



Urheilutapahtuman suoratoiston kaupallistaminen

Osmo Rahikainen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Medianomi – journalismi

Opinnäytetyö

2022

Tiivistelmä

Tekijä(t) Osmo Rahikainen
Tutkinto Medianomi - journalismi
Raportin/Opinnäytetyön nimi Urheilutapahtuman suoratoiston kaupallistaminen
Sivu- ja liitesivumäärä 40 + 2
<p>Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö, jossa kuvataan TuuskiKiekko ry:n otteluita suoratoistona välittävän kuvaustuotantopalvelun perustamista ja kehittämistä.</p> <p>Opinnäytetyössä käydään läpi käytännön ongelmien ratkaisua ja uusien ideoiden käytäntöjen, tuotteiden ja palveluiden tuottamista. Ideana on luonnostella, kehitellä ja ottaa käyttöön käytännöllisiä ratkaisuja.</p> <p>Projektissa korostuu suunnittelu ja sen toteuttamisen etenemisen hallinta. Lähtökohdat ovat oma osaaminen ja näkemys ottelutapahtuman kaupallistamisesta. Tavoitteena on saada tuotettua luotettavaa suoratoistoa kaikkien osapuolten kannalta. Työmuodoksi luodaan työprosessi, jota noudatetaan. Prosessin etenemisessä kehitetään projektin prosessia kokemusten perusteella. Lopputuloksissa analysoidaan projektin eri osa-alueita ja sen toteuttamismahdollisuuksia sekä kehityskohteita.</p> <p>Kaiken kaikkiaan siis tarkoituksena on ihmisten välisen vuorovaikutuksen, tiedon tuottamisen, yhteistyökuvioiden luomisen, tekemiseen heittäytymisen, virheistä oppimisen ja positiivisen epävarmuuden kautta saada toteutettua jotain uutta.</p> <p>Lisäksi otteluiden suoratoistoille haettiin sosiaalisen median näkyvyyttä ennakkovideohaastatteluilta ja ottelun jälkeisillä huippuhetkien videolla.</p> <p>Tulonmuodostuksellisesti merkittävässä osassa TuusKille oli heidän hankkimansa ottelusponsorit jokaiseen suoratoistettavaan otteluun.</p>
Asiasanat Suoratoisto, maksumuuri, sitouttaminen, otteluennakko

Sisällysluettelo

1 Johdanto	1
2 Suorista TV-lähetyksistä suoratoistoon	3
3 Eventio Oy – tapahtumakauppa ja suoratoiston nettialusta	5
4 Tuuski ry – kuvatuotannon tilaaja	8
5 Suoratoiston tekeminen urheilutapahtumasta	10
6 Tekijänoikeudet – musiikin kuuluminen livestriimauslähetyksessä	15
6.1. Teoston vastaus tekijänoikeuksiin musiikin osalta	15
7 Sosiaalisen median markkinointi otteluihin sekä sponsorit	17
8 Päiväkirja	20
8.1. Päiväkirja 1 - testiottelu	20
8.2. Päiväkirja 2 – ottelu 1	22
8.3. Päiväkirja 3 – ottelu 2	25
8.4. Päiväkirja 4 - puolivälieräottelu	27
8.5. Päiväkirja 5 – välieräottelu 1	28
8.6. Päiväkirja 6 – finaali 2	30
8.7. Päiväkirja 7 – finaali 3	31
9 Sosiaalisen median näkyvyyden yhteenveto	33
10 Projektin yhteenveto.....	36
11 Urheilusuoratoiston kaupallistamisen mahdollisuudet	38
LÄHTEET.....	39

1 Johdanto

Olen ajautunut media-alalle 14 vuotta sitten Haaga-Helia ammattikorkeakoulun Urheilujournalisimin erikoistumisopinnojen myötä. Viimeiset viisi vuotta olen keskittynyt pääasiassa urheilutapahtumien suoratoistoon. Suoratoistossa ääni- ja videotiedostoa aletaan toistaa katselijan päätelaitteella ennen kuin koko tiedosto on kokonaan siirrettynä päätelaitteelle (Jyväskylän yliopisto 2022).

Opinnäyteprojektissa minä olin TuusKiekko ry:n edustusjoukkueen TuusKin loppukauden otteluiden videokuvan kuvaamisen, kuvan siirtämisen katsottavaksi verkkokauppa-alustalle suoratoistona sekä katsomisen lipunmyynnin tuottajana.

