

Anniina Rantamäki

Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoiminta

Vaikutukset suomalaisen tanssin kentän kannalta

Opinnäytetyö

Johdon assistenttityön ja kielten ko.

Toukokuu 2015



KYAMK
University of Applied Sciences



KYAMK

University of Applied Sciences

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Anniina Rantamäki	Tradenomi	Toukokuu 2015
Opinnäytetyön nimi Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoiminta Vaikutukset suomalaisen tanssin kentän kannalta		42 sivua
Toimeksiantaja Tanssin Tiedotuskeskus		
Ohjaaja Lehtori Päivi Korhonen		
Tiivistelmä <p>Tämä opinnäytetyö käsittelee Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoiminnan vaikutuksia suomalaisen tanssin kentän kannalta. Tutkimuksessa keskityttiin erityisesti Saksassa järjestettävän Tanzmessen ja kanadalaisen CINARS-biennalen vaikutuksiin ja niiden vertailuun. Messutoiminta vaatii paljon resursseja niihin osallistuvilta toimijoilta, joten on tärkeää tietää, millaisia tuloksia messuilta saadaan ja ovatko toiset messut kenties hyödyllisempiä kuin toiset.</p> <p>Opinnäytetyön aineisto kerättiin syvähaastatteluilla. Haastateltaviksi valittiin edustajia kolmesta tanssiryhmästä, jotka ovat olleet pitkään mukana Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoiminnassa. Ryhmät valikoituivat haastettuluun myös sen perusteella, että niiden rahoitusrakenne on erilainen, ja näin ne kuvaavat hyvin tanssin kentällä käytössä olevia erilaisia resursseja. Koska tutkimuksen otos on hyvin pieni, saadut tulokset eivät ole yleistettävissä koskemaan koko tanssin kenttää.</p> <p>Tutkimuksessa selvisi, että Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoiminnalla on kahden tasoisia vaikutuksia. Ensinnäkin Tanssin Tiedotuskeskuksen osallistuminen tietyille messuille vaikuttaa siihen, kuinka todennäköisesti tanssiryhmät lähtevät mukaan näille messuille ja kuinka paljon yhteistyötä ryhmät tekevät muiden toimijoiden kanssa messuilla. Lisäksi messuilla on myös vaikutuksia ryhmän toimintaan. Ryhmät pääsevät verkostoitumaan kansainvälisesti, tekemään myyntityötä ja laajentamaan omaan osaamistaan ja alan tuntemustaan vertailemalla omaa toimintaansa alan muihin toimijoihin. Messujen sijainnilla tai kohderyhmällä ei sinänsä ole suurta merkitystä messujen vaikutuksiin. Ryhmien oma toiminta ja sen painopisteet vaikuttavat enemmän siihen, minkä alueen messuilla on heille eniten merkitystä.</p> <p>Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan sanoa, että messut ovat tärkeitä tanssin kentälle, mutta messutoiminnan tarkkojen vaikutusten nimeäminen on kuitenkin haastavaa, sillä yleensä ne ilmenevät hitaasti pitkän ajan kuluessa.</p>		
Asiasanat kansainvälisyys, messut, tanssiala, verkostoituminen		



KYAMK

University of Applied Sciences

Author (authors) Anniina Rantamäki	Degree Bachelor of Business Administration	Time May 2015
Thesis Title Promotion activities of Tanssin Tiedotuskeskus at international fairs Effects on the field of Finnish dance	42 pages	
Commissioned by Tanssin Tiedotuskeskus (Dance Info Finland)		
Supervisor Päivi Korhonen, Senior Lecturer		
Abstract <p>The objective of this thesis was to find out what kind of effects promotional activities of Tanssin Tiedotuskeskus at dance and performing arts platforms have on the field dance in Finland. The study focused especially on the effects of Internationale Tanzmesse NRW in Germany and CINARS biennale in Canada and tried to find out whether there are any differences in the effects of these two. Participating in exhibitions requires a lot of resources from the participants so it's important to know, what kind of results the exhibitions have and whether some exhibitions are more effective than the others.</p> <p>The research material was collected through in-depth interviews. The representatives of three dance companies were chosen as interviewees. These companies had been taken part in exhibition activities of Tanssin Tiedotuskeskus for several years. Also the financial structure of these companies represents different methods of financing used in the dance field in Finland. The results of this study can't be generalized to apply to the whole dance field of the country, because of the very small number of interviewees.</p> <p>The result of the study was that the effects of the exhibitions activity of Tanssin Tiedotuskeskus happened on two levels. Firstly, decision of Tanssin Tiedotuskeskus to take part in certain exhibitions influences the dance groups' readiness to participate in these exhibitions and to collaborate with other dance groups at the exhibition. Secondly, the participation in an exhibition influences the dance group's activities. At the exhibitions the groups have a chance to network internationally, do sales work and expand their knowledge in international dance field by comparing their own activities to other groups. The location of the exhibition or the target group doesn't make any exhibition better or worse than the others. Activities of dance groups and the target area determine which exhibitions are most useful to them.</p> <p>According to the results of the research, exhibitions are important to the dance field in Finland, but it is difficult to name the exact effects of one exhibition since the effects usually appear slowly during a long period of time.</p>		
Keywords internationality, fairs, dance, networking		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	TIETOPERUSTA	6
2.1	Toimeksiantajan ja tutkimuksen kohdemessujen esittely.....	6
2.2	Teoreettinen viitekehys	10
2.2.1	Tanssin kansainvälinen ulottuvuus.....	10
2.2.2	Kansainvälinen messutoiminta.....	13
2.2.3	Verkostot ja niiden merkitys	16
3	TIEDONKERUU.....	18
3.1	Kvalitatiivinen tutkimus	18
3.2	Aineiston keruu ja analysointi	19
4	TULOSTEN ANALYYSI	23
4.1	Messutoiminnan vaikutukset tanssiryhmien messuosallistumiseen.....	25
4.2	Messujen erot	27
4.3	Messujen merkitys ryhmille.....	29
4.4	Verkostoituminen	32
4.5	Myyntityö ja kansainvälisyys	34
4.6	Benchmarking.....	36
5	JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITYSEHDOTUKSIA	38
	LÄHTEET.....	41

1 JOHDANTO

Tanssialalla kansainvälinen kiertuetoiminta ja verkostoituminen kansainvälisesti ovat toiminnan kannattavuuden elinehtoja, sillä kotimainen toimintaympäristö ei mahdollista tanssin esittämistä laajoille yleisömäärille kustannustehokkaasti. Kansainvälisen kiertuetoiminnan lisäksi kansainväliset verkostot mahdollistavat myös esimerkiksi yhteistyöprojektit ja rikastuttavat suomalaista tanssia.

Kansainvälinen promootio on yksi Tanssin Tiedotuskeskuksen keskeisimpiä palveluita tanssin kentälle ja vuodesta 2005 lähtien kansainvälinen messutoiminta on kuulunut oleellisena osana Tanssin Tiedotuskeskuksen toimintaan. Tanssin Tiedotuskeskuksen kautta kotimaisilla tanssialan toimijoilla on ollut mahdollisuus osallistua messuille ja saada näkyvyyttä kansainvälisillä markkinoilla. Kuitenkaan tämän messutoiminnan vaikutuksia ei ole aiemmin tutkittu. Messuille osallistuminen vaatii suurta panostusta kaikilta osallistujilta, joten on erittäin tärkeää, että toiminnalla on positiivisia vaikutuksia tanssin kentän kannalta, koska muussa tapauksessa messutoimintaan käytetyn ajan ja rahan voisi käyttää hyödyllisemminkin.

Opinnäytetyöni tavoitteena on selvittää, millaisia vaikutuksia Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoiminnalla on suomalaisen tanssin kentän kannalta. Tutkimuskysymykseni on ”Millaisia vaikutuksia Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoiminnalla on ollut messuille osallistuneille ryhmille?” Tämä aihe kiinnostaa minua erityisesti sen takia, että olen lapsesta saakka harrastanut tanssia, ja haluaisin myös opintojeni jälkeen työllistyä jollain tavalla tanssin tai esittävien taiteiden pariin. Minusta olisi myös todella mielenkiintoista päästä joskus itse osallistumaan joillekin tanssialan kansainvälisille messuille, sillä olen kiinnostunut myös eri kulttuureista ja kulttuurien toimintatapojen eroista. Työssäni pääsinkin yhdistämään nämä kaksi mielenkiinnonkohdettani.

Tarkastelen opinnäytetyössäni erityisesti kaksien messujen vaikutuksia. Nämä messut ovat Saksassa järjestettävä International Tanzmesse NRW ja Kanadassa järjestettävä CINARS-biennale. Kummatkin messut järjestetään joka toinen vuosi, mutta Tanzmesse on pelkästään tanssialaan keskittyvä messutapahtuma, kun taas CINARSissa on esillä myös muita esittävien taiteiden lajeja. Pyrin selvittämään, onko messuilla joitain toisistaan poikkeavia vaikutuksia, jotka johtuvat esimerkiksi messujen maantieteellisen sijainnin tai kohde-

ryhmän eroista. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsittelen suomalaista tanssin kenttää ja tanssialan toimintaedellytyksiä erityisesti kansainvälisen toiminnan näkökulmasta, kulttuurivientiä, kansainvälisiä messuja ja verkostoitumista.

Kerään aineiston opinnäytetyöhöni Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoimintaan osallistuneiden tanssiryhmien edustajien syvähaastatteluilta. Koska jo yhdestä syvähaastattelusta syntyy varsin runsaasti materiaalia, olen valinnut haastateltavaksi vain 3 ryhmää. Nämä ryhmät edustavat kuitenkin tanssin kenttää varsin monipuolisesti, sillä mukana on niin valtion teatteri- ja orkesterilain piiriin kuuluvia niin sanottuja VOS-ryhmiä kuin vapaan kentän toimijoita-kin.

Pienen haastatteluotoksen vuoksi opinnäytetyöni tulokset eivät ole suoraan yleistettävissä kuvaamaan koko tanssin kenttää. Tulokset antavat kuitenkin kuvaa siitä, millaisia vaikutuksia pitkäjänteisellä kansainvälisellä messutoiminnalla voidaan saavuttaa. Opinnäytetyöni lopussa annan vielä muutamia kehitys- ja jatkotutkimusehdotuksia.

Opinnäytetyöprosessi eteni kohdallani varsin sujuvasti, enkä kohdannut suuria ongelmia sen aikana. Suurimmaksi ongelmaksi osoittautui ajankäytön hallinta ja työnteon rytmitys. Toisaalta aikaa tuntui olevan runsaasti, mutta toisaalta samaan aikaan minulla oli myös tunne, ettei aikaa ole riittävästi. Työ eteni hyvin vaihtelevalla tahdilla. Välillä kului pitkiäkin aikoja jolloin opinnäytetyöni ei edistynyt juuri ollenkaan, ja aina seuraavan osion palautuspäivän lähestyessä kirjoitin opinnäytetyötäni useita sivuja päivässä.

Opinnäytetyötä tehdessäni opin paljon tutkimuksen tekemisestä, sillä en ole aikaisemmin tehnyt yhtä laajaa tutkimusta. Lisäksi pääsin työni yhteydessä tutustumaan paremmin suomalaisen tanssin kentän toimintaan, ja koen ymmärtäväni sitä taas hieman enemmän.

2 TIETOPERUSTA

2.1 Toimeksiantajan ja tutkimuksen kohdemessujen esittely

Tanssin Tiedotuskeskus

Tanssin Tiedotuskeskus ry on suomalainen tanssin asiantuntijaorganisaatio. Sen tehtävänä on viestiä suomalaisesta tanssista niin kotimaassa kuin ulkomailla ja edistää tanssitaiteen toimintaedellytyksiä Suomessa. Tanssin Tiedo-

tuskeskus myös kerää erilaisia tilastoja suomalaisista tanssiesityksistä ja ylläpitää suomalaisen tanssin tietokanta Tankaa. (Tanssin Tiedotuskeskus a)

Tanssin Tiedotuskeskuksen toiminnan taustalla on ajatus siitä, että tanssilla on merkitystä ja arvoa yhteiskunnassa sekä taiteena että tanssikulttuurina. Lisäksi tanssi voi lisätä sekä yksilön että yhteiskunnan hyvinvointia. Tiedotuskeskuksen arvoja ovat asiantuntemus, avoimuus, kestävyys ja vaikuttavuus. Tiedotuskeskuksen asiantuntemus perustuu sen verkostoitumiselle, tutkimukselle ja tiedonkeruulle rakentuvalle tietopohjalle sekä suomalaisen ja kansainvälisen tanssitaiteen sisältöjen tuntemiselle. Tanssin Tiedotuskeskuksen toiminnan vaikuttavuus on erityisen tärkeää tulevaisuudessa, sillä toiminnan rahoitus ei todennäköisesti kasva tulevaisuudessa, joten käytössä olevat resurssit on käytettävä mahdollisimman hyvin. (Tanssin Tiedotuskeskuksen strategia vuosille 2014–2018 2013, 1–5.)

Tanssin Tiedotuskeskuksella on yksitoista jäsenyhteisöä, mutta Tiedotuskeskus pyrkii palvelemaan koko tanssin kenttää Suomessa, tanssin harrastajia, yleisöä ja poliittisia päättäjiä sekä tutkijoita ja tiedotusvälineitä kotimaassa ja ulkomailla. Tanssin Tiedotuskeskuksen jäsenet edustavat laajasti ja valtakunnallisesti tanssialaa, tanssiryhmiä tai tanssin koulutusta tai tutkimusta. Jäsenet saavat edustajansa Tanssin Tiedotuskeskuksen hallitukseen, jossa he voivat vaikuttaa Tanssin Tiedotuskeskuksen toimintaan ja toiminnan linjauksiin. (Tanssin Tiedotuskeskus b.)

Tanssin Tiedotuskeskuksen toimintaan sisältyy useita eri osa-alueita. Tiedotuskeskuksen palvelu- ja neuvontatyötä on pääasiassa tiedon välittäminen sähköisesti verkkosivujen ja sähköpostin kautta sekä puhelimitse. Tanssin Tiedotuskeskuksen verkkosivuilta löytyy muun muassa suomalaiset tanssiteokset kokoava esityskalenteri, ajankohtaista-osio, tietoja tanssin opiskelusta, suomalaisen tanssin tietokanta Tanka sekä oma osio alan ammattilaisille. (Tanssin Tiedotuskeskus a.)

