



Taipalsaari Sounds Kehittämistoimenpiteet

Alex Kekäläinen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Matkailun koulutusohjelma

Opinnäytetyö

2022

Tiivistelmä

Tekijä(t) Alex Miko Kaspero Kekäläinen
Tutkinto Matkailun koulutusohjelma
Raportin/Opinnäytetyön nimi Taipalsaari Sounds Kehittämistoimenpiteet.
Sivu- ja liitesivumäärä 25 + 4
<p>Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on kuvailla Taipalsaari Sounds musiikkifestivaalin tapahtumia ennen- ja jälkeen tapahtuman. Toisena tehtävänä on kuvailla tapahtuman kulua havainnoinnin, Google Forms kyselyn ja haastattelun avulla.</p> <p>Lopputuloksena työlle saatiin kehittämistoimenpiteet, jotka olisivat hyödyllisiä tämänkaltaiselle tapahtumalle pienellä paikkakunnalla. Havainnointi suoritettiin tapahtumaa ennen tapahtuman aikana ja sen jälkeen. Kyselyn toteutettiin tapahtuman jälkeen 4 elokuuta – 6 syyskuuta. Tapahtumanjärjestäjän kanssa käyty haastattelu suoritettiin 8.11.2022. Projekti valmistui 16.11.2022</p>
Asiasanat Tapahtumat, Taipalsaari, Kehittämistoimenpide, Kulttuuritapahtumat, Festivaalit

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Taipalsaari ja Millilleen events	2
3	Tapahtuman järjestäminen Teoria	3
3.1	Ennen tapahtumaa	3
3.2	Brändäys.....	5
3.3	Tapahtuman aikana.....	6
3.4	Tapahtuman jälkeen.....	7
4	Tapahtuma	8
4.1	Ennen festivaalia	9
4.2	Torstai	10
4.3	Perjantai.....	11
4.4	Lauantai	13
5	Kysely	17
5.1	Kyselyn tulokset	17
5.2	Ikäjakautta.....	18
5.3	Mainostus.....	19
5.4	Yleinen mielikuva ja korjausehdotukset	20
6	Haastattelu	21
7	Omat ideat.....	22
7.1	Tapahtumapäivät	22
7.2	Esiintyjät.....	22
7.3	Liput	23
7.4	Brändäys.....	24
7.5	Yhteistyökumppanit.....	24
8	Yhteenveto	25
	Lähteet.....	26
	Liitteet	28
	Liite 1. Tommi Männistö, Millilleen Events -haastattelu.....	28

1 Johdanto

Taipalsaari on pieni kylä suomen itärajalla, Lappeenrannan etelä puolella. Tänä vuonna järjestettiin Taipalsaaren ensimmäiset itsenäiset festivaalit. Taipalsaari Sounds rantautui kirkonrantaan heinäkuun 28.–30. päivinä. Kolmen päivän musiikkifestivaali toi Taipalsaarelle Suomen tunnetuimpia artisteja kaikista musiikkigenreistä. Isoja artisteja kuin F, Pyhimys, Heikki Silvennoinen band, Jukka Kuoppamäki, Kaija Kärkinen & Ile Kallio, Samuli Edelmann & orkerstra sekä myös maailmaa kiertueilla kiertänyt Erja Lyytinen

Kolmen päivän aikana festivaalit toivat Taipalsaarelle elämää enemmän kuin koskaan. Kokonaisosallistujaluku oli 1 800 katsojaa. Festivaalikansa oli yleisesti sitä mieltä, että nämä festivaalit olivat loistavat ja pienillä hienosäädöillä saisi niistä loistavan pienen kunnan musiikkitapahtuman.

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on kuvailla toimenpiteitä lyhyesti ennen tapahtumaa ja sen aikana. Toisena tehtävänä on arvioida tapahtuman kulkua opinnäytetyön tekijän toimesta havainnoimalla, Google Forms kyselyllä tapahtuman jälkeen ja Millilleen Events Oy:n toimitusjohtajan Tommi Männistön kanssa.

Opinnäytetyön tulos on tapahtuman kehittämistoiminpiteet nykyisestä tapahtumasta, joista tapahtumanjärjestäjä voi ottaa mallia tulevaisuudessa järjestettäviin tapahtumiin.

Prosessinkuvaus:

Työharjoittelu Taipalsaaren kunnalle 19.5.2022	Sounds asiakastytyväisyyskyselyn tuottaminen 11.7.2022	Taipalsaari Sounds Festivaalissa havainnointi 28-30.7.2022	Tutkimustyön tekeminen 15.8-18.12.2022	Tommi Männistö Haastattelu 8.11.2022	Valmis produkti 18.11.2022
---	---	---	---	---	-------------------------------

2 Taipalsaari ja Millilleen events

Taipalsaari on Suomen kunta, joka perustettiin vuonna 1571. Taipalsaari sijaitsee Etelä-Karjalassa noin 15 kilometriä pohjoiseen Lappeenrannasta. Taipalsaari on nimensä mukaan saari, joka sijaitsee Saimaan vesistöjen Pien Saimaan ja Suur-Saimaan välissä. Taipalsaarella on 17 järveä ja puolet kunnan pinta-alasta on vesistöä (Taipalsaaren kunta). Taipalsaaren väkiluku oli 4 595 vuonna 2021 (Tilastokeskus).

Taipalsaari on ikääntyvä kunta, jonka ikäjakauma oli vuonna 2020, yli 64-vuotiaita 27.3 % ja 15–64 on taas 58 % (Tilastokeskus). Kunta on kuitenkin koittanut viime aikoina kasvattaa lapsiperheiden määrää Taipalsaarella tekemällä päätöksiä lasten ja nuorten etuja ajatellen (Taipalsaaren kunta-suunnitelma 2022–2025).

Millilleen Oy on Tommi Männistön perustama päätoimialtaan saneeraus- ja rakennusyritys. Perustettiin koronalomautusten tuotteena, kun tapahtuma ja ravintola-ala oli suljettu. Sivutoimena syntyi Millilleen Events, jonka toimialana on tapahtumantuotanto.

Tapahtuman tuotannosta ja viihteestä, Männistöllä on lähes 20 vuoden kokemus esiintymisestä sen eri muodoissa. Tämän lisäksi hänellä on viiden vuoden aktiivinen kokemus tapahtumantuotannon parissa, joista hän sai tuotantovastuuta 2018–2020 Lappeenrannan Kehruuhuoneelta ja Etelä-Karjalan osuuskaupan ohjelmistosta Lappeenrannan kesäteatterilla. Yleisömäärällisesti isoimmat tapahtumat Männistöllä ovat: Taipalsaari Sounds 2022, The Sound Of Divas goes christmas 2021 Kulttuuritila Nuijamies, Taipalsaari 450 pääjuhla viikonloppu, Mentalisti Pete Poskiparta pikkujoulu show Kehruuhuone 2021 ja BEHM levynjulkaisukiertue 2020 Kehruuhuone. Tämän lisäksi kokemusta on tullut pienemmistä messuista, seminaareista ja yksityistilaisuuksista. (Millilleen Events)

3 Tapahtuman järjestäminen Teoria

Tässä luvussa kerron tapahtumanjärjestämisestä pienellä paikkakunnalla. Lähteinä ovat, kirjat, seminaari ja monia internetin lähteitä. Olen valinnut nämä sen takia, että niissä kuvaillaan yleisesti tapahtumanjärjestämisen kulkua tai seminaarin, joka kertoo tapahtumanjärjestämistä Englannin ”pienissä” kaupungeissa.

Aldeburgh festivaali on hyvä esimerkki tapahtumien järjestämisestä pienissä kylissä. Tapahtuma järjestetään Aldreburghin kylässä Englannissa, jonka väkiluku on 3 225 asukasta. Lippuja festivaaliin myytiin vuonna 2019 yhteensä 86 429 kappaletta. Tämä todistaa, että pienen kylän infrastruktuuri kestää suuremman kokoluokan tapahtuman, huolellisesti suunniteltuna. Toinen samanlainen esimerkki löytyy Suomen Sodankylästä, jonka väkiluku on 8 435 ja vuonna 2019 Midnight Sun Film festivaaleille osallistui 31 000 ihmistä (Gudgin 29.9.2022). Pienen kylän infrastruktuuri ei kykene kannattelemaan näin suurta ihmismassaa, joka pakottaa tapahtumanjärjestäjän keksimään ratkaisuja majoitus- ja kuljetus ongelmiin. Hyvä tapa saada lisää majoitustilaa on rakentaa erillinen telttailualue, joka mahdollistaa kauempaa matkustaneiden yöpymisen. Lisäksi tästä palvelusta voi veloittaa pienen lisämaksun asiakkailta. Toinen vaihtoehto on vuokrata busseja, jotka kulkevat edestakaisin alueelta taajamakeskuksiin. Viime aikoina suosioon noussut Airbnb on tehnyt majoituksen etsimisestä helpompaa asiakkaille, samalla keventäen tapahtumajärjestäjän työurakkaa.