Tavoitteena oli tehdä joka ottelusta videoennakot ja maalikoosteet. Julkaisualustana niille olisi TuusKin sosiaalisen median alustoilla Facebookissa ja Instagramissa. Lisäksi suunnitelmana oli tehdä kaikista tuotetuista videoista soittolista Youtubeen ja upottaa se näkymään TuusKiekkon internet-sivuille, joiden osoite on www.tuuskiekko.fi.

Tavoitteena oli saada ottelut tuotettua ja kuvattua suoratoistona kaikkia osapuolia tyydyttävällä tasolla laadukkaasti ja taloudellisesti. Samalla tarkoitus oli pohtia, miten prosessia voisi kehittää aina vain kannattavammaksi ja kattavammaksi.

Minulla oli tuottajana oma budjetti. Palvelun hinta TuusKille oli kiinteä. Itse tuottamisessa ja sen markkinoinnissa minulla oli tarvittava tietotaito aikaisemman työ- ja opiskelukokemuksen kautta.

Projekti eteni kuvauslupien saamisen jälkeen neuvotteluista testipeliin. Sen perusteella luotiin periaatteet loppukauden pelien suoratoistolle ja sosiaalisen median markkinoinnille.

Otteluittain opittiin lisää eri videomateriaalien hyödyntämisestä, sosiaalisen median markkinoinnista, itse joukkueesta ja sen yhteisestä toiminnasta.

Taloudelliselta kannalta jokaisen tulee aina miettiä millä hinnalla on valmis tekemään tuotantoja. Se täytyy aina suhteuttaa myös tehtävän työn määrään. Tässä projektissa en ottanut oman työn osuutta huomioon kuin 50 %. Opinnäytetyön osuus työosuudestani oli toinen 50 %. Jäljelle jäänyt osuus laskutettavasta summasta muodostui käytännössä kuvauskaluston ja muun teknisen toteutuksen laitteistojen käytön kautta.

Sitä pystyykö pienen budjetin urheiluseura maksamaan koko tuotannon kustannukset, on arvioitava tapauskohtaisesti. Asia riippuu paljon myös siitä, kuinka paljon seuran yhteistyökumppanit ovat valmiita maksamaan mm. sosiaalisen median näkyvyydestä.

Kaikkien viiden ottelun tuottaminen suunnitellulla prosessilla toimi hyvin koko projektin ajan.

Kausi päättyi loistavasti TuusKin mestaruuteen. Toisen finaalin vieraskentällä Sipossa kävin extrana kuvaamassa järjestelmäkamaralla tulevia markkinointimahdollisuuksia varten.

2 Suorista TV-lähetyksistä suoratoistoon

Sähkön keksiminen 1800-luvulla on perusta kaikelle sähköiselle tiedonvälitykselle lennättimen aloittamana. 150 vuodessa siis tiedonvälitys on kehittynyt tasaisen isoin harppauksin. Taloudellisen hyödyn tavoittelu sekä poliittinen vaikuttaminen on siihen isoina motiiveina. (Kuortti 2015, 109-113)

Televiisilähetykset aloitettiin Euroopan suurissa maissa ja USA:ssa 1930-luvun puolen välin jälkeen. Suomessa ensimmäinen julkinen TV-lähetys tehtiin Teknillisen korkeakoulun toimesta 24.5.1955.

Ensimmäinen suora urheilulähetys välitettiin 28.2.1957. Se kuvattiin Olympia-stadionilla Suomi-Ruotsi MM-jalkapallo-ottelusta. (Ilmonen 1996, 97-105)

Internetin välityksellä saatiin suoratoistona katsottavaksi YLE:n TV-ohjelmia, kun Yle Areena avattiin perjantaina 15.6.2007 klo 12. (YLE uutiset, 2017)

Yle Areena on tietoverkkojen välityksellä toimiva suoratoistopalvelu. Nykyään kaikki ohjelmat tulevat suorana YLE Areenasta ja YLE Areenassa on mahdollista katsoa myös Live-ohjelmia, joita ei YLE1, YLE2 tai YLE5 esitä.

13.4.1957 Oy Mainos-TV-Reklam Ab perustettiin. Se vuokrasi Yleisradiolta lähetyssaikaa.

13.4.1957 heillä oli ensimmäinen suora lähetys Yleisradion kanssa. Oma lähetystoiminta alkoi 1958, kaikki lähetykset olivat suorina lähetyksiä.