Tanssi Tiedotuskeskus tekee myös paljon tanssialan tutkimus- ja tiedonkeruutyötä. Tiedotuskeskus ylläpitää Tanka-tietokantaa suomalaisesta tanssista sekä kerää, analysoi ja julkaisee vuosittain esitys- ja katsojatilastoja suomalaisista tanssiesityksistä. Näiden lisäksi Tanssin Tiedotuskeskus tekee erilaisia tanssialaan liittyviä selvityksiä. Näistä yhtenä esimerkkinä on vuonna 2011 tehty toimialan arvonmääritys pilottiprojekti, jossa tanssialaa käytettiin esi-

merkkinä. Projektissa selvitettiin, miten esittävien taiteiden toimialojen arvo määräytyy. (Tanssin Tiedotuskeskus a.)

Tiedotustyö on merkittävä osa Tanssin Tiedotuskeskuksen toimintaa. Tiedotuskeskus julkaisee säännöllisesti sekä suomen- että englanninkielisiä verkouutisia sekä sähköpostitse lähetettäviä uutiskirjeitä. Näiden lisäksi kerran vuodessa julkaistaan englanninkielinen Finnish Dance in Focus -lehti. Tanssin Tiedotuskeskus tiedottaa suomalaisesta tanssista Facebook- ja Twitter-sivujensa kautta. (Tanssin Tiedotuskeskus a.)

Tanssin Tiedotuskeskus pyrkii vaikuttamaan tanssin toimintaedellytysten kehittymiseen ottamalla kantaa ja antamalla lausuntoja tanssitaideita koskeviin kulttuuripoliittisiin kysymyksiin. Tanssin Tiedotuskeskus on mukana sekä Tanssin Talo ry:ssä, joka on lähivuosien merkittävimpiä tanssin kehittämishankkeita, että kaikkien taiteenalojen tiedotuskeskusten Taive-verkostossa. Tanssin Tiedotuskeskuksen yhteiskunnallisen vaikuttamisen toimintoja ohjaavat vuonna 2009 valmistunut Tanssissa on tulevaisuus – Tanssin visio ja strategia vuosille 2010–2020 sekä taiteenalojen tiedotuskeskusten yhteiset hallitusohjelmatavoitteet kaudelle 2015–2019. (Tanssin Tiedotuskeskus a.)

Tanssin Tiedotuskeskuksen kansainväliseen promootiotyöhön kuuluu muun muassa osallistuminen erilaisille tanssialan messuille ulkomailla, osallistuminen kansainvälisiin hankkeisiin, tanssialan ammattilaisille järjestettävät opintomatkat sekä asiantuntijavierailujen järjestäminen Suomeen. Lisäksi Tanssin Tiedotuskeskus tuottaa kansainvälistä promootiomateriaalia. (Tanssin Tiedotuskeskus a.)

Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoiminnan tavoitteena on lisätä suomalaisen tanssin näkyvyyttä ulkomailla ja verkostoitua kansainvälisesti. Messuille osallistuminen on ollut keskeinen osa Tanssin Tiedotuskeskuksen kansainvälistä promootiotyötä vuodesta 2005 lähtien. Viime vuosina Tanssin Tiedotuskeskus on osallistunut vuosittain järjestettäville Tokio Performing Arts Market -messuille (TPAM) Japanissa, Performing Arts Market Seoul -messuille (PAMS) Koreassa ja Global Performing Arts Marketplace and Conference -messuille (APAP) Yhdysvalloissa sekä joka toinen vuosi järjestettäville Internazionale Tanzmesse NRW -messuille Saksassa ja CINARS-messuille Kanadassa. Tanssin Tiedotuskeskuksen kansainvälinen yhteistyö näkyy hyvin myös messutoiminnassa, sillä Tanssin Tiedotuskeskus osallistuu messuille

yhteistyössä muiden Pohjoismaiden kanssa. Tällä tavoin yhteiselle osastolle on saatu paremmin näkyvyyttä ja on voitu tavoittaa suurempi joukko yleisöä, kuin mitä omalla osastolla olisi ollut mahdollista. (Tanssin Tiedotuskeskus c.)

Tanssin Tiedotuskeskus toimii yhteistyökumppanina ja asiantuntijana erilaisissa kotimaisissa ja kansainvälisissä yhteistyöprojekteissa ja verkostoissa. Kansainvälisesti merkittäviä hankkeita ja verkostoja ovat muun muassa pohjoismaalais-baltialainen Keõja 2012–2015 -hanke, pohjoismaisen tanssin näkyvyyttä maailmalla kehittävä ICE HOT -verkosto ja Aerowaves-verkosto. (Tanssin Tiedotuskeskus c.)

Tanssin Tiedotuskeskuksella on myös yhteistyöohjelmia eri maiden kanssa. Esimerkiksi Korean ja Japanin kanssa on tehty pitkäjänteistä yhteistyötä jo useiden vuosien ajan. Vuonna 2013 aloitettiin residenssi- ja yhteistyöohjelma Australian kanssa, ja vuonna 2014 alkoi tanssin Venäjä-ohjelma, jonka tarkoituksena on kehittää suomalaisten ja venäläisten tanssialan toimijoiden välistä yhteistyötä. Näiden lisäksi Tanssin Tiedotuskeskuksen kansainväliseen toimintaan kuuluvat erilaiset opintomatkat suomalaisille tanssialan ammattilaisille ja järjestää kansainvälisille asiantuntijoille vierailuja ja tutustumismatkoja Suomeen. (Tanssin Tiedotuskeskus c.)

Internationale Tanzmesse NRW

Saksassa Düsseldorfissa järjestetään joka toinen vuosi maailman suurimmat pelkästään tanssiin keskittyvät messut. Internationale Tanzmesse NRW järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 1994 nimellä Tanzmesse NRW Essenissä, ja sen tarkoituksena oli esitellä paikallista tanssitarjontaa laajemmalle yleisölle ja kansainvälisille ammattilaisille. Tapahtuma kasvoi kuitenkin nopeasti, ja ulkomaalaisia ryhmiä päästettiin myös mukaan esittelemään teoksiaan. Vuonna 2002 tapahtuma siirrettiin Düsseldorfiin, jossa oli tarjolla enemmän esiintymistiloja. (Internationale Tanzmesse NRW.)

Nykyään Internationale Tanzmesse NRW on nelipäiväinen kansainvälinen festivaali-, messu- ja verkostoitumistapahtuma, jonne kerääntyy tanssialan ammattilaisia joka puolelta maailmaa. Tapahtuma on edelleen avoin myös paikallisille tanssista kiinnostuneelle yleisölle. (International Tanzmesse NRW.)

Tanssin Tiedotuskeskus on osallistunut näille messuille vuodesta 2002 lähtien (Tanssin Tiedotuskeskuksen vuosikertomuksen 2012 messuliite).

CINARS-biennale

Montrealissa järjestetään joka toinen vuosi viikon mittainen esittävien taiteiden messutapahtuma CINARS-biennale. Messujen järjestäjänä toimii voittoa tavoittelematon CINARS-organisaatio, jonka tarkoituksena on tukea esittävien taiteiden vientiä. Messuja on järjestetty vuodesta 1984. (CINARS-biennale.)

Messujen ohjelmaan kuuluu muun muassa työpajoja, verkostoitumista ja esiintyvien ryhmien esityksiä. Lisäksi lukuisat toimijat esittelevät toimintaansa messuosastoillaan. (CINARS-biennale.) Vuonna 2014 messuille osallistui noin 1 500 kävijää 40 eri maasta. Vuonna 2014 Kansainvälisten esittelijöiden määrä kasvoi 28 % aikaisempaan tapahtumaan verrattuna. (CINARS-biennale 2014.)

Taulukkoon 1 on koottu vielä lyhyesti CINARS-biennalen ja Internazionale Tanzmesse NRW:n perustietoja. Yhteistä messuille on, että ne kummatkin järjestetään joka toinen vuosi, ja aina samana vuonna. CINARS-biennale on hieman suurempi tapahtuma niin kestoja puolesta kuin kohderyhmältäänkin.

Taulukko 1: Yhteenveto Internazionale Tanzmesse NRW:stä ja CINARS-biennalesta (Internationale Tanzmesse NRW; CINARS-biennale.)

	Internationale Tanzmesse NRW	CINARS-biennale
Sijainti	Düsseldorf, Saksa	Montreal, Kanada
Ensimmäisen kerran vuonna	1994	1984
Kuinka usein	Joka toinen vuosi	Joka toinen vuosi
Ajankohta	Elokuussa	Marraskuussa
Kesto	Neljä päivää	Viikko
Aihe	Tanssi	Esittävät taiteet

2.2 Teoreettinen viitekehys

2.2.1 Tanssin kansainvälinen ulottuvuus

Suomalainen tanssin ammattilaiskenttä jakautuu teatteri- ja orkesterinlain piiriin kuuluviin tanssiryhmiin eli VOS-tanssiryhmiin ja tämän lain ulkopuolelle jäävään niin sanottuun vapaaseen kenttään. VOS-tanssiryhmiä Suomessa on tällä hetkellä yhdeksän kappaletta. Nämä yhdeksän ryhmää, ja lisäksi Kansallisoopperan yhteydessä toimiva Kansallisbaletti ja Helsingin Kaupunginteatte-

rin yhteydessä toimiva Helsinki Dance Company saavat valtiolta vuosittain tukea toimintansa ylläpitämiseksi. Vapaan kentän ryhmillekin on tarjolla valtionavustuksia, mutta avustus myönnetään vain vuodeksi kerrallaan tai tietyn projektin toteuttamiseen. (Tanssissa on tulevaisuus 2009, 17–22.)

Tanssin kentän ammattilaistoimintaa vaikeuttaa olemassa olevien resurssien vähyys. Vuodeksi kerrallaan myönnettävä valtionavustus ei mahdollista toiminnan pitkäjänteistä kehittämistä, ja suuri osa ryhmistä joutuu hankkimaan rahoituksensa kokonaan muualta. Tämä rahoituksen vähyys ei tietenkään ole vain tanssialaa koskeva ongelma, vaan se koskee laajemmin koko kulttuurialaa Suomessa ja ulkomailla. Lisäksi Suomessa on puute tanssin tarpeisiin sopivista harjoitus- ja esiintymistiloista, jolloin esitysten tuominen laajemman yleisön tietoisuuteen esimerkiksi kotimaisen kiertuetoiminnan kautta on hankalaa. Tarpeeksi tilavien esitystilojen puutteessa suosittujenkin esitysten katsojamäärät voivat jäädä pieniksi. Tätä ongelmaa korjaamaan on kuitenkin perustettu Tanssin talo ry, jonka Tanssin talo -hankkeen tavoitteena on saada Helsinkiin tanssin korkeatasoiselle esitystoiminnalle soveltuva ja kansainväliset vaatimukset täyttävä esitys- ja harjoitustila. (Tanssissa on tulevaisuus 2009, 17–27.)

Kansainvälinen toiminta on jo pitkään ollut tärkeää suomalaisen tanssin kentän kannalta, sillä kotimaan markkinat ovat melko pienet. Tanssiteosten kiertuetoiminta ulkomailla pidentää esitysten elinkaarta ja mahdollistaa teoksen esittämisen laajemmalle yleisölle. Taidealoilla voi muita aloja useammin olla pääasiassa ei-kaupallisia intressejä kansainväliselle toiminnalle, vaikka tietysti myös mahdollisuudet saada ulkomaista rahoitusta tai uusia työmahdollisuuksia esimerkiksi yhteisprojekteina ovat tärkeitä. Kansainväliset yhteistyöprojektit voivat tuoda myös uutta sisältöä suomalaiseen tanssiin. (Tanssissa on tulevaisuus 2009, 17–22.) Lisäksi ulkomailla saavutettu näkyvyys voi lisätä ryhmän tai yksittäisen taitelijan arvostusta ja suosiota myös kotimaassa (Fillis & Boram 2011, 836–837).

Kansainvälistymisen haasteena on erityisesti oikean kohderyhmän löytäminen ulkomailta, varsinkin, jos kansainvälisen toimintaympäristön tuntemus on heikko ja kokonaisnäkemys puuttuu. Verkostoitumisella voidaan kuitenkin parantaa toimintaympäristön tuntemusta ja saada apua oikean kohderyhmän löytämiseen. (Tanssissa on tulevaisuus 2009, 30–32.) Myös kulttuurierot aset-

tavat haasteita kansainvälistymiseen, erityisesti jos kohdemaan toimintatavat ovat vieraita eikä niihin ole osattu varautua etukäteen (Fillis & Boram, 2011, 833).

Kulttuurivienti

Kulttuurin toimialoilla on merkittävä vaikutus Suomen kansantalouden kannalta, ja ne ovat toiseksi tärkein yksityisen kulutuksen kohde. Kotimaan markkinoilla ei ole enää odotettavissa merkittävää kasvua, joten kulttuuriviennillä tähdätäänkin suomalaisen kulttuurituotteiden ja -palveluiden saamiseksi esiin kansainvälisille markkinoille, joilla kulttuurin luovien tuotteiden kauppa on kasvussa. Opetus-, ulkoasian-, sekä elinkeino- ja työministeriön kulttuurivientihankkeen osana toimii kulttuuriviennin tukiverkosto. Tähän tukiverkkoon kuuluvat muun muassa eri taiteen alojen tiedotuskeskukset, Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit, Suomen ulkomaanedustustot sekä viennin asiantuntijaorganisaatiot Finpro, Teknologian kehittämiskeskus Tekes ja matkailun edistämiskeskus MEK. Sen tarkoituksena on täydentää olemassa olevia yhteistyöverkostoja ja toimia yhtenä tiedotuskanavana. Kulttuuriviennin tukiverkoston toimintaa koordinoivat Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit ry ja opetusministeriön kulttuurivientiyksikkö. (Opetus- ja kulttuuriministeriö.)

Tanssi on yksi kansainvälisimmin suuntautuneista luovan toiminnan aloista. Esitysviennin lisäksi tanssialan kansainvälistä toimintaa ovat muun muassa erilaisissa verkostoissa toimiminen, residenssit ulkomailla ja osallistuminen kansainvälisiin yhteistyöhankkeisiin. Tanssi soveltuu hyvin kulttuurivientiin, sillä yleensä teoksen kieli ei rajoita sen ymmärtämistä maailmalla. Suomalaista tanssia pidetään omaleimaisena ja sitä arvostetaan ulkomailla. Erityisesti kiinnostusta on herättänyt tanssin taiteellisen taso, innovatiivinen uusien teknikoiden käyttö sekä muun muassa valo- ja äänisuunnittelijoiden kanssa tehty tiivis yhteistyö. (Tanssissa on tulevaisuus 2009, 29–32.)