Festivaalin järjestäminen kannattaa aloittaa pienemmistä tapahtumista ja kun kokemusta kertyy siirtyä isompiin järjestelyihin. Sopiva pieni tapahtuma on yleisesti yhden tai kahden päivän festivaali, joka kerää kohderyhmän huomion. Esimerkiksi Fringe festivaalissa Englannissa, 2000–2019 välisenä aikana lipunmyynti on noussut 500 000 melkein 3 miljoonaan lippuun vuosittain (Gudgin 29.9.2022). Ei kannata lannistua, vaikka ensimmäisinä vuosina tuntuu menevän huonommin. Festivaalien lipunmyynnin tulisi olla nousujohteista, mutta voi olla vuosia, kun lipunmyynti ei yllä suunnitellulle tasolle. Tämä voi johtua maailman kriiseistä, huonosta mainostuksesta tai väärästä kohderyhmästä.

3.1 Ennen tapahtumaa

Tapahtuma on prosessi, jossa on kolme eri vaihetta: Suunnitteluvaihe, toteutusvaihe ja jälkimarkkinointivaihe.

Ensimmäinen askel festivaalin rakentamisessa on ajankäyttö ja organisointi. Festivaalin rakentaminen vie paljon aikaa ja resursseja. Tapahtumapaikan, esiintyjien ja lupien hankkiminen pitää

aloittaa ajoissa sekä aikataulutetusti, jotta tapahtumaa voisi markkinoida suunnitellusti. (Turnbull 3.5.2021).

Tämän jälkeen pitäisi olla syy miksi järjestät tapahtuman. Jokainen tapahtuma eroaa jotenkin toisista, ne ovat alkaneet pienestä ideasta ja siten myöhemmin kasvaneet isoiksi. Siis miksi haluat järjestää tämän tapahtuman (Jackson 28.3.2017).

Paul Gudgin kertoi puheessaan Lappeenrannan Kulttuuritalo Nuijamiehessä 29.9.2022, että maailman mukavimmat matkakohteet jakavat yhden aspektin, ne ovat hienoja tapahtuma kaupunkeja. Muun muassa Englannissa top 10 matkailukohdetta, joista korkeimmalla sijalla on Edinburgh, joka on koko maailman yksi tunnetuimmista Festivaali kaupungeista. Siellä järjestetään monia kymmeniä festivaaleja ympäri vuoden (Gudgin 29.9.2022).

Tapahtuman järjestäjän tulee kysyä itseltään kolme strategista kysymystä tapahtumastaan. Miksi? Kenelle, mitä ja Miksi, On mietittävä tarkkaan miksi tapahtuma järjestetään mikä sen tavoite ja viesti on? Tapahtuman tavoite kuuluu olla aina mielessä. Kenelle; selittää selvästi kohderyhmän. Ketkä ovat kohderyhmä ja keitä he ovat? Mitkä ovat heidän arvonsa? Harrastukset? Miten saat kohderyhmäsi huomion. Viimeinen osio "mitä" on kolmiosainen. Mitä, missä ja milloin. Minkälainen tapahtuma ollaan järjestämässä? Onko tapahtuma pieni yksityistapahtuma, seminaari vai konsertti? Ja viimein milloin. Ajankohta on tärkeä sillä, jos alueella on toinen iso tapahtuma samaan aikaan voi sinun tapahtumasi väkiluku kärsiä. Näillä kysymyksillä saat tapahtumasi idean (Helena Vallo, Eija Häyrinen 2012).

Näiden kysymyksien jälkeen voi kysyä operatiivisia kysymyksiä itseltään. Näillä kysymyksillä saa tapahtumasi ensimmäisen rakenteen. Operatiivisia kysymyksiä ovat: Miten? Millainen? Kuka? Ensiksi miten tapahtuma toteutetaan niin, että pääset haluttuun tavoitteeseen ja viestisi välitty? Miten tapahtuman teeman saa näkyviin koko tapahtuman ajan? Rakennatko tapahtuman itse vai käytätkö niin sanotusti kattotapahtumaa, missä ulkopuolinen suunnittelee tapahtuman kulun puolestasi. Millainen? Kysymyksellä haet tapahtumaasi sisältöä ja ohjelmaa. Millainen ohjelma viihdyttäisi sinun kohderyhmääsi? Onko tarvetta puhujalle tai esiintyjälle? Entä musiikille tai taiteelle? Mikään ei ole kohderyhmästä huonompaa kuin se, että tapahtuman ohjelman valinta on mennyt pieleen. Viimeiseksi kysyt kuka tai ketkä? Tapahtumalla kuuluisi aina olla "omistaja" oli se sitten toimitusjohtaja tai henkilöstöpäällikkö. "Omistaja" ohjaa illan kulkua ja voi jopa parhaimmassa tapauksessa pelastaa pieleen menneen illan (Helena Vallo, Eija Häyrinen 2012).

Lisäksi Tapahtumajärjestäjän isoin apu on vapaaehtoistyöntekijät. Vapaaehtoistyöntekijät laskevat palkallisten työvään määrää ja tuovat tarpeellista apua ja yleensä osa vapaaehtoistyöntekijöistä

ovat alan opiskelijoita, jotka ovat innoissaan tapahtumasta ja, että pääsevät opiskelemaan läheltä minkäläistä on tapahtumanjärjestäminen.

Yhteistyö on tapahtuman järjestämisessä tärkeää. Paul Gudginin mukaan ei ole mitään yhteistyökumppania kenen kanssa ei voi tehdä jollain tapaa yhteistyötä. Ne ketkä ei välttämättä tulisi ensimmäiseksi mieleen saattaa osoittautua parhaaksi yhteistyökumppaniksi. Isoin resurssin kulu on tutkia yritys, jonka kanssa aiot tehdä yhteistöitä.

” To make your organisation as competitive as possible, Maximise the opportunities to collaborate with as many smart people as possible outside your organisation” (Gudgin 29.9.2022).

3.2 Brändäys

Yksi suurimmista tapahtuman rahan teko menetelmistä on tapahtumassa myytävät tuotteet. Niillä saa osallistujia saa ostettua fyysisen ”todisteen” ja muiston, että on osallistunut tapahtumaan. Paul Gudgin kertoi seminaarissaan, että suurin mahdollinen virhe, jonka tapahtumanjärjestäjä tuotteiden suhteen voi tehdä on laittaa tuotteisiin vuosiluku. Tämän vuoksi, jos et saa myytyä kaikkia tuotteita sinä vuonna, niin et pysty myymään samaa tuotetta seuraavana vuonna, tehden tappiota. Muuten tuotteilla on yllättävänkin helppoa tehdä tuottoa.

Tapahtuman markkinointi on kaiken a ja ö. markkinoinnilla ilmoitat mahdollisille osallistujille tapahtuman olemassaolosta. Viimeisen 20- vuoden aikana lippujen osto on siirtynyt kivijalkakaupoista nettiin hyvin suurella marginaalilla. Täten internetti mainokset ovat kasvaneet samalla marginaalilla. Näistä tärkein on tietenkin omat sivut, joiden on PAKKO olla ajan tasalla. Yksi vaikeimmista pulmista markkinoinnilla on saada ihmiset ostamaan lippunsa ajoissa ennen tapahtumaa. Tähän helpoin tapa on esimerkiksi pakettidiilit tai early bird liput. Alennetut liput tuottavat tuloa aikaisemmin ja tuovat tapahtumille aina lisää väkeä.

