



CLUB SIN PT. 12 -TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN JA SEN ONNISTUMINEN

Saara Salmi

Opinnäytetyö
Marraskuu 2012
Matkailun koulutusohjelma
Tampereen ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma

SALMI, SAARA:

Club Sin Pt. 12 –tapahtuman järjestäminen ja sen onnistuminen

Opinnäytetyö 91 sivua, joista liitteitä 18 sivua
Marraskuu 2012

Opinnäytetyön toimeksiantaja oli Mavericks Ry, joka järjestää vuosittain Club Sin tapahtuman. Opinnäytetyössä keskityttiin tapahtuman järjestämiseen ja sen onnistumiseen asiakastyytyväisyyskyselyiden avulla. Tavoitteena oli kerätä yhdistykselle kehittämisehdotuksia jatkoon.

Tiedonkeruumenetelmät tutkimuksessa olivat asiakastyytyväisyyslomake, haastattelut ja kyselyt. Tietoa kerättiin tapahtuman järjestäjiltä, esiintyjiltä ja asiakkailta. Tutkimus oli määrällinen ja kyselylomake puolistrukturoitu, sisältäen monivalinta- ja avoimia kysymyksiä. Analysoin tuloksia Microsoft Excel -ohjelmalla. Preparty-tapahtumasta sain vastauksia 61 kappaletta ja päätapahtumasta 226 kappaletta.

Tyypillinen Preparty-kävijä oli 26–35-vuotias, tamperelainen nainen. Hän tuli tapahtumaan autolla ja nukkui kotonaan. Hän ei ollut käynyt tapahtumassa aikaisemmin ja oli kuullut tapahtumasta kaverilta, hän tuli katsomaan kaikkia esiintyjä ja oli tyytyväinen tapahtumaan.

Tyypillinen kävijä Club Sin -tapahtumassa oli 26–35-vuotias, tamperelainen mies. Hän tuli tapahtumaan autolla ja nukkui kotonaan. Hän oli käynyt kerran aikaisemmin tapahtumassa ja sai tiedon tapahtumasta kaveriltaan. Asiakas oli lopuksi tyytyväinen tapahtumaan.

Asiakkailta ja esiintyjiltä kerättiin tapahtumille kehitysehdotuksia, mutta mitään suuria ehdotuksia ei tullut esille. Suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä tähänhetkiseen tapahtumaan.

Asiasanat: Tapahtuman järjestäminen, tapahtuman onnistuminen, asiakastyytyväisyys.

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism

SALMI, SAARA:

Organising a Successful Event, Club Sin Pt. 12 -event

Bachelor's thesis 91 pages, appendices 18 pages
November 2012

The study was commissioned by Mavericks Ry, who organise the Club Sin event every year. The focus of this study is on successful event organising with the help of customer satisfaction survey. The Aim was to gather improvement ideas from customers and analyzing ideas for the association.

The data collection method of this study was survey of customer satisfaction, interviews and other questionnaires. The information was gathered from organisers, artists and customers. This study was quantitative study and the questionnaire was semi-structured. The study also included multiple choice questions and open questions. The results were analysed with Microsoft Excel- program. The Preparty event produced 61 answers and the main event 226 answers.

The typical type of customers in Preparty event consisted of women, aged of 26–35 who arrived by car and needed no accommodation. They visited the event for the first time and had heard about it from a friend. They came to see all the bands and were satisfied with the event.

The typical type of customer in the main event consisted of men, aged of 26–35 who arrived by car and needed no accommodation. They had visited the event before and had heard about it from a friend. They were also satisfied with the event.

Improvement ideas were gathered from clients and the performers without any visible results. Most of the respondents were satisfied with the present event.

Key words: a event, organizing a successful event, customer satisfaction.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	7
2	TUTKIMUSSUUNNITELMA	8
2.1	Tutkimuksen kohde.....	8
2.2	Käsitteet ja teoriat	8
2.2.1	Tapahtuma	9
2.2.2	Festivaali	10
2.2.3	Asiakastyytyväisyys.....	10
2.2.4	Psychobilly.....	11
2.2.5	Mavericks Ry ja Club Sin -tapahtuma.....	11
2.2.6	Tapahtuman järjestäminen.....	11
2.2.7	Palvelun tuottaminen	12
2.3	Tutkimus kysymykset.....	12
2.4	Aineisto ja menetelmät	13
2.5	Tutkimuksen kulku.....	13
3	ALAKULTUURIT, MUSIIKKI JA NIIDEN HISTORIAT	15
3.1	Rockabilly ja sen alakulttuuri.....	15
3.2	Punk ja sen alakulttuuri	17
3.3	Psychobilly ja sen alakulttuuri.....	18
4	CLUB SIN JA PREPARTY	20
4.1	Mavericks Ry	20
4.2	Preparty	21
4.2.1	Tapahtuman esivalmistelut	21
4.2.2	Preparty -tapahtumapäivä	22
4.2.3	Esiintyjät	24
4.2.4	Jälkityöt.....	25
4.3	Club Sin.....	25
4.3.1	Tapahtuman esivalmistelut	25
4.3.2	Budjetti ja rahoitus	26
4.3.3	Esiintyjien buukkaus, majoitukset ja matkat	26
4.3.4	Soittimet ja lavatekniikka tapahtumapäivälle	27
4.3.5	Alkuperäinen aikataulus esiintyjien saapumisesta.....	28
4.3.6	Kuljetukset paikanpäälle ja hotelleihin.....	28
4.3.7	Mainonta ja liput.....	29
4.4	Club Sin -tapahtumapäivä	29
4.4.1	Esiintyjät	33
4.4.2	Kävijät.....	33

4.4.3 Jälkityöt ja kuljetukset	34
4.4.4 Kiitokset ja jälkipyykki.....	34
5 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN, SEN ONNISTUMINEN, PALVELUN TUOTTAMINEN JA KEHITTÄMINEN	35
5.1 Tapahtuman järjestäminen ja sen onnistuminen	35
5.1.1 Tavoite	36
5.1.2 Kohderyhmä.....	36
5.1.3 Tapahtuman suunnittelu.....	37
5.1.4 Toteutus	38
5.1.5 Tapahtuman luonne.....	39
5.1.6 Tapahtuman järjestäjä	39
5.2 Palvelun tuottaminen ja kehittäminen	40
5.2.1 Palvelun peruspiirteitä ja laadun ulottuvuudet.....	40
5.2.2 Palvelutuotteen kehittäminen.....	43
5.2.3 Oppiva organisaatio palvelun kehittämishankkeessa.....	45
6 TAPAHTUMAN TARKASTELU SWOT-ANALYYSIN AVULLA	46
6.1 Strengths - vahvuudet.....	47
6.2 Weaknesses - heikkoudet	47
6.3 Opportunities - mahdollisuudet.....	47
6.4 Threats - uhat.....	48
7.1 Prepartyn -asiakastyytyväisyyskysely	49
7.1.1 Vastaajan perustiedot.....	49
7.1.2 Itse tapahtuma	51
7.2 Club Sinin -asiakastyytyväisyyskysely	57
7.2.1 Vastaajan perustiedot.....	58
7.2.2 Itse tapahtuma	59
8 JOHTOPÄÄTÖKSET.....	66
8.1 Prepartyt	66
8.2 Club Sin.....	67
9 TAPAHTUMAN ONNISTUMINEN JA KEHITTÄMINEN	68
9.1 Prepartyt	68
9.2 Club Sin.....	69
10 LOPUKSI.....	70
LÄHTEET.....	71
LIITTEET	73
Liite.1 Preparty-esite Facebookissa ja flyerina (Mavericks Ry 2012)	73
Liite 2. Club Sin -esite Facebookissa ja flyerina (Mavericks Ry 2012).....	74
Liite 3. Ekku Ekbergin haastattelut ennen tapahtumaa ja sen jälkeen	75
Liite 4. Preparty-esiintyjien sähköpostikyselyiden vastaukset.....	77

Liite 5. Asiakastyytyväisyyskysely Prepartysta	80
Liite 6. Club Sinin vastuuhenkilö Juha Humalajoen haastattelu	81
Liite 7. Club Sin -esiintyjien sähköpostikyselyiden vastaukset ennen ja jälkeen tapahtuman	83
Liite 8. Asiakastyytyväisyyskysely Club Sin pt 12:sta	87
Liite 9. Preparty-kävijöiden vastaukset kehityskysymyksiin ja mikä tapahtumassa oli hyvää ja huonoa	88
Liite 10. Club Sin -kävijöiden vastaukset kehityskysymyksiin ja mikä tapahtumassa oli hyvää ja huonoa	90

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aiheena on Club Sin ja Preparty -tapahtumien järjestäminen ja niiden onnistuminen. Tapahtumat ovat Mavericks Ry:n järjestämiä vuosittaisia alakulttuurillisia musiikkitapahtumia. Opinnäytetyöni tarkoituksena on perehtyä tarkasti tapahtuman järjestämiseen. Perehdyn myös asiakastyytyväisyyden, järjestäjien ja esiintyjien näkökulmasta tapahtuman onnistumiseen ja tapahtuman kehitysideoihin. Halusin ottaa huomioon kaikki nämä näkökulmat, jotta kokonaisuuskuva olisi todellinen. Vaikka tapahtuma on järjestetty jo 12 kertaa, on tapahtumissa aina parannettavaa. Siksi opinnäytetyöstäni on suuri hyöty Mavericks Ry:lle. Tämä on ensimmäinen kerta, kun tapahtumasta tehdään asiakastyytyväisyyskysely.

Toisena opiskeluvuoteni näin opinnäyteseminaarin tapahtuman järjestämisestä ja sen jälkeen minulle tuli ajatus tehdä samankaltainen opinnäytetyö. Aihe oli mielestäni todella kiinnostava. Mietin kauan, järjestäisinkö jonkin tapahtuman itse, mutta luovuin ajatuksesta suuren työmäärän vuoksi. Halusin tehdä työni siitä, mikä minua todella kiinnosti. Päädyin Mavericks Ry:n järjestämään tapahtumaan ja päätökseeni oli lopulta helppo. Minua ja tapahtumaa yhdistää moni tekijä, kuten musiikki, ystävät, tutut järjestäjät ja tapahtumapaikat. Yhdistyksen jäsenet olivat innoissaan ajatuksesta ja minä sain työlleni mahdollisimman hyvän toimeksiantajan ja yhteistyökumppanin.

Asiakastyytyväisyyskyselyideni perusteella Mavericks Ry voi parantaa koko tapahtumaa, sillä tarkastelin tapahtuman järjestämistä kokonaisuutena ja otin kaikki osa-alueet huomioon. He voivat kehittää tapahtumaa paremmaksi kävijöille, tapahtumassa esiintyville ja heille itselleen kaikkien järjestelyiden suhteen.

2 TUTKIMUSSUUNNITELMA

2.1 Tutkimuksen kohde

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on perehtyä musiikkitapahtuman järjestämiseen ja tutkia, kuinka onnistunut tapahtuma Club Sin 12 oli Mavericks Ry:n järjestämänä Tampereen pub Dog's Homessa ja Klubilla. Tapahtuma on psychobilly- ja punk-musiikkiin painottunut kaksi päivää kestävä musiikkitapahtuma. Keräsin myös tietoja ja ehdotuksia tapahtuman kehittämistä varten. Sain idean kirjoittaa opinnäytetyöni juuri tästä aiheesta, koska kaikki eivät tunne Club Siniä, minulla on samanlainen musiikkimaku, olen itsekin käynyt tapahtumassa aikaisemmin ja moni ystäväni käy tapahtumassa ja myös Mavericks Ry:hyn kuuluu monia ystäviäni. Tätä opinnäytetyötä kutsuisin tilaustyöksi, koska tämä tulee myös Mavericks Ry:n käyttöön tulevaisuudessa ja siitä on heille hyötyä.

Työssäni tarkastelen tapahtuman järjestämisen prosessin aina alusta loppuun ja lopuksi tutkin, kuinka onnistunut se oli. Tapahtuma järjestettiin 27.–28.4. Tampereen Dog's Homessa ja Tampereen Klubilla. 27.4. Dog's Homessa järjestettiin Prepartyt ja 28.4. päätapahtuma Klubilla. Kerron myös hieman musiikkilajeista ja niiden saattelemista alakulttuureista ja niiden historiasta. Odotan, että tutkimuksen tulokset ovat monipuolisia ja tulevaisuudessa hyödyllisiä.

2.2 Käsitteet ja teoriat

Tutkimuksen käsitteitä ovat tapahtuma, festivaali, rockabilly-, psychobilly- ja punk-musiikki. Käsittelem tarkemmin musiikkityylejä ja niiden luomia alakulttuureja kolmannessa luvussa. Pääkäsitteet tutkimuksessani ovat Mavericks Ry ja Club Sin -tapahtuma. Teorioina työssäni käytän asiakastytyvääisyyttä, tapahtuman järjestämistä ja palvelun tuottamista. Teorioita avaan tarkemmin myöhemmin. SWOT -analyysia käytän tällaisen tapahtuman tulevaisuuden mahdollisuuksien ja heikkouksien analysointiin.

2.2.1 Tapahtuma

Tapahtuma on tapahtuva tai tapahtunut asia, ilmiö, tapaus, yleensä julkinen tilaisuus, jossa on ennalta ilmoitettua ohjelmaa. Tapahtuma voi olla historiallinen tai kulttuurinen esimerkiksi presidentin vaihtuminen tai työväen musiikkitapahtuma. (Suomisanakirja 2012.)

Tapahtuma on oiva väline ja aistikas media organisaatiolle. Oikein käytettynä tapahtuma on tehokas väline, se jättää aina jäljen organisaatiosta sekä ihmisistä ja toiminnasta. Mielikuvat syntyvät siitä tapahtumasta ja kokonaisuudesta, jonka koemme itse tilaisuudessa. Tapahtumasta voidaan sanoa, että se antaa organisaatiolle kasvot. (Vallo 2009, 18). Tapahtumilla on ollut jo pitkään tärkeä rooli ihmisten yhteisössä. Se on normaaleista arjen rutiineista poikkeava ilmiö, jolla on alku sekä loppu ja jonka aikana ryhmä ihmisiä toimii yhdessä. Tapahtuman tarkoitus voi olla juhlallinen, kulttuurinen, viihteellinen tai kokemuksellinen. (Shone & Parry 2004, 3.)

Tapahtumissa on erityislaatuista se, että niissä voidaan vaikuttaa ihmisen aisteihin. Niissä voidaan vaikuttaa tunto-, haju-, maku-, kuulo- ja näköaisteihin eri elementein. Tapahtumissa voidaan ja tulisikin käyttää hyödyksi elämyksellisyyttä sekä sitä, että ihmiseen voidaan vaikuttaa monen eri kanavan kautta. Jokainen järjestetty tapahtuma on ainutlaatuinen. Se järjestetään vain kerran, se koetaan vain kerran ja siellä kuullaan esitykset vain sen ainoan kerran. Vaikka tapahtuma olisi toistuva, on jokainen kerta erilainen. Voidaan myös yksinkertaisuudessaan väittää, että tapahtuma on ainutlaatuinen myyntitilaisuus, vaikka siellä ei mitään suoranaisesti myytäisikään. Se on ainutlaatuinen tilaisuus niittää mainetta ja tehdä vaikutus jopa tuntemattomiin ihmisiin. (Vallo 2009, 41–44.)

2.2.2 Festivaali

Festivaali voi tarkoittaa juhlaa, tilaisuutta, vuosijuhlaa, säännöllisesti uudistuvaa musiikki- tai elokuvajuhlaa tai juhlanäytäntöjä. Festivaali voi olla myös juhla jonkin tärkeän tapahtuman tai vuosipäivän kunniaksi. Yleensä tapahtuma on jonkin tahon järjestämä, kuten musiikkikonsertit. (Tietosanakirja 1991, 192.)

Etymologisesti festivaalin käsite on muodostunut latinankielisestä kantasanasta festum (Falassi 1987, 1–2). Myös suomen kieleen on vakiintunut festivaali-käsite, joka voidaan yleisesti määritellä arjesta poikkeavaksi, taiteellisista esityksistä, yleisestä huvittelusta ja ilonpidosta koostuvaksi ”juhlatapahtumaksi”. Se voidaan ymmärtää yhdeksi sosio-kulttuuristen aktiviteettien institutionalisoituneeksi muodoksi, yleisötilaisuudeksi, joka muodostaa kanavan kollektiivisesti jaetulle taiteelliselle, sosiaaliselle ja symboliselle viestinnälle. (Kainulainen 2005, 65–66.)

2.2.3 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyys on asiakkaan läpikäymän mentaalisen arviointiprosessin lopputulos, myönteinen tai kielteinen psykologinen tila. Asiakastyytyväisyys kuvastaa asiakkaan odotusten täyttymistä. Tyytyväinen asiakas suosittelee palvelua muille helpommin ja käyttää itse samoja palveluja todennäköisimmin uudelleen. (Albanese & Boedeker 2002, 89).

Asiakastyytyväisyys ilmaisee asiakkaan palveluun kohdistuvien odotusten ja kokemusten suhdetta. Yleensä asiakkaat ostavat ensimmäisen kerran lähinnä odotustensa perusteella. Jotta yritys pystyisi pitkäaikaisiin kanta-asiakassuhteisiin, on asiakkaan kokemusten oltava jatkuvasti tasaisen hyviä, palvelipa häntä kuka tahansa. (Lahtinen & Isoviita 2001, 85.)

2.2.4 Psychobilly

Psychobilly on musiikkityyli, jossa yhdistyvät punkrock ja rockabilly. Musiikki on nopeampaa kuin rockabilly. Siksi psychobilly muistuttaa punkmusiikkia nopealla rytmillään. Tärkein osa psychobilly-musiikissa on tietysti kontrabasso, joka on lähtöisin rockabilly-musiikista. Psychobilly tarkoittaa myös alakulttuuria. (Salmi 2012, 8–9.)

2.2.5 Mavericks Ry ja Club Sin -tapahtuma

Mavericks Ry on tamperelainen kaveriporukka, jonka tarkoituksena on edistää psychobilly-kulttuuria tekemällä sitä tunnetuksi ja järjestämällä musiikkitapahtumia. Mavericks Ry rekisteröitiin viralliseksi yhdistykseksi vuonna 1997. Mavericks Ry järjesti Club Sin -tapahtuman jo 12:n kerran Tampereen Klubilla. (Salmi 2012, 8–9.)

Club Sin on psychobilly-musiikkitapahtuma, johon tullaan katsomaan bändejä sekä tapaamaan kavereita. Esiintyjät ovat yleensä kansainvälisiä kuten myös osa kävijöistä. Club Sin on järjestetty Tampereen klubilla 12 kertaa. Tapahtumaa on järjestetty 2000–2012 aina kerran vuodessa. (Ekberg 2012.)

2.2.6 Tapahtuman järjestäminen

Tapahtumaprosessiin kuuluvat suunnittelu- ja toteutusvaihe sekä jälkimarkkinointivaihe. Kokemuksemme perusteella voimme sanoa - tietenkin tapahtuman ideasta riippuen - että minimiaika onnistuneen tapahtuman tekemiseen suunnittelusta jälkimarkkinointiin on vähintäänkin pari kuukautta. Silloin kaiken tulisi sujua kuin tanssi, niin sisäisen suunnitteluprosessin kuin tilojen varaamisen. Tätä lyhyemmässä ajassa tehdyissä tapahtumissa joudutaan tinkimään toteutuksesta ja erityisesti laadusta. Ei välttämättä saada juuri sitä tilaa, joka olisi tarvittu, halutut esiintyjät saattavat olla varattuina, ja sisustusta ja lavastusta saatetaan joutua karsimaan. (Vallo & Häyrinen 2008, 147.)

2.2.7 Palvelun tuottaminen

Palvelu tuotetaan aina asiakasta varten. Näkyvimpiä ovat kuluttaja-asiakkaille tuotetut palvelut. Palvelu on luonteeltaan tuote ja toimintaa, joka edellyttää yleensä ryhmätyötä ja usein erittäin laajoja taustavoimia ja pitkäaikaisia valmisteluja. (Rissanen 2005, 118.)

Palvelun huonous tai hyvyys riippuu lopulta asiakkaan omasta kokemuksesta palvelutilanteesta. Asiakkaan mielipide palvelusta perustuu yleensä palvelukokemuksesta, tilanteesta syntynyt tunne, johon liitetään useasti palvelusuoritukseen liittyviä odotuksia ja käytännön havaintoja. (Rissanen 2005, 17.)

2.3 Tutkimus kysymykset

1. Tapahtuman onnistuminen?

Onnistuneen tapahtuman tuntee, sen aistii sielun joka sopukassa. Tunnelma tapahtumassa on ainutkertainen, ja se saa osallistujat ja isännät hyrisemään. Onnistuneessa tapahtumassa on sekä tunne, että ajatus kohdallaan. (Vallo & Häyrinen 2008, 93.)

Tutkimuksessani pyrin vastaamaan pääkysymykseeni, kuinka tapahtuman järjestäminen onnistui, asiakkaan, järjestäjän ja yhteistyökumppaneiden osalta. Onnistuvuutta mitaan asiakastyytyväisyyden kautta, haastatteluilla, kyselylomakkeilla ja erilaisilla sähköpostikyselyillä. Tapahtuman onnistuminen on siis pääkysymykseni.

2. Tapahtuman kehittäminen?

Toinen kysymykseni on tapahtuman kehittäminen. Onko kehitettävää, millä osa-alueilla ja kenen näkökulmasta? Kysymykseeni haen vastauksia erilaisilla haastatteluilla ja kyselylomakkeilla. Kyselen kehityskysymyksiä järjestäjiltä, asiakkailta ja esiintyjiltä.

2.4 Aineisto ja menetelmät

Tutkimukseni on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Tapahtuman asiakkaille käytin puolistrukturoitua kyselyä. Asiakastyytyväisyyskyselyt toteutettiin tapahtumien aikana. Tiedonkeruu menetelmänä käytin kyselytutkimusta, jossa oli monivalinta- ja avoimia kysymyksiä. Mavericks Ry:n jäseniä haastattelin ennen ja jälkeen tapahtuman. Esiintyjille suuntautuvat sähköpostikyselyt lähetettiin etukäteen ja heti tapahtuman jälkeen.

Aineistona tutkimuksessani käytän asiakastyytyväisyyskyselyiden, sähköpostikyselyiden ja haastatteluiden vastauksia. Monipuolisilla kyselyillä on tarkoituksena saada mahdollisimman paljon vastauksia ja saada tapahtumasta laaja kokonaiskuva. Aineiston analyysissä käytän apuna Microsoft Office Excel -ohjelmaa, jolla pystyn helposti havainnollistamaan vastauksia kuvioin ja kaavioin. Vastauksia analysoin myös teorioiden ja SWOT -analyysin avulla.

2.5 Tutkimuksen kulku

Johdannon ja tutkimussuunnitelman jälkeen käsittelen rockabilly- psychobilly- ja punkmusiikkia sekä niiden eroja. Kerron musiikkilajien historiasta ja siitä, miten nämä kolme musiikkilajia ovat sekoittuneet ja saaneet vaikutteita toisistaan vuosien varrella. Esittelen lyhyesti näiden kolmen tyypin alakulttuureita ja sitä, miten ne eroavat toisistaan.

Neljännessä luvussa käsittelen Mavericks Ry:tä, sen historiaa, toimintaa ja Club Sin -tapahtumaa. Samassa luvussa käyn läpi tapahtuman esivalmistelut, tapahtumapäivät ja esittelen hieman esiintyjä ja ohjelmaa.

Omassa luvussaan viisi käsittelen tapahtuman järjestämistä ja sen onnistumista Vallon ja Häyrisen (2008) avulla ja käytän myös Vallon (2009) toista kirjaa tässä luvussa apuna. Yksi luku koostuu palveluiden tuottamisesta ja siitä, mitä se pitää sisällään. Luvussa kuusi käsittelen tapahtumien tulevaisuutta ja nykytilaa. Käytän apuna SWOT -analyysia. (Humphrey 1926.)

Lopuksi käsittelen asiakastyytyväisyyskyselyiden tulokset luvussa seitsemän kuvioiden avulla. Luvussa kahdeksan esittelen yhteenvedon asiakastyytyväisyyskyselyiden vastauksista eli johtopäätökset. Luvussa yhdeksän esittelen tapahtuman onnistumisen ja kehittämisideat, jotka olivat tutkimuskysymykseni. Viimeinen luku on numero kymmenen, josta löytyvät loppusanat. Tutkimuksen loppuun tulevat lähteet ja liitteet.

3 ALAKULTTUURIT, MUSIIKKI JA NIIDEN HISTORIAT

Alakulttuuri on yleensä joukko ihmisiä, joilla on samankaltaisia piirteitä ja jotakin yhteistä. He erottuvat niin sanotusta muusta väestöstä. Heitä yhdistää yleensä tietyt asiat, kuten musiikki, vaatetus, aatteet tai muu kiinnostuksen kohde. (Suomisanakirja 2012). Tässä luvussa käsittelen psychobilly-alakulttuuria, historiaa ja sitä mitkä kaksi tärkeintä tyyliä ovat vaikuttaneet kulttuurin kehitykseen. Tämä on vain pintaraapaisu, sillä sanottavaa olisi paljon.