2.9.1993 oma toimilupa, MTV3 -kanava aloitti toimintansa. Digikanavien toiminta käynnistyi 27.8.2001. (Särkelä 2020, toim., 14-37)

Monien omistusjärjestelyjen jälkeen MTV on nykyään osa Telia Companya. (MTV-uutiset, 2019)

Sen päätuoteita puolestaan ovat puhelin- ja laajakaistayhteydet, joita myös suoratoistettavissa tapahtumissa käytetään kuvan välittämiseen maksullisessa Cmore-palvelussa, jonka internet-osoite on www.cmore.fi.

Nelonen aloitti 1.6.1997 kaapelikanava PTV4:n seuraajana. Nelosen Netti-TV:stä alkoi 17.7.2006 alkaen tulla ulkomaisia sarjoja. (Afterdawn Suomi. 2007)

Nykyinen Nelosen palvelu on nimeltään Ruutu ja sinne tuotetaan myös paljon kotimaisia sarjoja. Siellä on oma laaja osionsa urheilun suoratoisteluille tapahtumille. Urheilulähetykset kuuluvat Ruudun perusmaksulliseen palveluun. Nelonen ja Ruutu ovat osa Sanoman konsernia. Ruutu-palvelun internet-osoite on www.ruutu.fi.

Suomen Hippos ry aloitti oman ravien live-lähetysten näyttämisen satelliittilähetyksinä 1990-luvun puolivälissä. Sittemmin sen toiminta siirtyi Fintoto Oy:lle 2000-luvun laussa. Se laajensi palvelun

myös internet-pohjaiseksi 1.1.2011. Suomen peliyhtiöiden yhdistymisen myötä 1.1.2017 TotoTV siirtyi osaksi VeikkausTV:tä. VeikkausTV:ssä on Veikkauksen pelitilin kautta mahdollista katsoa paljon myös muuta live-urheilua osoitteessa www.veikkaustv.fi.

Opinnäytetyön suoratoiston kaupallistamisprojekti toteutetaan TuusKin jääkiekko-otteluissa. Suomen jääkiekkoliitolla on ollut vuodesta 2021 oma maksullinen alusta osoitteessa www.leijonat.tv. Siellä heidän tärkeimpien sarjojen ottelut suoratoistetaan automaattikameroiden avulla. TuusKi pelaa jääkiekon 2. divisioonaa ja heidän otteluistaan ei kuvaa leijonat.tv:hen mene. Sain täten Suomen jääkiekkoliitolta luvan toteuttaa tämän projektin.

Internet-yhteyksien nopeutuminen ja mobiililaitteiden suosion kasvu on saanut 2000-luvulla video-pohjaisten materiaalien jakamisen internetissä sekä suoratoistolähetysten tekemisen suosion kasvamaan isoksi.

Videopalveluiden pioneeri internetissä on Youtube, jonne ensimmäinen video ladattiin 23.4.2005. (Iltalehti, 2005). Google osti Youtuben ennätyksellisellä hinnalla 1,3 miljardilla eurolla loppuvuodesta 2006. (YLE, 2006). Google kehitti 2010-luvulla suoratoistoalustan Youtuben palveluun.

Nykyään suoratoistaminen on mahdollista maksuttomasti lähes kaikilla some-alustoilla kuten Facebookissa, Instagramissa, Twitterissä, TikTokissa, Twitchissä. Ansaintalogiikkana sosiaalisen median palvelun tarjoajilla on mainoksien myyminen. (Nykänen J, 2019, 11)

Internetin sosiaalisen median palveluiden vahvuus on niiden ilmaisuus käyttäjille ja laaja käyttäjäkunta. Siitä huolimatta valitsin opinnäytetyöprojektissa ottelukohtaisen maksullisen tapahtuman välittämisen suoratoistona internetin kautta.

3 Eventio Oy – tapahtumakauppa ja suoratoiston nettialusta

Luvan otteluiden suoratoistoon kysyin Suomen jääkiekkoliitolta. Suomen jääkiekkoliitolla on oikeudet omien sarjojensa näyttämiseen suoratoistona.

Otteluiden esittämiseen maksumuurin takana valikoitui Evention Oy:n verkkokauppa-alusta, joka löytyy osoitteesta www.eventio.com. Eventionilta sain luvan raportoida projektista tähän opinnäyte-työhön.