Tanssiesitysten lisäksi tanssin kulttuurivienti voi toteutua viemällä yksittäisiä koreografioita ulkomaalaisten ryhmien esitettäväksi, esitystallenteiden vientinä tai opetustoimintana. Tanssin vienti ulkomaille lisää töitä myös muilla kulttuurialoilla, sillä tanssiesityksissä tarvitaan osaamista muun muassa valaistuksen, musiikin ja puvustuksen järjestämisessä. Esityksissä myös näiden alojen osaajat pääsevät esittelemään taitojaan ulkomaille ja voivat näiden kautta saada myös muita työtarjouksia. Lisäksi suomalaisten ryhmien esiintyminen

ulkomailla voi lisätä kulttuurimatkailua Suomeen, esimerkiksi erilaisille Suomessa järjestettäville tanssifestivaaleille. Tanssin vienti edellyttää kuitenkin myös vastavuoroisuutta, joten tukea tulisi löytyä myös tuontitoimintaan ja yhteistuotantojen toteuttamiseen. (Tanssissa on tulevaisuus 2009, 29–32.)

Opetus- ja kulttuuriministeriö jakaa tukea lähinnä kulttuuriviennin kärkihankkeisiin. Usein tukien saajat ovat samoja vuodesta toiseen, jolloin suuri osa potentiaalisista ja taiteelliselta tasoltaan kansainvälisestäkin mahdollisesti menestyvistä ryhmistä jää tuen ulkopuolelle. Kärkihankkeiden tuen lisäksi Taiteen edistämiskeskus jakaa matka-apurahoja, mutta nämäkään apurahat eivät mahdollista suurien esitysten vientiä ulkomaille. Tämän vuoksi ryhmät voivat joutua kieltäytymään saamistaan esiintymiskutsuista rahoituksen puuttumisen vuoksi. Lisäksi ongelmana on se, ettei tanssiryhmillä ole välttämättä tarpeeksi osaamista ja kansainvälisen tanssin kentän tuntemusta, jotta esitysten vienti ulkomaille olisi mahdollista, tai mahdollisuutta palkata itselleen henkilöä, jolla tällaista osaamista olisi. Yksi Valtion tanssitaidetoimikunnan julkaiseman Tanssin vision ja strategian vuosille 2010–2020 (2009) osa onkin tanssin vientitoiminnan tuen lisääminen. Muita tavoitteita ovat muun muassa vientitoiminnan markkinointi- ja esityskanavien kehittäminen ja manageri- ja agenttitoiminnan osaamisen kasvattaminen. Näiden avulla kulttuuriviennin määrä tanssin osalta pystyttäisiin moninkertaistamaan. (Leppinen 2011, 41–43.)

2.2.2 Kansainvälinen messutoiminta

Messutyö voidaan jakaa myyntityöhön ja muuhun messujen aikaiseen työhön. Tätä muuta työtä voivat olla muun muassa olemassa olevien suhteiden ylläpito ja uusien luominen, imagotyö sekä tiedon levittäminen omasta toiminnasta. Lisäksi messuilla yritys pystyy keräämään tietoja markkinoista ja kilpailijoista ja vertaamalla itseään näihin määrittämään oman sijaintinsa markkinoilla, esimerkiksi jos he haluavat aloittaa toiminnan jollain uudella vieraalla markkina-alueella. (Santos & da Silva 2013, 690–691.) Messuilla yritykset voivat tutustua alan uusiin innovaatioihin ja pohtia myöhemmin, olisivatko ne sellaisia, joihin heidän pitäisi itsekkin keskittyä jatkossa. Tässä mielessä messujen näytteilleasettajat voidaan jakaa trendien luojaan ja trendien seuraajiin. Kansainvälistä kokemusta ja uusia innovaatioita kehittävät yritykset ovat trendien luoja, joiden toimintaan ja tuotteisiin muut messuille osallistuvat käyvät tutustumassa. Tämän takia nämä trendien luoja ovat messujen järjestäjän kannalta tär-

keitä, sillä ne houkuttelevat paikalle myös muita osallistujia. Uudet tai kansainvälistymistä vasta aloittelevat yritykset taas ovat trendien seuraajia. He tulevat messuille useimmiten hakemaan vaikutteita ja tutustumaan siihen, kuinka kokeneemmat toimijat tekevät asioita. (Schuldt & Bathelt 2011, 12–15.)

Uusille markkinoille toimintansa laajentamista suunnitteleville yrityksille kansainvälisistä messuista on myös paljon hyötyä. Messuilla yritys voi tutustua siihen, millaisia kilpailijoita suunnitellulla uudella markkina-alueella on ja miten ne toimivat. Yritykset voivat myös tavata messuilla kansainvälisiä ostajia, joiden kanssa he voivat aloittaa yhteistyötä. (Schuldt & Bathelt 2011, 12–15.)

Tanssialalla tämä voisi tarkoittaa esimerkiksi uusia työ- tai esiintymismahdollisuuksia ulkomailla.

Messuilla yritys tavoittaa kerralla suuren joukon aiheesta kiinnostuneita ihmisiä ja löytää uusia potentiaalisia kohderyhmiä. Lisäksi messut ovat hyvä paikka esitellä uutuustuotteita suurelle kohderyhmälle ja tutkia markkinoiden reaktioita uusista tuotteista. Messunäkyvyys voi myös kasvattaa yrityksen mainetta. Messuille osallistuminen on kallista, erityisesti jos messuille osallistuu omalla osastolla, mutta messuilla kontakteille saatu keskiarvohinta on huomattavasti alhaisempi kuin vastaava hinta henkilökohtaisessa myyntityössä. (Santos & da Silva 2013, 692.)

Yrityksen päätökseen osallistua messuille vaikuttaa yrityksen käsitys messujen luonteesta, yrityksen markkinoinnin tavoitteet sekä messuista oletettavasti aiheutuvat kustannukset. Messujen luonteeseen vaikuttavat muun muassa niiden sijainti ja ajoitus, oletettu kävijämäärä ja messujen kohderyhmän merkitys yrityksen näkökulmasta sekä messujen maine. Lisäksi osallistumispäätökseen vaikuttaa se, mistä päin messutilaa yritys saa oman osastonsa. Yleensä yritykset tavoittelevat osastoa keskeiseltä paikalta, sillä siellä tavoittaa enemmän kävijöitä kuin messuosaston laidalla sijaitsevalla osastolla. Messuista aiheutuvilla kustannuksilla on suuri vaikutus osallistumispäätökseen, mutta tärkeämpää kuin itse hinta on ennemminkin se, mitä sijoitetulla rahalla saa.

Vaikka messujen aiheuttamat kustannukset nousisivatkin korkeiksi, niille voidaan kuitenkin päättää osallistua, jos uskotaan, että messuilla esimerkiksi saadaan hankittua hyviä uusia kontakteja tai tavoitetaan laaja joukko asiakkaita. (Santos & da Silva 2013, 692, 699.)

Messujen tuoton arviointi voi toisinaan olla haastavaa, varsinkin jos messujen tuloksia ei pysty yksiselitteisesti mittaamaan. Esimerkiksi messuilla on voitu tutustua uusiin mahdollisiin yhteistyökumppaneihin, mutta varsinaisen yhteistyön alkamiseen voi kulua jopa vuosia messuista, joten tällaisen kontaktin hankkimisen arvon mittaaminen on hankalaa. Lisäksi aina ei välttämättä ole selvää, olisiko messujen avulla saavutetut tulokset voinut saavuttaa jotenkin toisinkin ja mahdollisesti jopa edullisemmin. Selvää kuitenkin on, että messuilla menestyminen vaatii huolellista suunnitelmaa. Messujen aikaisen työn lisäksi tulee esivalmistelut ja jälkihoito tehdä huolellisesti. Messujen aikana suurta merkitystä on osaston koon, sijainnin ja ulkonäön lisäksi myös osastolla toimivan henkilökunnan osaamisella. (Santos & da Silva 2013, 690.)

Verkostoituminen ja olemassa olevien verkostojen ylläpitäminen ovat yksi erittäin tärkeä motivaatio osallistua messuille. Messuilla on suhteellisen helppoa tavata samalla kertaa useita omaan verkostoon kuuluvia henkilöitä, jotka normaalisti toimivat ehkä ympäri maailmaa, jos nämä henkilöt ovat joka tapauksessa tulossa messuille. Vaikka nykyään on hyvin helppoa kommunikoida kaukanakin toimivien yhteistyökumppaneiden kanssa erilaisten sähköisten viestimien välityksellä, ajoittaiset henkilökohtaiset tapaamiset ovat silti tärkeitä toimivan yhteistyön ja luottamuksellisen ihmissuhteen säilymiseksi. Monimutkaisista asioista on yleensä helpompi keskustella kasvokkain ja myös tunteet välittyvät näin paremmin. Lisäksi ihmissuhteille perustuvilla verkostoilla olennaisen luottamuksen rakentaminen on näin helpompaa, sillä verkossa ihmiset voivat helpommin esiintyä toisena henkilönä. Messujen yhteydessä on myös epävirallisempaa ohjelmaa, joiden aikana voi syventää suhdettaan yhteistyökumppaneihin keskustelemalla työasioiden lisäksi myös henkilökohtaisemmista aiheista. Messuilla ihmiset ovat myös poissa työpaikalta, minkä ansiosta heillä on mahdollisuus keskittyä eri tavalla ilman arkipäivän keskeytyksiä. Messuilla ihmiset ovat myös rentoutuneempia ja avoimempia, mutta myös hyvin keskittyneitä keskustelemaan alaansa liittyvistä asioista, sillä se on yksi syy, minkä takia he ovat tulleet messuille. (Bathelt & Schuldt 2010, 1962.)

Bathelt ja Schuldt käsittelevät kahdessa artikkelissaan (2010 & 2011) niin kutsuttua kansainvälistä kohinaa, jota esiintyy messuilla. Tällä he tarkoittavat sitä, että messut muodostavat eräänlaisen hetkellisen tiivistymän, jonne kokoontuu esimerkiksi saman teollisuuden alan asiantuntijoita, tuottajia, käyttäjiä ja toimittajia keskustelemaan ja vaihtamaan ideoita. Usein osallistujilla on suurim-

maksi osaksi samaa tietoa alastaan, mutta myös toisiaan täydentäviä tietoja, joita jakamalla ja joista keskustelemalla voi saada palautetta omille ideoilleen ja keksiä mahdollisesti uusia käyttötapoja jo olemassa oleville tekniikoille tai tuotteille.

Messuilla uusia tietoja voi hankkia monista eri kanavista. Kaikkea ei välttämättä tarvitse nähdä itse, sillä messukävijät keskustelevat myös keskenään messuilla näkemistään mielenkiintoisista asioista. Näin kuulijat voivat itse valikoida ne asiat, joista haluavat ottaa vielä itse lisää selville. Toinen hyvä tiedonhankintakeino on havainnointi. Yritykset voivat esimerkiksi havainnoida kävijöiden reaktioita toisten näytteilleasettajien tuotteisiin tai päästä kokeilemaan tai näkemään eri tuotteiden toimintaa ja ominaisuuksia käytännössä. (Bathelt & Schuldt 2010, 1963–1966.)

2.2.3 Verkostot ja niiden merkitys

Luovilla aloilla verkostot ovat ehkäpä tärkein kansainvälistymistapa (Kilhström 2013, 7), ja verkostoituminen kansainvälisesti onkin yksi Valtion tanssitaide-toimikunnan tanssin strategian ja vision vuosille 2010–2020 (2009) tavoitteista. Verkostoituminen sekä kotimaassa että kansainvälisesti onkin tanssialalla tärkeää, sillä tanssiesitykset tuotetaan useimmiten verkostoituneesti pienten ryhmien ja yksittäisten toimijoiden yhteistyönä. Kansainväliset verkostot mahdollistavat lisäksi tanssin ulkomaisen kiertue toiminnan. Tästä on osoituksena myös Keöja 2012–2015 -hankeen yhtenä osahankkeena ollut ajatushautomo, jonka tavoitteena oli luoda yhteinen kiertueverkosto Pohjoismaiden ja Baltian alueelle (Keöja 2012–2015).

Verkostoituminen on pitkäjänteistä työtä, sillä verkostot perustuvat luottamukselle ja sitoutumiselle, joita ei välttämättä voida saavuttaa vain muutamalla tapaamisella. Henkilökohtaisten suhteiden merkitys on suuri verkostoissa, ja verkostoja pidetään yllä nimenomaan henkilökohtaisten tapaamisten kautta. Erilaisten sähköisten viestimien avulla on mahdollista ylläpitää verkostoja, mutta välillä on kuitenkin tarpeen tavata myös kasvokkain. Verkostojen keskeisiä piirteitä ovat myös vastavuoroisuus ja vapaaehtoisuus. Tässä tulee vastaan myös se, miten verkostot määritellään. Kaikki eivät pidä esimerkiksi asiakkaitaan verkostonaan, mutta toiset taas laskevat myös tällaiset yrityksen ja sen yhteistyökumppaneiden väliset suhteet verkostoiksi. (Kilhström 2013, 3-4.)

Verkostoitumisella tavoitellaan yritysten näkökulmasta laajempaa markkina-asemaa, kilpailukykyä, tuottavuutta, näkyvyyttä ja lisäresursseja (Honkanen 2011, 3). Toisaalta ammatillisilla verkostoilla on tärkeä merkitys myös yksilön näkökulmasta. Esimerkiksi omien verkostojensa kautta voi kuulla uusista kiinnostavista työmahdollisuuksista, joista ei muuten välttämättä olisi saanut kuulla. Luovilla aloilla, joilla monet työskentelevät freelancereina ja lyhyissä projekteissa, tämä on hyvin tärkeää. Tästä yhtenä esimerkkinä voidaan pitää sitä, että *Finnish Dance in Focus* -lehden vuoden 2011–2012 numerossa suomalaisia tanssifestivaaleja käsittelevässä artikkelissa kolmen tanssifestivaalin taiteellisesta johtajasta kaksi mainitsi omien verkostojensa vaikuttavan siihen, keitä he hankkivat festivaaleilleen esiintymään (Karra 2011, 26–29).