Sosiaalisen median sivut ovat tapahtumille elintärkeitä. Paul Gudgin kertoo kokemuksestaan, että kaikkein vaikeinta on pitää omat sosiaalisen median sivut ”aktiivisena” ympärivuoden. Totta kai on helppoa tehdä päivityksiä tapahtuman lähestyessä, mutta entä sitten tapahtuman jälkeen. Tietenkin ”aftermovie” on loistava tapa elää tapahtuma uudelleen ja houkutella uusia asiakkaita ensi vuodelle, mutta mitä sen jälkeen sitten. Gudgin ehdotuksen mukaan yksi päivitys viikossa on tarpeeksi, jos sillä saa tarpeeksi keskustelua aikaan (Gudgin 29.9.2022). Loistavia sosiaalisen median kikkoja ovat yleiset kuvapaikat, joissa on oma hashtag merkintä. Esimerkiksi Rock a boat, joka on Gudginin oma keksimä. Ideana on laittaa kitarat ja veneet ympäri kaupunkia, ihmiset ottavat kuvia sosiaaliseen mediaan sinun keksimällä hashtagilla, täten saat ilmaista mainontaa.

Median kanssa työskentely on monipuolista ja mahdollisuudet ovat maan ja taivaan välillä. Esi-merkkejä median kanssa työskentelystä on muun muassa. Artikkelit, arvostelut, ennakkoesittelyt, kuvat ja uutiset (Gudgin 29.9.2022).

Median kanssa työskentely vaatii paljon kuvia. Jokainen artikkeli, uutinen tai juttu vaatii kuvan, joka nappaa katsojan mukaan juttuun ja luo mielenkiintoa. Arkistoissa kannattaa pitää taiteellisten kuvien lisäksi paljon kuvia tapahtuman ilmapiiristä, siitä minkälaista aikaa muut ovat pitäneet tapahtumassanne. Tämän lisäksi yleiset kuvat, josta näkee taidetta tai minkälainen alue on, ovat yleisesti kiinnostavia yleisölle (Gudgin 29.9.2022).

Tapahtumasta ei tule superhittiä vuoden sisällä. Eikä välttämättä seuraavan 10 vuoden sisälläkään. Se vaatii paljon aikaa ja resursseja. Muun muassa Liverpool, joka on 2008 ollut Euroopan kulttuurin pääkaupunki, on sijoittanut kulttuuriin joka vuosi enemmän ja enemmän. Vuonna 2004/5 Liverpool käytti vajaat 5 miljoonaa puntaa luodakseen tapahtumia, mutta jo vuonna 2008/9 summa tähän oli 17 miljoonaa puntaa, päälle kolminkertainen panostus tapahtumiin pelkästään. Sama teema on näkyvissä kaikissa muissa aspekteissa ja tämä on karu totuus mitä ”brändin” ylläpitäminen on. Kovaa työtä ja isoja sijoituksia (Gudgin 29.9.2022).

Brändäykseen liittyy kaikki mitä sinä teet. On se sitten media työskentelyä, tuotteet, oman festivaalisi imago ja minkälaiset arvot teillä on.

3.3 Tapahtuman aikana

Tapahtuman toteutushetki on se, jolloin monien kuukausien suunnittelu laitetaan käytäntöön. Tapahtuman toteutusvaihe voidaan erottaa kolmeen eri osaan: Rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Rakennusvaihe on aikaa vievin osuus, lavojen pystytys ja kulissien kuntoon pistäminen. Kauan suunniteltu tapahtuma alkaa saada kasvonsa ja kun ensimmäiset vieraat saapuvat tapahtuma alkaa ja kulkee kuin virtaava vesi, vaikkakin varmasti välillä tulee töyssyjä matkaan (Helena Vallo, Eija Häyrinen 2012).

Kuitenkin ennen tapahtuman käynnistämistä on hyvä pitää kenraaliharjoitukset, jotta jokainen tietää paikkansa ja roolinsa. Kaiken toimivuus on tarkastettava etukäteen. Valot, äännet ja teknologia, hienotkin laitteet voivat olla viallisia. Kenraaliharjoituksissa on hyvä olla läsnä kaikki itse tapahtumassa toimivat jäsenet. Kenraaliharjoituksissa on hyvä huomata viimeiset virheet joko tapahtumankulussa tai sitten esiintymismateriaalin painovirheet (Helena Vallo, Eija Häyrinen 2012).

Tapahtumalla on hyvä olla vahva aloitus ja selkeä lopetus, kaikki siinä välillä pitäisi toimia sinun aikataulusi mukaan. Tapahtumassa on hyvä olla yksi päävastuussa oleva henkilö. Tämä henkilö päättää kaikista aikatauluista ja mitä tehdään jos jokin menee pieleen. Tapahtuman rytmitys riippuu täysin siitä minkälainen tapahtuma sinulla on. Jos tapahtuma on sosiaalinen sinulla pitää olla aikaa esitysten tai puheiden välissä antaa osallistujien socialisoitua. Jos tapahtumasi on festivaali on hyvä antaa osallistujan liikkua lavalta toiselle tai lavalta baariin esitysten välillä (Helena Vallo, Eija Häyrinen 2012).

Tapahtumassa kannattaa pitää joku yllätyselementti, jotain mikä elävöittää ja piristää tapahtumaa. Näitä ovat esimerkiksi pienet jäätelö yllätykset kesken perinteisen kahvitauon. Yllätyksiä kannattaa ideoida, vaikka paperille. Tapahtuman suunnittelun edetessä huomaa mitkä ideat eivät ole mahdollista toteuttaa ja mitkä ovat (Helena Vallo, Eija Häyrinen 2012).

3.4 Tapahtuman jälkeen

Tapahtuman loputtua viimeisen asiakkaan poistuttua alueelta alkaa tapahtuman purkutyö. Tämä on yleensä nopeampi kuin aloituksessa tehty kasaustyö. Tämän jälkeen alkaa jälkimarkkinointivaihe, joka yksinkertaisuudessaan voi tarkoittaa kiitoskorttia, giweaway-lahjaa tai melkeinpä mitä vain millä muistuttaa tapahtumasta (Helena Vallo, Eija Häyrinen 2012).

Palautteen kerääminen on tapahtumanjärjestäjälle erityisen tärkeä vaihe, sillä pystyt analysoimaan virheesi ja oppimaan niistä. Kyselyssä selviää mitä osallistuja koki tapahtuman aikana, päästiinkö tavoitteisiin, mikä onnistui ja mikä ei? Palaute voidaan kerätä kirjallisella tai sähköisellä palautelomakkeella. Tämä onnistuu sähköpostin tai puhelimen välityksellä. Tämä olisi optimaalista suorittaa muutama päivä tapahtuman jälkeen, jotta tapahtuma on vielä tuoreessa muistissa. Mitä tuoreemmassa muistissa sitä helpompi on vastata. Myös kannattaa kerätä palaute omalta organisaatiolta tai vuokratulta työvältä. Heillä voi olla erilainen näkemys tapahtuman kulusta, kuin osallistujilla (Helena Vallo, Eija Häyrinen 2012).

Viimeiseksi on aika yhteenvedolle ja palautepalaverille. Jos tapahtuma on isossa luokassa ja tapahtumanjärjestäjän lisäksi on monia alihankkijoita on hyvä pitää yhteinen palaveri, jossa käydään läpi nämä seuraavat asiat. Palaverissa käydään läpi, miten tavoite saavutettiin ja suunnitelmaa seuraavalle samantyylliselle tapahtumalle. Palaveri kannattaa kirjata, tämä toimii dokumenttina siitä mikä meni hyvin ja mikä ei (Helena Vallo, Eija Häyrinen 2012).

4 Tapahtuma

Taipalsaari Sounds on ensimmäinen itsenäinen musiikkitapahtuma Taipalsaaren kunnassa. Kolme päiväinen tapahtuma jonka tarkoituksena oli saada nuoremmat sekä vanhemmat kuuntelijat osallistumaan kunnan ensimmäiseen festivaaliin. Tapahtuma paikkana toimi kunnantalon takapiha, Kirkonkylän ranta (ensimmäinen kuva). Tapahtuma alueella oli anniskelualue, ruokateltoa, esiintymisteltta ja WC alue. Tapahtuma alkoi torstaina, jolloin haettiin kuuntelijoita nuoremmasta sukupolvesta, kun lavalle nousi, nouseva rap artisti F, jonka jälkeen pääesiintyjänä Vain elämää -ohjelmasta tuttu Pyhimys valtasi Kirkonkylän rannan. Seuraava päivä meni blues hengessä esiintyjinä toimi Heikki Silvennoinen Band ja maailmaa kiertänyt Erja Lyytinen. Lauantai oli 2 osainen. Päivä konsertissa esiintyi Jukka Kuopamäki, kun illalla esiintyjinä olivat Kaija Kärkinen & Ile Kallio ja festivaalin lopetti Samuli Edelmann ison bändinsä kanssa.