Maksumuuri tarkoittaa sitä, että asiakas joutuu maksamaan palvelusta ennen sen käyttämistä. Ilman maksua palvelun käyttö on tietoteknisesti estettynä. (Haapanen M, 2012)

Eventionilla on tarjota asiakkailleen perusmaksuton palvelu lipunmyyntiin ja suoran ottelulähetyksen välittämiseen katsojille. Evention kanssa tulee tehdä sopimus, tässä tapauksessa sopijapuolena oli yrityksemme OAV-ohjelmalvelut. Palveluun tulee itse tehdä perusasetukset ja perustaa tapahtumat sekä hinnoitella ne. Evention perii myydyistä lipuista kiinteän maksun. Muita kuluja ei tuottajalle verkkokauppa-alustan käyttämisestä ole. Lipun myynnin tulojen ja Eventionin osuuden erotus tilitetään palvelun tuottajalle kuukausittain.

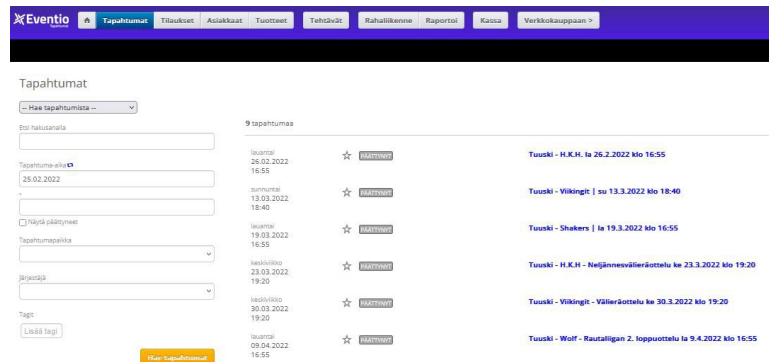
Eventionin palvelussa suoratoistettu tapahtuma on kokonaan suoratoiston tuottajan oma tuotanto. Se mahdollistaa yhteistyökumppaneiden näkymisen vapaasti lähetyksissä.

Harkinnassa oli myös esittää otteluiden suoratoistot Youtubessa. Se olisi kieltämättä tuonut lisää katsojia, mutta olisi samalla voinut vähentää TuusKin otteluiden lipunmyyntituloja. Päädettiin TuusKin kanssa hyödyntämään videokuvaa sosiaalisessa mediassa otteluennakoiden sekä ottelun huippuhetket -videoiden kautta.

Eventionin verkkokauppa-alustalla on tapahtumien perustaminen helppoa. Ensimmäiseen tapahtumaan täytyy nähdä hieman vaivaa ja opetella alustan logiikkaa. Sen jälkeen voi perustaa perustapahtuman, josta voi luoda uusia varten kopion. Siihen muutetaan uuden tapahtuman oikeat tiedot, päivämäärät, hinnat ja muut yksilöivät asiat.

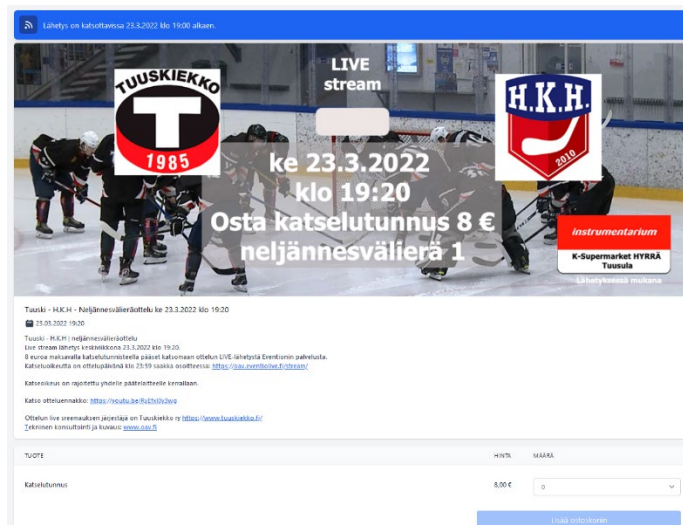
Tässä on listaus kaikista toteutetuista projektin tapahtumista Eventionin verkkokauppa-alustalla.

Projektissa toteutettiin 1 testitapahtuma ja 5 maksullista tapahtumaa.



Asiakkaalle katselu oikeuden ostaminen on helppo. Liput voi maksaa kaikkien verkkopankkien kautta parilla klikkauksella. Maksupalveluiden kulut kuuluvat Eventionin kiinteään provisioon ostetusta lipusta.

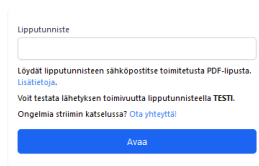
Evention lipunmyyntisivulle tein Adoben Photoshopilla grafiikat otteluittain. Otteluiden myötä grafiikoihin saatiin mukaan myös kuvia pelikentältä.



