

Minulle tärkeä paikka joulun alusviikoilla 1.-23.12. Huom. voit sijoittaa kartalle useita paikkoja.

Merkitse karttaneulalla joulun alusviikoilla itsellesi tärkeä paikka

--

Minulle tärkeä paikka joulunpyhinä 24.-26.12. Huom. voit sijoittaa kartalle useita paikkoja.

Merkitse karttaneulalla joulunpyhinä itsellesi tärkeä paikka

--

Avoin vastaus

Muita minulle tärkeitä helsinkiläisiä joulunviettotapoja tai -paikkoja ovat:

--

Postinumero

Millä postinumeroalueella asut?