Verkostot voidaan jakaa virallisiin ja epävirallisiin verkostoihin. Viralliset verkostot muodostuvat yrityksen suhteista sen yhteistyökumppaneihin, esimerkiksi alihankkijoihin, maahantuojiin yms. Epäviralliset verkostot taas ovat yrityksen henkilöstön omia kontaktiverkostoja, ja ne perustuvat enemmän henkilökohtaisiin suhteisiin. Tällaisia epävirallisia verkostoja voivat olla esimerkiksi työntekijöiden opiskeluaikana muodostuneet verkostot. (Kilhström 2013, 6.) Ihmisillä voi olla myös erilaisia rooleja verkostoissaan. Esimerkiksi tanssiryhmän tuottaja voi yhtenä päivänä toimia myyjän roolissa ja seuraavana taas ostajan. (Honkanen 2011, 29)

Ammattilaistapahtumissa rakennetaan ja ylläpidetään verkostoja. Ammattilaistapahtumia ovat messujen ja muiden myyntitapahtumien lisäksi muun muassa erilaiset verkostoitumistapahtumat ja seminaarit. Tällaisissa tapahtumissa voi tavata oman alan edustajien lisäksi myös muiden, omaan alaan liittyvien alojen edustajia, ja tässä on taas mahdollisuus luoda kontakteja ihmisiin, joita ei välttämättä muuten olisi tavannut. (Kilhström 2013, 8.)

Siiri Kihlströmin opinnäytetyössä (2013, 23–28) selvisi, että ammattilaistapahtumissakin verkostot muodostuvat ja uudet kontaktit syntyvät pääasiassa vapaa-ajalla ja epävirallisissa kohtaamisissa, esimerkiksi luentojen välissä kahvitauolla. Myös Batheltin ja Schuldtin tutkimuksessa (2011) saatiin samansuuntaisia tuloksia, mutta heidän mukaansa näiden epävirallisten tapaamisten merkitys ei ollut aivan niin tärkeä, kuin mitä se on Kihlströmin opinnäytetyön mukaan. Verkostoitumisen kannalta tärkeää on myös se, että tapahtumaan osallistuu oikeita ihmisiä verkostojaan rakentavan henkilön kannalta. Mikäli

tapahtumaan osallistuu esimerkiksi vain eri tanssiryhmien edustajia tavoitteenaan verkostoitua mahdollisten ostajaehdokkaiden kanssa, ei verkostoituminen onnistu tavoitellusti, jos paikalla ei ole yhtään ostajien edustajia. (Kilhström 2013, 33.)

Kilhströmin opinnäytetyön (2013, 36–40) kyselyihin vastanneet ihmiset kokivat, että päävastuu verkostojen muodostamisesta on henkilöllä itsellään, ja järjestäjän toivotaan lähinnä tukevan verkostoitumista tarjoamalla mahdollisuuksia tähän. Tällaisia mahdollisuuksia ovat muun muassa mahdollisuus varata kokoontumistiloja, keskusteluun kannustavat ohjelmanumerot kuten työpajat ja hyvin moderoidut pienryhmäkeskustelut sekä osallistujalistojen ja mahdollisesti myös yhteystietojen toimittaminen osallistujille etukäteen, jotta osallistujat voivat jo etukäteen tutustua osallistujiin ja päättää, keneen haluvat tutustua.

3 TIEDONKERUU

3.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus ei oikeastaan ole yksi tieteellinen tutkimusmenetelmä, vaan se koostuu useista erilaisista traditioista ja lähestymistavoista. Jokaisella traditiolla on myös omat näkemyksensä siitä, miten tutkimuksen aineisto tulisi kerätä ja analysoida. Laadullinen tutkimus keskittyy lähinnä tutkittavien asioiden merkityksen ymmärtämiseen. Laadullisen tutkimuksen aineiston voi kerätä muun muassa haastatteluilla, havainnoimalla tai tutkimalla valmista aineistoa, esimerkiksi tiettyä aihetta käsitteleviä lehtiartikkeleita. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Opinnäytetyöni aiheena ovat messutoiminnan vaikutukset suomalaisen tanssin kentän kannalta. Valitsin laadullisen tutkimussuuntauksen opinnäytetyötäni varten, koska Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoimintaan jo pidemmän aikaa osallistuneista tanssiryhmistä koostuva tutkimukseni kohdejoukko oli varsin pieni. Tämän takia kvantitatiivinen tutkimusote ei ollut perusteltu, sillä kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineistot ovat yleensä suuria. Lisäksi messutoiminnan vaikutukset eivät ole yksiselitteisiä tai helposti kuvattavissa numeerisesti, joten laadullinen, kuvaileva tutkimusote soveltui paremmin tutkimukseeni.

Vaikuttavuuden tutkimuksessa huomio kohdistuu tutkimuksen kohteena olevaan prosessiin ja sen seurauksiin. Tällainen tutkimus soveltuu muun muassa olemassa olevien käsitysten testaamiseen. Näin voidaan selvittää, pitävätkö esimerkiksi jotkut arkipäiväiset oletukset paikkaansa. Haasteita tällaiselle tutkimukselle asettaa se, etteivät eri prosessien syy-seuraussuhteet ole välttämättä selkeästi havaittavissa. Aina ei esimerkiksi pystytä sanomaan, oliko jokin toiminnan tulos seurausta vain yhdestä tietystä toiminnasta vai vaikuttivatko siihen myös muut tekijät. (Dahler-Larsen 2005, 5–11.)

3.2 Aineiston keruu ja analysointi

Keräsin opinnäytetyöni aineiston haastattelemalla Tanssin Tiedotuskeskuksen kautta alan kansainvälisille messuille useita kertoja osallistuneiden ryhmien edustajia. Haastattelut voidaan jaotella strukturoituihin ja strukturoimattomiin haastatteluihin. Lomakehaastattelu, jossa tutkija esittää samat kysymykset ja vastausvaihtoehdot samassa järjestyksessä jokaiselle haastateltavalle, edustaa strukturoitujen haastattelujen ääripäätä. Toisessa ääripäässä ovat taas lähes keskustelua muistuttavat, vastaajan ehdoilla etenevät avoimet haastattelut. Strukturoitujen ja strukturoimattomien haastattelujen väliin jäävät niin sanotut puolistrukturoidut haastattelut, joissa tutkija käy kaikkien haastateltavien kanssa läpi samat aihealueet, mutta aihealueiden järjestyksen ei tarvitse olla sama, eikä kaikille haastateltaville tarvitse esittää kaikkia kysymyksiä. (Tiittula & Ruusuvuori 2005, 11–12.)

Haastattelujen onnistumisen edellytyksenä on, että haastatteliija onnistuu rakentamaan luottamuksellisen suhteen haastateltavaan. Tämä on erityisen tärkeää, kun tutkitaan jotain arkaluontoista tai haastateltaville vaikeaa asiaa. Luottamusta voi pyrkiä rakentamaan muun muassa empaattisuudella ja helppoilla aloituskysymyksillä. (Ruusuvuori & Tiittula 2005, 41.) Haastattelujen tarkoituksena on tuoda esiin haastateltavan näkemykset ja mielipiteet tutkittavasta asiasta. Haastatteluun valitaan osallistujat tarkoituksenmukaisesti sen perusteella, millaista tietoa halutaan kerätä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa usein käytettävä satunnaisotanta ei useinkaan ole tarkoituksenmukainen haastateltavien valinnassa, sillä yleensä haastatteluihin valittu otos on paljon kvantitatiivisen tutkimuksen vaatimaa otosjoukkoa pienempi. (Siekinen 2001, 49–50.)

Valitsin aineistonkeruumenetelmäksi syvähaastattelun. Tämä haastattelumenetelmä sopii käytettäväksi erityisesti silloin, kun halutaan kerätä tietoa jostain vaikeasta aiheesta tai jostain heikosti tiedostetuista asioista. Syvähaastattelu soveltuu menetelmäksi myös silloin, kun tarkoituksena on saada tietoa jostain rajatusta asiasta tai halutaan asiantuntijan näkemys tutkittavasta aiheesta. Syvähaastattelun tavoitteena ei ole tutkittavan aiheen tilastollinen yleistäminen, vaan sen mahdollisimman perusteellinen selittäminen. (Siekinen 2001, 44.) Syvähaastattelun etuna on se, ettei haastattelija etukäteen päättä haastattelun kaikkia teemoja, vaan uusia aiheita voidaan ottaa puheeksi sen mukaan, mitä haastateltava kokee tärkeäksi. Opinnäytetyöhöni tällainen haastattelumenetelmä soveltui hyvin, sillä vaikka pystyin lukemani teorian perusteella varsin hyvin ennakoimaan messujen vaikutuksia, haastateltavilta olisi voinut tulla myös jotain täysin uusia näkemyksiä messujen hyödyistä, joita en olisi itse osannut edes ajatella.

Syvähaastattelussa haastateltavat valitaan sen perusteella, että he tietävät tutkittavasta asiasta erityisen paljon joko omien kokemustensa tai asemansa perusteella. Samoja henkilöitä voidaan haastatella useampaa otteeseen, kunnes he ovat saaneet kertoa kaiken haluamansa tutkittavasta aiheesta. Tutkija voi ohjata haastateltavaa pysymään aiheessa avointen kysymysten avulla. (Siekinen 2001, 44.)

Asiantuntijahaastattelussa kiinnostuksen kohteena ei ole varsinaisesti haastateltava sinänsä, vaan häneltä pyritään hankkimaan tietoja tapahtumasta tai prosessista, jonka hän tuntee hyvin. Asiantuntijahaastattelussa tutkijan mielenkiinto on siis keskittynyt faktoihin. Tällaista haastattelua tehtäessä on tärkeää, että haastattelija on tutustunut aiheeseensa hyvin jo ennen haastattelun tekemistä, sillä haastateltava voi olla tottunut puhumaan tutkimuksen kohteena olevista asioista hyvin yleisellä tasolla, jolloin haastattelijan on osattava omilla kysymyksillään ohjata haastateltava puhumaan juuri tutkimuksen kannalta oleellisista seikoista. Lisäksi haastateltava voi olla unohtanut joitain asioita tai muistaa niitä väärin, jolloin haastattelija voi yrittää auttaa haastateltavaa muistamaan asioita tai korjata haastateltavan virheellisiä muistikuvia. (Alastalo & Åkerman 2010, 372–390.)

Valitsin haastateltavat Tanssin Tiedotuskeskuksen yhteyshenkilöni ehdottamien vaihtoehtojen joukosta. Valitut ryhmät edustavat hyvin tanssin kenttää,

sillä mukana on yksi niin sanottu vapaan kentän ryhmä, yksi valtion teatteri- ja orkesterilain piiriin kuuluva ryhmä sekä yksi instituution sisällä toimiva ryhmä. Näillä eroilla on merkitystä ryhmien rahoituksen kannalta, joten ryhmillä on erilaiset resurssit käytettävissä kansainväliseen toimintaan.

Sain haastateltavieni yhteystiedot Tanssin Tiedotuskeskukselta. Haastattelujen sopiminen sujui hyvin, sillä kaikki haastateltavani osallistuivat mielellään tutkimukseeni ja ensimmäisen haastattelun sain sovittua jo haastattelupyynnön lähettämistä seuraavana päivänä. Minulla oli hieman vaikeuksia saada yhteyttä yhteen haastateltavistani, ja pelkäsin, etten välttämättä ehtisi haastatella häntä ollenkaan, mutta lopulta sain yhteyden häneen ja haastattelu järjestyi pian tämän jälkeen.

Haastattelin kolmen ryhmän edustajaa, sillä haastateltavien vastaukset olivat hyvin yhteneviä toistensa kanssa. Tämän takia en nähnyt useampien haastattelujen tuovan enää juurikaan uutta tietoa tutkimukseeni. Syvähaastattelumenetelmän mukaisesti minulla ei ollut valmista kysymyspatteristoa, jonka olisin esittänyt kaikille haastateltaville. Sen sijaan olin miettinyt valmiiksi muutamia aiheita, joista halusin erityisesti keskustella haastateltavieni kanssa, ja näihin aihealueisiin liittyviä kysymyksiä. Näiden kysymysten avulla saatoin auttaa keskustelua eteenpäin tarvittaessa, ja samalla pystyin varmistamaan, etten unohda käsitellä jotain tärkeää aihetta. Minulla oli käytössä nauhuri, jolla nauhoitin kaikki haastattelut, ja lisäksi tein yleensä myös hieman muistiinpanoja haastattelun aikana. Haastattelujen kestot vaihtelivat 40 minuutista tuntiin ja 40 minuuttiin. Litteroitua haastattelumateriaalia oli yhteensä noin 33 sivua. En litteroinut haastatteluja sanatarkasti, vaan jätin pois esimerkiksi erilaisia täytesanoja. Osasin etukäteen jo varautua siihen, että haastattelujen litteroiminen vie paljon aikaa, mutta silti yllätyin siitä, kuinka työlästä litteroiminen oli.

Minulla oli kaksi aihealuetta, joihin halusin perehtyä haastattelujen avulla. Ensimmäisenäkin halusin selvittää, miksi ryhmät haluavat osallistua messuille. Ryhmien tavoitteet ja odotukset messuja kohtaan ovat kuitenkin sidoksissa siihen, mitä he odottavat messuilta saavuttavansa. Mahdollisuuksien mukaan halusin löytää aivan konkreettisia esimerkkejä siitä, mitä messuosallistumista on seurannut ryhmille. Lisäksi, koska opinnäytetyöni erityisinä tarkastelukohteina olivat Saksan Tanzmesse ja Kanadassa järjestettävä CINARS-biennale, halusin

selvittää, onko näiden kahden messun hyödyissä tai vaikutuksissa eroja esimerkiksi erilaisen kohderyhmän tai maantieteellisen sijainnin vuoksi.

Toiseksi halusin saada selville, mikä merkitys kansainvälisellä toiminnalla ja verkostoitumisella on ryhmille. Alusta alkaen uskoin, että verkostoituminen kansainvälisesti tulisi nousemaan yhdeksi keskeiseksi messuosallistumiseen vaikuttavaksi tekijäksi, ja kansainvälisiä messuja käsittelevään kirjallisuuteen tutustuessani tämä uskomus vain vahvistui. Tämän takia halusin selvittää myös, kuinka tärkeitä kansainväliset kontaktit ovat ryhmien toiminnalle sekä olisiko näitä verkostoja mahdollista luoda muuten kuin osallistumalla messuille. Näin halusin saada selville sen, kuinka tärkeitä messujen vaikutukset tältä osin ovat ryhmien toiminnan kannalta.

Kerätyn aineistoni analysoin sisällönanalyysin avulla. Sisällönanalyysiin kuuluu kaksi vaihetta: aineiston luokittelu ja analysointi. Luokittelun lähtökohtana ovat aineistosta poimitut havaintoyksiköt. Pelkkä kerätyn aineiston luokittelu ei kuitenkaan yksin riitä kerätyn aineiston analyysiksi, vaan sen jälkeen on vielä analysoitava, mitä nämä aineistosta löytyneet luokat kertovat tutkittavasta aiheesta. (Ruusuvuori, Nikander, Hyvärinen 2010, 18–25.)