Eventionin lipunmyyntisivulla ottelu näkyi näin.

Ottelun infossa oli selkeät ohjeet asiakkaille lipunmyynnin hankkimiseen sekä suoratoiston järjestävät tahot.

Valittuaan lipun ostoskoriin, asiakas pääsi maksamaan katselutunnuksen pankkitunnuksilla.



powered by
Eventio

Asiakkaalle lähetettiin sähköpostilla katselutunnus, jolla pääsi osoitteessa <https://oav.eventiolive.fi/stream/>

syöttämään tunnuksen ja aloittamaan ottelun katselun.

Suoratoisto näkyi Eventionin omassa videosoittimessa. Siinä oli myös ottelun kelausmahdollisuus, joten ottelun katsomisen pystyi aloittamaan myös jälkikäteen. Katseluoikeus oli rajattu ottelupäivänä klo 24.00 saakka.

Kuvakaappaus Eventionin videosoittimesta.



Tuuski - Viikingit - Välieräottelu ke 30.3.2022 klo 19:20

Tuuski - Viikingit 1. välierä 30.3.2022 klo 19:20. Katseluoikeus on aktiivinen ottelupäivänä klo 19:00 - 24:00.

Poistu

powered by
Eventio

4 TuusKi ry – kuvatuotannon tilaaja

TuusKiekko on 1985 perustettu tuusulalainen jääkiekkoseura, joka pelaa TuusKi-nimellä Suomen jääkiekkoliiton II-divisioonan etelän lohkoa. Joukkue pelaa kotiottelunsa Hyrylä 2 jäähallissa.

Kaikessa liiketoiminnassa tuotantoja ja tilauksia tulee asiakkaan tarpeesta. Niin tässäkin tapauksessa. TuusKilla oli tarve saada myös joukkueen valmentajalle ottelusta laadukas videotallenne ottelun analysointia varten. Lisäksi sosiaalisen median näkyvyyden ja yleisen uskottavuuden lisäämiseen heillä oli tarvetta.

Tuottajana lähdin projektiin siten, että asetin TuusKille tietyn hinnan edellä mainittujen palveluiden tuottamisesta heille. Laskutettavasta hinnasta vähennettiin otteluiden Eventionin alustalla myytyjen katselulippujen nettomyynti.

Internetissä suoran maksun ottaminen palveluista ei ole ollut kovin kannattavaa. Internet syntyi 1990-luvulla maksuttoman viestinnän periaatteelle. Se on edelleen vallitsevana suuntana

Lippujen maksullisudella samalla pyrittiin suojaamaan hallin ovella ostettavien lippujen määrän pysymistä normaalilla tasolla. Vierasjoukkueen katsojille palvelu tarjosi mahdollisuuden nähdä ottelu suoratoistona kotoaan.

TuusKilla oli mahdollisuus myydä suoratoistettaville otteluille sponsori kuluja kattaakseen. Eventionin alustalla sponsorien näyttämiseksi lähetyksessä ei ole rajoitteita. Lisäksi sponsorit olivat esillä sosiaaliseen mediaan ladatuissa videoissa.

Kun lupa Jääkiekkoliitolta oli otteluiden näyttämiseen saatu, aloitin neuvottelut TuusKin kanssa käytännön asioita. Ehdotin, että teemme ensin suoratoiston testipelistä.

Siinä saisin testattua Eventionin alustan toimivuuden ja luotettavuuden suoratoiston toteuttamiseen. Sen täytyy olla varmatoiminen, koska asiakkaat maksavat ottelun katselusta.

Testiotteluksi päätettiin 26.2.2022 pelattava TuusKi – HKH -ottelu. Sen kokemusten perustella päätäisiin lopullisesti toteutetaanko tämä projekti loppukauden otteluiden osalta.

Testiottelun kautta sain itse varmuuden tuotantojen onnistumisesta. Myös TuusKi sai uskoa, että se tulisi olemaan heillekin kannattavaa. Heillä oli jatkuvaa tarvetta saada myös näkyvyyttä joukkueelle.

Tuotannon osalta sovittiin, että joukkueen johtoryhmä ja pelaajat sitoutuvat otteluittain yhteen peliä edeltävään videohaastatteluun. Haastattelusta tehtäisiin otteluennakko, joka päivitetään TuusKin some-alustoille Facebookiin ja Instagramiin.