(Kuva 1 Turo Haapamäki ikuisesti photos & video)

4.1 Ennen festivaalia

Festivaali alueen pystytys alkoi viikkoa ennen 21 päivä heinäkuuta, kun kunnan parkkipaikalle ja muualle ympäri aluetta pystytettiin autojen pysäköintikielto ja siirto ehdotus kylttejä. Tämä avusti seuraavan viikon aidan kasausta prosessia, johon oli palkattu Taipalsaaren kunnan työntekijöitä. Valitettavasti ensimmäisen tehtävän aikana huomattiin ongelma, sillä aidat tulivat päivän myöhässä. Lopulta aidat kuitenkin saatiin pystyyn ja katastrofi vältettiin. Seuraavien päivien aikana kasattiin alueen iso esiintymisteltta, jonka jälkeen aloitettiin tuomaan alueelle muita elementtejä. Vessat, baarikontti, ruokailutelta ja lopuksi esiintymislava. Alue oli hienosäätöä vaille valmis jo keskiviikkona.



Kuva 2 Alex Kekäläinen



Kuva 3 Alex Kekäläinen

4.2 Torstai

Torstai, joka oli ennakkolippunmyynnin mukaan, heikoin päivä osoittautui hyväksi testipäiväksi. Ei liian kiireinen, eikä liian hiljainen. Tuhannen ihmisen maksimikapasiteetista päivälle myytin noin 300 lippua. Muutama viikko ennen tapahtuman alkua heikkojen ennakkolippumyyntien takia Millilleen Events päätti muuttaa tapahtuman ikärajoittomaksi. Tämän vuoksi anniskelualue piti rajata ja esiintymisteltan vieressä ei saanut ostettua kuin alkoholittomia juomia. Tämä päätös osoittautui loistavaksi sillä alueelle ilmestyi päivän aikana monia alaikäisiä kuuntelemaan esiintyjä, jotka lisäsivät lipputuloja hiukan heikommalle päivälle.

Artistit esiintyivät loistavasti ja mitä juttelin festivaalikansan kanssa, yleinen ilme oli positiivinen ja osallistujat olivat iloisia tapahtumasta Taipalsaaren kylässä, sekä toivoivat tämän ”perinteen” jatkuvan ensi vuonna. Ainoan negatiivisen kommentin antaisin kuitenkin Pyhimyksen keikan aikana. Esiintyjä oli hiukan myöhässä, sillä heillä oli keikka toisella paikkakunnalla ennen tätä esiintymistä, ja lisäksi esiintyjä oli pahasti päihtynyt esiintymisen aikana. Artistin päihtymistila on hänen oma asia, kunhan ei vaikuta esiintymisen laatuun. Tällä kertaa se vaikutti. Esiintymisen lopussa keikkalava oli läpimärkä, vaikka olikin teltan sisällä, sillä esiintyjä läikytteli muovimukistaan juomaa lavalle.



Kuva 5 torstain fiiliksistä. Kuva Alex Kekäläinen

4.3 Perjantai

Tätä päivää voisi kuvailla tapahtuman pääpäivänä. Alue oli lähes loppuunmyyty ja jo ennen alueen avaamista jonot ulottuivat pitkälle alueen ulkopuolelle (kuva 6). Tämä oli minun mielestäni hieno saavutus. Päivä alkoi normaalisti äänitarkastuksella ja ensimmäistä esiintyjää odottaen, jonka aikana huomasit kuinka paljon parempi päivä tästä tulisi tilastollisesti. Sillä jo ensimmäisen esiintyjän aikana oli paljon kuuntelijoita kertynyt paikalle.



Kuva 6 ihmisiä jonottamassa alueelle pääsyä. Alex Kekäläinen

Ensimmäinen esiintyjä Heikki Silvennoinen aloitti illan, ainoa muutos edelliseen päivään oli se, että tällä kertaa Millilleen Eventsin Tommi Männistö juonti esiintyjän aloituksen. Mielestäni tämä oli loistava lisä, sillä matkaa anniskelu alueelta teltalle oli kuitenkin muutama kymmentä metriä. Tämä varmisti sen, että kuuntelijat tiesivät keikan alkavan ja alkoivat liikkua esiintymisteltalle päin.



Kuva 7 festivaalikansa Silvennoisen keikalla. Alex Kekäläinen

Illan toinen esiintyjä oli Erja Lyytinen, joka keikutti yleisöä railakkaasti. Kuuntelijoita oli tullut ympäri Taipalsaaren aluetta noin 900. Ilta oli selvästikin koko festivaalin parhain päivä. Keikat onnistuivat mainiosti kaikki olivat onnellisia ja väkeä oli paljon.

4.4 Lauantai

Lauantai oli kaksiosainen, joten myytävänä oli erilliset liput päivän esityksiin. Aikaisempaa keikkaa veti Jukka Kuoppamäki. Konsertissa teltaan vietiin istumapaikkoja, jotta vanhemmat osallistujat voisivat istua kuivana. Keikan jälkeen ihmiset poistuivat alueelta, jotta alue saadaan taas kuntoon illan esiintyjä varten. Penkit vietiin pois ja alue siivottiin, jonka jälkeen avattiin alue iltalipun ostajille. Koko siivoukseen oli varattu muutama tunti aikaa.

Päivänä lauantai oli hyvin samantyylinen kuin perjantai. Osallistujamäärä oli hiukan pienempi suurin piirtein 600 osallistujaa. Kaija Kärkinen & Ile Kallion keikalle väkeä ei tullut paljon, mutta loppuillasta alue alkoi taas täyttyä musiikinystävistä. Illan selosti jälleen niin kuin perjantaina Tommi Mänistö. Alueelle oli tuotu toinen lisäosa. Anniskelualueen ja ruokateltan viereen oli rakennettu pieni telta, jossa pieni bändi nimeltään Reima Neuvonen & Friends soitti väliajoilla musiikkia juojille ja syöjille (kuva 9



Kuva 8 Kaija Kärkinen & Ile Kallio keikka. Alex Kekäläinen

Illan pääesiintyjä Samuli Edelmann soitti ison orkesterinsa kanssa, keikan alkuun mennessä alue oli jo lähes täynnä. Kuten kaikkina iltoina alueella oli yleisesti iloista väkeä.

Jälkeenpäin kirjottaessa tajuaa kuinka onnistunut ensimmäinen kerta festivaalilla oli. 2/3 päivistä oli alue lähes täynnä ja melkein kaikki liput myytiin. Mielestäni se on ensimmäisellä kertaa festivaalia järjestäessä mainio tulos.



Kuva 9 Anniskelualueella soittaa Reima Neuvonen & Friends musiikkia. Alex Kekäläinen