3.1 Rockabilly ja sen alakulttuuri

Rockabillyllä tarkoitetaan 50-luvulta tulevaa kapinallista ja valkoisten rock'n'rollia. Rockabilly on saanut alkunsa USA:n etelävaltioista. Tunnetuimpia rockabilly-artistejä alkuvuosilta ovat Elvis Presley, Johnny Cash, Jerry Lee Lewis ja Carl Perkins. Heidän aikakautensa jälkeen vasta 80-luvulla ilmaantui uusia rockabilly-nimiä, kuten Stray Cats, Cramps ja Blasters. (Rauhala 1992, 49–50.)

Samoihin aikoihin Suomessa olivat esillä yhtyeet Teddy & The Tigers, Jussi Raittinen ja Hurriganes. (Bruun, Lindfors, Luoto & Salo 1988, 265–269). Rockabilly-musiikin tärkeimmät piirteet ovat kontrabasso, joka on korvannut tavallisen sähköbasson, ”vinokuva” laulutyyli ja musiikin rytmikkyys, joka saa kaikki tanssimaan. Tunnettuja rockabilly-bändejä ovat nykyään mm. Matchbox, Crazy Cavan & His Rythm Rockers, Stray Cats ja suomalainen Francine. (Rauhala 1992, 49–50.)

Alakulttuurin ihmisiä yhdistävä tekijä ei ole ainoastaan musiikki, vaan siihen kuuluu muitakin yhdistäviä tekijöitä: tapahtuma, lehdet, hiustyyli, pukeutuminen ja kaikki se, mikä alakulttuuriin liittyy. Rockabilly-kulttuurissa on tärkeää vaatetus ja hiukset. Alakulttuurin edustajat ovat saaneet hiuksistaan myös lempinimen ”torttutukat”. (Salmi 2012, 8–9). Ensiksi hiuksia muotoiltiin sokerivedellä, nykyään ainoa oikea vaihtoehto ovat tukkarasvat, jotka pitävät hiukset kasassa koko päivän (Eklund 2003, 248–250).

Rockabillyn toinen tärkein tunnusmerkki on nahkatakki. Oman näköisekseen takin saa, kun siihen lisää esim. bändien hihamerkkejä tai pinssejä. Rockabillyjen toinen vakiovaruste ovat farkut. Farkkujen lahkeiden kääntäminen ulospäin kuuluu myös asiaan. Suosituimmat kengät olivat 1980-luvulla bootsit, myöhemmin kengät muuttuivat pyöreäkärkisiksi Biker-kengiksi. Farkuista roikkuvat hopeiset ketjut kuuluvat myös osaksi kokonaisuutta. Naisten pukeutumisen A ja O ovat edelleen kellohameet, kotelomekot ja 50-luvun meikkaustyyli. Nykyään on helpompaa valmistaa vaatteet itse, ja moni on tästä saanut ammatinkin. Laukut ja kengät ovat naisilla myös tärkeä osa asukokonaisuuden korostamista. Naisilla isot kampaukset ovat tuttuja 50-luvulta, samoin kuin erilaiset ot-satukat. (Eklund 2003, 250–256.)

Rockabillyillä on paljon kulttuuriin liittyviä tapahtumia. Tietoa tapahtumista saadaan nykyään internetistä, mutta alakulttuurilla on myös paljon sisäpiirin lehtiä. Vanhin säännöllisesti ilmestynyt lehti on Ducktails vuodesta 1995. Toinen suosittu lehti on Big Beat, ja se on ilmestynyt ensimmäisen kerran 1997. (Eklund 2003, 224.)

Kulttuuriin liittyy vahvasti tanssi. Boogiewoogie tanssi kehitettiin 40-luvulla ja sen loppupuolella se sai lisää rytmiä yhdistettynä rock'n'rollin vauhtiin. (Bruun, Lindfors, Luoto & Salo 1988, 18.)

Rockabillyt käyvät edelleen lavatansseissa, ja bändien keikoilla kellohameet heiluvat musiikin tahtiin. Rock'n'rolliin ei ole määriteltyjä kuvioita, ainoastaan perusaskel. Loput improvisoidaan musiikin tahtiin, kuten hienot heitot. (Eklund 2003, 27). Vuonna 1981 järjestettiin ensimmäisen kerran rockabilly-festivaali, joka kesti koko viikonlopun. Nykyään tapahtumia järjestetään lähes viikoittain. (Eklund 2003, 228.)

Kulttuuriin kuuluu tietysti myös aikaan kuuluva amerikkalainen auto. Nykyään järjestetään paljon erilaisia amerikanautotapahtumia, -näyttelyitä ja cruising-ajoja. Ensimmäiset Cruisingit järjestettiin Suomessa vuonna 1982. Cruisingeissa kokoonnutaan yhteen paikkaan ja lähdetään letkassa ajamaan sovittuun paikkaan. 50-luvulla autoilla kokoonnuttiin pikaruokaloiden autokaistojen parkkipaikoille, nykyään cruisingit ovat tapahtuma ystäville ja 50-luvun hengen nostattamista. (Eklund 2003, 240.)

Rockabillystä on kehittynyt vuosien varrella erilaisia alalajeja, kuten trashabilly, neobilly, psychobilly, surfabilly ja gothabilly. Siksi kutsuisinkin rockabillyä kaikkien alakulttuurien äidiksi. Siitä se alun perin on lähtenyt liikkeelle. (Salmi 2012, 8–9.)

3.2 Punk ja sen alakulttuuri

Punkrock syntyi USA:ssa 60-luvulla. Punkin suuria nimiä olivat mm. The Ramones, The Stooges ja The New York Dolls. Englannissa vuonna 1976 syntyi suuri punk-aalto. Kokonaisuutena Punk-musiikkia pidetään vallankumouksena ja se vaikuttaa edelleen vahvasti ympäri maailman. Punk on nopeaa rock musiikkia. (Rauhala 1992, 70.)

Punkin läpimurto tapahtui vuonna 1976 ja se oli Sex Pistolsin ansiota. Punk vaikutti kaikkeen mahdolliseen, politiikkaan, runouteen, muotiin, ja se aiheutti vihaa, väkivaltaa ja anarkiaa. (Eklund 2003, 69). Punk oli reaktio rockin kaupallisuuteen ja löysyyteen. Punkilla pyrittiin palauttamaan rockin energisyys ja nuorison vimma. Punk-musiikissa korostetaan hillitöntä energiaa ja sanoituksissa kritisoidaan yhteiskuntaa. Tunnetuimmiksi suomalaisiksi punk yhtyeiksi nousivat Pelle Miljoona, Eppu Normaali, Maukka perusjätkä, Sleepy Sleepers, Lama, Rytmihäiriö ja Terveet Kädet. (Bruun, Lindfors, Luoto & Salo 1988, 252–259.)

Punkissa nousevat voimakkaasti esiin tyyli ja ulkonäkö. Tyyliin kuuluvat hakaneulat, koiran kaulapannat, nyrkkiraudat, riimut, panosvyöt, irokeesikampa ja ristit. Punkkarille tyypillistä on myös muokata tyyliin sopivia asusteita uudelleen: nahkatakista niittitakiksi, isän puvuntakista punk-takiksi ja sotilaan maihinnousukengistä vaaleanpunaisiksi kengiksi. Punk-tytöt käyttävät paljon verkkosukkahousuja, minihameita, ehostuksia ja voimakkaita meikkejä. Yleiseen muotiin punkista ovat siirtyneet niin erilaiset asusteet, hiustyylit kuin lävistyksetkin. (Raippa 1999, 2–5.)

Punk on asenne, mm. tee itse, vastusta valtavirtaa, ole oma itsesi, kunnioita muita ihmisiä, eläimiä ja luontoa. 1980-luvulla punkille syntyi uusi tyyli suunta Hardcore. Hardcore-punkkarit erottuivat tavallisista punkkareista isoilla irokeeseilla ja koristelluilla nahkatakkeilla. Biisien kesto verrattuna tavalliseen punkkiin oli huikea, yleensä hardcore-biisit kestävät muutamia kymmeniä sekunteja. Vanhaan punk-musiikkiin verrattuna tämä uusi tyyli on aggressiivisempää, nopeampaa, pelkistetympää ja sanoitukset ovat poliittisempia. (Inkinen 2009, 9, 19, 23, 32.)

3.3 Psychobilly ja sen alakulttuuri

Psychobillyyn on yhdistetty punkin rytmikkyys ja rockabillyn perusteet. 1980-luvulla siitä kehittyi täysin oma tyyli suunta. (Eklund, 2003, 238–239). Psychobilly-musiikissa tärkeä elementti on kontrabasso, joka on alkujaan rockabillystä. Laulujen sanoitukset ovat monipuolisia, kuten viittaukset scifi- ja kauhuelokuviin, väkivaltaan, ihmissuhteisiin ja yleensä elämään. (Salmi 2012, 8–9.)

Psychobilly syntyi 1980-luvulla Englannissa. Silloin myös perustettiin ensimmäinen psychobilly bändien esiintymispaikka The Klub Foot, missä kulttuuri alkoi kehittyä. (Brackenridge 2007, 51). 1990-luvun aikana psychobilly-musiikki levisi muualle Eurooppaan, ja Suomessa siitä kuultiin jo 1980-luvun puolella välissä. Tunnetuimmat Psychobilly-bändit myös maailmalla ovat Demented Are Go, Mad Sin, Meteors ja Nekromantix. (Salmi 2012, 8–9.)

Psychobilly-tyyli näkyy jo kaukaa. Koko ulkomuoto on sekoitettuna rockabilly- ja punk-tyyliä. Farkut ovat miesten sekä naisten yleinen vaate. Nahkatakki tai baseballtakki varustettuna erilaisilla niiteillä, merkeillä, pinsseillä ja maalauksilla on myös yleis-

nen näky. Miehet sekä naiset käyttävät paljon samantyyllisiä kenkiä, kuten maihinnouskenkiä, creepersejä ja tennareita. Bändipaidat ovat vakiovaruste mm. keikoilla. Naiset käyttävät myös paljon hameita ja korkokenkiä. Hiukset ovat iso osa kulttuuria, joka juontaa juurensa rockabillyistä. Torttu, irokeesi tai mohikaani-hiukset komeasti värjättyinä ovat yleinen näky. Osa kulttuuria ovat vahvasti suuret ja värikkäät tatuoinnit. (Salmi 2012, 8–9.)

Nykyään internetistä on helppo löytää alakulttuurin uutisia, tapahtumia, bändejä ja ihmisiä. Internet on saattanut koko genren yhtenäisemmäksi. 1990-luvun lopulla perustettiin internetsivu wreckingpit, josta löytyy kaikki päivitetty tieto. Psychobillykulttuuri on todella yhtenäinen porukka ympäri maailman. Ihmiset liikkuvat tapaamaan toisiaan ja katsomaan bändejä ympäri Euroopan, on hienoa olla osana tätä suurta perhettä. (Brackenridge 2007, 217, 218, 227.)

4 CLUB SIN JA PREPARTY

Club Sin on psychobilly-musiikkitapahtuma Tampereella. Se on Mavericks Ry:n järjestämä, ja se on järjestetty jo 12 kertaa Tampereen Klubilla. Esiintyjä ja kävijöitä tulee muualtakin Euroopasta. Club Sin -tapahtumaa kutsutaankin Suomen parhaaksi psychobilly-tapahtumaksi. Kävijät tulevat sinne katsomaan bändejä ja tapaamaan ystäviään. Vuonna 2008 otettiin mukaan Club Siniä edeltävä Preparty. Prepartyt järjestetään vuosittain Tampereen Pub Dog's Homessa Club Siniä edeltävänä päivänä. Järjestämisestä vastaa ainoastaan yksi ihminen, Mavericks Ry:n presidentti Ekku. Prepartyjen tarkoituksena on lämmitellä kävijöitä viikonlopun päätapahtumaa varten. Prepartyissa on aina esiintynyt vähintään kaksi bändiä. (Ekberg 2012).

Tämän luvun alaluvuissa esittelen tapahtumien järjestäjän ja tämän vuoden tapahtumat. Perehdyn tarkemmin tapahtumien esivalmisteluihin, tapahtumapäiviin, esiintyjiin ja aikataulutukseen. Aineisto tässä luvussa koostuu Mavericks Ry:n haastattelusta, heidän sähköpostikeskusteluistaan ja omasta havainnoinnistani.

4.1 Mavericks Ry

Mavericks ry perustettiin vuonna 1992 Tampereella. Perustusvaiheessa ryhmään kuului neljä jäsentä, joista kaksi oli itse perustajia. Yhdistys haluttiin perustaa, koska kaverukset halusivat itselleen oman porukan. Tuohon aikaan oli olemassa rockabilly-porukoita. Tampereella vaikuttivat muun muassa porukat Capitols ja Bombers. Osa muista ryhmistä oli sitä mieltä, että rockabilly oli ainoa oikea tyyli ja muita ei hyväksytty. Siksi nämä kaverukset halusivat oman porukan ja edistää omaa tyyliään. Silloin nämä kaverukset myös päättivät yhdistykselle nimen Mavericks. Maverick tarkoittaa muun muassa yksinäistä sutta, itsenäistä sielua, riippumatonta, omapäistä yksilöä, poliittisesti sitoutumatonta ja villiä. Vuonna 1997 se rekisteröitiin viralliseksi yhdistykseksi, siinä vaiheessa jäseniä oli jo 21. Samana vuonna järjestettiin ensimmäisen kerran hieman isompi musiikkitapahtuma nimellä Mavericks proudly presents. Vuonna 2000 tapahtuma alkoi kantaa nimeä Club Sin. Yhdistyksen jäsenetkin ovat vaihtuneet vuosien aikana. Vanhemmat jäsenet ovat väistyneet perhesyistä tai toiselle paikkakunnalle muuttamisen vuoksi. Yhdistykseen kuuluu tällähetkellä monen ikäisiä jäseniä, nuorimmalla ja van-

himmalla jäsenellä on 21 -vuotta ikäeroa. Suomen yhdistysrekisteristä löytyy määrite Mavericksien toiminnalle, psychobilly kulttuurin edistäminen ja kehittäminen. Osa jäsenistä siis toimii yhdistyksen ulkopuolellakin kulttuurin hyväksi. Suurin osa heistä on saanut kulttuurin avulla jopa ammatin tai pysyvän harrastuksen, esimerkiksi, tatuoiija, maalari, lävistäjä, vaatemyyjä tai muusikko. Toiset heistä harrastavat vapaa-ajallaan vanhojen autojen rakentelua, tapahtumien valokuvaamista, moottoripyöriä ja Euroopan psychobilly tapahtumissa kiertelyä. (Salmi 2012, 8–9.)

4.2 Preparty

Tässä luvussa perehdyn ennakkotapahtumaan Preparty, joka järjestettiin perjantaina 27.04.2012 Tampereen pub Dog's Homessa. Esittelen tapahtumapäivän ja siihen liittyvät seikat. Tapahtuma järjestettiin viidennen kerran. Tapahtuman tarkoituksena on lämmitellä kävijät seuraavan päivän päätapahtumaa varten.

4.2.1 Tapahtuman esivalmistelut

”Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” on totta, kun on kyse tapahtuman järjestämisestä. Tapahtuman suunnittelu täytyy aloittaa tarpeeksi ajoissa ja ottaa mukaan kaikki ne, joita tapahtumassa tarvitaan. Tällä keinolla saadaan järjestämiseen eri näkökulmia ja näin tapahtuman onnistumisprosentti kasvaa. (Vallo & Häyrynen 2008, 148.)

Preparty-tapahtumasta oli ainoastaan vastuussa Mavericks Ry:n Presidentti Ekku Ekberg. Hän hoiti itse lipunmyynnin ja koko paletin pyörittämisen. Bändit varmistuivat lopullisesti helmikuun alussa 2012. Tavoitteena Preparty-tapahtumassa on lämmitellä yleisöä päätapahtumaa varten. Tarkoituksena on tuoda esille uusia lajin bändejä ja järjestää tapahtuma pienellä budjetilla, panostamalla suurin energia seuraavan päivän päätapahtumaan. Prepartyihin pystyi ainoastaan ostamaan lipun ovelta, ja se maksoi 10 €. Ennakkolippuja tapahtumaan ei voinut ostaa, joten se säästi taas lisätyöltä. Tapahtumapaikka Prepartyille on aina ollut pub Dog's Home, ja se varataan automaattisesti joka vuosi. Tapahtuman järjestämistä vastaan pubille maksettiin vuokraa. Pubin puolesta on järjestetty anniskelu ja järjestyksenvalvonta sekä äänilaitteet. Prepartyja markkinointiin aika vähän. Sitä markkinointiin Facebookissa luomalla sinne tapahtuma, joka oli kaik-

kien nähtävissä. Puskaradio näissä piireissä taitaa olla se paras keino. Lähempänä ajankohtaa oli myös Aamulehdessä maininta Tapahtumat-kohdassa, internetissä Gig guidesa ja muutamassa musiikkilehdessä oli myös maininta Tapahtumat-osiossa. Hyvin pienellä markkinoinnilla siis pärjättiin. Liitteestä 1 löytyy Preparty-mainos, jota käytettiin Facebookissa ja flyer-muodossa.

Tapahtuma rahoitetaan kokonaan lipputuloilla. Rekisteröity yhdistys voi järjestää tapahtumia, jotka ovat maksullisia, mutta tapahtuman järjestämiseen ei saa liittyä voitontavoittelua. Jos lipputuloilla ei pystytä maksamaan kaikkia kustannuksia, Mavericks Ry:n jäsenet maksavat kustannukset omasta pussista. Heillä on olemassa myös vuosittainen jäsenmaksu.

Esiintyjille tietysti maksettiin tapahtuman jälkeen keikkapalkkiot, mutta heille kuului myös muitakin hyödykkeitä. He saivat myös esittää vierailuun liittyviä erikoistoiveita, jos halusivat. Heille annettiin myös seuraavalle päivälle päätapahtumaan liput ja backstagepass. Mavericks Ry kustansi heille myös lounaat Tampereen klubilla ja juomatoiveet keikkaillalle. (Ekberg 2012.)

4.2.2 Preparty -tapahtumapäivä

Pub Dog's Home aukesi jo kello 17.00. Päävastuussa oleva Mavericks Ry:n presidentti oli paikalla jo silloin. Esiintyjät saapuivat paikalle kello 18.00, ja heillä oli nopea soundcheck. Ovet avautuivat ja lipunmyynti aloitettiin kello 19.00 yleisölle. Ennen bändien aloittamista soitti Pubissa Dj. Suurin osa asiakkaista tuli paikalle vasta kello 21.00 jälkeen. Lippuja myytiin yhteensä 109 kappaletta ja Mavericksin jäseniä oli paikalla 13 henkeä. Yhteensä siis 119 henkeä. Lipun myynti sujui moitteettomasti ja asiakasryntäyksiltä vältyttiin. Pub Dog's Homessa on asiakaspaikkoja 140. Muutamia lippuja jäi siis myymättä. Ensimmäinen bändi The Butchers aloitti n. kello 22.00.



KUVA 1. The Butchers esiintyy (Kuva: Saara Salmi.)

Seuraava bändi Flesh Roxon alkoi soittaa n. kello 23.30. Tämä bändi villitsi yleisöä enemmän punk sävyisemmällä tyylillä kuin The Butchers. Yleisö otti heidät hyvin vastaan, sillä osa bändin jäsenistä oli jo tuttuja Multi Climex -bändistä. Tässä vaiheessa paikalla olivat lähes kaikki, jotka ostivat tapahtumaan lipun. Anniskelu baaritiskillä sujui hyvin, ja pitkiltä jonoilta vältyttiin. Kaikki vaikuttivat tyytyväisiltä.



KUVA 2. Flesh Roxon esiintyy (Kuva: Saara Salmi.)

Viimeisenä esiintyjänä ja pääesiintyjänä oli The Ragged Bones Ruotsista. Heillä oli hieman rockabillyyn suuntautuva soundi. Yleisö otti komeat nuoret hyvin vastaan, vaikka juuri oli esiintynyt kaksi kotikaupungin kasvattia. The Ragged Bones lopetti n. kello 02.00. Valomerkkiin saakka asiakkaita viihdytti Dj Mr. Willy, joka soittaa bassoa Flesh Roxon yhtyeessä. 03.00 pub Dog's Home sulkeutui. Kyselyiden tuloksia analysoin luvuissa 7 ja 8.



KUVA 3. The Ragged Bones lavalla (Kuva: Saara Salmi.)

4.2.3 Esiintyjät

Tapahtumassa esiintyi ensimmäisenä The Butchers, joka on Tampereelta kotoisin. Yksi Mavericksin jäsenistä soittaa kyseisessä bändissä. Seuraava Bändi oli niin ikään Tampereelta Flesh Roxon -yhtye. Viimeinen esiintyjä ja tapahtuman pääesiintyjä tuli Ruotsista nimeltään The Ragged Bones. Ruotsalaisnuorukaisille keikka oli ensimmäinen Suomessa. The Ragged Bonesin jäsenet tulivat laivalla oma auto mukanaan, joten he eivät tarvinneet kuljetusta. Mavericks Ry maksoi heidän matkansa. Ruotsalaisille muusikoille varattiin kahdeksi yöksi hotellihuone Tampereen Holiday Inn -hotellista. (Ekberg 2012.)



KUVA 4. Yleisöä Pub Dog's Homessa (Kuva: Saara Salmi.)

4.2.4 Jälkityöt

Varsinaisia jälkitöitä ei hirveästi ollut, sillä pub Dog's Home hoiti suurimman osan loppu töistä. Bändien jäsenet hoitivat itse tavaroiden roudaamisen omiin autoihinsa ja kuljetuksen. Mavericks Ry:n Presidentti Ekku hoiti lippukassan ja Dj:n levyt olivat Ekun omia. pub Dog's Home hoiti ravintolalle kuuluvat lopputyöt. (Ekberg 2012.)

4.3 Club Sin

Tässä luvussa perehdyn päätapahtumaan Club Sin, joka järjestettiin lauantaina 28.04.2012 Tampereen Klubilla. Esittelen tapahtumapäivän ja siihen liittyvät erilaiset tekijät pääpiirteittäin. Kerron myös millaisia toimenpiteitä tällaisen tapahtuman järjestäminen vaatii. Perehdyn päätapahtumaan tarkemmin, kuin Prepartyihin. Club Sin -tapahtuma järjestettiin 12:nneen kerran, Tampereen Klubilla. Aineistoni tähän lukuun koostuu Mavericks Ry:n kokousmateriaaleista, jäsenten välisistä sähköpostikeskusteluista, omasta havainnoinnistani ja yhdistyksen jäsenien Janne Vepsän ja Juha Humalajoen haastatteluista.

4.3.1 Tapahtuman esivalmistelut

Club Sin on suurempi prosessi kuin Prepartyt. Club Sinin suunnittelu aloitettiin syyskuussa 2011 ensimmäisen kerran. Tehtiin työnjako, jotta kaikki tietäisivät vastuualueensa. Pääasiallinen Club Sin -vastaava oli Juha Humalajoki, joka on toiminut pitkään Mavericks Ry:n jäsenenä. Tässä luvussa kerron kaikesta, mitä tulee ottaa huomioon ennen tapahtumaa ja mitä kaikkea tällaisen tapahtuman järjestämiseen tarvitaan. (Vepsä 2012.)

Työnjako tehtiin syyskuussa. Jäsenistä kuusi oli vastuussa ennakkojärjestelyistä, muut 15 jäsentä auttoivat tietysti varsinaisena tapahtumapäivänä erilaisissa tehtävissä, kuten stagemanager, backstagemanager, lipunmyyjät, Dj, roudarit ja muita tehtäviä tarvittaessa. Vastuuhenkilö Juha oli kahden muun jäsenen kanssa vastuussa bändien bukkauksesta, esiintyjien majoituksista ja erikoistoiveista. He varasivat heille myös lennot Tampereelle. Yksi henkilö vastasi kaikista paperihommista, kuten budjetin laskennasta, lippujen ennakkomyynnistä, järjestelyistä Klubin kanssa ja tilinpäätöksestä. Kaksi yhdis-

tyksen jäsenistä huolehti siitä, että esiintyjät olivat ajoissa paikalla ja kuljetukset lentokentiltä toimivat. He huolehtivat myös esiintyjien erikoistoiveiden toteuttamisesta. (Vepsä 2012.)

4.3.2 Budjetti ja rahoitus

Yksi henkilö oli vastuussa tapahtuman budjetoinnista. Alkuun laskettiin tavoitebudjetti, joka olisi suurin piirtein paikkansa pitävä. Siihen laskettiin kaikki lipputuloista tuleva tulo. Sen jälkeen alettiin miettiä, mihin kaikkeen on varaa, jotta tulos olisi tasan. Ei tappiota, eikä voitonhakuista voittoa. Budjettiin laskettiin, esiintyjien matkat/lennot, majoitukset, kuljetuksiin menevä bensa, autovuokrat, ruuat, juomat, paikkavuokra, instrumenttien vuokra, bändien palkat ja lisäkulut. Lisäkuluilla tarkoitetaan, esimerkiksi yllätyskuluja, joita voivat aiheuttaa vaikkapa soitinten hajoaminen tai ongelmat hotellin kanssa. (Humalajoki 2012.)