Sisällönanalyysilla tarkoitetaan siis tutkimusaineiston sanallista kuvailua. Siinä kerättyä aineistoa lajitellaan eri luokkiin tiivistäen sekä eroja ja yhtäläisyyksiä etsien. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Tämän takia sisällönanalyysi sopii hyvin keräämäni aineistoni analyysitavaksi, koska haluan löytää aineistostani ryhmille yhteisiä messujen vaikutuksia, mutta myös ryhmiä mahdollisesti erottavia tekijöitä. Sisällönanalyysissä käsitellään yleensä valmiiksi tekstimuotoista tai sellaiseksi muutettua aineistoa. Aineistoksi käyvät sekä tutkimusta varten kerätyt aineistot että luonnollisesti syntyneet aineistot. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Opinnäytetyössäni aineisto on kerätty juuri tätä tutkimusta varten haastatteluilla, jotka on sen jälkeen litteroitu tekstimuotoiseksi.

Sisällönanalyysissa saatujen tulosten reliabiliteettia voidaan arvioida sen perusteella, miten systemaattisesti ja luotettavasti tulkinta on tehty. Tähän liittyy muun muassa se, että tutkimuksen lukijalle kerrotaan tarkkaan, miten saatuihin tuloksiin on päästy ja miksi tutkimuksen aineiston keräämiseen ja analysointiin käytetyt menetelmät valikoituivat tutkimukseen. Luotettavuutta lisää myös se, että tutkimuksen vahvuuksien lisäksi tutkija käsittelee avoimesti

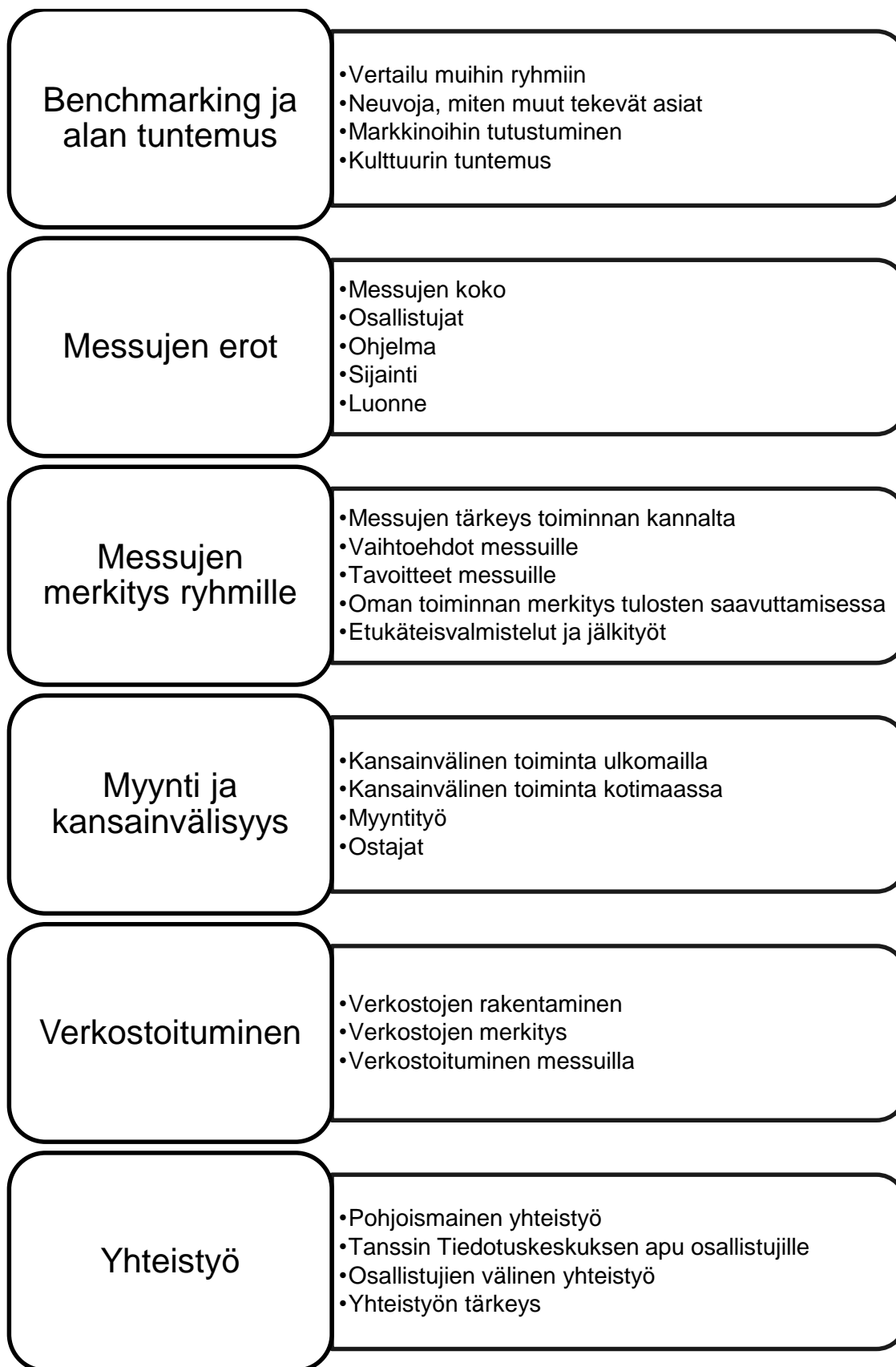
myös tutkimuksen mahdollisia rajoituksia. Tulosten validiteettia voidaan taas arvioida sen perusteella, kuinka käypiä saadut tulokset ovat. Tutkijan tulisi voida vakuuttaa tutkimuksen lukija siitä, että hänen tulkintansa ovat perustelluja ja tarpeeksi testattuja. (Ruusuvuori, Nikander, Hyvärinen 2010, 27.)

Opinnäytetyöni tulokset eivät ole yleistettävissä koskemaan koko tanssin kenttää Suomessa, sillä haastattelin vain kolmen eri ryhmän edustajaa. Lisäksi kaikki haastateltavani edustivat tanssiryhmiä, ja jätin muun muassa yksittäiset koreografit ja freelance-tanssijat kokonaan tutkimuksen ulkopuolelle. Päädyin tähän ratkaisuun sen takia, että Tanssin Tiedotuskeskuksen yhteyshenkilöni epäili, että tanssiryhmien toiminta on paremmin dokumentoitua kuin yksittäisten koreografien, jolloin messutoiminnan vaikutusten nimeäminen olisi helpompaa. Kuitenkin kaikkien haastateltavien vastaukset olivat hyvin samankaltaisia ja mukailivat myös alan kirjallisuuden näkökantoja, joten uskon, että saamani tulokset kuvaavat hyvin Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoiminnan vaikutuksia ainakin tanssiryhmien osalta.

4 TULOSTEN ANALYYSI

Jo haastatteluaineistoa litteroidessani huomasin, että keräämästäni aineistosta nousee esiin kahdenlaisia vaikutuksia, joita Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoiminnalla on. Ensiksi, miten Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoiminta vaikuttaa koko tanssin kenttään, ja toiseksi, miten messutoimintaan osallistuminen vaikuttaa yksittäiseen tanssiryhmään.

Haastatteluissa nousi esiin useita keskeisiä aiheita, jotka jaoin kuuteen eri luokkaan (kuva 1): benchmarking ja alan tuntemus, messujen erot, messujen merkitys ryhmille, myynti ja kansainvälisyys, verkostoituminen sekä yhteistyö. Seuraavaksi keräsin haastatteluista näiden luokkien aiheita käsitteleviä lainauksia. Luokkien sisällä jaottelin vielä aineistoa lisää sen mukaan, mistä näkökulmasta ne luokan aihetta lähestyivät. Esimerkiksi verkostoitumista käsittelevässä luokassa jaottelin aineistoa vielä eteenpäin sen mukaan, käsittelevätkö poimimani lainaukset esimerkiksi verkostojen merkitystä ryhmien toiminnalle vai verkostojen rakentumista. Näiden luokkien pohjalta aloin analysoida aineistostani.

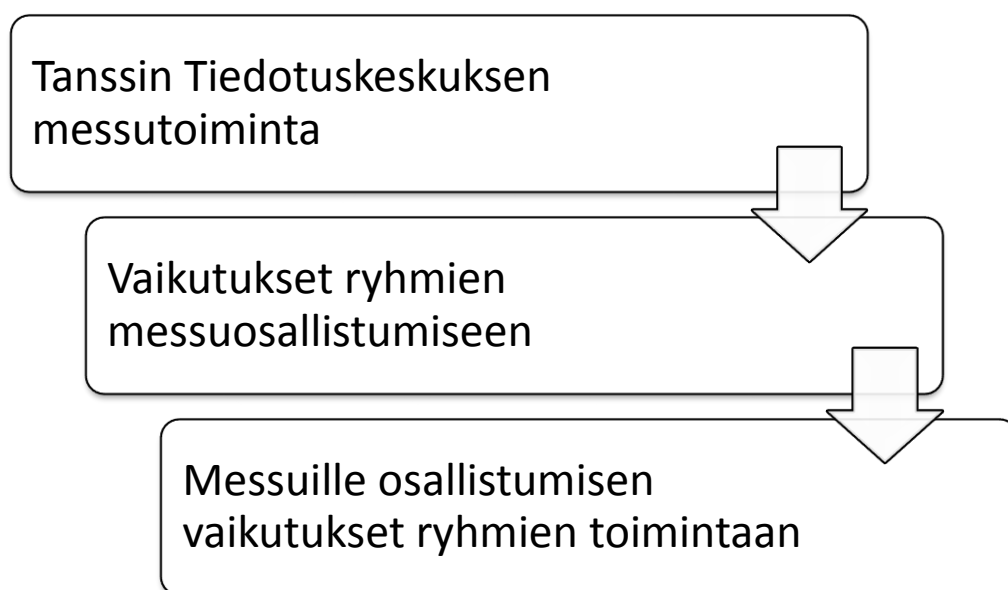


Kuva 1: Haastatteluaineiston luokittelu

Analyysivaiheessa totesin Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoiminnan vaikutusten jakaantuvan kahteen vaiheeseen (kuva 2). Ensin Tiedotuskeskuksen messutoiminta vaikuttaa ryhmien päätökseen lähteä messuille ja miten paljon

ryhmät tekevät yhteistyötä messujen aikana muiden kotimaisten ja pohjoismaalaisten ryhmien kanssa. Seuraavaksi messuille osallistumisella on omat vaikutuksensa ryhmien toimintaan. Nämä ovat usein niitä vaikutuksia, joita ryhmät lähtevät messuilta hakemaan, eli esimerkiksi verkostoitumista kollegojen ja potentiaalisten ostajien kanssa sekä alan kansainvälisen tuntemuksen ja ryhmien jäsenten osaamisen kasvattamista.

Seuraavaksi käyn tarkemmin läpi Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoiminnan erilaisia vaikutuksia sekä messujen eroja ja messutoiminnan merkitystä ryhmille.



Kuva 2: Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoiminnan vaikutukset jakautuvat kahteen osaan.

4.1 Messutoiminnan vaikutukset tanssiryhmien messuosallistumiseen

Se, mille messuille Tanssin Tiedotuskeskus osallistuu, vaikuttaa merkittävästi myös tanssiryhmien päätökseen osallistua messuille. Useat ryhmät eivät halua lähteä messuille yksin, joten Tanssin Tiedotuskeskuksen mukanaolo madaltaa ryhmien kynnystä osallistua messuille.

Se sitten vähän helpottaa sitä, ei tarvitse yksin tehdä niitä asioita.

Tiedotuskeskuksen kautta ryhmät saavat myös monenlaista tukea messuosallistumiseensa. Ryhmät pääsevät mukaan Tiedotuskeskuksen messuosastolle, mikä helpottaa ryhmien valmistautumista messuille. Lisäksi Tanssin Tiedotuskeskuksen asiantuntijat voivat auttaa ryhmiä löytämään messujen osallistujista

itselleen oleellisia uusia kontakteja ja mahdollisesti myös esitellä tuntemiaan ostajia tai muita yhteistyökumppaneita ryhmien jäsenille messujen aikana.

CINARSissahan tietysti oli hienoa se pohjoismainen osasto, joka oli aika vetovoimainen ja se keräsi aika paljon porukkaa, ja sitä kautta syntyi luontevasti keskusteluja.

Tanssin Tiedotuskeskuksen kautta ryhmät pääsevät mukaan useammasta toimijasta koostuvalle messuosastolle, jolloin osastosta voidaan tehdä suurempi kuin mihin yksittäisillä toimijoilla olisi varaa. Esimerkiksi CINARS-biennalessa Kanadassa on jo useampana vuonna tehty yhteistyötä muiden pohjoismaalaisten tanssialan toimijoiden kanssa, mikä on tuonut messuosastolle suurempaa näkyvyyttä. Näillä messuilla on järjestetty myös yhteisiä Pohjoismaisia iltoja, jotka ovat keränneet runsaasti kävijöitä. Yhteisessä messuosastossa on myös se etu, että osallistujat eivät ole niin sidoksissa messuosastoonsa, kun samalla osastolla on useampia henkilöitä. Näin osallistujat voivat vapaammin kierrellä messuilla ja sopia tapaamisia ilman, että messuosasto jäisi täysin tyhjilleen.

Kuten alla olevista lainauksista huomaa, kaikki haastateltavani kokivat, että Euroopan ulkopuolella Pohjoismaiden yhteistyö on todella tärkeää. Pohjoismaat ovat melko pieniä maita, eikä kaikille messukävijöille välttämättä ole selvää, missä Suomi sijaitsee, joten tällaisissa tilanteissa kuuluminen suurempaan kokonaisuuteen voi auttaa asiaa. Voimavarat ja resurssit yhdistämällä saadaan myös enemmän näkyvyyttä messuilla. Lisäksi haastateltavani kokivat, että ostajan kannalta on tärkeää, että tunnemme myös muita saman alueen toimijoita, ja teemme yhteistyötä heidän kanssaan, sillä tämä tuo kilpailuetua ryhmille.

Mä luulen, että ne (messut) jotka on tuolla toisella mantereella, niin mä näen, että Pohjoismainen yhteistyö on se, millä on niin kuin kilpailuetu.

Niin mä näen sen tosi hyvänä sen pohjoismaisuuden. Sillä oli näkyvyyttä, kun se oli niin iso osasto.

Mutta meillähän on tosi hyvä kun pohjoismaalaiset on yhdessä tosi usein, mikä on tosi tärkeetä, koska me ollaan niin pieniä maita, ja suurella osalla ostajista ei ole mitään hajua siitä, missä on

Suomi. Niin se, että me ollaan yhdessä, niin se on voimakkaampi efekti.