Kuva 10. Samuli Edelman soittaa. Alex Kekäläinen

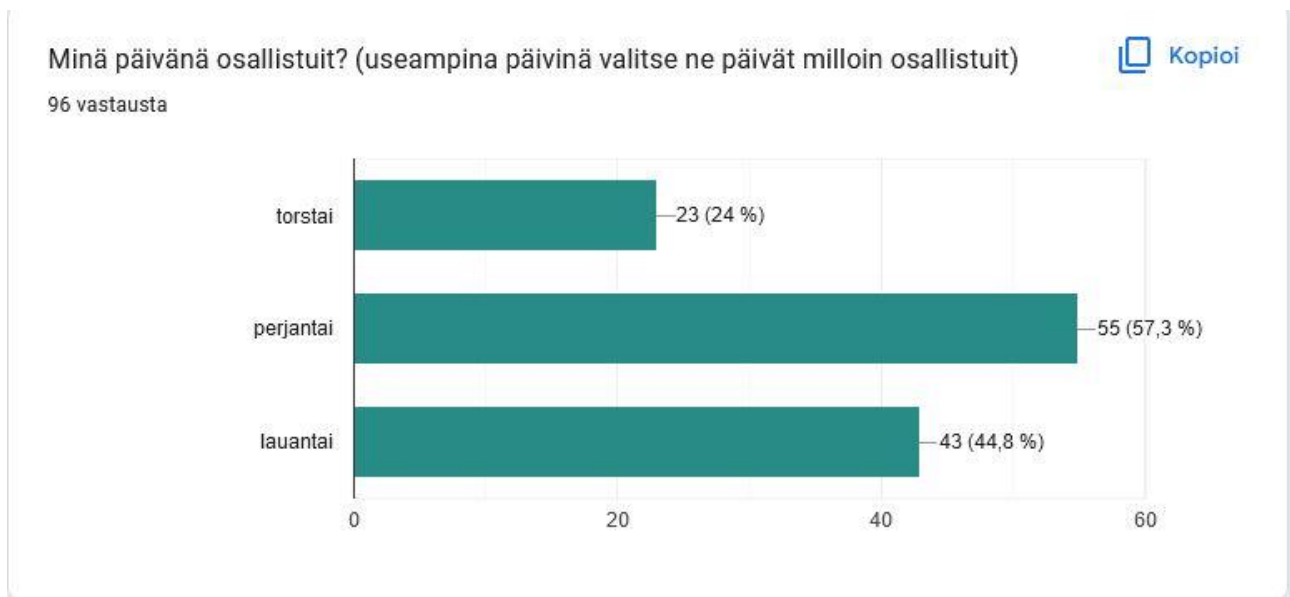
5 Kysely

Kysely toteutettiin tapahtuman jälkeen yhteistyössä Taipalsaaren kunnan ja tapahtumajärjestäjä Millilleen Events kanssa. Kysely oli avoinna 4. elokuuta - 6. syyskuuta välisenä aikana. Kysely toteutettiin Google forms alustalla ja kyselyn linkkiä jaettiin Taipalsaaren kunnan ja tapahtumajärjestäjän Millilleen Events sosiaalisen median sivuilla. (Facebook, Instagram). Kyselyä ei toteutettu sähköposti mainonnan kautta, sillä lipunmyyjä Lippu.fi ei suostunut tietoturvaan vedoten luovuttamaan asiakkaidensa sähköposteja.

Yksi käytetyimmistä tiedonkeruu menetelmistä on kysely. Kyselytutkimuksen etuna toimii se, että sillä voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto, suurelta ihmisjoukolta. Kysely menetelmänä on nopea ja tehokas. Kyselyn vastaukset yleensä käsitellään numeroihin perustavalla tuloksella. Tulkinnan mukaan kvantitatiivisella menetelmillä kyselyssä saadaan pinnallista kuitenkin luotettavaa tietoa. Kyselyn käytetyimmät metodit ovat lähettää kyselylomakkeet postitse tai internetissä täytettävät lomakkeet (Ojasalo, Moilanen, Ritalahti 2015).

5.1 Kyselyn tulokset

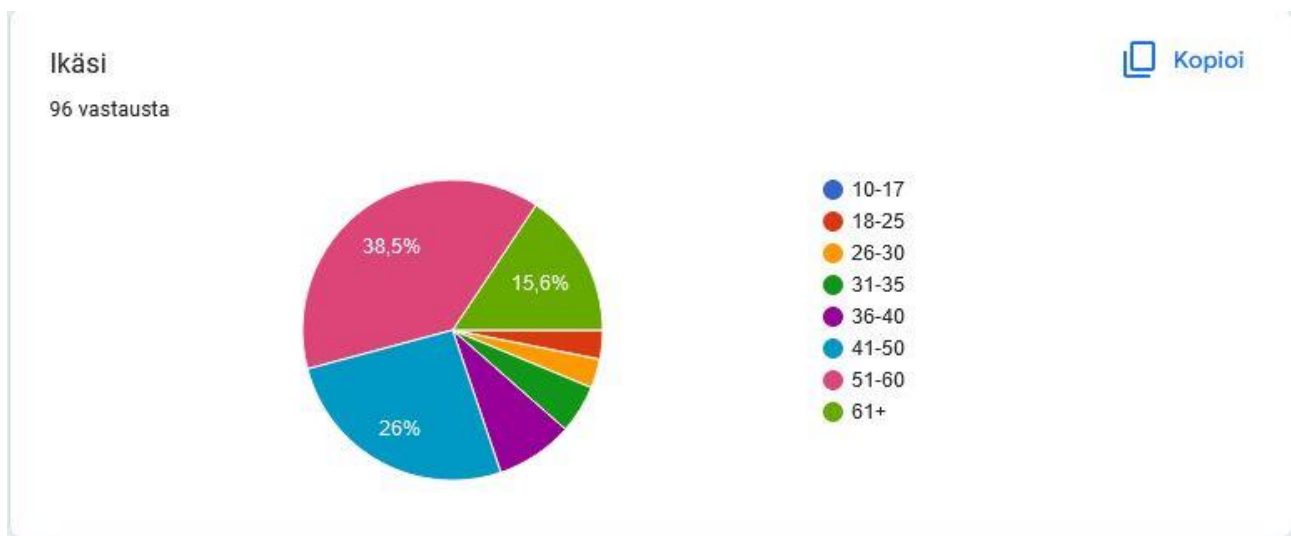
Kyselyyn vastasi 96 osallistujaa. Näistä osallistujista suurin osa osallistui perjantaina (55 ihmistä), toiseksi eniten osallistui lauantaille (43) ja vähiten torstaille (23). Torstai oli suunnattu nuoremmille kuuntelijoille, kun taas perjantai ja lauantai oli suunnattu hiukan iäkkäimmille kuuntelijoille. Tästä vastauksesta käy ilmi Taipalsaaren kunnan ikäjakauma (käyty läpi kappaleessa 2), tapahtuman kohderyhmä oli ”hyvinvoinnin sukupolvi”.



5.2 Ikäjakauma

Vastanneiden ikäjakautumasta suurin osa eli 38,5 % osallistujista oli ikäluokaltaan 51–60-vuotiaita ja vastanneista yli 41-vuotiaita olikin yli 80 %. 10–17-vuotiaita ei vastanneista ollut ensimmäistäkään.

Suurin osa vastanneista oli naisia 81,3 % ja 17,7 % vastanneista oli miehiä. Yksi prosentti ei halunnut vastata kyseiseen kysymykseen.

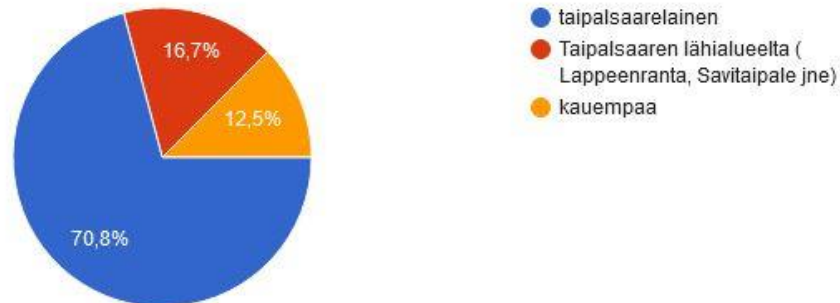


Vastanneet olivat suurimmaksi osaksi paikkakuntalaisia, mikä olikin odotettavissa, koska tapahtuma järjestettiin ensimmäistä kertaa. Tosin suuri yllätys oli kuinka 12,5 % vastanneista oli kauempaa kuin lähikylät. Oletettavaa olisi, että 12,5 % kauempaa tulevista vastanneista olisi kesämökkiläisiä, mutta tätä ei pysty vastauksista varmistamaan.

Oletko paikkakuntalainen?