4.3.3 Esiintyjien buukkaus, majoitukset ja matkat

Kolme henkilö vastasi tästä osa-alueesta. Kaksi heistä hoiti esiintyjien buukkaukset. Syyskuussa Mavericks Ry piti ensimmäisen kokouksen tulevista bändeistä. Jokainen sai ehdottaa jotakin ja sen jälkeen kaksi henkilöä alkoi selvittää esiintyjien saatavuutta. Vaihtoehdot esiintyjistä olivat monipuoliset, mutta jo joulukuussa 2011 varmistui pää-esiintyjä. Sen jälkeen alettiin hahmottaa neljää muuta esiintyjää. Tammikuussa 2012 alkoi esiintyjäkaarti olla koossa. Vielä piti kuitenkin allekirjoittaa sopimukset. Tällä hetkellä myös budjetti näytti hieman plussaa, jos lipun hinta pysyy laskelmien mukaisena. Helmikuussa 2012 kaikki esiintyjät varmistuivat. (Humalajoki 2012.)

Myös lennot oli varattu, jo helmikuussa. Yksi esiintyjistä oli siis Tampereelta kotoisin, joten heille ei järjestetty majoitusta eikä matkoja. Toinen kotimainen yhtye oli Lappeenrannasta ja heille maksettiin matkakulut omalla autolla. He majoittuivat ystävien luona Tampereella. Kolme yhtyeistä tuli ulkomailta. Pääesiintyjä Mad Sin lensi Helsinkiin. Hola Ghost ja Hellfreaks lensivät Tampereen lentokentälle Pirkkalaan. (Humalajoki 2012.)

Majoitukset esiintyjille järjestettiin Tampereen Holiday Inn -hotellista, joka sijaitsee aivan Tampereen Klubin tuntumassa. Matkaa Klubilta hotellille kertyy noin 600 metriä. Majoitukseen sisältyi aamupala. Majoitukset hoiti vastuhenkilö Juha. Hän myös otti vastaan esiintyjiltä erikoistoiveita. Hänellä oli kyllä muutama apurikin, mutta yksin hän oli päävastuussa. Erikoisjärjestelyihin kuuluivat päivällisen järjestäminen Tampereen Klubilla, esiintyjien juomatoiveet esiintymisillalle, soitintoiveet ja esiintyjien muut henkilökohtaiset tarpeet/toiveet. (Humalajoki 2012.)

4.3.4 Soittimet ja lavatekniikka tapahtumapäivälle

Club Sinissä esiintyi tamperelainen Basementones-yhtye, ja yksi yhtyeen jäsenistä on Mavericks Ry:n jäsen. Soittimia tapahtumaan ei siis tarvinnut vuokrata ulkopuolelta, vaan Basementonesin jäsenet lainasivat niitä mielellään myös muille esiintyjille. Kaikki tarvittavat laitteet ja soittimet löytyivät yhtyeeltä, joten mitään kalliita hankintoja ei tarvinnut tehdä. Jos jokainen esiintyjä ottaisi mukaan kaikki omat soittimet, joutuisi Mavericks Ry maksamaan lentoyhtiölle suuria lisämaksuja. Kaikki lentoyhtiöt eivät suostu edes ottamaan lennolle suurta määrää ylimääräisiä matkatavaroita. (Vepsä 2012.)

4.3.5 Alkuperäinen aikataulutus esiintyjien saapumisesta

Basementones-yhtye hoitaa lavatekniikan paikalle n. kello 14.00–15.00. Basementones ja Rejected -yhtyeiden soundcheckit ovat ennen kello 17.00:aa.

Ulkomaalaiset esiintyjät saapuvat kello 17–18.00. Hola Ghostin ja Hellfreaksin lennot saapuvat 17.10.

Ulkomaalaisten esiintyjien soundcheckit (noin ajat)

Mad Sin 17.00-17.45

Hola Ghost 17.45-18.15

Hellfreaks 18.15-18.45

4.3.6 Kuljetukset paikanpäälle ja hotelleihin

Kaksi Maveicks Ry:n jäsenistä vastasi ulkomaisten esiintyjien kuljetuksista. Ystäviltään he vuokrasivat kaksi isompaa autoa, jotta kaikki esiintyjät ja heidän soittimensa mahtuisivat autoon. Auton lainaajille maksettiin tietysti vuokraa. Pääesiintyjä saapui Helsinki-Vantaan lentokentälle ja kaksi muuta yhtyettä Pirkkalan lentokentälle. Mad Sinin lento oli Helsingissä kello 15:30. Heidä oltiin vastassa lentokentällä. Kuljetus saapui Tampereelle n. kello 17.30. Heidät vietiin suoraan soundcheckiin ja sen jälkeen hotellille. Heidät haettiin Klubille vasta kello 20.00.

Hola Ghost ja Hellfreaks -yhtyeitten piti saapua Pirkkalan lentokentälle kello 17.10 ja heidät haettaisiin samalla autolla. Tämä oli alkuperäinen suunnitelma. Molemmat esiintyjät jäivät jatkolennotta Helsinki-Tampere. Lopulta heidät haettiin Tampereen linja-autoasemalta 19.30. Heidät vietiin suoraan hotellille ja sen jälkeen suoraan Klubille todella lyhyelle soundcheckille. (Vepsä 2012.)

4.3.7 Mainonta ja liput

Bändit varmistuivat helmikuussa. Samassa kuussa laitettiin Preparty ja Club Sin -mainoksia eteenpäin, muun muassa Psychobilly-online-sivuille, roketsuvoorummille, Facebookiin, wrecking pit -sivuille, MySpaceen, painettiin flyer-mainoksia ja lähempänä ajankohtaa laitettiin mainoksia lehtiin. Mainoksia laitettiin Aamulehteen, ilmaisjakelu-lehtiin ja alan lehtiin. Club Sin -mainos löytyy liitteestä 2. (Humalajoki 2012.)

Ennakkoliput olivat myynnissä 19.3–22.4.2012. Liput pystyi tilaamaan lähettämällä koko nimen ja lippujen lukumäärän osoitteeseen mavericksry@gmail.com. Paluuviestissä sai maksuohjeet. Ennakkoliput maksoivat 28 €. Liput maksoivat ovelta 30 €. Ovelta saatavia lippuja oli rajoitetusti, mitä ennakkomyynnistä oli jäänyt yli. Ennakkomyynnistä vastasi yksi henkilö. Hän laski koko ajan ennakkolippujen myytyä määrää ja sen perusteella tulevaa tulosta. (Humalajoki 2012.)

4.4 Club Sin -tapahtumapäivä

Suurin osa Mavericks Ry:n jäsenistä meni paikanpäälle jo ennen kello 18.00:aa. Basementones-yhtye lainasi soittimiaan muillekin esiintyjille ja kantoi soittimet paikanpäälle jo 15.00. Tämän jälkeen he vetivät souncheckin yhdessä Rejected-yhtyeen kanssa. Mad Sin-yhtye saapui Tampereelle n. kello 17.30. Heidät tuotiin suoraan soundcheckiin ja sen jälkeen hotellille. Hola Ghost ja Hellfreaks-yhtyeet saapuivat 19.30 souncheckiin ja sen jälkeen heidät vietiin hotellille. Onneksi kaikki esiintyjät kuitenkin saapuivat paikanpäälle.

Tapahtuman alkamisesta oli kävijöiden keskuudessa ollut hieman erilaisia mielipiteitä, mutta ovet aukesivat kello 19.00. Lipunmyynnissä oli neljä henkilöä, jotta asiakkaat saataisiin nopeasti sisälle. Lipunmyynnin yhteyteen minulle oli järjestetty pöytä, jossa oli tapahtumaa koskevia asiakastyytyväisyyskyselyitä. Ihmiset saivat vastata niihin, jos halusivat, ja kiersin koko tapahtuman ajan kahden apurin kanssa haastattelemassa kävijöitä. Tällä kertaa ennakkolippuja oli myyty niin paljon, että asiakkaita saatiin hyvinkin nopeasti sisälle. Ensimmäisen bändin aloitusajankohdassa oli ollut epäselvyyksiä. Ensimmäinen Basementones-bändi aloitti hieman jälkeen sovitun ajan klo. 20.00. Tuolloin läheskään kaikki lipun ostaneet eivät olleet paikalla. Tämä oli mielestäni hyvin harmil-

lista, sillä Basementones on todella hyvä live-esiintyjä. Heidän esiintymisensä jälkeen siirryimme backstagelle, jossa haastattelin Basementones-yhtyeen jäseniä.



KUVA 5. Basementones-yhtyeen haastattelu (Kuva: Janne Vepsä.)

Noin kello 21.00 aloitti Rejected-yhtye. Heidän esiintymisensä oli mukaansa tempaavaa ja hieman erilainen kuin oli odotettavissa seuraavilta. Esimerkiksi Rejected-yhtyeessä ei ole kontrabassoa soittimena, vaan tavallinen sähköbasso. Ihmisiä alkoi jo pikku hiljaa tulla lisää. Minä kiersin apureitteni kanssa bändien väliajoilla ja tupakkapaikalla haastattelemassa kävijöitä. Rejectedin jälkeen tuli tieto, että tapahtuma on loppuunmyyty, joten lipunmyyjäikään ei enää tarvittu. Tapahtumassa oli myös pientä oheismyyntiä: Jungle Records levymyynti sekä esiintyjille varattu pöytä, jossa he pystyivät myymään omia cd:itään, paitoja ja muita oheistuotteita.



KUVA 6. Rejected esiintyy (Kuva: Saara Salmi.)

Kolmantena esiintyjänä oli unkarilainen The Hellfreaks-yhtye. He aloittivat n. kello 22.00. Tämä yhtye oli ensimmäistä kertaa Suomessa esiintymässä. Moni ei ollut aikaisemmin edes kuullut yhtyeestä, mutta silti katsojia riitti. Osa yleisöstä olisi kaivannut esiintyjien välille juontajaa, joka ilmoittaa aikataulusta. Aikataulusta oltiin hieman jäljessä tapahtuman alkamisajan epäselvyydestä johtuen. Kuitenkin tämä uusi ja nuori yhtye sai yleisön hyvin mukaansa.



KUVA 7. The Hellfreaks lavalla (Kuva: Saara Salmi.)

Välillä haastattelin tapahtuman järjestäjiä, ja mitään suuria ongelmia ei ilmennyt. Backstagella kaikki oli hyvin, oltiin suurin piirtein aikataulussa, asiakkaat viihtyivät, baaritiskillä ei ollut suuria jonoja, ei järjestyshäiriöitä ja mikä tärkeintä, kaikki esiintyjät olivat paikalla. Seuraava esiintyjä Hola Ghost aloitti kello 23 jälkeen. Tämä toiseksi suosituin yhtye sai yleisön liikkumaan ja tunnelman kattoon. Hola Ghost ylitti odotukset.



KUVA 8. Hola Ghost esiintyy (Kuva: Saara Salmi.)

Hola Ghostin villitsemisen jälkeen alkoi illan viimeinen odotus. Mad Sin, yksi maailman kuuluisimmista psychobilly-yhtyeistä, oli seuraavana vuorossa. Tämä esiintyminen oli Mad Sinin neljäs Club Sinissä. Tunnelma suoraan repesi, kun veteraanit astelivat lavalle. Suurin osa yleisöstä oli odottanut tätä hetkeä. Mad Sin aloitti noin kello 01.00 ja lopetti vähän ennen kello 02.30.



KUVA 9. Mad Sin esiintyy (Kuva: Saara Salmi.)

Mad Sinin lopetettua kaksi Mavericks Ry:n jäsentä soitti levyjä noin tunnin verran. Suurin osa asiakkaista taisi poistua viimeisen esiintyjän jälkeen, murto-osa asiakkaista oli loppuun asti. 03.30 tuli valomerkki. Valomerkin jälkeen keräsin kyselylomakkeiden vastaukset ja menin vielä kyselymään backstagelle esiintyjien ja järjestäjien mielipiteitä illasta. Kello 04.00 Klubin ovet sulkeutuivat.

4.4.1 Esiintyjät

Ensimmäisenä esiintyjänä oli Tampereelta kotoisin oleva Basementones-yhtye, joilla on hyvin vahva psychobilly-tyyli. He ovat uusi yhtye, joka sai ensimmäisen pitkäsoittosopimuksen Club Sinin jälkeen. Seuraavana esiintyi lappeenrantalainen punkrock The Rejected, jossa musiikki on painottunut enemmän punk-musiikkiin. Kolmantena esiintyi unkarilainen The Hellfreaks-yhtye, joka on aika uusi bändi psychobilly-tantereella. Heidän musiikkityylinsä voidaan luokitella psychobillyn ja horrorbillyn välimaastoon. Neljäs yhtye oli toinen suosikki illan esiintyjistä, Hola Ghost. Hola Ghost on tanskalainen yhtye, joka koostuu kahdesta muusikosta ja rumpukoneesta. Musiikkityylissä sekoittuu Psychobilly, surf ja punk-musiikkilajit. Viides esiintyjä ja samalla illan pääesiintyjä oli saksalainen Mad Sin-yhtye Aito psychobilly-musiikin edustaja, joka tunnetaan ympäri maailmaa.

4.4.2 Kävijät

Tapahtuma oli siis loppuunmyyty, ja maksavia asiakkaita oli 450. Lukuun ei ole laskettu Klubin henkilökuntaa tai Mavericks Ry:n jäseniä. Kävijöitä tuli sankoin joukoin ympäri Suomen. Pääesiintyjän soittaessa tila alkoi jopa tuntua ahtaalta. Asiakastytyvääisyyskyselyihin sain vastauksia hurjat 226 kappaletta. Kävijät ylittivät odotukset, joka suhteessa.



KUVA 10. Tapahtuman osallistujia (Kuva: Saara Salmi.)

4.4.3 Jälkityöt ja kuljetukset

Jälkitöistä suurin osa kuului paikan vuokraajalle eli Klubille. Tapahtumapäivän yönä Mavericks Ry keräsi ainoastaan omat tavaransa backstagelta ja lipunmyyntitavarat mukaansa. Siivoustyöt ja muut työt kuuluivat Klubille. Seuraavana päivänä hoidettiin esiintyjien kuljetukset, sunnuntaina hoidettiin myös vuokrattujen soittimien ja lavatekniikan roudaus ja kuljetus niiden omistajille. (Vepsä 2012.)

Seuraavana päivänä haettiin esiintyjät Tampereen Holiday Inn -hotellilta ja kuljetettiin lentokentille. Toisella autolla Helsinki-Vantaan lentokentälle Mad Sin, jonka lento lähti kello 15.25. Hola Ghost ja Hellfreaks -yhtyeet vietiin Pirkkalan lentokentälle ja heidän lentonsa lähti 14.35. (Vepsä 2012.)

4.4.4 Kiitokset ja jälkipyykki

Tapahtuman jälkeen tehtiin tuloslaskelma. Ennen lopullista laskelmaa maksettiin loput menot, kuten esiintyjien keikkapalkat. Tuloslaskelman jälkeen tiedotettiin yhdistyksen jäsenille heidän fooruminsa kautta, miten tapahtuma onnistui. Kaikilta osin se onnistui hyvin ja suurilta ongelmilta vältyttiin. Tapahtuman tulos oli positiivinen ja tämä olikin järjestäjän tavoitteena.

Mavericks Ry kiitti Facebookin Club Sin -ryhmässä tapahtumaan osallistuneita. Ryhmään laitettiin, myös vihiä tulevista Mavericks Ry 20 -vuotta juhlista. Juhlaan kutsutaan Mavericks Ry:tä kannattaneet ihmiset, siellä esiintyneet ja aktiivisesti tapahtumissa käyneet. Juhla järjestetään kesän 2012 lopussa yksityistilaisuutena, vain kutsuvieraille. Mavericks Ry välitti esiintyjille kiitoksensa sähköpostitse ja kyselivät heiltä tapahtuman onnistumisesta. Tapahtuman jälkeen kaikki osapuolet vaikuttivat tyytyväisiltä. (Humalajoki 2012.)

5 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN, SEN ONNISTUMINEN, PALVELUN TUOTTAMINEN JA KEHITTÄMINEN

Tässä luvussa perehdyn tapahtuman järjestämiseen ja sen onnistumiseen Vallon ja Häyrinen (2008) Tapahtuma on tilaisuus kirjan avulla. Käytän myös Vallon (2009) Isännöyden ihanaus kirjaa. Palvelun tuottamisen osiossa käytän Tapio Rissassen (2005) kirjaa Hyvä palvelu. Käyn teoreettisesti läpi edellä mainittuja asioita ja vertaan niiden vaiheita Club Sin -tapahtumaan.

5.1 Tapahtuman järjestäminen ja sen onnistuminen

Tapahtuma on oivallinen väline organisaatiolle. Se jättää aina mielikuvan järjestäjistä, organisaatiosta ja heidän toiminnastaan. Mielikuvat syntyvät siitä, mitä itse koemme tapahtumassa. Tapahtumasta voidaan sanoa, että se antaa tapahtumanjärjestäjälle kasvot. (Vallo & Häyrinen 2008, 18.)

Tapahtumalajeja toteuttamistavan mukaan on olemassa monia. Mavericks Ry:n tapauksessa kyseessä on itse rakennettu tapahtuma. Vallo (2009, 59) sanookin itse järjestetyn tapahtuman edellyttävän organisaatiolta täyttä sitoutumista ja suurta työpanosta. Usein organisaatiot päätyvät omien varojen käyttöön kustannussyistä. Tapahtuman suunnittelu ja toteuttaminen ovat aina pois heidän työajastaan. Etuina tällaisessa tapahtumalajissa ovat: valta päättää tilaisuuden luonteesta kokonaan ja tilaisuuden suunnittelusta ei synny kustannuksia. Haasteina tietysti ovat suuri työmäärä, valtava vastuu ja kokemuksen puute.

Tapahtuma on tilaisuus -kirjassaan Vallo ja Häyrinen (2008, 93) määrittelee onnistuneen tapahtuman seuraavasti: Onnistuneen tapahtuman tuntee. Sen tuntee koko sielulleen. Tunnelma tapahtumassa on ollut ainutkertaista. Onnistuneessa tapahtumassa on tunne ja ajatus kohdillaan. Tähti kuvaa hyvin onnistunutta tapahtumaa. Tähti sykkii valoa ja iloa kaikille osallistujille. Tämä tähti koostuu kahdesta kolmiosta: strategisesta ja operatiivisesta kolmiosta. Kummassakin kolmiossa on kolme kysymystä, joihin tulee vastata ennen tapahtumaa. Seuraavissa alaluvuissa käyn läpi strategisen ja operatiivisen kolmion ja kuljetan mukana Mavericks Ry:n tapausta.

5.1.1 Tavoite

Miksi tapahtuma järjestetään? Mitä sillä halutaan viestiä? Näille kysymyksille täytyy miettiä vastaukset tarkkaan. Jos näille kysymyksille ei löydy vastausta, kannattaa unohtaa koko tapahtuma ja keskittyä mihin asioihin. Tapahtuman tavoitteen täytyy olla täysin selvillä. (Vallo & Häyrinen 2008, 93–94.)

Näihin kysymyksiin Mavericks Ry:n on helppo vastata. Mavericks Ry:n toiminnan tarkoituksena on ainoastaan psychobilly-alakulttuurin edistäminen. Tapahtuma järjestetään niille, jotka ovat osa kulttuuria tai pitävät samasta musiikista. Tapahtuman tärkeimmät viestit ovat: kulttuurin edistäminen, sen ylläpitäminen, alakulttuurin ihmisten yhteen saattaminen ja hauskanpito.

5.1.2 Kohderyhmä

Tapahtuman suunnittelun alussa toinen peruskysymys on, kenelle tapahtuma järjestetään? Mikä on kohderyhmäni? muita kysymyksiä: Miten hyvin tunnen kohderyhmäni ja heidän kiinnostuksen kohteensa? Miten saan parhaiten tavoitteeni toteutumaan ja haluamani viestin perille kohderyhmälleni? (Vallo & Häyrinen 2008, 94.)

Kohderyhmä on erittäin selvä. Samasta musiikista pitävät henkilöt. Musiikki on yksi tärkeistä mielipiteenjakaajista ja siitä ei voi kiistellä. Kohderyhmänä toimivat punk-, rockabilly- ja psychobilly -musiikin ystävät. Kohderyhmä tunnetaan jo aika hyvin, sillä Club Sin tapahtuma on järjestetty jo 12 kertaa. Mavericks Ry:n viesti on myös mennyt perille hyvin näiden vuosien aikana. Laajensin hieman tätä viestin saatavuutta tekemällä lehtiartikkelin Pirkanmaan Sanomiin koskien alakulttuuria ja Mavericks Ry:tä.

5.1.3 Tapahtuman suunnittelu

Mitä ollaan järjestämässä? Millainen tapahtuma on sopiva halutulle kohderyhmälle ja tavoitteelle? valinnanvaraa on olemassa paljon. Strategisen kolmion kysymyksiin täytyy olla vastaus niillä, jotka ovat tapahtumaa järjestämässä. Näistä kolmesta kysymyksestä yleensä syntyy vastaus siihen, mikä on tapahtuman idea? Idea on se asia, jonka ympärille tapahtuma muodostetaan. Joskus ideasta voi syntyä tapahtumakonsepti, joka voi olla monivuotinen. Monivuotisen tapahtuman käytännön toteutus voi kuitenkin muuttua vuosien aikana. (Vallo & Häyrinen 2008, 94.)

Psychobilly alakulttuurin vaikuttavin tekijä on musiikki, joten musiikkitapahtuma on juuri oikea valinta. Mavericks Ry:n ensimmäinen tapahtuma järjestettiin 20 vuotta sitten. Näiden vuosien aikana tapahtuma on kehittynyt paljon ja käytännön toteutus parantunut. Esimerkiksi, ennen tapahtuman esiintyjät nukkuivat yhdistyksen jäsenten kotona ja nykyään kaikille esiintyjille maksetaan hotellihuone. (Ekberg 2012.)

Tapahtumapaikan tulee olla sellainen, jossa on otettu huomioon tilaisuuden luonne ja osallistujat. Vain harvoin tila toimii sellaisenaan, mutta tilasta kuin tilasta voi saada kellovöllisen somistuksella. Tapahtumapaikka kannattaa tarkistaa hyvissä ajoin etukäteen ja arvioida soveltuvuus tapahtumaa varten. Tapahtumapaikalla kannattaa kiinnittää huomio seuraaviin asioihin: Tilan sopiminen järjestäjän imagoon, onko paikka liian käytetty, kulkuyhteydet, tilan koko, sopivuus tapahtumalle, somistusmahdollisuudet, äänen-toisto, tekniikka, ilmastointi, tarjoilu, ulkopuoliset häiriötekijät ja saniteetitilat. (Vallo & Häyrinen 2008, 132). Tampereen klubi täyttää täysin nämä kaikki kriteerit ja on oikein oiva paikka tapahtumalle.

Tapahtuman ajankohtaan ja keston kannattaa kiinnittää huomiota, sillä sen perusteella asiakkaat päättävät osallistumisestaan. Viikonloppu on hyvä ajankohta, mutta maanantai taas huono. Myös vuodenajat säätelevät ihmisiä. Kesällä on muutenkin paljon tapahtumia ja tammikuussa taas yllin kyllin tilaa tapahtumille. Järjestäessä isoa tapahtumaa kannattaa tarkistaa, ettei kilpailijoilla ole samaan aikaan tapahtumia. Pieni salapoliisintyö ennen tapahtuma-ajan valintaa on paikallaan. (Vallo & Häyrinen 2008, 138). Minusta ajankohta Club Sinille on hyvä ja se on aina järjestetty samaan aikaan. Viime vuonna oli kilpaileva tapahtuma samana iltana, mutta Club Sin oli silti loppuunmyyty.

5.1.4 Toteutus

Miten tapahtuma toteutetaan, että tavoite saavutetaan ja viesti saadaan perille? Miten tapahtuma järjestetään, että sen idea ja teema ovat näkyvillä koko tapahtuman ajan? Tehdäänkö tapahtumatyö itse vai ostetaanko se ulkopuolelta? Tapahtuma on prosessi, johon kuuluu kolme eri vaihetta: suunnitteluvaihe, toteutusvaihe ja jälkimarkkinointivaihe. (Vallo & Häyrinen 2008, 95). Luvussa 4.3 olen käynyt läpi tämän prosessin tarkasti läpi.

Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty. Tapahtuman suunnittelu täytyy aloittaa ajoissa. Pisin ja aikaa vievin on suunnitteluvaihe. Se voi viedä kuukausia tai vuosia tapahtuman laajuudesta. Riippuen mitä isompia tiloja tapahtumaan tarvitaan, sitä aikaisemmin tulee olla liikkeellä (Vallo & Häyrinen 2008, 148.)