Messuilla ryhmät eivät koe kilpailevansa toisten samalla osastolla toimivien ryhmien kanssa, sillä jokaisella ryhmällä on kuitenkin oma tyykinsä. Ennemminkin osastolla on vahva yhteishenki ja toisia kannustetaan. Yhteistyö tulee esiin myös siinä, että messuosastolla eri ryhmät esittelevät omia tuttujaan myös toisten ryhmien edustajille. Toki tällainen useamman toimijan yhteistyö ja yhteinen osasto olisi mahdollista järjestää myös ihan ryhmien tasolla, mutta se on paljon helpompaa, kun yhteistyötä koordinoi Tanssin Tiedotuskeskuksen kaltainen kansallisen tason toimija.

4.2 Messujen erot

Alun perin tarkoitukseni oli vertailla saksalaisen Tanzmessen ja kanadalaisen CINARS-messujen vaikutusten eroja, mutta haastatteluissa kävi nopeasti ilmi, ettei messuilla ole jotain tiettyä tekijää, kuten sijaintia tai aihetta, joka aiheuttaisi muista messuista poikkeavia vaikutuksia. Tietysti laajemmin esittävien taiteiden messuina CINARS eroaa joiltakin osin vain tanssiin keskittyvää Tanzmessestä, mutta sama koskee myös muita esittävän taiteen messuja. Lisäksi, yksi messuille osallistujien tärkeimpiä tavoitteita on tavata ihmisiä ja verkostoitua, ja samat ihmiset osallistuvat messuille ympäri maailmaa, joten tietyn alueen ostajia tavatakseen, ei välttämättä tarvitse osallistua messuille juuri kyseisellä alueella.

Mutta kuitenkin kun niissä käy ne samat ihmiset, se sama jengi luuhaa tuolla ympäri maailmaa.

Vaikka haastateltavieni mukaan kaikilla messuilla käyvät samat henkilöt, he olivat kuitenkin sitä mieltä, että jos ryhmä on kiinnostunut jostain tietystä maanosasta, tällä alueella järjestettävät messut ovat erityisen tärkeitä. Tämä selittynee sillä, että vaikka alan suurimmat vaikuttajat kiertävätkin messuilla ympäri maailmaa, lähellä oleville messuille on pienempi kynnys osallistua, jolloin messuilla on juuri kyseiseltä alueelta runsas edustus. Näin messuilla on mahdollista tavata ja verkostoitua myös hieman pienempien toimijoiden kanssa, ja tehdä itseään tunnetuksi alueella.

Jos haluaisi Pohjois-Amerikan markkinoille, niin sitten APAP ja Montreal on tietysti ne.

CINARSin kaltaisilla esittävän taiteen messuilla on myös yksi merkittävä etu Tanzmessen kaltaisiin tanssialan messuihin verrattuna. Messujen laajempi aihe kerää paikalle enemmän osallistujia, jolloin mahdollisuudet tavata uusia ihmisiä kasvavat. Lisäksi useat festivaalit eivät ole pelkästään esimerkiksi tanssiin tai sirkukseen erikoistuneet festivaalit, vaan niiden ohjelmistossa on laajemmin esittäviä taiteita. Näin ollen on myös loogista, että näiden festivaalien johtajat suosivat messuja, joilla on tarjolla mahdollisimman paljon erilaisia esiintyjä, joita he messuilleen haluavat.

Toisinaan messujen suuri koko voi kuitenkin olla myös haitaksi. Suurilla messuilla paikasta toiseen liikkuminen voi olla aluksi hämmentävää, ja vaikka messuille osallistuisikin sellaisia ihmisiä, joita ryhmä haluaisi tavata, tapaamisen järjestäminen voi olla haastavampaa. Pienemmässä ja keskittyneemmässä tapahtumassa voi olla helpompaa sopia tapaamisia kiinnostavien henkilöiden kanssa.

Messujen ohjelmallakin on merkitystä siihen, millaisia vaikutuksia niillä on osallistuvien ryhmien toimintaan. Hyvin järjestetyillä messuilla ohjelmassa on aikaa verkostoitumiselle joko erilaisten järjestettyjen tapaamisten kautta, tai sitten ohjelmassa on tilaa myös osallistujien omatoimiselle verkostoitumiselle ja tapaamisille. Messujen muu ohjelma, esimerkiksi erilaiset paneelikeskustelut ja esitykset kasvattavat osallistujien osaamista ja alan tuntemusta sekä ovat myös hyviä paikkoja tavata uusia ihmisiä. Huonosti järjestetty ohjelma taas ei herätä osallistujien luottamusta ja voi vaikuttaa ryhmien päätökseen osallistua messuille jatkossa.

Sitten paneelikeskustelut. CINARSissa oli ihan todella hyviä keskusteluja.

Jokaisella messulla on omanlaisensa luonne. Tanzmesseeseen verrattuna CINARSia pidettiin kilpailuhenkisempänä ja kaupankäyntiin keskittyneempänä, vaikka pohjoismaisella osastolla tällaista ilmapiiriä ei ollutkaan havaittavissa. Kilpailuhenkisyys ei välttämättä ole huono asia, mutta kansainvälistä toimintaa aloitteleva ryhmä voi kaivata kokeneempaa ryhmää enemmän tukea ennen messuja ja messujen aikana.

CINARSiin meni semmoisella ennakko-odotuksella ja sellaisilla syötetyillä tai kehityksellä, että se on aika semmoinen kovan bisneksen paikka.

4.3 Messujen merkitys ryhmille

Kaikki haastateltavat pitivät messuja erittäin tärkeinä ryhmien toiminnan kannalta. Toisaalta messuja ei kuitenkaan pidetty ainoana keinona verkostoitua kansainvälisesti ja saavuttaa niitä hyötyjä, joiden vuoksi ryhmät lähtevät messuille. Ennemminkin messuja pidettiin yhtenä kansainvälisenä foorumina muiden joukossa.

Mutta nyt kun tämä kenttä on muuttunut niin paljon ja on myös tullut messuja, niin meistä ne ovat myös tärkeitä.

Mutta sanotaan myös näin, että jos siellä messuilla ei ole ja niitä keskusteluja ei käy, niin eipä sitä myyntiäkään tule.

Lisäksi messujen merkitys ja vaikutukset riippuvat myös ryhmän omasta toiminnasta ja siitä, mihin suuntaan ryhmän toimintaa halutaan kehittää. Joillakin ryhmillä kansainvälinen toiminta suuntautuu enemmän ulkomaantoimintaan, jolloin messuillakin ryhmien tavoitteena on erityisesti tavata potentiaalisia ostajia ja verkostoitua heidän kanssaan. Toisilla ryhmillä taas kansainvälinen toiminta suuntautuu enemmän kotimaahan, jolloin he hakevat messuilta esimerkiksi uusia mielenkiintoisia koreografeja tai muita yhteistyökumppaneita, joiden kanssa e voivat tehdä produktion Suomessa.

Messutoiminta on hyvin pitkäjänteistä työtä, sillä sekä myyntityö että verkostoituminen ja uusien ihmissuhteiden luominen vaativat paljon aikaa. Messutoimintaa aloittelevien ryhmien tulisikin muistaa, että messujen tulokset eivät ole välttämättä heti nähtävissä ja yksittäisten messujen vaikutusta esimerkiksi myyntiprosessissa tai ihmissuhteen rakentumisessa on vaikea erotella. Tästä ei kuitenkaan pidä lannistua ja ajatella, ettei messutoiminnasta olisi mitään hyötyä. Kun ryhmät pitkäjänteisesti käyvät messuilla ja mielellään vielä useammilla messuilla saman vuoden aikana, ihmiset alkavat hiljalleen muistaa ryhmän.

Haastateltavani mainitsivat myös muita keinoja saavuttaa samoja tuloksia, joita myös messuilta saadaan. Erilaiset esittävän taiteen festivaalit ja muiden

tanssiryhmien ensi-illat keräävät paikalle ostajia, joten festivaaleille ja ensi-iltoihin osallistuminen voi olla ryhmille hyvin kannattavaa. Vaikka ryhmä ei itse esiintyisikään eikä kyseessä ole varsinainen myyntitapahtuma, nämä tilaisuudet mahdollistavat uusien ostajien tapaamisen ja verkostoitumisen. Samoin festivaaleilta ja esiintymisistä voi löytää esimerkiksi uusia mielenkiintoisia koreografeja tai tanssijoita, joiden kanssa voi mahdollisesti tehdä yhteistyötä. Lisäksi tanssialalla messut ovat melko uusi toimintaympäristö, ja esimerkiksi festivaalit voivat olla tanssin ostajille ja myyjille tutumpi ympäristö toimia.

Tää messukäytäntöhän on tavallaan aika uusi, ei nyt niin uusi, mutta muilla aloillahan messuja on ollut tosi paljon pidempään kuin esittävän taiteen aloilla. Että se messuilla käyminen on tavallaan aika vieras käsite vaikka nykytanssiostajille sekä myyjille.

Messujen rinnalla hyvin tehokkaaksi koettiin myös se, että potentiaalisia ostajia tuodaan katsomaan omia esityksiä tai vaihtoehtoisesti itse matkustetaan tietyille kohdealueelle ja sinne sovitaan tapaamisia paikallisten toimijoiden kanssa. Tällaisilla täsmäiskuilla tavoitetaan juuri ne ryhmän toiminnan kannalta oleelliset ihmiset tehokkaammin kuin messuilla. Tällainen toiminta vaatii kuitenkin melko paljon rahaa, varsinkin jos kutsutaan ihmisiä ulkomailta Suomeen ja maksetaan heille matkat ja majoitus.

Tällainen kohdennettu toiminta edellyttää myös sitä, että ryhmän edustaja tuntee tanssialaa jo jonkin verran tai saa apua sellaiselta taholta, joka tuntee tanssialaa ja sen toimijoita. Jos ei tunne kyseisen alueen toimijoita, on vaikea lähteä ehdottamaan tapaamisia. Sama koskee myös esiintymismatkoja, joiden aikana voi myös verkostoitua uusien tuttavuuksien kanssa ja tutustua kyseisen alueen toimintakulttuuriin.

Tietenkin esiintymismatkat, mutta se on edellyttää sitä, että sieltä joku on joskus saanut jonkun kontaktin ja tilannut.

Vielä yksi vaihtoehto saavuttaa samoja vaikutuksia, joita messuiltakin haetaan, on ulkomainen agentti. Agentilla on valmiiksi jo tietyn kohdealueen tuntemus ja kontaktit alueella toimiviin ostajiin ja tätä kautta myös myynti kyseiselle alueelle helpottuu. Tietyissä maissa, esimerkiksi Yhdysvalloissa, agentti on jopa edellytys alueella toimimiselle, sillä ostajat eivät halua toimia suoraan ryhmän kanssa. Agentti ei kuitenkaan tarkoita sitä, että ryhmä pääsisi jotenkin

helpommalla ja saisi paljon esityksiä kyseiselle alueelle, sillä agentilla on yleensä useita ryhmiä, joita hän myy samaan aikaan, ja ryhmän täytyy tavaltaan myydä omat teoksensa agentille.

Messujen onnistumisen kannalta ryhmän omat tavoitteet ovat tärkeitä. Ilman tavoitteita ja suunnitelmia messujen varalle koko messuaika menee helposti ohi ilman, että tuloksia syntyy. Tavoitteet eivät kuitenkaan saa olla liian rajoitavia. Joskus messujen tulokset eivät ole juuri niitä, joita asetettiin tavoitteeksi ennen messuja, mutta messut voivat silti olla onnistuneet ja messujen vaikutukset hyviä ryhmän toiminnan kannalta. Haastateltavat totesivat, että messuille on myös melko vaikeaa asettaa mitään numeerisia tavoitteita, vaan tärkeämpää on saavutettujen tulosten laatu. Pari toiminnan kannalta tärkeää uutta kontaktia on parempi kuin viisi tai kuusi sellaista kontaktia, joista ei ole ryhmän toiminnalle niin paljon hyötyä.

Mutta jos tapaa vaikka 50 ihmistä messujen aikana, niin sanotaan että jos siellä on vaikka 3 relevanttia ostajaa, niin se on tosi hyvä tulos. Että se ei ole vain se määrä, vaan se laatu.

Suoraan ryhmään itseensä kohdistuvien vaikutusten saavuttamisessa ryhmien omalla toiminnalla on suuri merkitys. Pelkästään messuille osallistuminen ei riitä, vaan tulosten saavuttamiseksi ryhmien on tehtävä jonkin verran töitä myös ennen messuja ja niiden jälkeen. Ennen messuja haastateltavani kertoivat selvittävänsä, ketä heille entuudestaan tuttuja henkilöitä on tulossa messuille ja tiedottavansa osallistumisestaan omille verkostoilleen. Kaikki totesivat sopivansa mahdollisuuksien mukaan messutapaamiset jo ennakkoon osallistujalistan perusteella. Tämän lisäksi tulee tietysti valmistella messuilla jaettava materiaali. Messujen jälkeen on tärkeää tehdä seuranta, ja muistuttaa messuilla tavattuja ihmisiä sovitusta asioista.

Vaikka Tanssin Tiedotuskeskus tukee ryhmien messuosallistumista, esimerkiksi kokoamalla messuosaston, tarvitaan ryhmiltäkin panostusta ja resursseja messuosallistumiseen. Tämä voi rajoittaa joidenkin ryhmien mahdollisuuksia osallistua messuille, varsinkin kun messujen vaikutukset eivät välttämättä ole heti nähtävillä. Tanssin Tiedotuskeskus voi myös auttaa ryhmiä esimerkiksi etsimään osallistujien joukosta ryhmälle sopivia potentiaalisia uusia kontakteja, joihin ryhmä voi yrittää tutustua messuilla. Tästä huolimatta päävastuu ryhmien messuosallistumisen onnistumisesta ja tulosten saavuttamisesta on

ryhmillä itsellään, eivätkä he voi odottaa kenenkään muun tekevän heidän työtään heidän puolestaan.

Mutta kukaan Tiekkari tai kukaan taho ei voi koskaan tehdä sitä meidän duunia meidän puolesta.

4.4 Verkostoituminen

Kaikilla ihmisillä on verkostoja ja ne kasvavat läpi elämän. Uusi työntekijä tuo aina työpaikkaansa mukanaan omat verkostonsa kouluajoiltaan, harrastuksistaan ja entisistä työpaikoistaan. Kun työntekijöiden verkostot yhdistetään, syntyy entistä laajempi verkosto. Verkostojen kautta myös uusiin tuttavuuksiin tutustuminen tulee helpommaksi, kun yhteinen tuttava voi esitellä taas uusille henkilöille. Myös yhteistyö alan asiantuntijaorganisaation, esimerkiksi Tanssin Tiedotuskeskuksen, kanssa voi auttaa uusien verkostojen luomisessa.