96 vastausta

 Kopioi



5.3 Mainostus

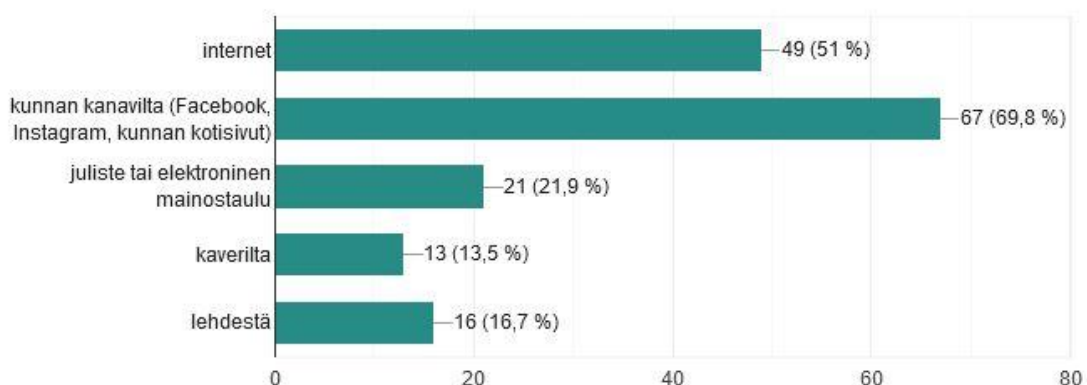
Tapahtuman mainostaminen aloitettiin suurin piirtein kuukausi ennen tapahtumaa. Mainostaminen toteutettiin Etelä-Karjalan alueella useilla mainosvalotauluilla. Suurin mainostuksen työkalu oli kuitenkin Taipalsaaren kunnan ja Millilleen Events sosiaalisen median alustat (Facebook ja Instagram)

Vastauksissa heijastui tämä seikka, sillä vastanneista suurin osa (69.8 %) oli kuulut tapahtumasta sosiaalisten verkkojen kautta.

Mistä kuulit tapahtumasta?

96 vastausta

 Kopioi



5.4 Yleinen mielikuva ja korjausehdotukset

Yleinen kuva tapahtumasta oli positiivinen ja yli puolet vastanneista (57.3 %) antoi parhaimman arvosanan 5 ja 39.6 % antoi toiseksi parhaimman arvosanaa 4.

Toistuvana korjaus ehdotuksena osallistujien mielestä oli kuitenkin ruokapolitiikka. Tarkemmin erikoisruokavalioiden huomiotta jättäminen. Vapaassa kommenttikentässä huomautuksia tuli monelta, että gluteeniton ja vegaaninen ruokavaihtoehto puuttui. Muuten alueen palvelut kuvaillaan hyviksi, muutamia pitkiä jonotusaikoja lukuun ottamatta.

Esiintyjä valinnat osuivat vastanneiden mielestä nappiin, sillä jokaista artistia enemmistö äänesti joko täydellisen arvosanan.

Lippujen hinta verrattuna esiintyjien määrään oli yksi suurimmista ongelma kohdista. Monet vastaajat vertasivat Puumalan siltakemmakoihin. Siltakemmakolla lippujen hinta on samaa luokkaa, mutta artisteja on varattu reilusti enemmän päivälle. Siltakemmakat järjestetään Puumalassa, joka on Taipalsaaren tavoin pienempi paikkakunta, mutta silti Siltakemmakat ovat kasvaneet alueella aika isoksi tapahtumaksi, jota monet odottavat innolla.

6 Haastattelu

Haastattelu suoritettiin sähköposti haastatteluna **8.11.2022**. Haastattelua ei sovittu kasvokkain, koska molemmista se tuntui helpoimmalta ja toimi parhaiten meidän aikataulumme suorittaa tämä haastattelu sähköpostitse. Kyselyn kysymykset ja vastaukset löytyvät opinnäytetyön liitteistä.

Kyselyn tarkoitus oli saada tapahtumanjärjestäjän näkökulmaa minkälaista oli järjestää tapahtumaa. Positiiviset ja negatiiviset asiat.

Haastateltu Tommi Männistö on 32- vuotias Lappeenrantalainen. Männistö on työskennellyt aiemmin rakennusalalla, kultaseppänä sekä ravintola -alalla. Vuonna 2018 hän sai tuotantovastuun Lappeenrannan Kehruuhuoneella ja Etelä-Karjalan Osuuskaupan ohjelmistosta Lappeenrannan Kesäteatterilla. Tänä aikana hän tuotti kaiken kokoisia tapahtumia yritystilaisuuksista, seminaareihin sekä yksityistilaisuuksia.

Vuonna 2021 tammikuussa Männistö perusti Millilleen Oy:n, jonka päätoimiala oli saneeraus- ja rakennusala. Yritys perustettiin koronalomautusten takia, kun tapahtuma ja ravintola- ala oli suljettu. Yrityksen tarkoitus oli korona aikana hyödyntää ihmisten halua remontoida koteja ja loma-asuntoja. Lopulta Millilleen Events perustettiin Millilleen Oy:n ”sesonkihaaraksi”.

Idea Festivaalin perustamiseen Männistölle tuli, kun hän oli vuotta aikaisemmin järjestämässä Taipalsaaren 450 juhluvuoden viikonloppua. Männistö innostui Taipalsaaresta paikkana ja myös kiinnostusta löytyi kaupallisesta musiikkitapahtumasta Taipalsaaren kunnalle.

Festivaalin järjestämisessä Männistöstä vaikein aspekti oli rahoitus ja riskinotto-kyky. Yhteistyökumppaneiden taivuttelu osallistumaan täysin uuteen tapahtumaan tuotti ongelmia. Stressaavinta oli tietenkin kuinka kannattavaa tapahtuman olisi ja kuinka paljon väkeä tulisi paikalle. Helpoin aspekti oli ideointi, josta Männistöllä on jo monen vuoden kokemus.

Tapahtuman mainostus meni Männistön mielestä odotetusti, vaikka joka kerta mainostuksista oppii jotain uutta. Tapahtumalta puuttui verkkosivut, mutta nyt ne tapahtuman jälkeen perustettu. Tämän lisäksi hän, jos jotain pystyisi muuttamaan tästä tapahtumasta olisi se, että tapahtuma keskittyisi vain yhteen kohderyhmään ja jättäisi nuoremman väen kohderyhmänä huomioimatta. Tämän tapahtuman perusteella, koska torstai päivänä ei ollut parhaimmasta päästä osallistujamäärällisesti.

Ja viimeiseksi ensi vuoden suunnittelu on jo kovaa vauhtia käynnissä. Kulujen nousu tapahtuman tuotannossa rasittaa ja täten tekee tapahtuman järjestämisestä vaikeampaa, mutta yrittävät kuitenkin toteuttaa tapahtuman kesällä 2023.

7 Omat ideat

Tässä kappaleessa kerron omia ideoita Taipalsaari Sounds tapahtuman muutos ideoita. Taustatietona käytän edellä mainittua kyselyä ja opiskelusta saamaani tietotaitoa.

7.1 Tapahtumapäivät

Ensimmäinen korjausehdotukseni olisi muuttaa tapahtuma kaksipäiväiseksi, tiputtaen torstaipäivä kokonaan pois. On mielestäni hiukan kunnianhimoista yrittää tehdä tapahtumasta ”jokaiselle jotain” musiikkityylinen tapahtuma ensimmäisenä vuonna. 40 euroa kahdesta esiintyjästä on nuorille kuuntelijoille iso kynnyks maksaa. Suurimmalla osalla nuorista ei ole kesätöitä ja eivät mieluiten haluaisi käyttää vähäisiä rahojaan 2 esiintyjän näkemiseen. Varsinkin, jos ei ole kiinnostunut suuresti kyseisistä artisteista. Tai toiseksi nuorilla on kesätyö ja siten torstai on päivänä hankala saada vapaaksi.

Lisäksi Suomessa on paljon festivaaleja, jotka kiinnostavat nuoria enemmän. Festivaalit liian lähellä kotia. Tämän takia suosittelisin ensimmäisillä vuosilla pitämään tapahtuman kompaktina 2 päivän festivaalina ja täten ylimääräisen päivän rahat voisi käyttää siihen, että saisi noille kahdelle päivälle enemmän artisteja, jotka kiinnostavat kohdeyleisöä. Kohdeyleisönä pitäisin Taipalsaaren kunnan asukkaita, jotka ovat ikääntyvää ihmisluokkaa. Tästä samaa mieltä oli Millilleen Eventsin Tommi Männistö haastattelussaan.

Yksi idea minkä kuulin festivaalikansan kanssa keskustellessa olisi siirtää torstai ilta pois ja siirtää se sunnuntaille. Sunnuntain päivän ohjelma olisi sitten joko ilmainen tai hyvin halpa ja tarkoitettu lapsille. Esiintyjinä voisi olla mm. Hevisaurus, Kikattava kakkainen, Fröbelin palikat tai Betoniporsas. Tämä päätös olisi minun mielestäni kannattava kokeilu. Sen lisäksi se tukisi Taipalsaaren kunnan strategiaa tämän vuoden päätöstä, jossa lapset otetaan jokaiseen päätökseen mukaan (Taipalsaaren kuntastrategia 2022–2025).