Tapahtuman toteutusvaihe on se hetki, kun suunniteltu muuttuu konkreettiseksi. Kaikkien, jotka tapahtumassa työskentelevät, on puhallettava yhteen hiileen. Yhteistyöllä on suuri vaikutus tapahtuman onnistumiseen. Tapahtuman toteutuksesta voidaan eritellä kolme eri vaihetta: rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Rakennusvaihe vie eniten aikaa ja silloin laitetaan kaikki valmiiksi tapahtumaa varten. Tapahtumat, joita on suunniteltu ja rakennettu viikkoja, on itse tapahtuma kuitenkin hetkessä ohi. Se saattaa kestää vain muutaman tunnin. Tapahtuma alettuaan on kuin juna, joka menee eteenpäin ongelmista huolimatta. Viimeisen vieraan jälkeen alkaa purkuvaihe, joka on paljon nopeampi kuin rakennusvaihe. (Vallo & Häyrinen 2008, 153.)

Viimeisenä on jälkimarkkinointivaihe. Yksinkertaisesti se voi olla vaikka kiitoskortin lähettäminen osallistujille. Näin tapahtumanjärjestäjät osoittavat arvostavansa tapahtumaan osallistumista. Jälkimarkkinointiin kuuluu myös palautteen kerääminen sekä organisaatiosta ja osallistujilta. Jälkimarkkinointiin kuuluu myös kiitokset esiintyjille, puhujille ja tietenkin tapahtuman muulle henkilökunnalle. (Vallo & Häyrinen 2009, 168.)

5.1.5 Tapahtuman luonne

Tapahtuman tavoitteen, kohderyhmän ja halutun viestin selvittyä voidaan vastat kysymyksiin tapahtuman sisällöstä ja ohjelmasta. Tarvitaanko vetovoimaisia esiintyjiä tai musiikkia? Löytyykö omasta organisaatiosta esiintyjiä? Tarvitaanko ulkopuolista juontajaa vai tuoko yksi järjestäjistä lisäarvoa tapahtumalle? Tapahtuman sisällön suunnittelussa kohderyhmä on hyvin tärkeä. Mikään ei ole turhauttavampaa esiintyjän tai katsojan silmistä kuin, että tapahtuman sisältö ei ole suunniteltu kohderyhmälle. Tämä on suurin vastuu tapahtumanjärjestäjälle, sillä hänen täytyy tuntea osallistujat ja esiintyjä tai esiintyjät hyvin, jotta hän voi muokata ohjelman kohderyhmälle sopivaksi. (Vallo & Häyrinen 2009, 96.)

Kohderyhmä ja viesti ovat aina olleet Mavericks Ry:lle selvät. Club Sin on aina ollut musiikkitapahtuma ja tuskin muuksi muuttuu. Kävijät saavat melkein vuoden verran toivoa esiintyjiä. Toiveet, budjetti ja esiintyjien saatavuus ovat ainoastaan rajana bändien saamiselle. Budjetissa on otettu huomioon mitä yhdistyksen jäsenillä, jo on. Kaksi yhdistyksen jäsenistä soittaa bändeissä ja tätä hyödynnettiin viime Club Sin - tapahtumassa. (Ekberg 2012.)

5.1.6 Tapahtuman järjestäjä

Tapahtuman järjestäjällä on aina suuri vastuu. Isäntien rooli on tärkeä tapahtuman onnistumiselle. Yhtään tapahtumaa ei tulisi järjestää, jos isäntiä ei ole tiedossa tai kenellä on tarve tapahtuman järjestämiselle. Tapahtuman suunnitteluun ja toteuttamiseen tulisi ryhtyä vasta kun siihen on tarve. Tapahtumaa ei tulisi järjestää pelkästään perinteen vuoksi, vaan sille tulisi olla aito tarvitsija. Näin tapahtumalle löytyisi aina myös omistaja sekä isännät. Isäntänä oleminen on tapahtuman rooleista tärkein, vaikka mikään muu ei olisi mennyt suunnitelmien mukaan, voi isäntänä onnistuminen pelastaa tapahtuman. Nämä kolme kysymystä liittyvät tapahtuman toteuttamiseen ja niistä syntyy tapahtuman teema. Teemasta syntyy tapahtumailmeen kattoajatus aina kutsusta jälkimarkkinointiin. Yhteensä nämä kuusi kysymystä muodostavat kaksi kolmiota, joiden täytyy olla tasapainossa keskenään. Toisen kolmion ollessa toista vahvempi, ei tapahtuma ole tasapainossa ja jokin osa-alue ontuu. Usein läsnäolijat huomaavat toimimattomuuden tapahtumassa, viimeistään sen päätyttyä. Kun nämä kaksi kolmiota laitetaan päällekkäin, syn-

tyy kirkas tähti. Tähti on merkki siitä, että tapahtuma on onnistunut. (Vallo & Häyrynen 2008, 96–97). Mavericks Ry aloittaa jo ajoissa töiden jakamisen ja jokaiselle jaetaan oma vastuualue. Kokonaisuus onnistuu, kun jokainen huolehtii oman tehtävänsä ja auttaa tarvittaessa myös muita.

5.2 Palvelun tuottaminen ja kehittäminen

”Palvelu on vuorovaikutus, teko, tapahtuma, toiminta, suoritus tai valmius, jossa asiakkaalle tuotetaan tai annetaan mahdollisuus lisäarvon saamiseen ongelman ratkaisuna, helppoutena, vaivattomuutena, elämyksenä, nautintona, kokemuksena, mielihyväinä, ajan tai materian säästönä jne”. Palvelun laatu on asiakaslähtöinen asia. Palvelun huonous tai hyvyys riippuu viime kädessä asiakkaan kokemuksesta. Palveluntuottajalla ja asiakkaalla on yleensä eri näkemys palvelusta. Tuottaja arvioi palvelua omasta näkökulmastaan ja unohtaa yleensä asiakkaan näkökulman. Asiakkaan arviointi palvelusta perustuu yleensä palvelukokemuksesta, tilanteesta syntynyt tunne, johon liitetään useasti palvelusuoritukseen liittyviä odotuksia ja käytännön havaintoja. (Rissanen 2005, 17–18.)

Esiintyjille ja kävijöille tein kysymyksiä koskien tapahtumaa eli palvelua. Mikä oli hyvää ja mikä huonoa. Näillä vastauksilla saan analysoitua tapahtumaa, palvelun laatua ja tapahtuman onnistumista luvussa seitsemän ja kahdeksan. Kyselin tapahtuman kävijöiltä myös kehitysideoita ja käsittelemme niitä myöhemmin luvussa yhdeksän.

5.2.1 Palvelun peruspiirteitä ja laadun ulottuvuudet

Palvelun pääasiallisia peruspiirteitä on viisi, jotka vaikuttavat palvelun laatuun ja sen luonteeseen.

Tapio Rissanen (2005, 20) mukaan palvelu voi usein olla aineeton. Sitä on vaikea kuvata etukäteen täydellisesti, varastointi on mahdotonta, usein sosiaalinen tai elämyksellinen kokemus, hinnoittelu on vaikeaa, palvelun palauttaminen on useimmiten mahdotonta ja tuotesuojaus vaikeaa.

Samanaikaisuus kuvaa hyvin palvelua, sillä palvelun tuottaminen tapahtuu yleensä käyttäjän ja tuottajan yhteisenä vuorovaikutuksena ja sen kesto voi vaihdella sekunneista, jopa vuosiin.

Uudet tuotteet ja uudet jakelutiet, puhelin, radio, tv, elokuvat, tietokone, internet jne. Uusien jakeluteiden käyttäjät käyttävät palvelua usein itsepalveluna.

Heterogeenisuus ja ainutkertainen muuntelu aiheuttaa sen, että palvelu on ainutkertainen tai elämyksellinen ja se on katoava. Kuluttajansuojaa ja tuotevastuuta on siis vaikea toteuttaa. Kysynnän ja tarjonnan yhteensovittaminen on myös vaikeaa. Laadunvalvonta, hinnoittelu ja tuotteistaminen ovat ongelmallista erityisesti julkisissa palveluissa.

Luovuutta, tarjoaa palvelutapahtuma itse tuottajalle ja asiakkaalle. Hyvälle palvelulle on tyypillistä, että siinä on jokin luova ja ainutkertainen elementti.

Tapio Rissanen kirjassaan Hyvän palvelu (2005, 215–216) määrittelee palvelun laadun jakamalla sen 10:een eri kohtaan seuraavilla tavoilla:

Ensimmäinen kohta on pätevyys ja ammattitaito. Sillä tarkoitetaan tuottajan ammattitaitoa palvelun ydinalueella.

Toisena listalla on luotettavuus. Palvelu tuotetaan virheettömästi ja tehokkaasti, jotta asiakas voi muodostaa tuottajaan luottamuksen.

Uskottavuus on listalla kolmantena. Asiakas luottaa jo palvelun tuottajaan. Hän luottaa siihen, että tuottaja toimii aina asiakkaan etujen mukaisesti.

Neljäntenä on saavutettavuus. Asiakas voi saavuttaa palvelun helposti. Ei niin, että asiakas jonottaa puhelimessa asiakaspalveluun tunnin.

Turvallisuus on viides kohta. Asiakas kokee edellä mainittujen asioiden osalta, niiden jo toteutuneen palvelussa.

Kuudentena tulee kohteliaisuus. Palvelun tuottajan käytös, ulkonäkö, pukeutuminen ja koko persoonallisuus vaikuttaa suuresti palvelun laatuun. Tuottaja viestii ulkomuodolleen asiakkaalle huomaavaisuutta ja kunnioitusta.

Palvelualttius ja palveluaste ovat sijalla seitsemän. Ennen palvelutilannetta, itse tilanteessa ja sen jälkeen lähetetyt viestit ovat ymmärrettävissä. Viestit ovat avoimia, mutta eivät kuitenkaan liian pitkiä. Huono tilanne on sellainen, jossa käytetään valtaa alistamisen välineenä.

Kahdeksannes kohta on viestintä. Laadukas viestintä on erittäin selkeää ja helposti asiakkaan ymmärrettävissä. Viesteissä ei tulisi käyttää ammattisanastoa, jota asiakas ei ymmärrä. Vain sellaisia sanoja, jotka kaikki ymmärtävät.

Asiakkaiden tarpeiden tunnistaminen ja niiden ymmärtäminen ovat kohdassa yhdeksän. Palvelun tuottajalla on jo olemassa ammattitaitoa varmistaa asiakkaan palvelun tarvetta ja syventää sitä. Asiakaan kuunteleminen on todella tärkeää, jonka perusteella lähdetään liikkeelle.

Viimeisenä eli kymmenes kohta on palveluympäristö. Palveluympäristö kattaa viihtyvyyden, ilmapiirin, visuaalisuuden ja siisteyden. Palveluympäristö on ensivaikutelma asiakkaaseen.

Mielestäni nämä kaikki palvelun laadun kohdat täyttyvät hyvin Club Sin -tapahtumassa. Voidaan siis sanoa palvelun olleen laadukasta. Mavericks Ry:n jäsenet ovat ammattitaitoisia ja tietävät mitä tekevät. Asiakkaaseen on luotu vankka luottamus vuosien aikana. Kyselystäni selvisi, että asiakkaat ovat käyneet aikaisemminkin tapahtumassa ja olleet tyytyväisiä tapahtumaan. Tapahtuman sisältö on asiakaslähtöinen ja suunniteltu heidän toiveittensa mukaisesti. Lippujen hankkiminen ja tapahtumapaikalle löytäminen oli helppoa. Järjestäjät ovat kohteliaita asiakkaille, eivätkä vähättele heitä. Palvelualttius näkyy hyvin Mavericks Ry:n toiminnassa. He ottavat kaikki tapahtuman kävijät osaksi suurta Mavericks perhettä. Viestintä on sujunut hyvin ja tapahtumasta on saatu tietoa monien eri kanavien kautta. Palveluympäristö on kohdillaan, paitsi jos tapahtumaa halutaan muuttaa suuremmaksi. Silloin on hankittava suurempi tapahtumapaikka.

5.2.2 Palvelutuotteen kehittäminen

Tapio Rissasen (2005, 132–136) mukaan: Palveluiden kehitysprojektilla tulisi olla alku ja loppu. Se on kaikkien projektien keskeinen ominaispiirre. Valitettavasti tuotteen tai palvelun elinkaari on yleensä myös yrityksen elinkaari. Seuraavaksi käydään palvelutuotteen kehityshankkeen elinkaarivaiheet läpi.

Projektin syntymisvaihe on sen perustamisvaihe, silloin projektiryhmä kokoontuu yhteen. Syntymisvaihe kestää yleensä muutaman kuukauden, joskus pitempäänkin. Ominaisia piirteitä syntymisvaiheelle ovat: Spontaani toiminta, konfliktit, ryhmän jäsenien erilainen aktiivisuus, projektin vetäjä on avainasemassa, kaikki eivät tiedä mistä projektissa on kyse, projektin tehtävä saattaa muuttua, projektiin haalitaan ulkopuolisia voimavaroja ja projektin tulosten kannalta tuotosta ei vielä ole.

Lapsuus vaiheessa projekti alkaa vasta luistaa. Projektin käynnistymisestä on kulunut noin 3–4 kuukautta. Lapsuusvaiheelle tunnusomaisia piirteitä ovat: Projektijohtaja vahvoilla, projektin tavoite voi muuttua, toiminnan pelisäännöt epäselviä, ensimmäiset projektin jäsenet saattavat irtisanoutua, liian paljon asioita samaan aikaan, lisää resursseja hankitaan, ensimmäiset puheet aikataulusta ja keskustellaan jo hieman projektin tuloksen kannalta tärkeistä asioista.

Nuoruus vaihe, tavanomaisen projektin alkamisesta on nyt noin 4–7 kuukautta. Aika riippuu tietysti työskentelyn määrästä ja eri vaiheiden onnistumisesta. Tärkeimmät piirteet projektin vaiheelle ovat: usko projektin hyvistä tuloksista, konflikteja esiintyy vielä, jäsenille alkaa muodostua omat roolinsa, ryhmätyö sujuu, uusia ideoita syntyy ja projekti tarvitsisi lisää aikaa sekä rahaa asettaakseen lisätavoitteita.

Noin 6–12 kuukauden jälkeen syntymisestä projekti kokee aikuisuus vaiheen. Tässä vaiheessa projekti sujuu ja ne jotka eivät usko projektiin ovat irtisanoutuneet. Ominaista tälle vaiheelle ovat: Jokaisella on oma rooli, erimielisyyksistä pystytään neuvottelemaan, uusia ideoita ei juuri synny, projekti tuottaa, kehitys saattaa pysähtyä, huolestuneisuus projektin päättymisestä, kehitellään jatkoprojekteja ja projektin sisäinen byrokraatia voimistuu.

Projekti saavuttaa noin 10–15 kuukauden kuluessa aristokratia vaiheen, jossa pienellä yrityksellä saattaa kulua jopa 10 vuotta. Luovuutta ei voida enää hyödyntää tässä vaiheessa. Tunnusomaiset piirteet vaiheelle ovat: Projekti on parhaimmillaan, jäsenten kesken vallitsee hyvä ilmapiiri, Projektin tuotos heikkenee tuhlattaessa turhuuteen, taloushallinnon valvonta kiristynyt, jäsenten vaatimustaso noussut ja pyritään lopettamaan kilpailevat projektit.

Byrokratia vaiheeseen vaaditaan vähintään yhden vuoden ikää. Tyypillistä projektille ovat: Projektin jäsenet kilpailevat keskenään, huonoille tuloksille haetaan syyllistä, projektissa syntynyt kuppikuntia, päätöksenteko hidasta ja itse työ sujuu hankalasti.

Byrokratisoitunut projekti siirtyy aikanaan kuolemanlaaksoon. Suuri projekti saavuttaa kuolemanlaakson noin 2–4 vuodessa. Vilkas henkilöstön vaihtuvuus vähentää kehitystä. Tähän vaiheeseen saavuttua, ei ole enää mahdollista tehdä mitään uutta tuotosta. Projekti ei aina osaa lopettaa itseään, vaikka sillä ei ole enää mitään annettavaa. Pikemminkin pyritään saamaan ainakin lisää rahoitusta.

5.2.3 Oppiva organisaatio palvelun kehittämishankkeessa

Alla oleva kuvio kuvaa oppivan organisaation palvelun kehittämishanketta. Kukassa on kuusi

terälehteä, eli kuusi tärkeätä aktiviteettia vaikuttaen kehittämishankkeeseen.



KUVIO 1. Kehittämishanke kukka (Rissanen 2009, 140.)

Mavericks Ry:llä on hyvät valmiudet kehittää tapahtumaa entisestään. Heillä on hyvin suuret verkostot asiakkaiden ja esiintyjien keskuudessa. Lisää verkostoja voisi luoda enemmän muualle Eurooppaan tai kauemmaksi. Tosiasiat tapahtumassa on tunnistettu. Heillä on selvä tavoite, viesti, teema ja miten tapahtuma toteutetaan. Mavericks Ry:llä ei ole aikomustakaan tehdä tapahtumasta suurta ja voitonhakuista. Tapahtuma järjestetään, että alakulttuurin ihmiset saadaan yhteen. Oppimistaan he voivat kehittää muun muassa tämän työni avulla. Asiakkaiden vastaukset kertovat hyvin siitä mitkä asiat tapahtumassa ontuvat. Tapahtuman laatua voi aina kehittää paremmaksi ja kyselyilläni sain hyviä ehdotuksia siihen.

6 TAPAHTUMAN TARKASTELU SWOT-ANALYYSIN AVULLA

SWOT -analyysi nelikenttä malli, S - vahvuudet, W - heikkoudet, O - mahdollisuudet, T - Uhat on Albert Humbern kehittämä analyysimalli. Analyysimalli on oivallinen väline liike-elämässä muun muassa käyttäessä kehittämiseen, arviointiin tai projektin suunnittelussa. (SWOT analysis-effective and time tested business analytic tool 2012.)

Tässä luvussa käsittelen tapahtumaa SWOT -analyysin avulla. Analysointi perustuu haastatteluihin ja omiin havaintoihini.



KUVIO 2. SWOT-analyysi (SWOT analysis-effective and time tested business analytic tool 2012.)

6.1 Strengths - vahvuudet

Vahvuutena on tietenkin tapahtumapaikan sijainti. Kävijöitä tulee ympäri Suomen ja jopa ympäri maailman. Tampere on helposti saavutettavissa, lentokoneella, junalla, laivalla ja autolla. Tampereen Klubi ja ub Dog's Home sijaitsevat aivan Tampereen keskustassa rautatieaseman vieressä. Tapahtumapaikat ovat vierekkäin ja niiden läheisyydessä on paljon hotelleja, joista löytyy majoitusta kävijöille. Joka vuosi esiintyjillä on ollut hotellihuoneet enintään 800 metrin päässä Tampereen Klubilta. Club Sin on alan suurin ja suosituin tapahtuma Suomessa. Joka vuosi esiintymässä on ainakin yksi uusi ja yksi tunnettu nimi. Näin esiintyiinkin saadaan monipuolisuutta ja mielestäni se on yksi tapahtuman vahvuuksista. Lipun hinta pyritään sellaisena, että tapahtuman järjestäjätkin suostuisivat maksamaan sen. Sisätilat ja valmis paikka ovat myös ilmanmuuta vahvuuksia. Sekä myös se, että yhdistys hoitaa selkeästi oman osuutensa ja tilojen vuokraajat kaiken sen, mitä tiloihin kuuluu. Jäsestäjältä siis säästyy aikaa, rahaa ja vaivaa.

6.2 Weaknesses - heikkoudet

Yksi heikkouksista on tilan koko. Tänäkin vuonna tapahtuma oli loppuunmyyty. Ulkomaille markkinointi on siis turhaa, ellei tapahtumaa suunnitella järjestettäväksi isommassa tilassa. Osa kävijöistä haluaisi enemmän ulkomaalaisia kuuluisia esiintyjä, mutta se myös tulisi nostamaan lipun hintaa. Asiakaskyselyistäkin kävi ilmi toive aikataulujen paremmasta tiedottamisesta. Tapahtuman aikana ei ollut niin sanottua juontajaa ja sitä osa yleisöstäkin palautteissaan toivoi.

6.3 Opportunities - mahdollisuudet

Mahdollisuuksia tapahtumalle on paljon. Muun muassa laajentaa tapahtuma kansainväliseksi ja esimerkiksi kolme päivää kestäväksi, jolloin kävijöitä tulisi varmaan kauempaakin. Mahdollisuuksia ovat myös muun muassa panostaminen esiintyjiin, oheismyyntiin ja markkinointiin. Mavericks Ry:ssä on monta jäsentä ja he pystyvät mielestäni mihin vain.

6.4 Threats - uhat

Mavericks Ry:n jäsenten kiinnostuksen katoaminen tapahtumaa kohtaan on suuri uhka. Muita uhkia voivat olla esimerkiksi tapahtumapaikan varaamisen ongelmat, kuuluisien bändien esiintymisten peruuntuminen tai suuret tekniset viat. Uhkia voi syntyä paljon sillä tapahtuman järjestäminen on erittäin riskialtista. Mikä tahansa ongelma voi johtaa muun muassa asiakaskatoon tai tapahtuman maineen menettämiseen. Suurin ja todellisin uhka on, että samaan aikaan järjestetään jokin samankaltainen suuri tapahtuma. Näin tapahtui tänä vuonna. Tampereen yökerho Rodeossa, järjestettiin rock'n'roll -tapahtuma samana iltana, kun Club Sin. Osa kävijöistä siis joutuivat valitsemaan. Onneksi toinen tapahtuma ei kuitenkaan vaikuttanut paljon Club Sinin kävijämäärään ja Club Sin oli loppuunmyyty.

7 ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYJEN TULOKSET

Asiakastyytyväisyys mielletään useasti liian tekniseksi asiaksi, koska siihen sisältyy paljon asioita joita ei voi mitata pelkästään rasti ruutuun menetelmällä. Usein kyselytulosten analysointi vie paljon aikaa. Asiakastyytyväisyyskyselyillä saadaan tietoa koko palvelukokonaisuudesta. Tällaiset kyselyt ovat tärkeitä, koska asiakas saa kuvan, että hänestä välitetään ja tällä on vahva yhteys siihen, että varmistetaan asiakkaan tulevan myös uudelleen. (Lahtinen & Isoviita 2001, 81).

Tässä luvussa käyn läpi asiakaskyselyjen tulokset. Tutkimusmenetelmäni asiakastyytyväisyyskyselyssä oli kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Kyselylomake oli puoli-strukturoitu, koska suurin osa kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä. Analyysimenetelmäksi valitsin Microsoft Office Excel -ohjelman, jolla pystyn helposti analysoimaan aineistoa ja havainnollistamaan sitä kuvioin ja kaavioin. Haastattelin myös tapahtuman järjestäjiä ja esiintyjiä. Nämä haastattelut löytyvät liitteistä 3 ja 4 Tarkastelen tuloksia siis kaikkien kolmen ryhmän näkökulmasta. Sain vastauksista hyvin monipuoliset ja kokonaiskuvasta selkeämmän ottamalla selvää tapahtumasta kaikista näkökulmista.

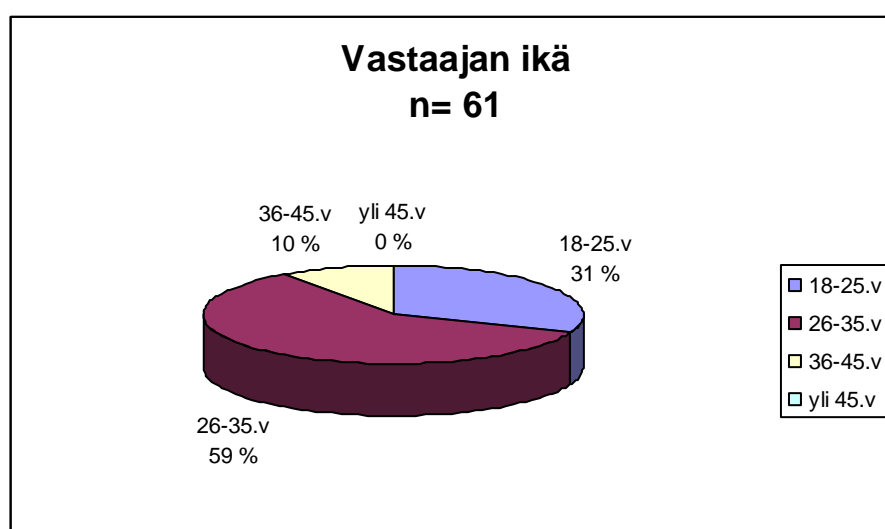
7.1 Preparty -asiakastyytyväisyyskysely

Esiintyjille lähetin ennen tapahtumaa ja tapahtuman jälkeen sähköpostikyselyt tapahtumasta. Kaikki kolme bändiä vastasivat kyselyihini. Prepartyjen järjestäjää Ekkua haastattelin ennen ja jälkeen tapahtuman. Asiakastyytyväisyyskyselyjä jaoin tapahtumassa ja kerroin kävijöille, mistä kyselyssä oli kyse. Vastauksia oli helppo saada, sillä pubin pöydät muodostavat pöytien ansiosta kuppikuntia. Sain kerralla monia vastauksia, vain yhdestä pöydällisestä.