Verkostojen rakentaminen vie aikaa, koska niissä on kyse ihmissuhteista. Ne eivät synny hetkessä, ja suhteen vahvuus syvenee hiljalleen. Ammatillisten verkostojen rakentaminen vaatii usein myös taloudellisia panostuksia.

Tietyllä tapaa suomalaisten helmasynti on kärsimättömyys, ja ehkä tietyllä tapaa ymmärtämättömyys siitä, että jos aloitat tyhjästä, niin kv-suhteiden rakentaminen vie aikaa. Se on kallista. Se vie aikaa ja rahaa tosi paljon, ja moni luopuu liian helposti siitä.

Messut ovat hyvä yksi hyvä paikka rakentaa omia verkostojaan, sillä siellä tapaa suuren määrän kollegoja samalla kertaa. Messuilla saattaa olla myös ohjelmassa järjestettyjä verkostoitumistilaisuuksia, esimerkiksi niin sanottuja ”pikatreffejä”, joilla vaikkapa ostajat ja myyjät voivat tavata toisiaan muutaman minuutin ajan. Haastateltavieni mielestä usein kuitenkin messujen epäviralliset hetket ovat niitä parhaita tilaisuuksia verkostoitumiselle. Esimerkiksi messuorganisaation järjestämä bussimatka tapahtumapaikalle, yhteinen lounas, aamupala tai kahvit messujen ohjelmanumeroiden välissä voivat olla hyvin tehokkaita hetkiä tutustua uusiin tuttavuuksiin. Myös esimerkiksi ennen esityksiä tai niiden jälkeen voi keskustella vieruskavereidensa kanssa ja tutustua heihin.

Hirveän vaikea olisi tutustua sellaiseen määrään kollegoja jotenkin muuten.

Yhden merkittävän osan tanssiryhmien verkostoissa muodostavat ostajat ja potentiaaliset ostajat. Hyvät suhteet ostajiin ympäri maailmaa tai ainakin ryhmän kohdealueella ovat elintärkeitä ryhmän toiminnan kannalta. Messuilla osallistujat yrittävät tavata mahdollisuuksien mukaan uusia potentiaalisia ostajia ja näin laajentaa verkostojaan. Tietysti messuilla pyritään myös ylläpitämään olemassa olevia ihmissuhteita, sillä kansainvälisessä toimintaympäristössä henkilökohtaisten tapaamisten järjestäminen voi muuten vaatia paljon aikaa ja olla kallista, jos jokaisen henkilön luokse pitäisi matkustaa erikseen. Messut keräävät yhteen suuren määrän alan toimijoita, jolloin saman päivän aikana voi olla mahdollista tavata tuttavias esimerkiksi Aasiasta, Euroopasta ja Amerikasta. Henkilökohtaiset tapaamiset ovat erittäin tärkeitä luottamuksellisten suhteiden rakentamisessa, eikä verkostojaan voi rakentaa pelkästään sähköpostiviestien ja puheluiden varaan.

Kyllä tämä kuitenkin on, tämä perustuu aika pitkälti henkilökohtaisiin kontakteihin ja niiden kontaktien tuntemiseen.

Täytyy olla henkilökohtainen kontakti, ja siihenhän nämä messut on todella hyviä. Sit sä näät ihmisiä, vaikka se olisikin vaon ohimennen tai kahvilla, niin sitten siitä voi rakentaa.

Usein myös yhteistyö, esimerkiksi vierailuesityksen järjestäminen, on helpompaa sellaisten ihmisten kanssa, jotka on tavannut edes kerran. Mitä pidempään yhteistyökumppanin taas on tuntenut, sitä helpommaksi asiat usein tulevat, kun oppii tuntemaan toisen tavat ja mieltymykset.

Toisen merkittävän osan haastattelemieni ryhmien edustajien verkostoista muodostivat kollegat, joiden kanssa voidaan jakaa vinkkejä ja neuvoja ja joilta voi tarvittaessa kysyä neuvoa. Haastateltavani kokivat myös oman ammattitaitonsa kasvavan, kun he saivat keskustella kokemuksistaan ja vaihtaa ideoita kollegojensa kanssa. Messut ovat hyvä paikka tällaiselle toiminnalle, sillä arki-kiireen keskellä ei välttämättä ole kovin paljon aikaa tavata edes suomalaisia kollegoita ja keskustella heidän kanssaan.

Toisinaan messuilla luoduilla ihmissuhteilla voi olla myös henkilökohtaisia hyötyjä ryhmien edustajille. Joskus messuilla tavatusta ihmisestä tulee hyvä ystävä myös ammatillisen ihmissuhteen ulkopuolella. Verkostot voivat auttaa myös uuden työpaikan löytämisessä.

4.5 Myyntityö ja kansainvälisyys

Kaikki haastateltavani pitivät kansainvälistä toimintaa tärkeänä ryhmiensä toiminnan kannalta. Esiintymisten lisäksi kansainvälistä toimintaa voi olla muun muassa opetustoiminta, erilaiset lisenssityöt ja yhteistuotannot toisten ryhmien kanssa. Ulkomaisten esiintymisten merkitys vaihteli. Toisille ryhmille ne olivat välttämättömiä toiminnan jatkumisen kannalta, kun taas joillekin ne olivat lähinnä mukava lisä omaan toimintaan. Tähän vaikutti se, millaiset toimintaedellytykset ryhmällä on kotimaassa. Mikäli ryhmällä on omat tilat kotimaassa eikä sen rahoitus ole niin riippuvainen keikoista, paineet myydä kansainvälisesti ovat pienemmät. Toisaalta taas, jos ryhmän rahoitus on hyvin riippuvainen keikkamyynnistä, ulkomaisen esiintymistoiminnan merkitys ryhmän toiminnalle kasvaa, sillä kiertuetoiminta Suomessa on melko hankalaa ja kallista. Ulkomaiset esiintymiset ovat yleensä myös taloudellisesti kannattavia, mikä tietysti on koko keikkamyynnin edellytys.

Kv-keikat on yleensä sellaisia, että kun ne onnistuu, niin sen tietää, että niistä jää omilleen, tai niistä voi vähän jäädä rahaa. Ja tietenkin se on sen lähtemisen tae, että näin on.

Toisilla ryhmillä kansainvälinen toiminta suuntautuu enemmän kotimaahan päin, eli he tuovat kansainvälisiä vaikutteita omiin esityksiinsä suomalaisen yleisön saataville. Tämä voi toteutua vaikka niin, että ryhmä löytää messuilta kiinnostavan uuden koreografian, jota he pyytävät tekemään itselleen uuden koreografian. Yhteistyötä voi tehdä myös niin, että levittää tietoa näkemistään mielenkiintoisista ryhmistä tai alan toimijoista eteenpäin kotimaassa omien verkostojensa sisällä, jolloin joku toinen voi löytää omiin tarkoituksiinsa sopivan yhteistyökumppanin.

Sitten, jos minä olen nähnyt kiinnostavia esityksiä, niin mä olen vinkannut suomalaisille festivaaleille, ja minä tiedän, että on tullutkin sitten, ne on saanut keikan tänne, kun niiden joku juttu on sopinut jollekin.

Samanlaista yhteistyötä tehdään myös ostajien kohdalla. Mikäli jonkun ryhmän edustaja tuntee ostajan, jolle heidän oman ryhmänsä esitykset eivät sovi, mutta jonkun toisen ryhmän esitykset sopisivat, hän voi esitellä ostajan ja tämän ryhmän edustajat toisilleen. Jokaisella tanssiryhmällä on kuitenkin oman-

laisensa tyyli, joten hyvin harvat ryhmät suoranaisesti kilpailevat keskenään. Tärkeintä on löytää ostaja, jolle ryhmän esitys todella sopii.

Eihän sitä itsekään edes halua myydä sellaiselle, joka on väärän kokoinen, liian iso tai liian pieni paikka, tai vääränlainen yleisö tai niin kuin mitään.

Esitysmyynti on hyvin pitkä, usein monen vuoden prosessi, sillä ostajan täytyy oppia tuntemaan myyjä ja luottaa tähän, ja tämän luottamuksen rakentuminen vie aikaa. Ostaja haluaa olla varma, että myyjä todella pystyy toimittamaan lupaamansa esityksen. Lisäksi myyntiprosessin pituuteen vaikuttaa se, että usein esitykset sovitaan hyvin pitkälle eteenpäin, jolloin uusien mahdollisen ostajien kanssa ei ensimmäisten muutaman vuoden tuttavuuden aikana välttämättä tapahdu juuri mitään.

Varsinainen myyntitapahtuma tai sopimusten allekirjoittaminen harvoin tapahtuu messuilla. Joskus voi käydä niin, että kaupan osapuolet ovat kummatkin tulossa samoille messuille, jolloin sopimusten allekirjoitus sovitaan sinne, mutta tällaisissakin tilanteissa sopimusten allekirjoitusta on edeltänyt pitkät neuvottelut. Joskus harvoin ostajat voivat tulla suoraan messuilla ostamaan esityksen. Näin voi käydä esimerkiksi amerikkalaisten ostajien kanssa, tai jos ryhmällä on ollut esiintyminen messujen ohjelmistossa. Kaikista tehokkainta esitysten myynti onkin silloin, kun ostajat pääsevät näkemään ryhmän esiintymisen esimerkiksi messuilla tai festivaaleilla.

Mutta sellainen, että sä menet sinne, ja myyt seuraavat neljä kuukautta keikkaa, niin sitä ei hirveästi tapahdu.

No Jenkeissä se joskus saattaa mennä niin että siellä on ostajat ihan kalenterin kassa ja niillä on budjetit, ja siellä istutaan alas ja sanotaan että okei, syksy -16 ja toi aikataulu... Että sanotaan että Jenkeissä se on mahdollista.

Niin viime syksynä Saksan messuilla meillä oli show case esitys, ja sieltä tuli ihan niin kuin suora, suoria ostotarjouksia. Mutta se vaatii melkein sen, että se live show case pitää olla.

Yleensä messuilla tehtävä myyntityö on ostajiin tutustumista ja mielikuvien myyntiä. On tärkeää, että ryhmän edustaja saa luotua ostajille kuvan siitä,

minkälaisia esityksiä ryhmä tekee, mikä on ryhmän tyyli ja genre. Näiden perusteella ostaja voi päättää, onko ryhmä sopiva hänelle.

Myynti on sitä, että mä kerron siitä teoksesta.

Ensimmäisenä, mitä niillä (messuilla) tehdään, on yrittää saada jonkinlainen mielikuva. Se on se mielikuvan myynti ehkä oikea, mielikuva ja mikä se konsepti on, mitä se edustaa.

4.6 Benchmarking

Messuilla osallistujat voivat jakaa kokemuksiaan keskenään ja keskustella erilaisista toimintatavoista. Arjessa monet ovat niin kiireisiä, ettei heillä ole aikaa tavata kotimaisia tai ulkomaisia kollegoita ja vaihtaa kuulumisia tai keskustella keskenään, mutta messuilla tällaiseen voi olla enemmän aikaa. Suomalaisten tai pohjoismaalaisten yhteisellä osastolla osallistujilla on aikaa keskustella muiden samalla osastolla olevien kanssa ja vaihtaa kokemuksia esimerkiksi siitä, miten kotimainen kiertuetoiminta on järjestetty Tanskassa, tai millaisia seikkoja kannattaa ottaa huomioon, kun pyrkii aloittamaan esitystoimintaa uudella markkina-alueella.

Mutta itse henkilökohtaisesti nämä ovat myös opintomatkoja itselle, että oppii noista, ja oppi esimerkiksi tanskalaisten toiminnasta

Kun me kaikki ollaan täällä omissa saarekkeissamme ja päivät on kiireisiä, niin meillä ei oikein ole aikaa sellaiseen jakoon, että ”Mitte te teette?” ja ”Me tehdään näin”.

Tällainen kollegiaalinen vertaistuki ja tietojen jakaminen on hyvin tärkeää, sillä se auttaa osallistujia kehittämään ammattitaitoaan ja toimintatapojaan. Osallistujat voivat saada muilta ideoita siihen, kuinka he voivat kehittää oman ryhmänsä toimintaa tai kuinka toimia hankalassa tai uudessa tilanteessa. Messuilla tai muualla luodut kontaktit kollegoihin mahdollistavat tällaisen tietojen vaihdon jatkumisen myös messujen jälkeen puhelimitse tai sähköpostitse.

Messuilla on usein niin sanottuja ”show caseja”, eli jollain perusteella valikoidut ryhmät pääsevät esittämään teoksiaan messuyleisölle. Tämä mahdollistaa oman ryhmän vertailun muihin ryhmiin kansainvälisesti. Vertailu auttaa ryhmiä sijoittamaan itseään kansainvälisille markkinoille ja määrittelemään, millä tasolla ryhmän toiminta on kansainvälisesti. Tällainen vertailu auttaa

ryhmää myös tunnistamaan omia vahvuuksiaan ja heikkouksiaan. Mitkä tekijät erottavat ryhmän muista ryhmistä, ja onko kenties jotain osa-alueita, joilla muiden ryhmien toiminta on toteutettu paremmin?

Ja voi myös bechmarkata missä joku vaikka jonkun kanadalaisen ryhmän kiertuetoiminta menee, paljonko ne rundaa...

On myös kiinnostavaa vertailla, missä genressä ja laadussa ja tassossa oma ryhmä liikkuu. Että se antaa vähän semmoista peilikuvaa ja vertailupintaa.

Oman ryhmän toiminnan tason arvioimisen lisäksi ryhmän edustajat voivat saada uusia taiteellisia vaikutteita muiden ryhmien esityksistä. Sisällyttämällä näitä kansainvälisiä vaikutteita omiin esityksiinsä, esiintyvät ryhmät voivat tuoda kansainvälisiä vaikutteita myös suomalaisten katsojien ulottuville ja monipuolistaa suomalaisen esittävän tanssin kenttää.

Messuilla ryhmät voivat myös tutustua kansainvälisiin markkinoihin tai tarkemmin johonkin tiettyyn markkina-alueeseen, josta ne ovat kiinnostuneita. Messuilla ryhmät voivat arvioida, missä maissa heidän tyylistään ja esityksistään voitaisiin pitää ja missä kenties olisi heidän tarpeisiinsa sopivia esiintymistiloja. Markkina-alueeseen tutustumisen oleellinen osa on myös tutustuminen alueen ostajiin. Myyntiprosessi ja verkostojen luominen ovat pitkiä prosesseja, joten on tärkeää, että ryhmät osaavat suunnata voimavaransa oman toimintansa kannalta relevantteihin kohderyhmiin.