7.2 Esiintyjät

Esiintyjät olivat mielestäni hyvin valittu, mutta torstain pääesiintyjä ei tuntunut ylittävän kynnystä saadakseen nuoremmat kuuntelijat saapumaan paikan päälle ja ostamaan lippua.

Suosittelisin tässä miettimään minkä ikäistä kuuntelijaa haluaa houkutella paikalle. Jos haluaa niin sanotusti paikalle (22–30-vuotiaita) suosittelisin pääesiintyjäksi nostamaan juuri jotain Pyhimyksen tai Palefacen tyyliisiä artisteja. Tämä epäonnistui mielestäni tällä kertaa, sillä en usko, että Taipalsaarella tai lähialueella olisi tarpeeksi kiinnostuneita ketkä maksaisivat tästä tapahtumasta. Joten jos itse olisin päättämässä ketä kutsua paikalle ensi vuonna tähtäisin vielä nuorempaan

kuuntelijakuntaa. (13-21+ vuotiaisiin). Tällöin pääesiintyjäksi koittaisin saada mm. Gettomasa, Cleodos, Kuben tai Gasellit. Tietenkin nuo artistit olisivat varmasti kalliita ja silloin pitäisi myydä päivä täyteen, että tulisi breakeven point saavutettua. Breakeven point on, kun kokonaiskustannukset ja kokonaistulot ovat yhtä suuria. Halvempia vaihtoehtoja olisi esimerkiksi sitten Sexmane, Ibe, Nebi tai Ege zulu. Näillä artisteilla saisi varmasti nuoremmatkin kuuntelijat paikanpäälle.

7.3 Liput

Lippujen hintaan on mielestäni kaksivaihtoehtoa. Joko tehdään lipuista hieman halvempia ja pidetään esiintyjämäärä 2–3 artistissa. Tai vaihtoehtoisesti pitää lippujen hinnan suurin piirtein samana ja nostaa esiintyjämäärää.

Molemmat vaihtoehdot ovat mielestäni yhtä hyviä, mutta jos pääsisin itse valitsemaan ottaisin enemmän esiintyjä ja pitäisin lippujen hinnan mahdollisimman samana. Täten voisin ottaa mahdollisimman monta niin sanottua ”lämppäriä”. Heidän tarkoituksensa ei olisi tuoda hurjia määriä kuuntelijoita vaan lämmittää yleisö pääesiintyjille ja pitää yleinen mieliala korkealla. Tällöin voisi ottaa vähemmän hinnakkaita esiintyjä alkuun ja sitten ottaa yhden ”ison nimen” pääesiintyjäksi mm., vaikka Ege zulu.

Toinen asia lipuista minkä muuttaisin olisi VIP lipun lisääminen. VIP lippuun voisi muun muassa kuulua eturivin paikka, jotta pääsee mahdollisimman lähelle lavaa. Lisäksi hintaan voisi kuulua oma baari alue ja oma sisäänkäynti. Ensi vuonna pitäisin tämän lipun mahdollisimman simppeleinä ja myisin niin sanotusti vain pienen erän katsoakseen kiinnostaako kuuntelijoita VIP lipun mahdollisuus.

Lisäksi tekisin pakettidiilejä esimerkiksi perheille. Osta 4 lippua saat yhden lipun halvemmalla -tyyllillä. Tämä lippu olisi tietenkin vain, jos alueella on ikärajoiton keikka. Lisäksi mielestäni olisi hyvä myydä alueen sisäänkäynnillä, ennen pääesiintyjää halvalla lippuja, jos alue ei ole täysi. Esimerkiksi jos alueen maksimikapasiteetti on 1000 ihmistä ja päivän aikana lippuja on myyty 700, niin voisi portilla myydä sisäänpääsyä, vaikka puoleen hintaan pääesiintyjän ajaksi. Tällä tavalla saisi mahdollisesti houkuteltua ne ihmiset, jotka ovat alueen ulkopuolella kuuntelemassa alueen sisälle. Tämä ilmiö oli nimittäin torstain Pyhimyksen keikan aikana havaittavissa. Alueen ympärillä oli suurin piirtein 20–40 ihmistä kuuntelemassa ”ilmaiseksi”. Halvemmalla lipulla heidät saattaisi saada houkuteltua sisälle.

7.4 Brändäys

Miittisin tulevaa ajatellen tapahtuman alle T-paitoja, lippiksiä muuta vastaavaa, mutta suurin puute minun mielestäni oli, ettei tapahtumalla ollut niin sanotusti omaa fyysistä ”lippua”. Jotain mikä kiinnitetään ranteeseen tai parempi jos haluaa lisätä VIP kokemuksen omaan tapahtumaansa niin kaulaan laitettavaa VIP passia. Näin ihminen tuntee sen, että on tärkeä ja/tai tapahtumasta jää mahdollisesti fyysinen muisto. Lisäksi brändäyksellä saa tapahtuman nostettua toiselle tasolle.

7.5 Yhteistyökumppanit

Tämän vuoden tapahtuman yhteistyökumppanit olivat mielestäni hyvät. Lappeenrannan Energia ja Taipalsaaren kunta tuo tapahtumaan kotikylän ja kaupungin elementin. Näen kuitenkin paljon potentiaalia, jota ei täysin hyödynnetty. Suurin käyttämätön potentiaali oli Pölkky Baarin puuttuminen yhteistyökumppaneista. Pölkky Baari on Taipalsaaren kylän ainoa baari ja se järjesti tapahtuman aikana varjobileet. Kyseisestä baarista, joka sijaitti 50 metriä tapahtumapaikalta olisi voinut tehdä virallisen after party paikan. Tämän lisäksi Pölkky olisi voinut tarjoilla alueella oluita ja kuuluisia pizzojaan, täten helpottaen catering puolta. Lisäksi tämä olisi voinut ratkaisu olisi voinut helpottanut vegaanisten ja gluteenittomien ruokavalio ongelman.

Toinen yhteistyökumppani mielestäni olisi voinut olla joku Taipalsaaren loistavista lomakylistä. Hotelli Saimaanrannan kanssa voisi tehdä paketti hinnan, vaikka lipun ostajalle hotelli huone Saimaanrannasta alennuksella. Lisäksi Hotelli voisi lisätä kuljetukset hotellilta tapahtuma alueelle ja takaisin.

8 Yhteenveto

Taipalsaaren ensimmäinen itsenäinen festivaali Taipalsaari Sounds oli alueen kesän kohokohta. Festivaalit oli pienet, mutta toimivat ensimmäisellä kerralla. Valitettavasti jokainen päivä ei ollut täysi menestys, mutta virheistä voi oppia. Tämän lisäksi maailmalla ja jopa Suomessa on monia festivaaleja, joista ottaa mallia. Toivoisin suuresti tämän festivaalin jatkuvan vielä monta vuotta ja tahtoisin nähdä sen kasvavana suosiossa. 10 vuoden päästä toivoisin näkeväni sen kasvun mitä kyseinen festivaali on kokenut.

Taipalsaari Sounds 2022:	Kehittämisehdotus:
2 eri kohderyhmää.	Yhteen kohderyhmään keskittyminen.
2 Esiintyjää per päivä.	Enemmän esiintyjä. Lippujen hinnat liian korkeat esiintyjien määrän verrattuna.
Brändi puuttuu	Brändin tuotteita. Lippuranneke/ kaulalle ripustettava lippu. Taipalsaari Sounds tuotteita.
Yhteistyökumppanit hyvät	Lisää yhteistyökumppaneita Taipalsaarelta mm Pölkkybaari ja hotelli Saimaanranta. Tuetaan paikallista ja täten kylän asukkaat tyytyväisiä.
Esiintyjien osuvuus kohderyhmään ajatellen.	Jos haluaa pitää kaksi kohderyhmää kannattaa miettiä mitkä artistit kiinnostaisivat eniten nuorta kuuntelijakuntaa.
Vain yhdenlaisia lippuja	VIP paketin lisääminen tapahtumaan. Lisäksi voisi lisätä halvempia lippuja, jos ostaa ajoissa lipun tai pakettidiilejä.