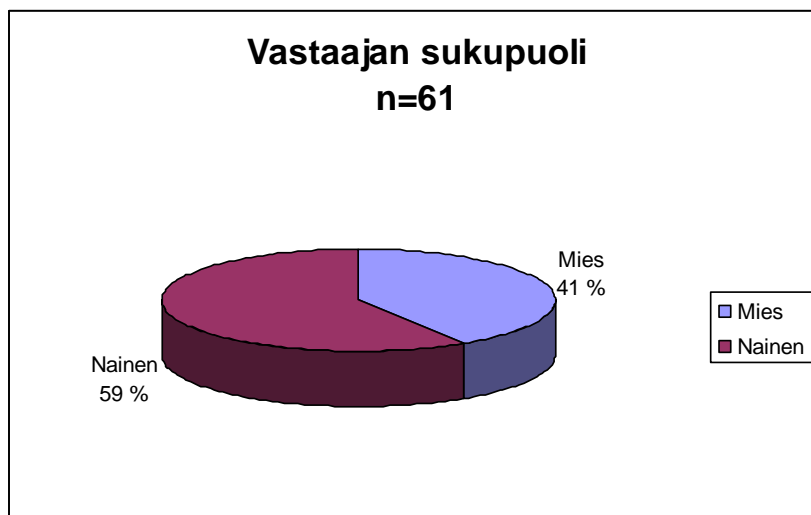
Prepartyissa sain kävijöiltä yhteensä 61 vastausta. Lomakkeessa oli monivalinta- ja avoimia kysymyksiä. Kysely oli vain yhden sivun mittainen, jotta kaikki jaksaisivat täyttää sen. Kaikki kävijät eivät vastanneet avoimiin kysymyksiin ja olen huomionut sen vastauksissa. Asiakastyytyväisyyskyselymalli löytyy liitteestä 5.

7.1.1 Vastaajan perustiedot

Asiakastyytyväisyyskyselyssä kysyttiin kävijöiden ikää, jotta tiedettäisiin minkä ikäisiä tapahtuman kävijät pääasiassa ovat. 36 henkilöä heistä oli 26–35 -vuotiaita eli 59 %. 18–25 -vuotiaita oli 19 henkilöä eli 31 % kyselyyn vastanneista. 36–45 -vuotiaita oli vähemmistö 10 % eli 6 vastanneista.. Kyselyyn vastanneista yksikään ei ollut yli 45 -vuotias

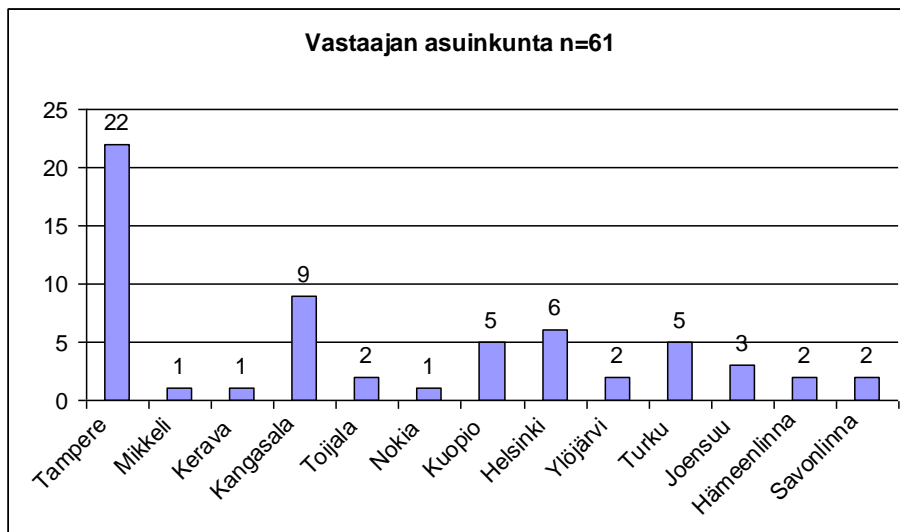


KUVIO 3. Vastaajien ikäjakauma



KUVIO 4. Vastaajien sukupuoli

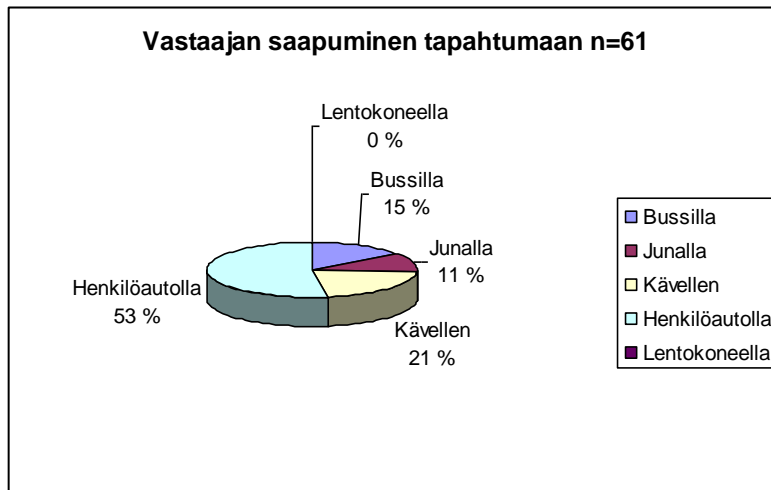
Kyselyyn vastanneista suurin osa 59 % oli naisia eli 36 henkilöä. Miehiä oli 25 henkilöä eli 41 % vastaajista. Tulokseen vaikuttaa varmasti se, että tapahtumassa oli paljon pariskuntia.



KUVIO 5. Vastaajien asuinkunnat

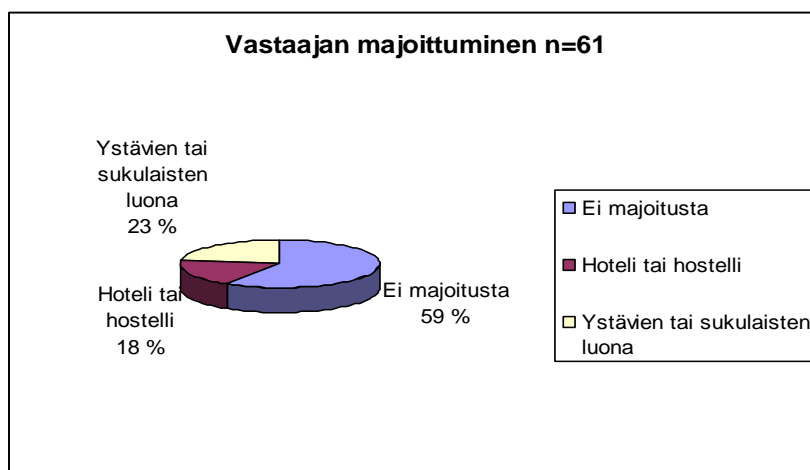
Kuvion asuinkunnat on merkitty kappalemäärin, ei prosenttiluvuin. Suurin osa vastanneista 22 henkilöä eli 36 % tulivat Tampereelta ja se on olennaista sillä tapahtuma järjestettiin Tampereella. Kävijöitä tuli paljon naapurikunnista ja kaupungeista. Kävijöitä tuli myös kauempaa kuten Savonlinnasta, Kuopiosta ja Joensuusta. Toiseksi eniten kävijöitä tuli naapurikunnasta Kangasalta 9 henkilöä eli 15 % ja kolmanneksi eniten pääkaupungistamme Helsingistä 6 henkilöä eli 10 % vastaajista.

7.1.2 Itse tapahtuma



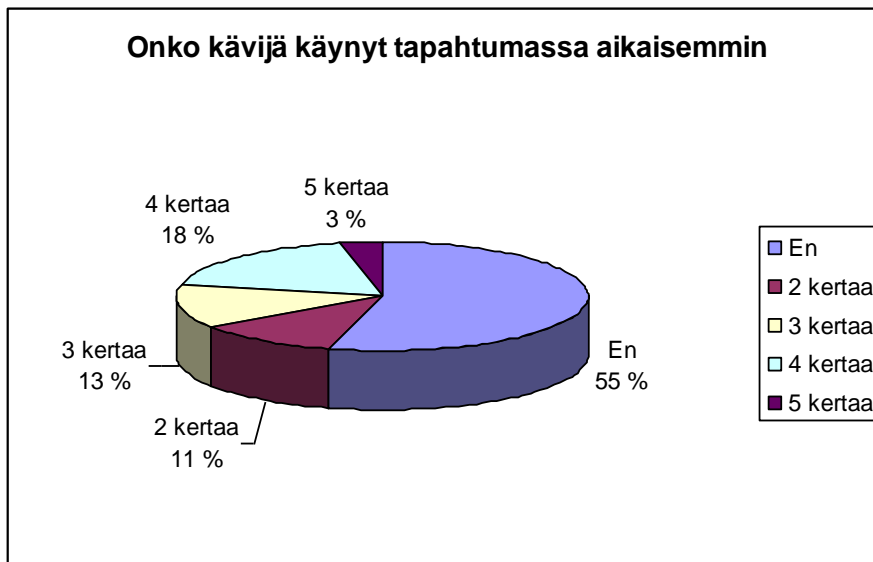
KUVIO 6. Vastaajien saapuminen tapahtumaan eri kulkuvälineillä

Suurin osa kävijöistä tuli tapahtumaan henkilöautolla 53 % eli 32 henkilöä. Monet kävijät ovat kotoisin Tampereen ulkopuolelta ja helpoin keino saapua tapahtumaan oli kimpapakyydein autolla. Toiseksi eniten 21 % eli 13 henkilöä saapuivat kävelen. Bussilla oli helppoa saapua tapahtumaan naapurikunnista. Vastanneista 15 % tuli bussilla eli 9 henkilöä. Vain 11 % eli 9 henkilöä saapui junalla, vaikka tapahtuma paikka on aivan rautatieaseman vieressä. Kukaan ei saapunut lentokoneella.



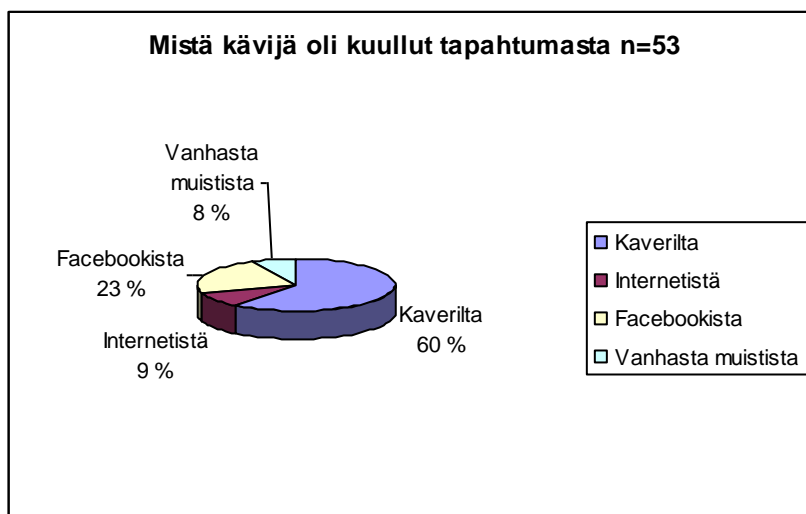
KUVIO 7. Vastaajien majoittuminen tapahtuman aikana

Suurin osa vastaajista 59 % eli 36 henkilöä eivät käyttäneet majoitusta, toisin sanoen he nukkuivat kotonaan. Toiseksi suurin osa kävijöistä 14 henkilöä eli 23 % yöpyivät ystävien tai sukulaisten luona. Vain 18 % vastaajista eli 11 henkilöä yöpyivät hotellissa tai hostellissa.



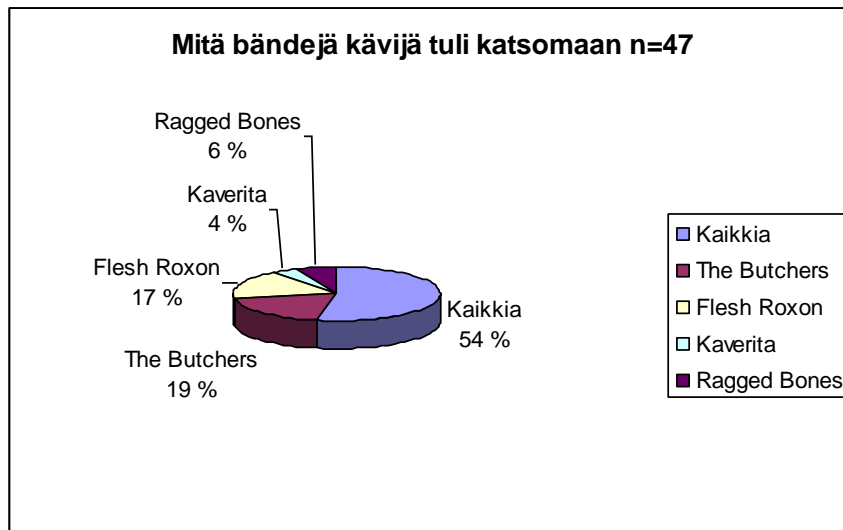
KUVIO 8. Kävijöiden käynti tapahtumassa aikaisemmin

55 % eli 33 henkilöä ei ollut käynyt aikaisemmin tapahtumassa. Suurin osa heistä oli osallistunut päätapahtumaan ja siksi eivät ole käyneet tässä tapahtumassa aikaisemmin. 4 kertaa tapahtumassa oli käynyt 18 % eli 11 henkilöä. Heistä 8 henkilöä eli 13 % oli käynyt tapahtumassa aikaisemmin 3 kertaa. 11 % vastaajista eli 7 henkilöä oli käynyt 2 kertaa aikaisemmin. Vain 3 % oli käynyt 5 kertaa aikaisemmin eli 2 vastaajista.



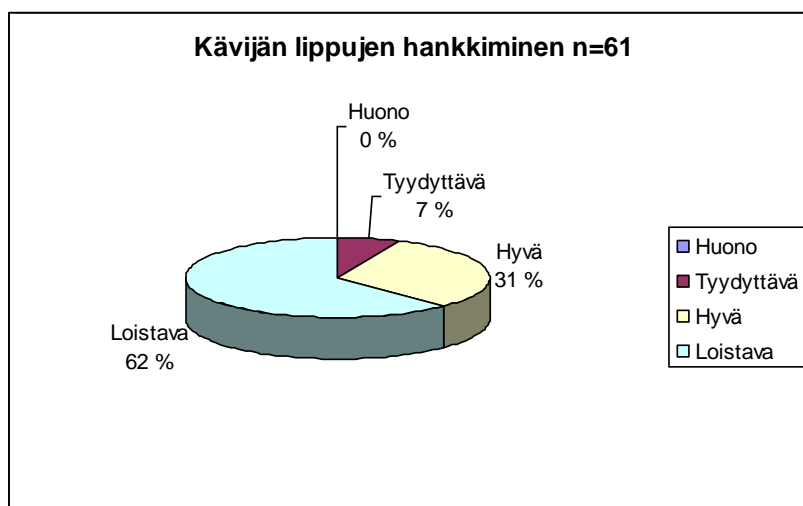
KUVIO 9. Mistä kävijät olivat kuulleet tapahtumasta

Kysymykseen vastasi 53 henkilöä kyselyyn vastanneista. Tämän tyyppisen tapahtuman paras markkinointikeino on puskaradio ja 60 % vastaajista 32 henkilöä oli kuullut tapahtumasta kaverilta. 23 % eli 12 vastaajista löysi tapahtuman Facebookista. 9 % vastanneista eli 5 henkilöä löysi tapahtuman internetistä ja vähemmistö 8 % eli 4 henkilöä muisti tapahtuman automaattisesti.



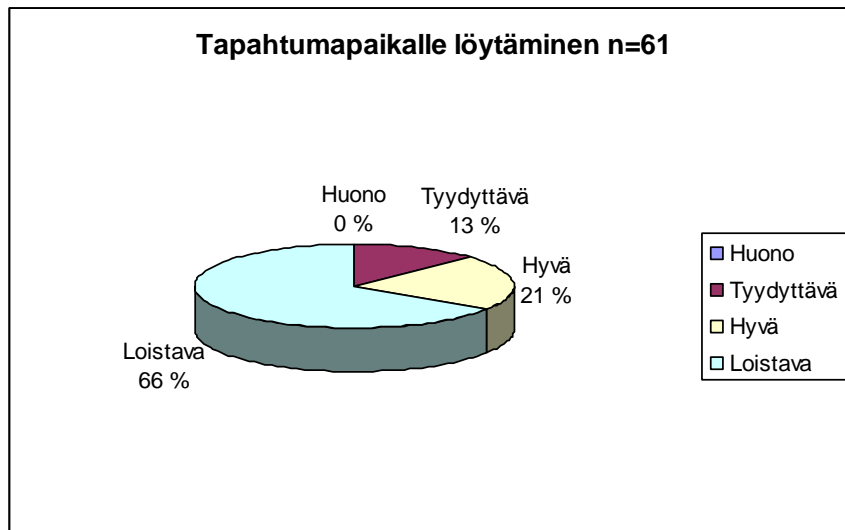
KUVIO 10. Mitä kävijät tulivat tapahtumaan katsomaan

54 % vastanneista eli 25 henkilöä tulivat katsomaan kaikkia esiintyjä. The Butchersia tulivat katsomaan 9 henkilöä eli 19 % ja Flesh Roxonia 17 % eli 8 henkilöä. Tämä on ihan ymmärrettävää sillä molemmat esiintyjät ovat kotoisin Tampereelta ja vähemmän tunnettua Ragged Bonesia tulivat katsomaan vain 6 % eli 3 vastanneista. Kyselyyn vastanneista 4 % eli 2 henkilöä ei tullut katsomaan bändejä, vaan kertoivat tulleensa tapaamaan kavereita.



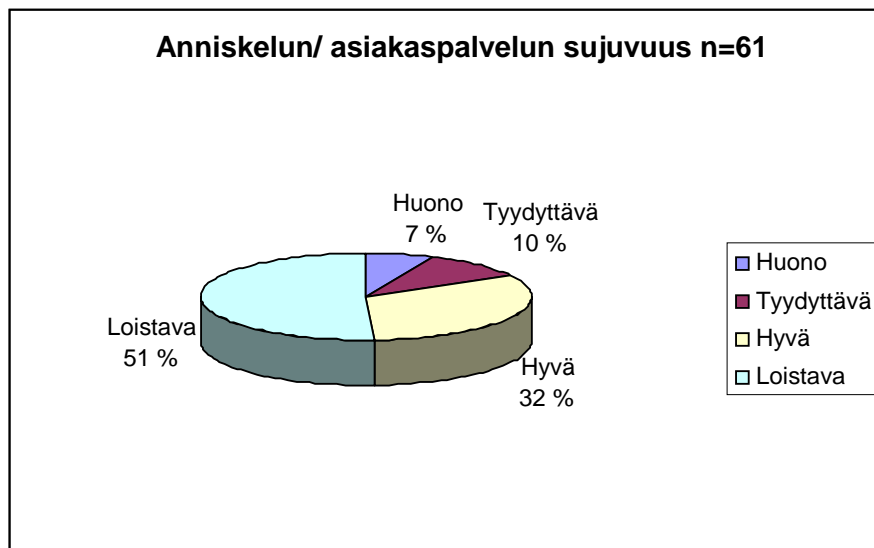
KUVIO 11. Kävijöiden lippujen hankkiminen

38 henkilöä eli 62 % vastasi lippujen hankkimisen olevan loistavaa. 31 % eli 19 henkilöä vastasi sen olleen hyvää. Vain 7 % vastasi tyydyttävä eli 4 henkilöä. Kukaan ei vastannut sen olleen huonoa.



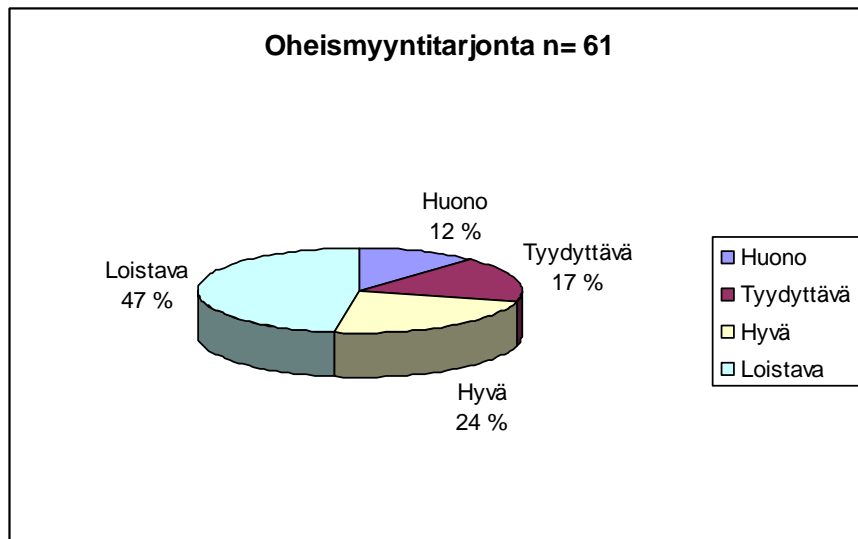
KUVIO 12. Tapahtumapaikalle löytäminen

Yhdenkään vastaajan mielestä löydettävyyttä ei ollut huono. 13 % eli 8 henkilöä vastasi tyydyttävä. 21 % mielestä oli hyvä eli vastaajista 13 henkilöä. Suurin osa heistä 40 henkilöä löysi paikalle loistavasti eli 66 % vastanneista..



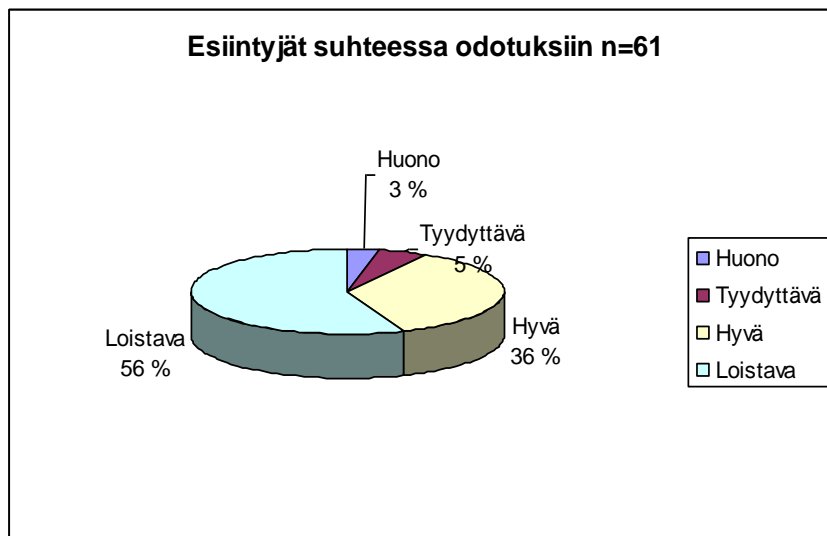
KUVIO 13. Vastaajien mielestä asiakaspalvelun ja anniskelun sujuvuus tapahtumassa

Tämä oli mielipiteitä jakava kysymys. Kaikki vastasivat kysymykseen. Vastaajista 7 % eli 4 henkilöä vastasi anniskelun ja asiakaspalvelun olleen huonoa. Tyydyttävän arvostuksen antoi 10 % heistä siis 6 henkilöä. Vastaajista 32 % vastasi hyvä eli 19 henkilöä. Yli puolet vastaajista 51 % eli 30 henkilöä vastasi loistava.



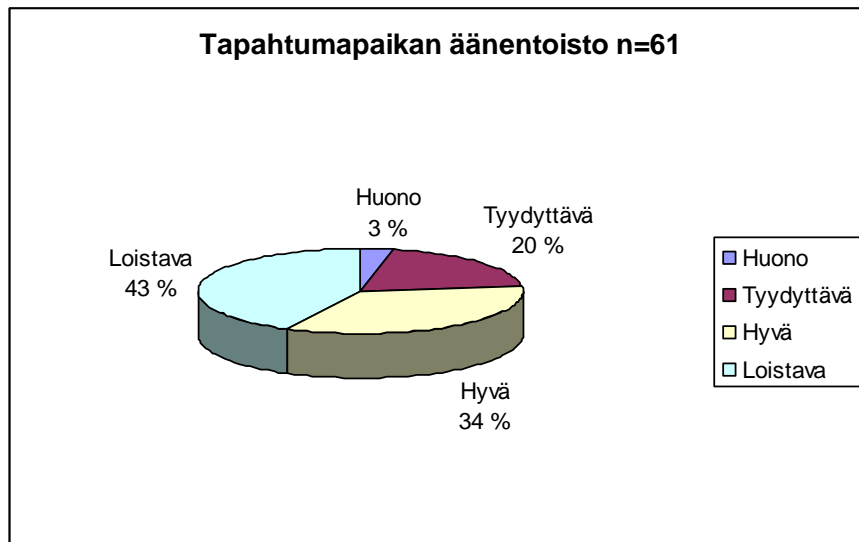
KUVIO 14. Mielipiteet oheismyynnistä

47 % mielestä eli 28 henkilöä vastasi oheismyyntitarjonnan olleen loistavaa. Hyvän arvosanan antoi 14 henkilöä eli 24 % vastaajista. Tyydyttävää tarjonta oli 17 % mielestä, 10 henkilön. Huonoa se oli 12 % eli 7 henkilön mielestä.