Nettilähetyksen katseluoikeuden hinnaksi päätettiin kahdeksan euroa. Hinta sisälsi arvonlisäveron 24 %. Eventionin osuus on heidän vakiohinnoittelunsa mukaan kaksi euroa per lippu plus arvonlisävero 24 %. Hallilla ottelun pääsylipun hinta oli seitsemän euroa.

Otteluiden markkinoinnista sovittiin, että TuusKi tekee oman mainoksensa ottelutapahtumasta jäähallin normaalitapahtumaa varten.

Minä tein sosiaalisen median markkinoinnin otteluennakkovideon muodossa ja jälkimarkkinoinnin otteluiden huippuhetket -videon kautta. Minulle annettiin oikeudet TuusKin Some-alustoille tietojen päivittämiseen osoitteissa facebook.com/tuuskiekko ja instagram.com/tuuskiekko. Lisäksi sain käyttäjätunnukset TuusKin nettisivujen päivitykseen WordPress -alustalle internet-osoitteessa TuusKiekko.fi.

Sosiaalisen median videoihin editoin mainosvideopohjan Adobe Premiere Pro -ohjelmalla. Siihen oli helppo vaihtaa ottelun sponsori ottelutapahtumittain.

Sponsoreiden hankinta, hinnoittelu ja laskutus oli kokonaan TuusKin vastuulla. Tarvittaessa kerroin sponsoreille millaista näkyvyyttä he sponsoroinnista saivat. Sponsoritulot menivät kokonaisuudessaan TuusKille. Meillä oli kiinteä hinnoittelu tuotanto- ja markkinointipaketista TuusKille jokaisesta toteutuneesta ottelutapahtumasta

5 Suoratoiston tekeminen urheilutapahtumasta

Viimeisen viiden vuoden aikana langattoman kuvan välittämisen teknologiat ovat kehittyneet, varsinkin Suomessa, paljon. Suoratoistossa vaaditaan vakaata tietoliikenneyhteyttä ulospäin (upload). Suomessa etuna on se, että asiakkaan käytössä olevan tietoliikenneyhteyden siirtomäärä on pääsääntöisesti rajaton sovitulla kiinteällä hinnalla. Monissa maissa laskutetaan edelleen siirretyn datan määrästä.

Käytetyin tapa hyödyntää tietoliikennettä on tietojen lataaminen koneelle. Videoiden katseleminen sosiaalisessa mediassa, suoratoistopalveluiden videot, etäkokoukset livenä ovat tulleet osaksi arkeamme.

4G-teknologian, tukiasemien lisääntymisen sekä käytössä olevien 4G-reitittimien ansiosta nykyään myös pienemmän budjetin suoratoistotuotantoja on mahdollista välittää luotettavasti asiakkaiden katsottavaksi. Koska TuusKin otteluiden katsomisesta otettiin maksumuurin takana maksu, lähetyksen välittämisen tuli olla luotettavaa. Nopeasti parin viime vuoden aikana laajentunut 5G-verkko mahdollistaa tulevaisuudessa entistä varmemman ja laadukkaamman kuvan välittämisen tietoverkoissa.