Lähteet

(Gudgin 29.9.2022) Paul Gudgin Festival and event management Masterclass seminaarisitys Lappeenranta Nuijamies 29.9.2022 Käytetty: 30.9.2022

(Jackson 28.3.2017) Flypaper, Jhoni Jackson 28.3.2017: 7 steps to organizing your own DIY music festival 2017. Luettavissa: <https://flypaper.soundfly.com/hustle/7-steps-to-organizing-your-own-diy-music-festival/> Käytetty: 23.9.2022

(Millilleen Oy): Millilleen events omat nettisivut. Luettavissa: <https://millilleen.com/millilleen-events/> Luettu: 22.9.2022

(Ojasalo, Moilanen, Ritalahti 2015). Katri Ojasalo, Teemu Moilanen, Jarmo Ritalahti: Kehittämistyön menetelmät uudenlaista osaamista liiketoimintaan 2015 sivu 121. luettu: 16.11.2022

(Taipalsaaren kunta 2022) Taipalsaaren kunnan verkkosivut: kuntatietoa. Luettavissa: <https://www.taipalsaari.fi/fi/Kuntatietoa> Käytetty: 12.10.2022

(Kuntastrategia 2022–2025) Taipalsaaren Kunnan kuntastrategia. Luettavissa: <https://www.taipalsaari.fi/loader.aspx?id=d6c1f7c4-85e5-469f-b330-e34783954165> Käytetty: 27.10.2022

(Tilastokeskus 2022) Taipalsaaren kunnan väestö tilastokeskus 2022: luettavissa: [Taipalsaarenkunnan väestö. https://statfin.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_vamuu/statfin_vamuu_pxt_11lj.px/table/tableViewLayout1/](https://statfin.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_vamuu/statfin_vamuu_pxt_11lj.px/table/tableViewLayout1/) Luettu: 20.9.2022

(Turnbull 3.5.2021) Alice Turnbull: your 101 guide to how to organize a music festival: Luettavissa: <https://www.rosterfy.com/blog/how-to-organize-a-music-festival-rosterfy> Luettu: 23.9.2022

(Helena Vallo, Eija Häyrinen 2012): Tapahtuma on tilaisuus Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen Helena Vallo, Eija Häyrinen 2012 sivut 101–190: Luettu: 10.11.2022

(Wikipedia Taipalsaari) Wikipedia sivu Taipalsaari: luettavissa: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Taipalsaari> Luettu: 11.10.2022

Liitteet

Liite 1. Tommi Männistö, Millilleen Events -haastattelu.

Millilleen haastattelu.

Haastattelu suoritettiin (pvm). Haastattelu suoritettiin puhelinhaastatteluna.

Haastattelijana toimi Alex Kekäläinen ja haastateltavana Tommi Männistö Millilleen events omistajan kanssa

1. Kerro itsestäsi, koulutustaustastasi ja työkokemuksestasi.
2. Kerro yrityksestäsi Millilleen Oy. Miten se perustettiin ja milloin? Mistä idea sen perustamiseen? Onko yrityksessä muita osakkaita, heidän koulutuksensa ja työkokemuksensa lyhyesti. Muun mahdollisen henkilökunnan esittely lyhyesti?
3. Miten Taipalsaari Sounds tyylinen tapahtuma vaatii järjestelyjen osalta, yhteistyökumppani esimerkiksi ravintolapalvelut ym. järjestetään, miten ne järjestetään?
4. Aikaisemmat tapahtumanjärjestämiset lyhyesti, missä olleet ja minkä tyyppiset?
5. Mistä tuli päätös / idea / yhteydenotto aloittaa TS- tapahtuman järjestäminen?
6. Mitä tehtäviä oli tapahtuman suunnittelussa?
 - a. Mikä oli vaikein aspekti?
 - b. Mikä stressasi eniten?
 - c. Mikä oli helpoin?
 - d. Mitä tekisit toisin?
7. Kuinka paljon osallistujia oli kokonaisuudessa?
A) päivittäiset arviot noin?
8. Miten mainostus sujui?
9. Mitä muuttaisit tapahtumasta, jos saisit palata ajassa taaksepäin?
10. Palaako tapahtuma ensi vuonna?

Terveisesi Taipalsaaren kunnalle ja sen asukkaille

Liite 2. Tommi Männistön, Millilleen events vastaukset

Millilleen haastattelu.

1. Kerro itsestäsi

- 32-vuotias Lappeenrantaalainen
- Ammatiltaan Kultaseppä. Työskennellyt aiemmin rakennusalalla, kultaseppänä sekä ravintola-alalla.
- Lähes 20 vuoden kokemus esiintymisestä, näyttelijänä, juontajana, sirkusartistina ja tulitaitelijana
- Viisi vuotta aktiivista työskentelyä tapahtumatuotantojen parissa
- Tuotantovastuu 2018-2020 Kehruuhuoneen ja Etelä-Karjalan Osuuskaupan ohjelmistosta Lappeenrannan Kesäteatterilla
- Kulttuurin lisäksi paljon yritystilaisuuksia ja -juhlia, seminaareja, messuja sekä yksityistilaisuuksia

2. Kerro yrityksestäsi Millilleen Oy. Miten perustettiin ja milloin?

Millilleen Oy on perustettu tammikuussa 2021, päätoimialanaan saneeraus ja rakennusala. Perustettiin koronan-omautusten tuotteenä kun tapahtuma ja ravintola-ala oli suljettu. Aloin katselemaan ja suunnittelemaan muita töitä, kun ravintola-alan näkyvät olivat huonot. Ihmiset alkoivat remontoimaan kotejaan ja loma-asuntojaan, kun kotonta ei "päässyt mihinkään". Siivitoimena ja "sesonkihaarana" Millilleen Events, jonka toimialana on tapahtumatuotanto.

3. Onko sinulla aikaisempaa kokemusta tapahtumanjärjestämisestä?

Kts. kohdat 1. ja 2.

4. Jos on miten ne erosivat Taipalsaari Sounds tapahtumasta?

Taipalsaari Sounds oli kokonaan yritykseni omaa tuotantoa ja niin sanotusti omalla rahalla tehty. Aiemmat tapahtumat on tehty työntekijänä, nyt yrittäjänä. Kaikki riskit olivat siis itselläni.

5. Mistä tuli päätös aloittaa tapahtuman järjestäminen?

Tuotin Taipalsaaren kunnalle, kunnan 450-v pääjuhlan kesällä 2021. Tästä innoituin paikasta ja kunta oli myös kiinnostunut kaupallisesta musiikkitapahtumasta heille.

6. Mitä tehtäviä oli tapahtuman suunnittelussa?

a. Mikä oli vaikein aspekti?

Rahoitus ja riskinotto kyky. Yhteistyökumppaneiden saaminen täysin uuteen tapahtumaan.

b. Mikä stressasi eniten?

Kannattavuus, tuleeko tarpeeksi yleisöä.

c. Mikä oli helpoin?

Ideointi.

7. Mistä sait idean järjestää festivaalin Taipalsaarella?

Kts. kohta 5.

8. Kuinka paljon osallistujia oli kokonaisuudessa?

noin 1800

9. Miten mainostus sujui?

Ennakkosuunnitelman mukaisesti ja budjetoidusti. Mainosbudjetti oli noin 10 % kokonaisbudjetista.

Mutta aina mainostuksissa oppii joihin, mitä voi tehdä toisin.

Tapahtumalla pitäisi olla verkkosivut, joita ei vielä kesällä ollut, nyt on.

10. Mitä muuttaisit tapahtumasta, jos saisit palata ajassa taaksepäin?

Keskittyisin vain yhteen kohderyhmään, jättäisin nuoremman väen kohderyhmänä huomioita tapahtuman perusteella.

11. Palaako tapahtuma ensi vuonna?

Suunnittelu on kovaa vauhtia käynnissä, yleinen kulujen nousu rasittaa tapahtumatuotantoa ja tekee kokonaisuuden toteuttamisesta haastavamman. Pyrimme toteuttamaan tapahtuman myös kesällä 2023.

Lisäkysymys saanko käyttää Turon ilmakuvaa tapahtuma alueen näyttämässä opparissa?

Saa käyttää. Muista mainita kuvaja.