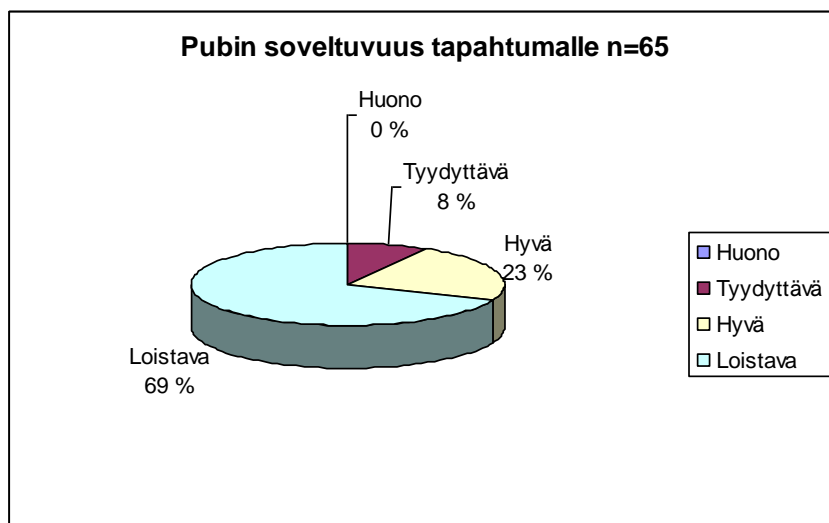
KUVIO 15. Kävijän mielipide esiintyjistä

Arvosanan huono antoi vain 3 % eli kaksi vastaajista. Kolme vastaajista, siis 5 % vastasi tyydyttävä. Toiseksi eniten kävijöistä vastasi esiintyjien olleen hyviä 36 % eli 22 henkilöä. Vastaajista 34 henkilöä eli 56 % vastasi esiintyjien olleen loistavia.



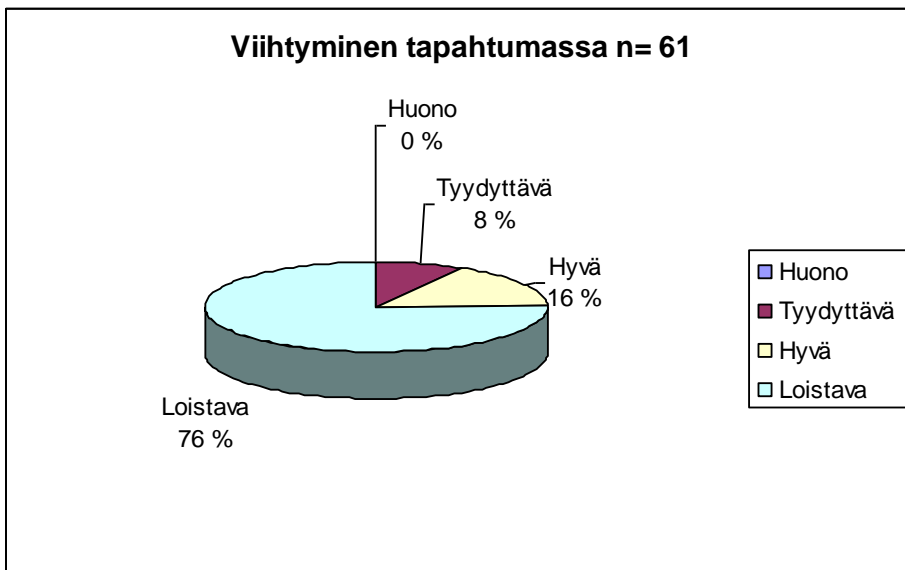
KUVIO 16. Mielipiteitä äänentoistosta

3 % heistä vastasi äänentoiston olleen huonoa, eli kaksi vastaajista. 20 % vastasi tyydyttävä eli 12 henkilöä. Vastaajista 21 henkilöä antoi arvosanan hyvä eli 34 %. Loistava arvosanan antoi enemmistö 43 % eli 26 henkilöä.



KUVIO 17. Vastaajien arvosanat tapahtumapaikan soveltuvuudelle

Valtaosa 69 % eli 42 henkilöä vastasi pubin soveltuvan tapahtumalle loistavasti. Arvosanan hyvä antoi 23 % eli 14 henkilöä. Vain viisi henkilöä heistä vastasi tyydyttävä eli 8 %. Kukaan ei antanut arvosanaa huono.



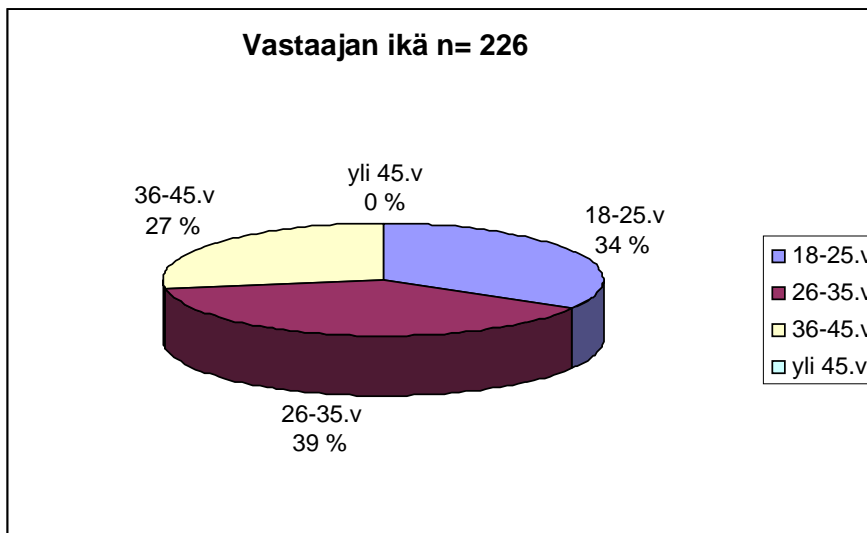
KUVIO 18. Vastaajien viihtyminen tapahtumassa

76 % vastanneista viihtyi tapahtumassa loistavasti eli 46 henkilöä. Viihtymiselle arvosanan hyvä antoi 16 % eli 10 henkilöä. Vain 5 henkilöä eli 8 % vastasi kysymykseen tyydyttävä. Kukaan vastanneista ei vastannut huonosti, siis jollain tasolla kaikki viihtyivät tapahtumassa.

7.2 Club Sinin -asiakastyytyväisyyskysely

Tässä luvussa käsittelen Club Sin -päätaphtuman asiakastyytyväisyyskyselyiden vastaukset. Vastauksia sain hurjat 226 kappaletta. Liitteestä 8 löytyy asiakastyytyväisyyskysely malli, jota käytin kyselyssä. Liitteestä 6 ja 7 löytyvät järjestäjän ja esiintyjien vastaukset.

7.2.1 Vastaajan perustiedot



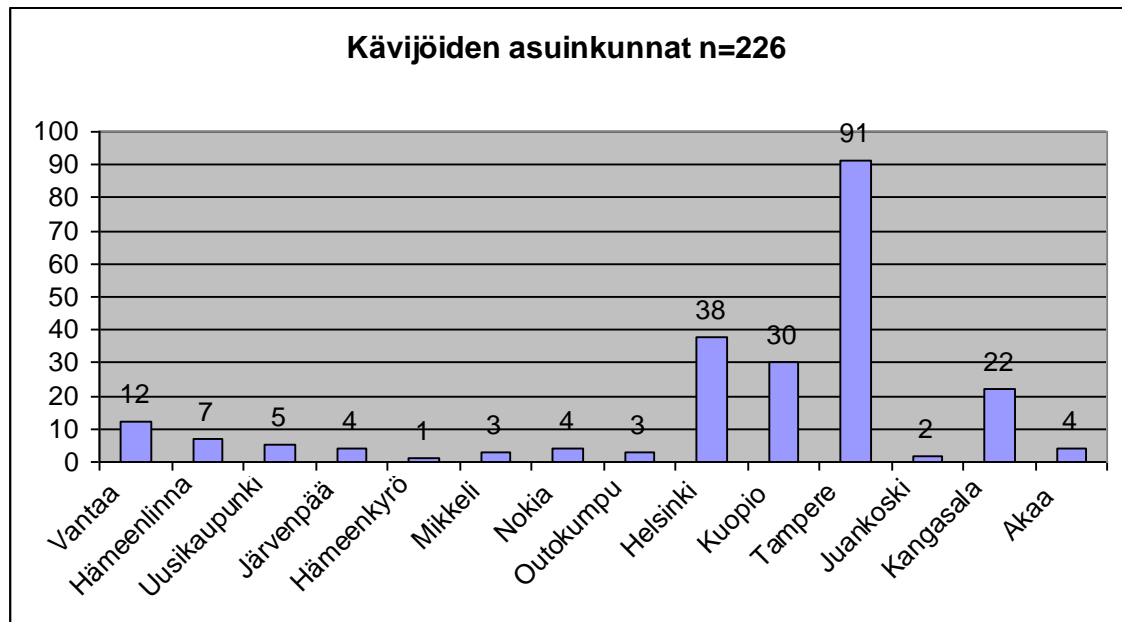
KUVIO 19. Vastaajien ikäjakauma

Suurin osa vastaajista 39 % eli 88 henkilöä olivat 26–35 -vuotiaita. Toiseksi suurin ikäryhmä oli 18–25 -vuotiaat, heitä oli 76 henkilöä eli 34 % vastaajista. Vähiten tapahtumassa kävi 36–45 -vuotiaita ainoastaan 62 henkilöä eli 27 %. Vastaajista yksikään ei ollut yli 45 -vuotias.



KUVIO 20. Vastaajien Sukupuoli

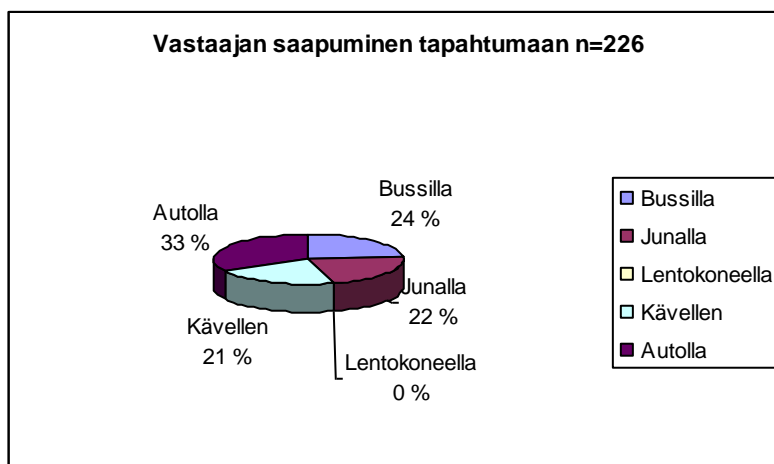
Suurin osa kävijöistä oli miehiä 51 % eli 120 henkilöä. naisia oli tapahtumassa 49 % eli 116 henkilöä. Sukupuolijakauma meni aika tasan, eikä tapahtumaa voi tämän perusteella luokitella ainoastaan miehille tai naisille.



KUVIO 21. Vastaajien asuinkunnat

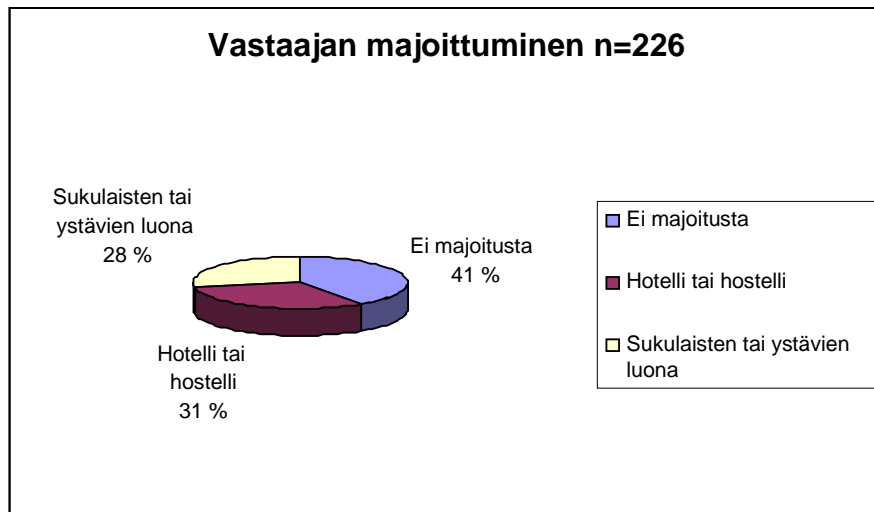
Tapahtuman kävijöistä 91 henkilöä tuli Tampereelta eli 41 %. Toiseksi eniten kävijöitä tuli Helsingistä 38 henkilöä eli 17 % ja kolmanneksi eniten Kuopiosta 30 henkilöä. Nämä kolme kaupunkia eivät ole yllätys sillä, niissä asuu suurin osa psychobilly - alakulttuuriin kuuluvia henkilöitä.

7.2.2 Itse tapahtuma



KUVIO 22. Kävijöiden saapuminen tapahtumaan

Suurin osa vastaajista saapui tapahtumaan autolla, 33 % eli 75 henkilöä. 54 vastaajista eli 24 % tulivat bussilla. 22 % heistä eli 49 henkilöä tuli junalla siis. 48 henkilöä tuli kävelen eli 21 % vastaajista. Yksikään vastaajista ei tullut tapahtumaan lentokoneella.



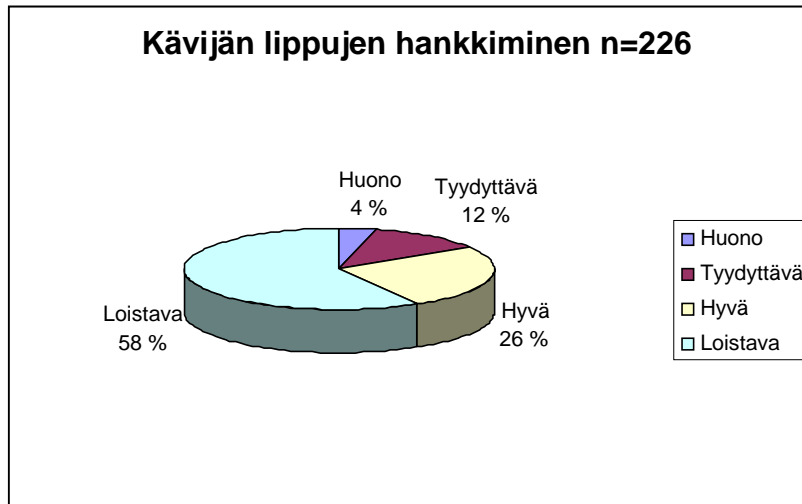
KUVIO 23. Vastaajien majoittautuminen tapahtuman aikana

Heistä 41 % tuli lähikunnista tai Tampereelta, joten he eivät tarvitseet majoitusta. 91 henkilöä heistä siis nukkui kotonaan. 31 % heistä nukkui hotellissa tai hostellissa. Sukulaisten tai ystävien luona 28 % eli 64 henkilöä.

Aikaisemmin tapahtumassa käymiseen vastasi 226 kävijää. Heistä 43 henkilöä eli 19 % ei ollut käynyt aikaisemmin Club Sin -tapahtumassa. Kerran käyneitä oli 26 % vastaajista eli 57 henkilöä. Kaksi kertaa tapahtumassa käyneitä oli 34 henkilöä eli 15 %. Kolme kertaa käyneitä oli 9 % eli 21 henkilöä. Neljästi käyneitä oli 8 % eli 19 henkilöä ja viisi kertaa käyneitä oli vastaajista 23 % eli 52 henkilöä.

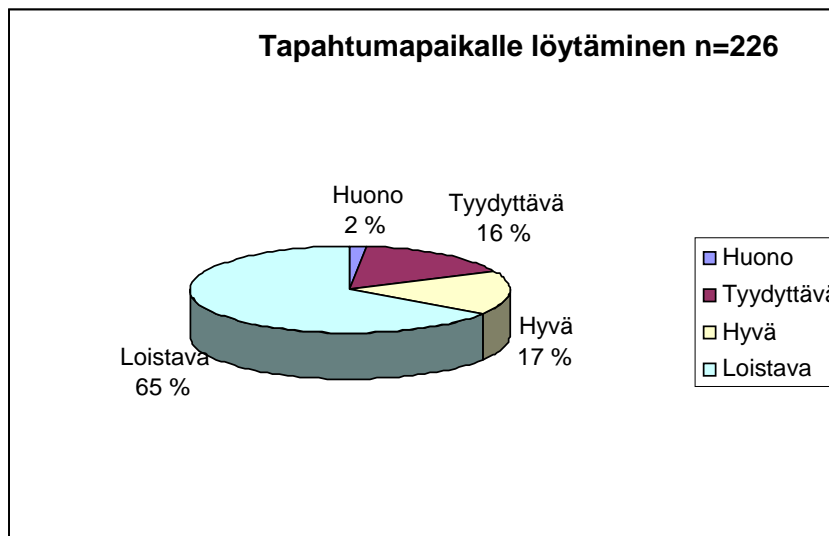
171 henkilöä vastasi kysymykseen mistä saivat tiedon tapahtumasta. 102 henkilöä eli 60 % oli saanut tiedon kaverilta. 23 henkilöä vastasi saaneensa tiedon Facebookista eli 13 % vastaajista. 47 henkilöä vastasi saaneensa tiedon Internetistä eli yhteensä 27 % vastanneista.

Suurin osa vastaajista tuli katsomaan Mad Sin -yhtyettä. 114 henkilöä eli 51 % tuli katsomaan pääesiintyjää. Seuraavaksi eniten vastattiin, että kaikkia bändejä 37 % eli 84 henkilöä. Hola Ghost -yhtyettä tuli katsomaan 12 % eli 28 vastaajista.



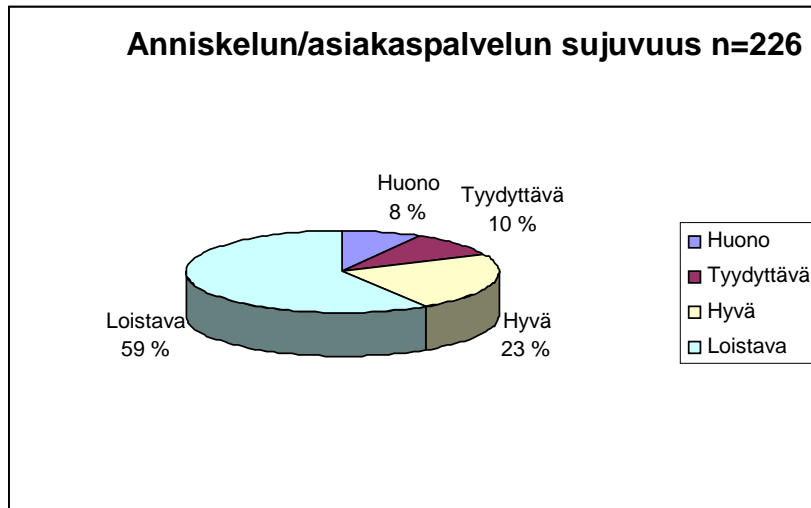
KUVIO 24. Kävijöiden lippujen hankkiminen

58 % eli 132 henkilöä vastasi lippujen hankinnan onnistuneen loistavasti. 26 % eli 58 henkilöä vastasi hankkimisen onnistuneen hyvin. Tyydyttävästi lippujen hankkiminen onnistu 27 henkilön mielestä eli 12 % vastaajista. Ainoastaan 4 % mielestä hankkiminen oli onnistunut huonosti eli 9 henkilöä vastaajista.



KUVIO 25. Tapahtumapaikalle löytäminen

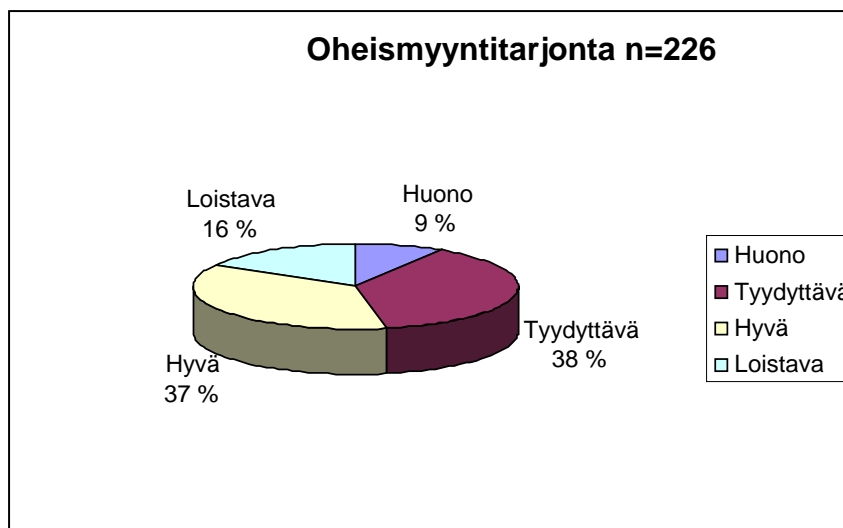
Ainoastaan 2 % eli neljä henkilöä, vastasivat löytäneensä huonosti Klubille. Suurin osa 65 % eli 148 henkilöä vastasivat löytäneensä loistavasti perille.



KUVIO 26. Vastaajien mielipiteet anniskelusta ja asiakaspalvelusta

59 % vastaajista eli 133 henkilö vastasi anniskelun ja asiakaspalvelun olleen loistavaa.

Vain 8 % vastaajista eli 18 henkilöä oli pettynyt palveluun ja se oli heistä huonoa.

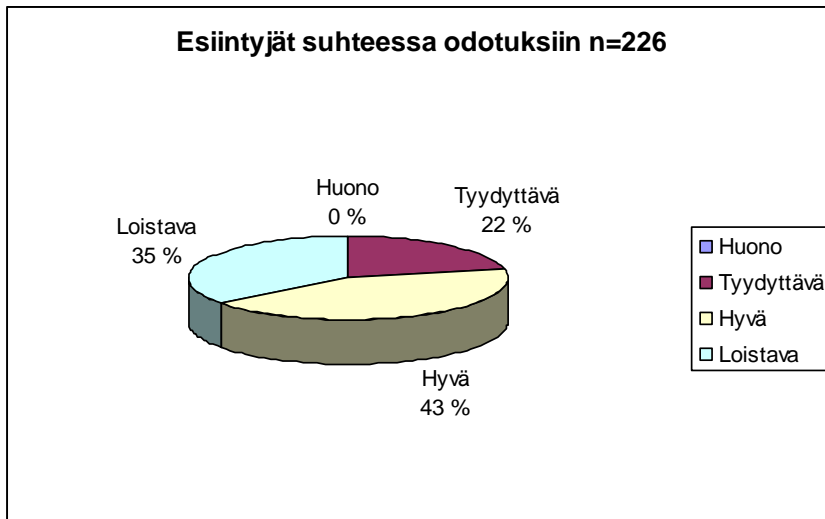


KUVIO 27. Mielipiteet oheismyynnistä

86 henkilöä eli 38 % vastasivat oheismyynnin olleen tyydyttävää. 83 vastaajista eli 37

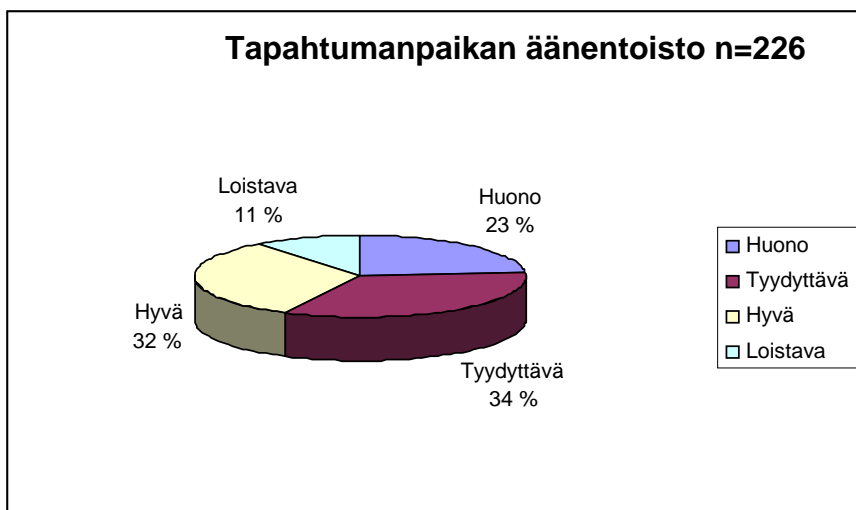
% vastasivat oheismyynnin olleen hyvää. 37 vastaajista eli 16 % vastasi oheismyynnin

olleen loistavaa. Vain 20 henkilöä eli 9 % sanoivat sen olleen huonoa.