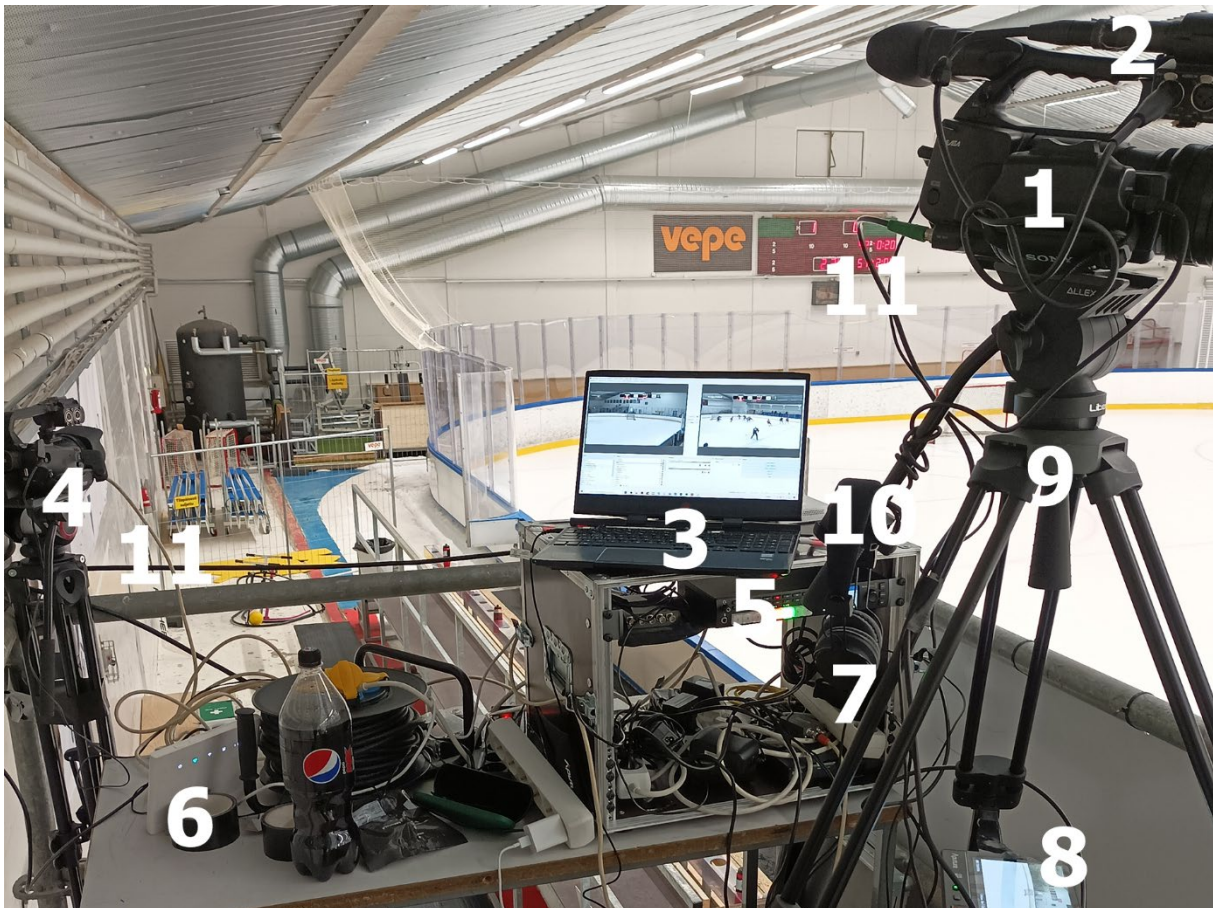
TuusKin jäähalli oli lähtökohdiltaan haastava tietoliikenneyhteyksin kannalta. Alueella on nopea 4G-verkkoyhteys, mutta halli on rakennettu metallisista tukirakenteista. Ne muodostavat hallin sisälle ns. Faradayn -häkin. Faradayn häkin sisälle ei pääse sähkömagneettista säteilyä (Kinnunen 2019). Tämä ongelma tulee esiin useissa urheilutiloissa. Tuusulan jäähallissa ongelma oli ratkaistu hallin ulkoisella antennilla.

Ottelun kuvaus toteutettiin yhdellä kameralla. Videokuva tietokoneelle tuli Blackmagic -kuvamikserin kautta. Kamerana oli Sony EX-1 -kamera, jolla on mahdollista kuvata hyvälaatuista HD-tason kuvaa kuvaformaattilla 1280/720 50P. Viisikymmentä kuvaa (frame) sekunnissa varmistaa nopeasakin liikkeessä tarkan kuvan. Ulosmenevän kuvan nopeus (bitrate) oli 2500 Kbps.

Suoratoistoon käytettiin ilmaista OBS-ohjelmaa tietokoneen kautta. Samalla lähetykseen lisättiin tulosgrafiikat.



Otteluiden kuvaaminen tapahtui korkealta rakennustelineiden päältä.



- 1) Pääkamera Sony EX-1
- 2) Peliäänet haulikkomikrofonilla
- 3) Kannettavalta tietokoneelta OBS-ohjelman kautta lähetyksen teko (kuvan kaappaus, kuvan miksaaminen, kuvan siirtäminen Eventionin palveluun, grafiikat, mainosvideot, maalikoostevideot, otteluvideon tallennus)

- 4) Kelloa kuvaava videokamera Canon XA-25
- 5) Blackmagic television studio kuvalähteiden miksaamiseen
- 6) 4G -reititin internet-yhteydettä varten. Reitittimestä lähti antenni kaapeli ulkona olleeseen erilliseen isompaan antenniin.
- 7) Kuulokkeet ulosmenevän äänen monitorointiin.
- 8) Erillinen pikkunäyttö kamerakuvan tarkasteluun
- 9) Kamerajalka, jossa herkkä, hyvällä vastuksella varustettu kuulapää
- 10) Ulkoinen servo zoom, jota pystyi käyttämään kameran varresta suoraan
- 11) Kuva siirtyi kuvamikserille kameroista SDI-kaapeleita pitkin

Toinen kamera kuvasi ottelun pelikelloa ja siitä kuvasta tehtiin kuva kuvassa toiminnolla pelkän pelikellon rajaus Blackmagic-kuvamikserin ulosmenevään kuvaan. Pelikelloa kokonaisuudessaan oli mahdollisuus näyttää kuvamikserin kautta tilanteen niin vaatiessa, esim. rangaistukseksi annetun jäähyn näyttämiseksi.