Vähän niin kuin haistelee, että minkä suuruusluokan näyttämöille meidän jutut sopisi tämän talon ulkopuolella, ja mitkä maat saattaisivat pitää siitä genrestä, mitä me tehdään.

Kansainvälisessä toiminnassa kulttuurien tuntemus on ehdoton edellytys onnistuneelle yhteistyölle. Tämän takia kansainvälisestä toiminnasta kiinnostuneiden ryhmien on erittäin tärkeä tuntea erilaisia kulttuureita ja ymmärtää niiden toimintatapoja. Esimerkiksi Yhdysvalloissa on tavallista, että ostajat eivät neuvottele suoraan ryhmien kanssa, vaan agentin välityksellä. Eri kulttuureissa on myös eroja esimerkiksi siinä, kuinka neuvottelut etenevät ja mitä on soveliasta sanoa neuvottelukumppanille. Mikäli neuvottelukumppanin kulttuuria ja sen tapoja ei tunne, vaarassa on, että itse pilaa neuvottelut toimimalla tavalla, jonka toinen kokee töykeäksi. Kulttuurien ja toimintatapojen eroihin voi tie-

tysti tutustua jo kotimaassakin, mutta käytännön kokemusta asiasta voi kartuttaa messuilla ja muissa kansainvälisissä tapaamisissa.

Se kv-toiminta edellyttää sitä, että sitten sulla pitää olla jonkinlaisia käsitystä eri tapakulttuureista.

Ja esimerkiksi Jenkeissä (agentti) on melkein elinehto, että pääsee kiertämään. Ostajat eivät halua ostaa suoraan ryhmältä.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITYSEHDOTUKSIA

Tanssin Tiedotuskeskuksen messutoiminnasta aiheutuu kahdenlaisia vaikutuksia. Ensinnäkin Tiedotuskeskuksen toiminta vaikuttaa tanssin kentällä toimivien ryhmien päätökseen osallistua messuille. Toisekseen messuille osallistumisella on useita vaikutuksia ryhmien toimintaan.

Koko tanssin kenttään kohdistuvia vaikutuksia on muun muassa se, mille messuille Tanssin Tiedotuskeskus päättää osallistua, sillä ryhmät eivät mielellään lähde messuille yksinään, vaan nimenomaan yhdessä Tanssin Tiedotuskeskuksen kanssa. Tällä tavoin ryhmät saavat enemmän näkyvyyttä kuin yksin, sillä useamman toimijan on mahdollista ostaa isompi messuosasto kuin mihin yksittäisillä ryhmillä olisi varaa. Myös yhteistyö muiden kotimaisten tai pohjoismaisten toimijoiden kanssa on helpompaa järjestää Tanssin Tiedotuskeskuksen kautta. Tanssin Tiedotuskeskus tukee ryhmiä myös muilla tavoin messuille lähtemisessä ja messuilla, muun muassa esittelemällä tuntemilleen potentiaalisille uusille ostajille ja yhteistyökumppaneille.

Ryhmien näkökulmasta messujen vaikutusten nimeäminen on hieman haasteellista, sillä useimmat messujen hyödyistä ovat osa pidempää prosessia. Tällöin on vaikea sanoa, mikä merkitys esimerkiksi yhdellä messutapaamisella on loppujen lopuksi ollut vaikkapa yhden esiintymiskeikan myynnille. Lisäksi ryhmäkohtaiset vaikutukset riippuvat myös ryhmän edustajien omista toimista messuilla. Kuitenkin kaikki haastateltavani pitivät messuille osallistumista erittäin tärkeänä ryhmien toiminnan kannalta. Ryhmille messujen tärkeimpiä vaikutuksia on mahdollisuus verkostoitua ostajaehdokkaiden ja kollegojen kanssa. Ryhmien edustajille kollegojen kanssa verkostoituminen ja kollegoilta saatava vertaistuki messujen aikana ja niiden ulkopuolella on aivan yhtä tärkeää kuin uusien potentiaalisten ostajien tapaaminenkin.

Ulkomaiset esiintymiset ovat toiminnan kannalta erittäin tärkeitä useimmille tanssiryhmille. Kuitenkin esityksen myyntiprosessi voi kestää jopa useita vuosia. Tämän takia ei ole realistista odottaa, että itse messuilla saisi välttämättä myytyä yhtäkään keikkaa, vaikka tällaista on käynyt toisinaan. Messujen aikainen myyntityö onkin enemmän mielikuvien myyntiä, ja ostajien muistutusta omasta olemassaolosta. Jotkut ryhmät ovat messuilla myös ostajana ja etsivät esimerkiksi uusia koreografeja tekemään ryhmälleen uuden koreografian. Tällöin ryhmien kansainvälistyminen kohdistuu kotimaahan päin, sillä he tuovat ulkomaalaisen koreografian teoksen Suomeen.

Messuilla ryhmät voivat myös tutustua kansainväliseen tanssin kenttään, ja verrata omaa toimintaansa alan muihin toimijoihin. Tämä auttaa heitä hahmottamaan, millä tasolla he toimivat kansainvälisesti ja missä maissa kenties pidettäisiin heidän tyylisistään esityksistä.

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli alun perin keskittyä erityisesti saksalaisen Tanzmessen ja kanadalaisten CINARS-messujen vaikutuksiin. Haastattelujen aikana kuitenkin huomasin, että kaikkien messujen vaikutukset ovat melko samanlaisia. Haastateltavien mukaan samat henkilöt käyvät kaikilla alan messuilla, joten verkostoitumisen näkökulmasta messujen paikalla tai tarkalla kohderyhmällä ei ole niin väliä. Toki CINARS on laajemmin esittävien taiteiden messuina paljon suurempi messutapahtuma kuin pelkästään tanssiin keskittyvä Tanzmesse, jolloin esimerkiksi eri festivaalien johtajat voivat mieluummin tulla sinne, mikäli heidän ei ole mahdollista osallistua kummillekin messuille. Tämä sama koskee kuitenkin myös esimerkiksi Koreassa järjestettäviä esittävän taiteen PAMS-messuja. Samoin, jos pyrkii jollekin tietylle markkina-alueelle, esimerkiksi Pohjois-Amerikkaan, tämän alueen messut, tässä tapauksessa CINARS Montrealissa ja APAP New Yorkissa, ovat silloin erityisen tärkeitä.

Messuilla on helppo tutustua suureen määrään uusia ihmisiä, joten se vaikuttaa varsin tehokkaalta tavalta aloittaa kansainvälinen toiminta ja omien verkostojen laajentaminen. Tämän takia Tanssin Tiedotuskeskus voisi pyrkiä saamaan jatkossa saamaan lisää uusia ryhmiä mukaan messutoimintaan. Tämä ei kuitenkaan saisi tapahtua ainakaan liikaa kokeneempien toimijoiden kustannuksella, sillä messutoiminta on myös heille tärkeää.

Eräs jatkotutkimusehdotukseni liittyy juuri uusien ryhmien saamiseen mukaan messutoimintaan. Mielestäni olisi tärkeää selvittää, miksi nykyistä useammat ryhmät eivät ole aktiivisesti mukana messutoiminnassa. Tämä auttaisi kohdentamaan mahdollista tukea niihin asioihin, joissa messuille ensimmäisiä kertoja osallistuvat ryhmät sitä tarvitsevat.

Yksi keino saada uusia ryhmiä mukaan messutoimintaan voisi olla osallistuminen myös pienemmille messuille lähialueilla. Pienillä tanssiryhmillä ei välttämättä ole resursseja osallistua kovin suurille, ja mahdollisesti kaukanakin järjestettäville monipäiväisille messuille. Suuret kansainväliset messut voivat myös tuntua messuille ensimmäistä kertaa osallistuvista hieman pelottavilta, jolloin pienemmistä messuista on helpompi aloittaa messutoiminta.

Haastateltavani pitivät erilaisia festivaaleja vartenotettavina vaihtoehtoina messuille ja totesivat, että niitä voisi hyödyntää nykyistä enemmänkin. Tämä kuitenkin edellyttäisi jonkin verran tutkimustyötä, jotta ryhmät löytäisivät itselleen kaikista hyödyllisimmät festivaalit. Tanssin Tiedotuskeskus voisi tukea ryhmiä myös tässä esimerkiksi keräämällä tietoja erilaisista festivaaleista esimerkiksi Euroopan alueella, jolloin ryhmien olisi helpompaa löytää itselleen sopivin festivaali. Tanssin Tiedotuskeskus voisi myös mahdollisesti järjestää opintomatkan jollekin festivaalille.

LÄHTEET

- Alastalo, M. & Åkerman, M. 2010 Asiantuntijahaastattelun analyysi: faktojen jäljillä. Teoksessa: Haastattelun analyysi, toim. Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M., 372–394. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.
- Bathelt, H. & Schuldt, N. 2010. International Trade Fairs and Global Buzz, Part I: Ecology of Global Buzz. *European Planning Studies*. Vol 18. No 12.
- CINARS-biennale. s.a. Saatavissa : <http://www.cinars.org/en/biennale-2014/program/home.html> [viitattu 27.2.2015].
- CINARS-biennale. 2014. Lehdistöiedote. 24.11.2014. Saatavissa: <http://cinars.org/statics/documents/36/144.pdf> [viitattu 27.2.2015].
- Dahler-Larsen, P. 2005. Vaikuttavuuden arviointi. Helsinki: Stakes. Saatavissa: https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/77071/vaikuttavuuden_arv.pdf?sequence=1 [viitattu 27.2.2015].
- Fillis, I. & Boram, L. 2011. Internationalisation of Korean Performing arts. A case study analysis. *European Journal of Marketing*. Vol. 45. Issue 5. Saatavissa: <http://www.emeraldinsight.com.xhalax-ng.kyamk.fi:2048/doi/pdfplus/10.1108/03090561111120055> [viitattu 24.2.2015].
- Honkanen, R. 2011. Verkostojen rooli nykytanssin toimijoiden kansainvälistymisessä. Opinnäytetyö. Metropolia Ammattikorkeakoulu: Helsinki. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201104305391> [viitattu 24.2.2015].
- International Tanzmesse NRW. s.a. About us. Saatavissa: <http://www.tanzmesse-nrw.com/pages/about-en.htm> [viitattu 27.2.2015].
- Karra, A. 2011. Three Festivals – Three Perspectives of the Global Dance Scene. *Finnish Dance in Focus*. Vol. 13. 26–29. Saatavissa: <http://www.danceinfo.fi/kansainvalinen-toiminta/julkaisut/finnish-dance-in-focus/finnish-dance-in-focus-2011-2012/> [viitattu 25.2.2015].
- Kilhström, S. 2013. Verkostoitumisen tukeminen luovien alojen ammattilaistahtumissa – case EARS on Shanghai. Opinnäytetyö. Metropolia Ammattikorkeakoulu: Helsinki. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201403273570> [viitattu 24.2.2015].
- Keöja 2012–2015. s.a. Think Tank 2. Saatavissa: http://www.kedja.net/?page_id=985 [viitattu 25.2.2015].
- Leppinen, H. 2011. Liikekannalla – suomalaisen tanssitaiteen viennistä strategioiden ja visioiden valossa. Opinnäytetyö. Humanistinen ammattikorkeakoulu: Helsinki. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201105056205> [viitattu 24.2.2015].
- Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M. 2010. Haastattelun analyysin vaiheet. Teoksessa Haastattelun analyysi, toim. Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M., 9–39. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.

Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. 2005. Tutkimushaastattelu ja vuorovaikutus. Teoksessa Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus, toim. Ruusuvuori, J & Tiittula, L., 22–56. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkojulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaristo [ylläpitäjä ja tuottaja]. Saatavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L1_2.html [viitattu 27.2.2015].

Santos, J. & da Silva, P. 2013. Participate (or not) in International Trade Fairs? Decision Factors of Portuguese Managers. *Revista de Management Comparat International*. Vol. 14. Issue 5. Saatavissa: <http://search.proquest.com.xhalax-ng.kyamk.fi:2048/docview/1520561370/fulltextPDF/61A6D7C0B65C42B3PQ/3?accountid=11928> [viitattu 25.2.2015].

Schuldt, N. & Bathelt, H. 2011. International Trade Fairs and Global Buzz, Part II: Practices of Global Buzz. *European Planning Studies*. Vol 19. No 1.

Siekinen, K. 2001. Syvähaastattelu. Teoksessa Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineiston keruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle, toim. Aaltonen, J. & Valli, R., 43–58. Jyväskylä: PS-kustannus.

Tanssin Tiedotuskeskuksen strategia vuosille 2014–2018. 2013. Saatavissa: <http://www.danceinfo.fi/assets/PDFt/Vuosi--ja-toimintakertomukset/TT-strategia-2014-2018.pdf> [viitattu 12.2.2015].

Tanssin Tiedotuskeskuksen vuosikertomuksen 2012 messuliite. s.a. Saatavissa: <http://www.danceinfo.fi/assets/PDFt/Vuosi--ja-toimintakertomukset/TT-strategia-2014-2018.pdf> [viitattu 27.2.2015].

Tanssin Tiedotuskeskus a. s.a. Toiminnan esittely. Saatavissa: <http://www.danceinfo.fi/tanssin-tiedotuskeskus/toiminnan-esittely/> [viitattu 12.2.2015].

Tanssin Tiedotuskeskus b. s.a. Jäsenyhteisöt. Saatavissa: <http://www.danceinfo.fi/tanssin-tiedotuskeskus/tanssin-tiedotuskeskuksen-jäsenyhteisoet/> [viitattu 27.2.2015].

Tanssin Tiedotuskeskus c. s.a. Kansainvälinen toiminta. Saatavissa: <http://www.danceinfo.fi/kansainvalinen-toiminta/toimintamuodot/> [viitattu 27.2.2015].

Tanssissa on tulevaisuus. Tanssin visio ja strategia 2010–2020. 2009. Taiteen keskustoimikunta – Valtion tanssitaide-toimikunta: Helsinki. Saatavissa: http://www.taike.fi/documents/11598/51175/TT+Tanssissa+on+tulevaisuus_%28EDM_14_2950_3988%29.pdf [viitattu 24.2.2015].

Tiittula, L. & Ruusuvuori, J. 2005. Johdanto. Teoksessa Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus, toim. Ruusuvuori, J & Tiittula, L., 22–56. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.