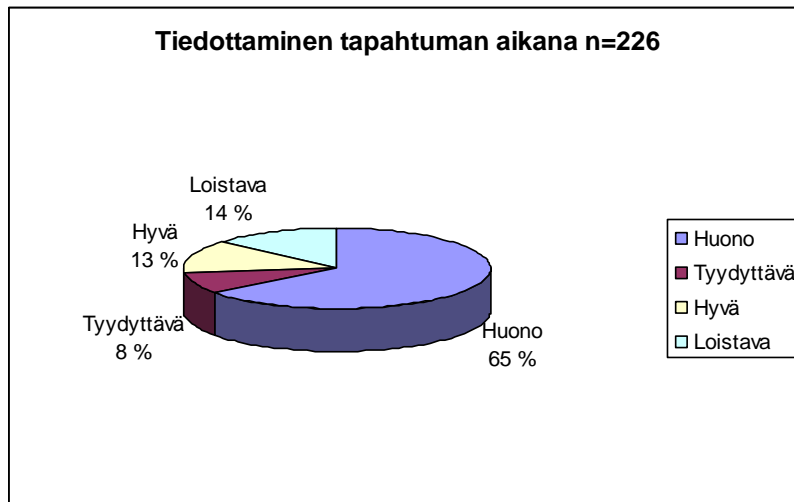
KUVIO 28. vastaajien mielipiteet esiintyjistä

Kenenkään vastaajien mielestä esiintyjät eivät olleet huonoja. 22 % eli 49 henkilöä vastasi esiintyjien olevan tyydyttäviä suhteessa odotuksiin. 97 henkilöä eli 35 % vastasi esiintyjien olleen loistavia. 43 % eli 80 henkilöä oli sitä mieltä, että esiintyjät olivat hyviä suhteessa odotuksiin.



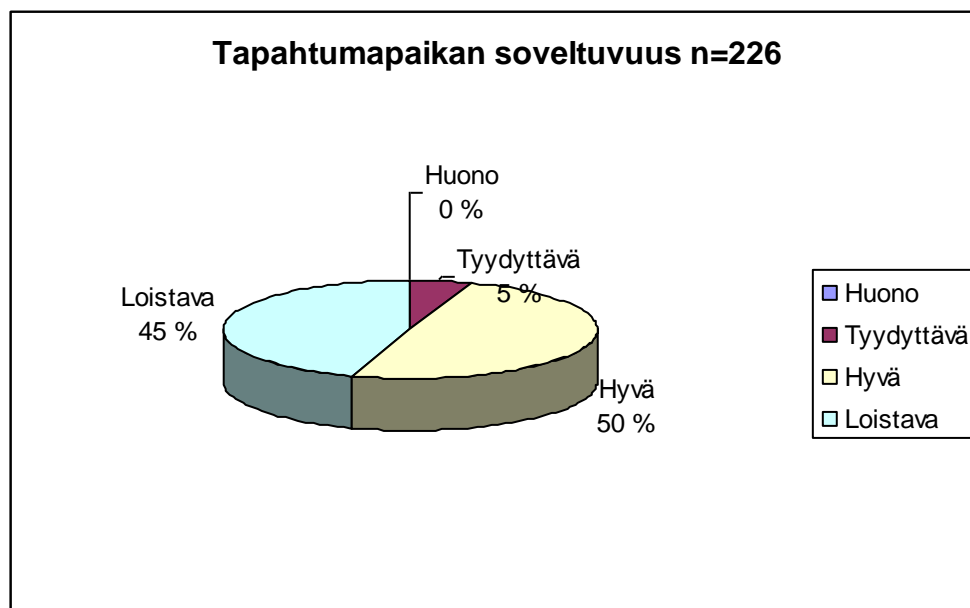
KUVIO 29. Vastaajien mielipiteitä tapahtumapaikan äänentoistosta

34 % eli 77 henkilöä antoivat äänentoistolle arvosanan tyydyttävä. 72 henkilöä eli 32 % antoi arvosanan hyvä. Äänentoisto oli huonoa 23 % eli 53 vastaajan mielestä. mielestä 11 % eli 24 henkilöä vastasi sen olleen loistavaa.



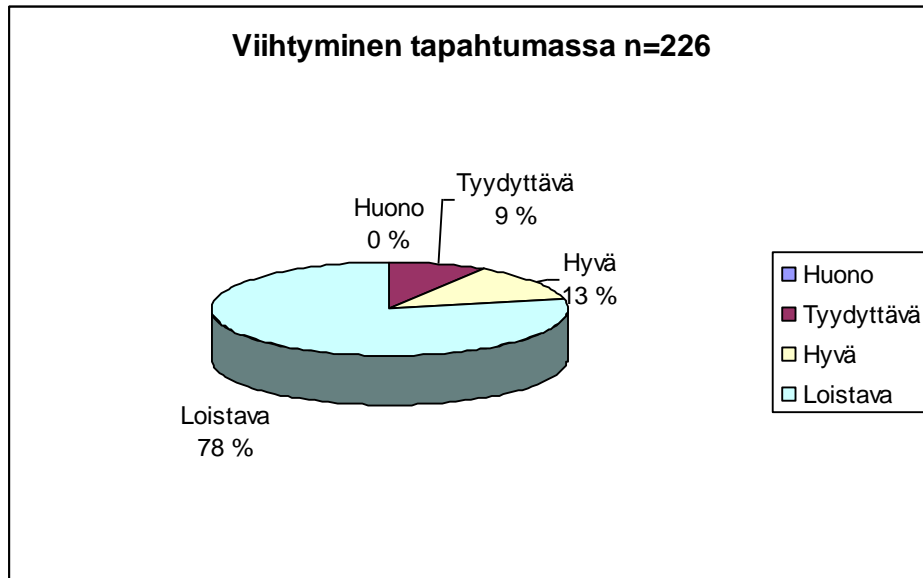
KUVIO 30. Tiedottamisesta tapahtuman aikana

146 henkilöä eli 65 % vastasi tiedottamisen olevan huonoa. Ainoastaan loistavia vastauksia se sai 31 henkilöltä eli 14 % vastanneista. Tiedottaminen oli hyvää 13 % eli 30 vastaajan mielestä. Vain 8 % eli 19 henkilöä vastasivat tiedottamisen olleen tyydyttävää.



KUVIO 31. Vastaajien mielipide tapahtumapaikan soveltuvuudesta tapahtumalle

Kukaan vastanneista ei vastannut sen olevan huono. Suurin osa 112 henkilöä eli 50 % vastasivat paikan soveltuneen hyvin. Loistavaksi tapahtumapaikkaa kehuivat 102 henkilöä eli 45 %. Tyydyttäväksi vastauksillaan sitä kutsui 12 henkilöä eli 5 % vastaajista.



KUVIO 32. Vastaajien viihtyminen tapahtumassa

Kukaan vastaajista ei vastannut, ettei olisi viihtynyt tapahtumassa. 76 % vastaajista eli 177 henkilöä vastasi viihtyneen tapahtumassa loistavasti. 13 % eli 29 henkilöä vastasi viihtyneensä hyvin tapahtumassa. Tyydyttävästi tapahtumassa viihtyi 9 henkilöä eli 12 %.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä luvussa käsittelen asiakastyytyväisyyskyselyjen johtopäätöksiä Preparty ja Club Sin -tapahtumista. Arvioin, oliko asiakastyytyväisyyskysely onnistunut ja mitä asioita vastauksissa nousi pinnalle. Esittelen myös molempien tapahtumien tyypillisimmät kävijät.

8.1 Prepartyt

Vastauksia sain 61 kappaletta ja se oli minusta riittävästi. Sain ne helposti ja kysely oli mielestäni onnistunut. Kaikkiin monivalinta- kysymyksiin vastattiin hyvin, mutta avoimiin kysymyksiin olisin toivonut enemmän vastauksia. 76 prosenttia kyselyyn vastanneista viihtyi tapahtumassa.

Tyypillinen kävijä oli 26–35 -vuotias, tamperelainen nainen. Tuli tapahtumaan autolla ja nukkui kotonaan. ei ollut käynyt tapahtumassa aikaisemmin. Kuuli tapahtumasta kaverilta ja tuli katsomaan kaikkia esiintyjä. Oli tyytyväinen tapahtumaan. Tapahtumapaikan asiakaspalvelu, äänentoisto ja oheismyynti saivat loistavia sekä huonoja vastauksia. Näistä kolmesta edellä mainituista tuli esille kaikkien kysymysten huonot vastaukset.

8.2 Club Sin

Vastauksia sain hurjat 226 kappaletta ja vastauksien määrä ylitti odotukseni. Tapahtuma oli loppuunmyyty ja kävijöitä siellä oli 450 henkilöä. Tämäkin kysely oli mielestäni hyvin onnistunut, sillä tavoitteeni oli saada kävijöistä noin puolelta vastaukset kysymyksiin. 76 prosenttia vastaajista viihtyi tapahtumassa loistavasti.

Tyypillinen kävijä Club Sinissa oli 26–35 -vuotias, tamperelainen mies. Tuli tapahtumaan autolla ja nukkui kotona. Oli käynyt kerran aikaisemmin tapahtumassa ja sai tiedon tapahtumasta kaveriltaan. Oli lopuksi tyytyväinen tapahtumaan. Kokonaisuutena tapahtumaan oltiin tyytyväisiä. Muutamista kysymyksistä selvisi mihin oltiin hieman tyytymättömiä. 70 prosenttia vastaajista vastasi äänentoiston olleen tyydyttävää. Vastaajista suurimman osan mielestä tiedottaminen tapahtuman aikana oli huonoa. Suurin osa vastaajista vastasi myös oheismyynnin olleen ainoastaan tyydyttävää.

9 TAPAHTUMAN ONNISTUMINEN JA KEHITTÄMINEN

Tässä luvussa käsittelen tutkimuskysymyksiin saamiani vastauksia. Tutkimuskysymyksiäni ovat tapahtuman onnistuminen ja tapahtuman kehittäminen. Tuon esille esiintyjien, järjestäjien ja kävijöiden mielipiteet. Kävijöiden vastaukset löytyvät liitteistä 9 ja 10. Esiintyjien ja järjestäjien vastaukset olen poiminut heidän kyselyistään ja haastattelujen vastauksista.

9.1 Prepartyt

Tapahtuma onnistui kaikkien osapuolien kannalta todella hyvin. Esiintyjillä ei ollut muuta huomautettavaa, kuin aikataulus. Muuten he olivat tyytyväisiä tapahtumaan ja se oli heistä onnistunut. Järjestäjän mielestä tapahtuma oli hyvin onnistunut ja ongelmilta vältyttiin. Asiakkaat olisivat toivoneet parempaa äänentoistoa, lippujen ennakkomyyntiä ja oheismyyntiä. Isompaa paikkaa myös toivottiin, jotta kaikki halukkaat mahtuisivat mukaan. Muuten asiakkaat ja esiintyjät viihtyivät hyvin tapahtumassa. Täytyy kuitenkin muistaa, että Prepartyt ei ole päätapahtuma.

9.2 Club Sin

Asiakkaat, esiintyjät ja järjestäjät olivat lopulta tyytyväisiä ja tapahtuma oli onnistunut. Esiintyjille sattui vastoinkäymisiä, mutta ne eivät olleet järjestäjistä johtuvaa. Aino huono palaute järjestäjille tuli aikatauluista. Tiedotus esiintymisaikatauluista ei ollut mennyt kaikille perille, ja se oli epäselvää osalle esiintyjistä ja kävijöistä. Yksi esiintyjistä vastasi kehitysideointikysymykseen suosittamalla isompaa tapahtumapaikkaa. Tapahtuma oli loppuunmyyty ja tupa täynnä. Kävijät huomauttivat hieman syntyvistä jonoista, äänentoistosta ja oheismyynnin vähäisyydestä. Kävijät vastasivat kehitysideoihin muun muassa haluavansa ruoka- ja vaatemyyntiä, ja että liput voisi hankkia tikitistä. Suurin osa huonosta palautteesta tuli paikan koosta ja istumapaikkojen vähäisestä määrästä. Eniten vastauksia kehitysehdotukseen tuli isomman tapahtumapaikan ja istumapaikkojen tiimoilta. Järjestäjien mielestä tapahtuma oli onnistunut, mutta huomautettavaa löytyi äänentoistosta, josta huolehtiminen kuului tapahtumapaikan työntekijöille. Suuria ongelmia tapahtumassa ei esiintynyt, joten se oli siis onnistunut.

10 LOPUKSI

Opinnäytetyö oli mielestäni kiva projekti. Sain tehdä työtä konkreettisesti ja teoriassa. Asioiden tekeminen käytännössä on aina ollut minulle helpompaa, kuin teoriassa. Kaikki sujui aikataulun mukaan aluksi. Sain kerättyä ennen tapahtumaa paljon tietoa. Tapahtuman jälkeen tahti hieman hidastui. Sain kuitenkin kerättyä lopun aineiston ajallaan. Minulle oli kertynyt suuri pino aineistoa ja en tiennyt mistä analysoinnin aloittaisin. Aluksi tuntui ylivoimaiselta aloittaa työn kirjoittaminen, mutta se lähti siitä kuitenkin rullamaan. Kirjoitustahtini oli hidasta ja prosessi kesti noin 4-5 kuukautta, jotta sain työni valmiiksi. Motivaationi työn kirjoitusvaiheessa oli monesti kadoksissa, mutta sain kuitenkin aina potkua ajatuksesta valmistua ammattiin. Opinnäytetyöstäni on suuri hyöty Mavericks Ry:lle ja uskon heidän myös käyttävän kyselyiden tuloksia kehittäessä tapahtumaa.

Näin jälkepäin ajatellen olisin muuttanut monia asioita opinnäyteprosessissa, varsinkin kirjoitusvaiheeseen keskittymisen ja sen vaiheen ajoissa aloittamisen. Olen kuitenkin tyytyväinen, että sain työni valmiiksi ja mielestäni työ on onnistunut. Ongelmia ilmeni myös kyselyiden vastauksien kanssa. Vastauksia oli paljon ja niiden analysointi aikaa vievää. Sain välillä hieman patistella muun muassa esiintyjä vastaamaan kysymyksiin ja loppujen lopuksi sain heiltä kaikilta vastaukset. Asiakkailta sain myös kiitetävän määrän vastauksia.

Opinnäytetyötäni on mahdollista jatkaa, vaikka kehittämällä tapahtumaa kehitysehdotuksien perusteella. Tapahtumaa voisi kehittää myös vastauksien perusteella, mikä oli huonoa tapahtumassa jotta ongelmat saataisiin karsittua pois. Kokonaisuutena opinnäytetyön tekeminen oli mahtava oppimistilanne ja ainutlaatuinen kokemus. Opin paljon ongelmista ja miten niitä selvittää. Tilaisuus oppia tapahtuman järjestämisestä oli aivan mahtavaa. En ole koskaan ollut näin sisällä yhdistyksen toiminnassa, ellen ole itse työskennellyt sellaisessa. Tämä kokemus osoitti minulle sen, että Mavericks Ry haluaa kehittää alakulttuuriaan, kehittää sitä ja pitää yllä. Kaikki yhdistyksen jäsenet tekevät kaikki juuri sitä mistä oikeasti tykkäävät.

LÄHTEET

Albanese, P & Boedeker, M. 2002. Matkailun markkinointi, Helsinki: Edit prima Oy.

Brackenridge, C. 2007. Hell's Bent On Rockin' A history of psychobilly. Great Britain: Cherry Red Books.

Bruun, S; Lindfors, J; Luoto, S; Salo, M. 1998. Jee Jee Jee Suomalaisen rockin historia. Porvoo: WSOY.

Ekberg, E. Puheenjohtaja. 2012. Haastattelu. 10.04.2012. Haastattelija Salmi, S. Tampere.

Eklund, J. 2003. Tiger Twist. Juva: WS Bookwell Oy.

Humalajoki, J. Vastuuhenkilö. 2012. Haastattelu. 05.05.2012. Haastattelija Salmi, S. Tampere

Inkinen, J-P. 2009. Punk on kuollut, eläköön hardcore. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Kainulainen, K. 2005. Kunta ja kulttuurin taloustulkintoja ja kulttuuripääoman ja festivaalien aluetaloudellisista merkityksistä. Tampereen Yliopisto. Akateeminen väitöskirja.

Lahtinen, J & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet, Jyväskylä: Gummerrus kirjapaino Oy.

Mavericks Ry:n sähköpostikeskustelut. 2011-2012. Luettu 20.04.2012. <http://www.gmail.com>

Mavericks Ry kotisivut. 2012. Luettu 03.05.2012. <http://www.mavericksry.fi/pages.htm>

Raippa, R. 1999. Punk nuoruuden voimavarana. Joensuun yliopisto, kasvatustieteen laitos. Luettu 12.06.2012

Rantala, R. 1991. Mitä Missä Milloin tietosanakirja. Keuruu: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Rauhala, R. 1992. Aksentti, Musiikkiäänitteiden erikoislehti. Porvoo: Kirjastopalvelu Oy. 6/1992. 49–50, 70

Rissanen, T. 2005. Hyvä palvelu. Vaasa: Kustannusyhtiö Polestar Ltd.

Salmi, S. 2012. 8–9. Psychobilly -kulttuurin puolesta. Pirkanmaan Sanomat, 19/2012, 8–9. Luettu 08.05.2012

Shone, A. & Parry, B. 2004. Successful event management. South-Western.

Suomisanakirja 2012. Kattavin ilmainen suomen kielen sanakirja netissä: Sivistys-sanakirja, synonyymisanakirja ja tietosanakirja. Luettu 29.05.2012. <http://suomisanakirja.fi/tapahtuma>

SWOT –analyysi 2012. SWOT analysis-effective and time tested Business analytical tool. Luettu 10.06.2012. <http://www.businessihub.com/swot-analysis-effective-and-time-tested-business-analytical-tool/>

Vallo, H. 2009. Isännyyden ihanuus, tilaisuudet ja tapahtumat, Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus, Helsinki: Tietosanoma Oy

Vepsä, J. 2012. Haastattelu. 16.04.2012. Haastattelija Salmi, S. Tampere.

LIITTEET

Liite.1 Preparty-esite Facebookissa ja flyerina (Mavericks Ry 2012)

TERROR

AN ENTERTAINING COMIC

MAVERICKS PRESENTS
CLUB SIN PT 12
PREPARTY

NO. 29
APR. - MAY

LN 10

10€
TICKETS ONLY FROM DOOR

INTRODUCING
FLESH ROXON **THE BUTCHERS** **RAGGED BONES**
(SWE)

AT PUB DOG'S HOME, RAILWAY STATION, TAMPERE 27.04.12 7PM - 3AM

FEATURING...

WARM BEER

UGLY DJ

HOT HOT CHICKS

JACK DAVIS

Liite 2. Club Sin -esite Facebookissa ja flyerina (Mavericks Ry 2012)



Liite 3. Ekku Ekbergin haastattelut ennen tapahtumaa ja sen jälkeen

Kuka on Prepartyjen vastuhenkilö?

- No minä.

Kuinka moni yhdistyksen jäsen on ollut järjestämässä tapahtumaa? Miten työnjako on jaettu?

- Ainoastaan minä. Työnjako on siis sanomattakin selvä.

Miksi valitsitte juuri Pub Dog's Homen tapahtuman järjestämiseen?

- Pubi valittiin aiempien vuosien ja hyvien kokemusten perusteella. Aikanaan valikoitui paikaksi, koska oli suht sopivan kokoinen, helpolla paikalla, PA-laitteet ja koska on rokkibaari.

Onko yhteistyö sujunut tapahtumapaikan omistajan kanssa?

-Todella hyvin.

Miten valitsitte esiintyjä tapahtumaan ja mihin ratkaisuun päädyitte?

- Tapahtuman luonteena on ollut että pidetään pienimuotoiset lämmittelyt ennen varsinaista Club Siniä, etenkin niitä ulkopaikkakuntalaisia varten jotka tulevat Tampereella, jo päivää aiemmin. Linjana on ollut ottaa kotimaisia bändejä, jotta budjetti pysyy kurissa. Lipun hinta pidetään väkisin alhaalla, koska ei haluta että se rasittaa maksavan yleisön budjettia kohtuuttomasti. Aiemmin 5€, tänä vuonna 10€, koska Ragged Bones tuli Ruotsista saakka. Ragged Bones päätettiin ottaa, koska Club Sin päätapahtuma oli tänä vuonna yksipäiväinen. Bändi valittiin yhden jäsenen ehdottaessa sitä ja koska kuulosti ihan hyvältä. Bändin jäsenet olivat Tukholmasta, jolloin matkakulut pysyivät kohtuullisina.

Onko tiedonkulku sujunut esiintyjien kanssa?

- Oikein hyvin. Ruotsiin olemme pitäneet yhteyttä sähköpostilla ja kotimaisten esiintyjien kanssa puhelimella.

Lyhyt kuvaus siitä, mitä kaikkia asioita olette järjestäneet esiintyjille, tapahtumapaikalle ja yleisölle ennen tapahtumaa?

- Esiintyjille vapaan pääsyn seuraavana päivänä Klubille. Ruotsalaisille on järjestetty laivamatkat, hotellin ja ruokailun lauantaille. Tapahtumapaikalle ja yleisölle, en kai oikein mitään ihmeellistä.

Onko joillain osa-alueilla ollut erityistoiveita? jos on miten olette järjestäneet ne?

-Ei ole ilmaantunut.

Mikä on mennyt tapahtuman järjestämisessä hyvin? Onko ilmennyt ongelmia matkan varrella?

- Kaikki on mennyt ok. Yksi ongelma ilmentyi, ainoastaan sähköpostilla Pub Dog'siin mennyt bilemainos katosi jonnekin avaruuteen. Mutta toimitettiin sitten uudestaan, noin kuukauden viiveellä. Muita ongelmia ei ole ollut.

(Jatkuu)

2(2)

Mitä odotatte esiintyjiltä? entä tapahtumaan osallistujilta?

-Hyviä settejä ja mahtavaa meininkiä.

Ekun haastattelu tapahtuman jälkeen

Onnistuiko prepartyjen järjestäminen?

-Kyllä. Meni ihan suunnitellusti.

Kuinka paljon kävijöitä oli Dog's Homessa?

-Lippuja myytiin n.100-110. Siihen lisäksi vielä kerhon jäsenet, olisiko ollut 12 vai 13 paikalla. Eli reilu 120.

Olitko tyytyväinen tapahtumapaikkaan? esiintyjiin? yleisöön?

-Paikka oli ok. Esiintyjät jopa parempia kuin uskalsin toivoa. Tuo siis koskee Ragged Bonesia, Butchersin ja Flesh Roxonin tasohan oli tiedossa. Yleisö osasi käyttäytyä asiallisesti, joten olen tyytyväinen siihenkin.

Sujuiko kaikki aikataulujen mukaan?

- Mitään hirvittävän tiukkaa kelloon sidottua aikataulua ei ollut. Mentiin vähän mututuntumalta ja seurattiin yleisöä, että joko alkaisi olla seuraavan bändin aika. Kaikki bändit olivat ajallaan soundcheckissä päivällä.

Onnistuivatko kaikki etukäteisjärjestelyt?

- Kyllä

Pystyittekö toteuttamaan erikoistoiveet?

- Ei sellaisia oikeastaan ollutkaan.

Mikä meni hyvin tapahtuman aikana? Ilmenikö ongelmia? jos ilmeni, miten ne ratkaistiin?

- Ei varsinaisia ongelmia. Mitä nyt Butchersin rumpali lähti heti setin jälkeen bändin kaljaliput mukanaan kotiin. No, niitähän sai onneksi tiskiltä lisää.

Muuta mainittavaa tapahtumasta? hyvää/huonoa?

- Kaikki meni aika hyvin, vaikka itse sanonkin.

Onnistuiko kaikki tapahtumapaikan työntekijöiden kanssa? entä esiintyjien tuleminen paikanpäälle? majoitus?

- Dog's Homen henkilökunta tietää ja tuntee jo porukan joka näissä bileissä käy, joten kaikki sillä saralla sujuu hyvinkin kitkattomasti. Esiintyjät olivat kiltisti paikalla silloin kun piti. Ragged Bonesin hotellin kanssa ei ollut mitään ongelmia.

Aiotteko järjestää tapahtuman uudelleen Dog's Homessa?

- Erittäin todennäköisesti.

Liite 4. Preparty-esiintyjien sähköpostikyselyiden vastaukset

Oletteko esiintyneet aikaisemmin Club Sin:ssä? jos ette, mitä olette kuulleet tapahtumasta?

Flesh Roxon: Olemme esiintyneet aikaisemmin Multi Climex bändillä silloin kun vielä soitettiin ko.orkesterissa, mutta tämä on eka keikka Flesh Roxonille Club Sinissa.

The Butchers: Olemme esiintyneet kolme kertaa Club Sin:ssä (2002, 2003,2005) ja prepartyissa kaksi kertaa(2003, 2010)

Ragged Bones: Emme olleet kuulleet aikaisemmin tapahtumasta mitään.

Oletteko saaneet tarvittavaa infoa ennen tapahtumaa? esim. aikataulut, kuljetukset, majoitukset jne...?

Flesh Roxon: Olemme saaneet todella hyvin infoa muun muassa aikatauluista ja kaikesta. Ei kyllä ole valittamista. Paremmin on sujunut, kuin monessa muussa suomalaisessa kesäfestarissa.

The Butchers: Kaikki tarvittava info on saatu etukäteen ja kysymällä loput asiat.

Ragged Bones: informaatio on sujunut hyvin tähän asti.

Ovatko etukäteisjärjestelyt sujuneet tähän asti ok?

Flesh Roxon: Kyllä. Meitä on informoitu tarkkaan tapahtumasta ja se mitä ollaan sovittu on siitä pidetty kiinni => Joten ei valittamista.

The Butchers: Kaikki on sujunut hyvin tähän asti.

Ragged Bones: Kyllä on sujunut.

Onko teillä ollut erityistoiveita? jos on onko järjestäjä luvannut toteuttaa ne?

Flesh Roxon: Ei meillä ole ollut erityistoiveita..

The Butchers: On ollut. Yksi jäsenistämme on kasvissyöjä ja se luvattiin huomioida.

Ragged Bones: Kysyimme voisimmeko tuoda mukana ystävän ja se oli järjestäjille ok.

Kuinka yhteydenpito teidän ja järjestäjien välillä on sujunut?

Flesh Roxon: Yhteydenpito on sujunut todella hyvin.

The Butchers: Yhteydenpito on sujunut mutkattomasti.

Ragged Bones: Hyvin.

Mitä toivotte/odotatte yleisöltä?

Flesh Roxon: Toivomme massiivista ihmistsunamia ja sitä että keikkayleisö elää keikal-la täysillä mukana. Aikaisempina vuosina Club Sinissä on ollut aina näin =>

The Butchers: Toivomme, että katsojat eivät kiipeäisi lavalle.

Ragged Bones: Odotamme innolla uutta yleisöä ja toivomme, että edes osa olisi jo kuul-lut meistä.

(Jatkuu)

2(3)

Risut/Ruusut/muuta?

Flesh Roxon: Ruusuja. Mavericksin pojille siitä että jaksavat järjestää Suomessa tällaista tapahtumaa joka ei perustu radionkuluttamiin hittibändeihin ja se että Suomeenkin kehittyi sitä myötä kova UG-scene. Joten ehottomasti ruusuja. Paljon =)

The Butchers: Kaikki on sujunut mukavasti tähän asti. Toivottavasti bileistä tulee hyvät.

Ragged Bones: Club Sin festivaali vaikuttaa loistavalta tapahtumalta ja olemme innoissamme tulossa sinne soittamaan.

Millainen kuva teille jäi esiintymisestä Tampereella?

Flesh Roxon: Jäi todella hyvä kuva.

The Butchers: Kaikki toimi hyvin ja jäi hyvä kuva.

Ragged Bones: Mahtavia ihmisiä

Millainen kuva teille jäi tapahtumasta? Täyttikö tapahtuma kaikki odotuksenne?

Flesh Roxon: Täytti. Katsojia oli paljon.

The Butchers: Oli hyvät bileet. Ihmisiä oli runsaasti ja kaikki ilmeisesti tykkäsivät.

Ragged Bones: Aivan mahtava tapahtuma. Hyvä kuva jäi

Kuinka hyvin tapahtuman järjestelyt onnistuivat?

Kuljetukset?

Flesh Roxon: ei kuljetuksia

The Butchers: ei ollut kuljetuksia

Ragged Bones: Meille oli varattu laivamatkat ja ne menivät hyvin, muuten liikuimme omalla autolla.

Majoitus?

Flesh Roxon: ei ollut majoitusta

The Butchers: Nukuimme kotonamme

Ragged Bones: Kiva hotelli ja järjestäjät olivat hoitaneet kaikki valmiiksi hotellin kanssa

Aikataulutus?

Flesh Roxon: Meni nappiin

The Butchers: Kaikki meni aikataulun mukaan

Ragged Bones: Kaikki meni aikataulun mukaisesti

(Jatkuu)

Informaatio tapahtuman aikana?

Flesh Roxon: Hyvää

The Butchers: Pientä epäselvyyttä oli aloittamisajankohdasta

Ragged Bones: Hyvää koko tapahtuman ajan

Pitkö etukäteisinformaatio paikkansa?

Flesh Roxon: Kyllä piti

The Butchers: Kyllä

Ragged Bones: Kyllä

Jos teillä oli erikoistoiveita toteutuivatko ne?

Ragged Bones: Kyllä, meille oli varattu kaksi hotellihuonetta

Olitteko tyytyväisiä tapahtumapaikkaan, yleisöön ja järjestäjiin?

Flesh Roxon: Olimme kaikkeen tyytyväisiä, erikoiskiitos yleisölle.

The Butchers: Tapahtumapaikka oli hyvä ja järjestäjät ammattimaisia.

Ragged Bones: Tapahtumapaikka oli kiva, järjestäjät hoiti hyvin hommansa ja yleisöllä näytti olevan hauskaa

Kuinka onnistunut tapahtuma oli?

Flesh Roxon: Onnistui todella hyvin

The Butchers: Hyvin onnistunut

Kehittämideoita tapahtumalle?

The Butchers: kolmipäiväinen tapahtuma, joka vuosi.

Risut ja Ruusut?

Flesh Roxon: Kivaa oli ja iso kiitos

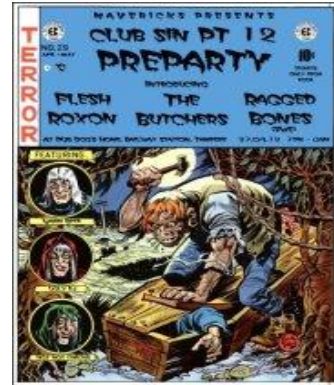
The Butchers: Todella hyvät bileet

Ragged Bones: Mahtavat festivaalit, hyviä esiintyjiä ja mukavia ihmisiä

Liite 5. Asiakastyytyväisyyskysely Prepartysta

Asiakastyytyväisyyskysely, Preparty

Perjantai 27.4.2012



1. Vastaaajan ikä 18–25 v 26–35 v 36–45 v yli 45 v

2. Sukupuoli Mies Nainen

3. Asuinkunta _____

4. Miten saavuit tapahtumaan?

Bussilla Junalla Lentokoneella Kävelen Muulla tavalla, miten?

5. Missä majoituit tapahtuman aikana?

Ei majoitusta Hotelli tai hostelli Ystävien tai sukulaisten luona

6. Oletko käynyt aikaisemmin ennakko bileissä? En Kyllä, montako kertaa?

7. Mistä sait tiedon tapahtumasta? _____

8. Mitä bändiä tai bändejä tulit katsomaan? _____

9. Arvioi tapahtumaa rastittamalla kunkin osa-alueen onnistumista parhaiten kuvaava symboli.

👎 Huono 😊 Tyydyttävä 😄 Hyvä 🍻👍👍 Loistava

- Lippujen hankkimisen onnistuminen
- Pubille löytäminen
- Anniskelun/asiakaspalvelun sujuvuus
- Oheismyyntitarjonta
- Esiintyjät suhteessa odotuksiin
- Tapahtumapaikan äänentoisto
- Pubin soveltuvuus tapahtuman järjestämiseen
- Viihtyminen tapahtumassa



10. Mitä hyvää tai huonoa tapahtumassa mielestäsi oli?

11. Miten tapahtumaa voisi mielestäsi kehittää tai parantaa?

Kiitos vastauksestasi!

Liite 6. Club Sinin vastuhenkilö Juha Humalajoen haastattelu

Kuka on Club Sinin vastuhenkilö?

-Minä, Juha

Kuinka moni yhdistyksen jäsen on ollut järjestämässä Club Siniä? Miten työnjako on jaettu?

- Juha: pääorganisaattori, Klubin yhteyshenkilö, sopimusten laatija, kahden bändin varaus, nettisivut, mediatiedotteen laadinta, mainosten jne tilaus, backstagemanagerointi, kustannussuunnitelman laadinta ja hyväksyntä.

- Iirolle kuluu, ennakkolippujen myynti, lipunmyynti ovella, hotelli, kustannustoteuman teko. Tuukalle kuuluvat stagemanageri ja backlinen hankinta. Rille hoitaa yhden bändin varauksen ja backstagemanagerointi Veljekset hoitavat kuljetukset. Jiri huolehtii lentojen varauksen ja mainostuksen. Lisäksi yksittäisiä hommia kuten raha-asioiden hoito.

Miksi valitsitte juuri Tampereen Klubin tapahtuman järjestämiseen?

- Se on meille tuttu paikka monen vuoden takaa ja sopivin Tampereella

Onko yhteistyö sujunut tapahtumapaikan omistajan kanssa?

- Oikein hyvin

Miten valitsitte esiintyjä tapahtumaan ja mihin ratkaisuun päädyitte?

- Yhteisesti pohditaan erilaisia mahdollisia bändejä, minkä perusteella laaditaan karkea ajatus konseptista (esim tänä vuonna psychoa ja hieman punkkia, joskus taas vastaavasti vähän rockabillyä jne.) Kartoituksen perusteella kysellään bändien aikatauluja ja selvitetään kustannuksia (keikkaliksa, lentoliput, henkilömäärä). Lopullinen päätös tehdään kun kustannukset ovat selvillä ja arvioimme minkä verran yleisöä ko. esiintyjät vetävät ja mikä pitäisi olla lipunhinta (=kustannusarvio). Lopullisen päätöksen olen tehnyt minä.

Onko tiedonkulku sujunut esiintyjien kanssa?

-Normaaliin tapaan. Jos ollaan esiintyjien kanssa suoraa kontaktissa, ongelmia ei yleensä ole, mutta managerien kanssa tuntuu toisinaan olevan hankaluuksia. Ei mitään ihmeitä nyt.

Lyhyt kuvaus siitä, mitä kaikkia asioita olette järjestäneet esiintyjille, tapahtumapaikalle ja yleisölle ennen tapahtumaa?

- Esiintyjät: sopimus, lennot, majoitus, kuljetukset, ruokailut, backline
Yleisö: mainostus, esiintyjät, paikka, aikataulut, lipunmyynti

Onko joillain osa-alueilla ollut erityistoiveita? jos on miten olette järjestäneet ne?

- Ei varsinaisia erityistoiveita. Raidereiden mukaan olemme hankkineet juomat backstagelle. Majoitukset ja backline on varattu toiveiden mukaisesti.

(Jatkuu)

Mikä on mennyt tapahtuman järjestämisessä hyvin? Onko ilmennyt ongelmia matkan varrella?

- Ei mitään erityisiä hankaluuksia.

Mitä odotatte esiintyjiltä? entä tapahtumaan osallistujilta?

- Ennen tapahtumaa tietenkin odotamme hyviä bileitä, joissa on tarpeeksi väkeä.

Kuinka hyvin tapahtuman järjestäminen onnistui? Hoitivatko kaikki yhdistyksen jäsenet oman osuutensa?

- Tapahtuma onnistui erinomaisesti. Kaikki jäsenet tekivät tehtävänsä mitä heille oli ennalta määritetty ja sovittu, sekä pienet pikatilanteet hoidettiin myös hyvin.

Olitteko tyytyväisiä tapahtumapaikkaan?

- Kyllä, joskin voisi olla parempikin (= lavan edusta ei ole paras mahdollinen ja toisinaan tarvittaisiin hieman isompaakin paikkaa).

Sujuiko yhteistyö tapahtumapaikan työntekijöiden kanssa? entä lentojen- ja majoituksen kanssa?

- Yhteistyö sujui hyvin. Majoituksen tarjoaja oli meille ennalta tuntematon, mutta kaikki meni hyvin. Lentojen suhteen oli muutamia hankaluuksia (myöhästymiset jne), mutta yleisesti ottaen ei mitään normaalista poikkeavaa.

Olitteko tyytyväisiä esiintyjiin? entä yleisöön?

- Esiintyjät olivat ennakkoon ajatellen keskitasoa (pl. Mad Sin). Suoriutuminen oli muilta erinomainen pl. Mad Sin oli aika vaisu.

Sujuiko kaikki esiintyjien kanssa suunnitelmien mukaan?

- Ei mitään normaalista poikkeavaa -aina jotain pientä, mutta yllättävän hyvin.

Sujuiko kaikki etukäteisjärjestelyt suunnitelmien mukaan?

-Kyllä (pl. lentojen myöhästyminen)

Joillakin esiintyjillä oli erityistoiveita, onnistuitteko toteuttamaan ne?

- Ei mitään normaalista poikkeavaa, kaikki toiveet onnistuttiin toteuttamaan halutulla tavalla.

Mikä mielestäsi onnistui hyvin tapahtumassa? ilmenikö ongelmia? jos ilmeni, miten ne ratkaistiin?

- Lipunmyynti sujui yllättävän ruuhkattomasti ja stagemanagerointi toimi hyvin (vaikka jotkut valittivat äänenlaadusta, mutta miksaus on Klubin vastuulla). Mitään erityisiä ongelmia ei ilmennyt. Kokemuksen perusteella on oppinut varautumaan tiettyihin pikukujuttuihin jo ennakkoon.

Muuta mainittavaa tapahtumasta? Hyvää/ huonoa?

Tapahtuma oli kaikin puolin onnistunut.

Liite 7. Club Sin -esiintyjien sähköpostikyselyiden vastaukset ennen ja jälkeen tapahtuman

Oletteko esiintyneet aikaisemmin Club Sin:ssä? jos ette, mitä olette kuulleet tapahtumasta?

The Hellfreaks: Ei

Mad Sin: Olemme esiintyneet tapahtumassa viisi kertaa aikaisemmin.

The Basementones: Emme ole, mutta olemme kuulleet pelkkää hyvää

Hola Ghost: Ei olla esiinnytty, tällä kokoonpanolla

Oletteko saaneet tarvittavaa infoa ennen tapahtumaa? esim. aikataulut, kuljetukset, majoitukset jne...

The Hellfreaks: Olemme saaneet ajoissa tietoja mitä tarvitsimme.

Mad Sin: Kyllä

The Basementones: Kaikki järjestelyiden informaatio on tullut hyvin perille

Ovatko etukäteisjärjestelyt sujuneet tähän asti ok?

The Hellfreaks: Ilman muuta. Meillä oli ongelmia lentojen kanssa, ja varasivat meille kaksi erillistä lentoa.

Mad Sin: Kyllä, erittäin hyvin

The Basementones: Hyvin, mutta soittoaikatulussa on ollut epäselvyyksiä

Hola Ghost: Hyvin ammattimaisesti

Onko teillä ollut erityistoiveita? jos on onko järjestäjä luvannut toteuttaa ne?

The Hellfreaks: Ei, yritämme olla helppoja.

Mad Sin: Kyllä, toiveena oli kaksi eri hotellihuonetta

The Basementones: juoma ja ruokatoiveet

Hola Ghost: Soittokamojen suhteen ja saimme tyydyttävän lupauksen

Kuinka yhteydenpito teidän ja järjestäjien välillä on sujunut?

The Hellfreaks: Todella hyvin.

Mad Sin: Hyvin

The Basementones: Hyvin, sillä järjestäjät ovat ystäviämme

Hola Ghost: Olemme tyytyväisiä

(Jatkuu)

Mitä toivotte/odotatte yleisöltä?

The Hellfreaks: Odotamme innolla esiintymistä, sillä emme ole koskaan soittaneet Pohjois- Eurooppalaiselle yleisölle.

Mad Sin: Samanlaista asennetta ja meininkiä, kuin muinakin vuosina.

The Basementones: Toivomme, että tupa olisi täynnä.

Hola Ghost: Tukea esiintymiselle

Millainen kuva teille jäi esiintymisestä Tampereella?

The Hellfreaks: Oli aivan mahtavaa, todella mukavaa ja kotiin lähdimme monien hyvien muistojen kanssa.

Mad Sin: Taas kerran mahtavaa porukkaa

The Basementones: Hyvä Fiilis

Hola Ghost: Mahtavia ihmisiä

Rejected: Hyvä kuva, Tampereella on aina mukava soittaa

Millainen kuva teille jäi tapahtumasta? Täyttikö tapahtuma kaikki odotuksenne?

The Hellfreaks: Olimme yllättyneitä kävijämäärästä.

Mad Sin: Paranee vuosi vuodelta

The Basementones: Kyllä

Hola Ghost: Tapahtuma meni hyvin ja oli ilo olla osa sitä

Rejected: Club Sin on ollut mahtava tapahtuma aina

Kuinka hyvin tapahtuman järjestelyt onnistuivat?

The Hellfreaks: järjestelyt toimivat erityisen hyvin.

Mad Sin: Hyvin

The Basementones: Hyvin pitivät.

Hola Ghost: He onnistuivat täysin

Rejected: Ei valittamista

Kuljetukset?

The Hellfreaks: Myöhästyimme lennolta, mutta se ei ollut järjestäjän syy. Muuten hyvin

Mad Sin: Hyvin, olimme aikataulussa.

Hola Ghost: Sääto lentojen kanssa, ei haitannut muita kuljetuksia

(Jatkuu)

Majoitus?

The Hellfreaks: Täydellinen

Mad Sin: Ei moitteita

Hola Ghost: Ihan okei

Aikataulutus?

The Hellfreaks: Piti paikkansa

Mad Sin: Hyvä

The Basementones: Hieman epäselvä

Hola Ghost: Eteni hyvin

Rejected: Kaikki ok

Informaatio tapahtuman aikana?

The Hellfreaks: Kukaan ei kertonut esiintymisajoista tarkkaan. Sanoisin huonoa.

Mad Sin: Ei tarvittu, tiesimme esiintyvämme muitten jälkeen

The Basementones: Hyvää

Hola Ghost: Onnistunut

Rejected: Toimi

Pitkö etukäteisinformaatio paikkansa?

The Hellfreaks: Kyllä

Mad Sin: Kyllä

The Basementones: Joo, piti

Hola Ghost: Kyllä

Rejected: Suurin piirtein, joillakin vain tuli kiire kun soundcheck oli aikaistettu.

Jos teillä oli erikoistoiveita toteutuivatko ne?

Mad Sin: Saimme ne kaksi hotellihuonetta

Hola Ghost: Soittokamat, kyllä

(Jatkuu)

4(4)

Olitteko tyytyväisiä tapahtumapaikkaan, yleisöön ja järjestäjiin?

The Hellfreaks: Hieno paikka esiintyä, ihmiset olivat mukavia ja yleisö mahtavaa.

Mad Sin: Kaikki ovat meille jo tuttuja. Mahtavaa porukkaa.

The Basementones: Kyllä, esiintymislava oli tarpeeksi suuri.

Hola Ghost: Backstagelle lepo mahdollisuus puuttui, muuten kyllä. Yleisö ja järjestäjät olivat mahtavia.

Rejected: Kaikin puolin tyytyväisiä

Kuinka onnistunut tapahtuma oli?

The Hellfreaks: Kaikki näyttivät tyytyväisiltä

Mad Sin: Se oli paras

The Basementones: Erittäin onnistunut, näytti olevan tupa täynnä.

Hola Ghost: Oli onnistunut

Rejected: 9 +

Kehittämideoita tapahtumalle?

The Hellfreaks: Ei ole, he ovat hyvä esimerkki siitä kuinka tehdään kaikki oikein.

Mad Sin: Heillä olisi mahdollisuuksia isompaankin tapahtumaan

The Basementones: Ensimmäisen bändin aloitusaikaa pitäisi pystyä venyttämään katsojien määrän perusteella

Hola Ghost: Ei oikeastaan, he ovat tehneet tätä jo vuosia ja osaavat hommansa

Rejected: Lisää tapahtumia

Risut ja Ruusut?

The Hellfreaks: Iso kiitos kaikille ja toivottavasti näemme uudelleen.

The Basementones: Risuja, aikataulutuksesta esiintymisajoissa ja ruusuja hyvästä meiningistä

Hola Ghost: Kiitos!

Rejected: Onnea Mavericks!

Liite 8. Asiakastyytyväisyyskysely Club Sin pt 12:sta

Asiakastyytyväisyyskysely Club Sin pt.12

Lauantai 28.4.2012



1. Vastaajan ikä 18–25 v 26–35 v 36–45 v yli 45 v

2. Sukupuoli Mies Nainen

3. Asuinkunta _____

4. Miten saavuit tapahtumaan?

Bussilla Junalla Lentokoneella Kävelen Muulla tavalla, miten?

5. Missä majoituit tapahtuman aikana?

Ei majoitusta Hotelli tai hostelli Ystävien tai sukulaisten luona

6. Oletko käynyt aikaisemmin Club Sinissä? En Kyllä, montako kertaa? _____

7. Mistä sait tiedon tapahtumasta? _____

8. Mitä bändiä tai bändejä tulit katsomaan? _____

9. Arvioi tapahtumaa rastittamalla kunkin osa-alueen onnistumista parhaiten kuvaava symboli.

👎 Huono 😊 Tyydyttävä 😄 Hyvä 🍷👍👍 Loistava

- Lippujen hankkimisen onnistuminen
- Klubille löytäminen
- Anniskelun/asiakaspalvelun sujuvuus
- Oheismyyntitarjonta
- Esiintyjät suhteessa odotuksiin
- Tapahtumapaikan äänentoisto
- Tiedottaminen tapahtuman aikana
- Klubin soveltuvuus tapahtuman järjestämiseen
- Viihtyminen tapahtumassa



10. Mitä hyvää tai huonoa tapahtumassa mielestäsi oli?

11. Miten tapahtumaa voisi mielestäsi kehittää tai parantaa?

1(2)

Liite 9. Preparty-kävijöiden vastaukset kehityskysymyksiin ja mikä tapahtumassa oli hyvää ja huonoa

Kävijöistä vain 17 vastasi kysymykseen mitä huonoa tai hyvää tapahtumassa oli seuraavilla vastauksilla:

Hyvää:

- Hyvä ilmapiiri
- Lisää näitä
- Lissää
- Näkee tuttuja
- Kiva nähdä tuttuja
- Ei mitään huonoa, kaikki jees
- Hyvää: esiintyjät, ihmiset ja tunnelma
- Vain hyvää
- Kaverit parasta
- Hyvä mainonta
- ☺

Huonoa:

- Liiian pieni paikka ja liian valoisa
- Asiakaspalvelu ovella huonoa
- Äänentoisto kamalaa
- Ei mitään levyjä tai vaatteita
- Esiintyjät olivat hyviä , ei mitään huonoa
- Liiian vähän istumapaikkoja

(Jatkuu)

Miten tapahtumaa voisi kehittää kysymykseen, sain vastauksia 20 kappaletta.

- Isompi paikka
- Ei voi enää kehittää
- Lisää oheismyyntiä
- Hodareita
- Enemmän istumapaikkoja
- Lisää miehiä
- Isompi paikka, johon mahtuu enemmän porukkaa
- Ihan jees
- No en tiä
- Isompi tila, jotta kaikki mahtuisi sisälle
- ☺
- Isompi tila ja enemmän esiintyjä
- Enemmän mainostusta ja bändien nimet esille tapahtumapaikan sivulle
- Toimii
- Lisää viinaa kaikille
- Kolme päivää kestävä tapahtuma takasin
- Ennakkoliput!
- Ulkomaisia esiintyjä
- Naah kaikki jees!
- Äänentoisto

Liite 10. Club Sin -kävijöiden vastaukset kehityskysymyksiin ja mikä tapahtumassa oli hyvää ja huonoa

Yksi avoimista kysymyksistäni oli mitä hyvää tai huonoa kävijöitten mielestä tapahtumassa oli. Vastauksia sain ainoastaan 36 kappaletta. Vastaajat eivät ole innokkaita vastaamaan avoimiin kysymyksiin.

Hyvää:

- tapahtuma toimii hyvin joka vuosi
- pelkkää hyvää
- toimii
- Mad Sin
- kivaa oli taas
- alkoholi
- kaverit
- ennakkomyynti
- esiintyjät
- mainio tapahtuma
- Seura
- hola ghost
- enakkobileet
- paras tapahtuma Suomessa
- ilmapiiri
- hyvät bileet
- hyvä musiikki
- paljon ihmisiä
- esiintymislava
- järjestäjä
- Klubi

(Jatkuu)

Huonoa:

2(2)

- kallis kalja
- pieni paikka
- vähän istumapaikkoja
- jono baaritiskille
- vessajonot
- äänentoisto
- esiintymisajat
- ahdasta
- musiikki liian lujalla, ei kuullut muita
- esiintymislava liian korkealla
- huono valaistus
- ahdas narikka
- ei saa ruokaa
- liian vähän esiintyjä
- oheismyynti

Tärkein avoinkysymykseni oli tapahtuman kehittäminen. Kysyin kävijöiltä miten tapahtumaa voisi parantaa tai kehittää. Kysymys oli lomakkeen viimeinen, joten ihmiset eivät ilmeisesti siksi viitsineet vastata. Sain vastauksia ainoastaan 14 kappaletta.

- Isompi tapahtumapaikka
- Kolmipäiväinen tapahtuma takaisin
- Lisää esiintyjä
- Enemmän istumapaikkoja ja pöytiä
- Kuuluisia bändejä
- Kunnan festarit
- On jo hyvä
- Hommata juontaja, että tietäis monelta bändit soittaa
- Ruokamyynti ja vaatemyynti
- Liput tiketistä tai jostain muualta
- Enemmän punk bändejä
- Parempi äänentoisto
- nopeuttaa sisälle jonotusta
- aikataulu näkyvillä