Grafiikoita oli etukäteen myös kopioitu Suomen jääkiekkoliiton tulospalvelusta. Myös live-tulosseurannan selainikkuna jääkiekkoliiton internet-sivuilta oli mahdollista OBS:n kautta lisätä lähetykseen. Myös maalien uusinnat (replay) näytettiin maalia seuraavalla pelikatolla.

Yksi ihminen eli tässä tapauksessa minä tein koko kuvauspaikan rakentamisen, lähetyksen kuvaamisen, grafiikat, uusintojen ja videoiden ajot. Se on kustannustehokas työmalli.

Tätä työmallia haluaa toteuttaa, kannattaa askel askeleelta luoda oma tapa tehdä omilla laitteistoilla suoratoistolähetys.

Kuvaamisessa toteutin hybridimallia. Kuvaan pyritään saamaan aina kaikki pelaajat kenttäpuoliskoittain näkyviin. Se palvelee valmennusta otteluanalyseissä videotallennetta katsottaessa. Rajaus pidettiin tässä tapauksessa kuitenkin mahdollisimman tiukkana, jotta katsojat saisivat mahdollisemman hyvän tunnelman suoratoistoa katsoessaan. Lähikuvia kuvattiin pelikatkoilla.

Otteluissa oli kaikissa pääosin sama rakenne lähetyselementtien osalta.

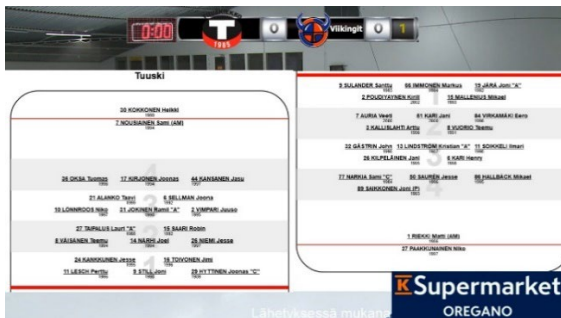


Hetken aikaa näytettiin kuvaa hallista.

Sen jälkeen ajettiin lähetykseen etukäteen tehty otteluennakkovideo kolmesta viiteen kertaa peräkkäin.

Otteluennakko oli mukana otteluisännän video-mainos.

Lähetykset Eventioon aloitettiin 20 minuuttia ennen ottelun alkua. Alussa näytettiin grafiikkaa pari minuuttia.



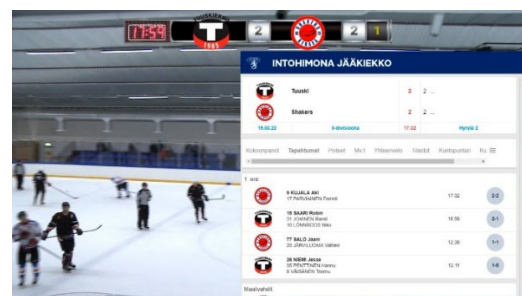
Pelin alkuun näytettiin grafiikoilla joukkueiden kokoonpanot ja otteluisännän mainos.

Ottelukuvaa perusgrafiikoilla: joukkueet, maalit, erä

Lisäksi aina näkyvissä kuvamikserin kautta pelikello kakkoskamerasta.



Maalien uusintojen näyttäminen.



Tulospalvelu Jääkiekkoliiton tulospalvelusivulta.



Kellokameralla voitiin näyttää kuvamikserin kautta koko pelikello, tässä jäähyn jäljellä olemisen näyttäminen.



OBS:n kautta sai nopeasti tehtyä otteluiden huippuhetkien videoleikkeistä videosoittolistan, jota näytettiin erätauoilla ja ottelun päätteksi. Koko ottelun huippuhetkien pituus oli keskimäärin noin kahdeksan minuuttia. Sen alussa ja lopussa näytettiin aina otteluisännän logo.

6 Tekijänoikeudet – musiikin kuuluminen livestriimauslähetyksessä

Otteluiden alussa, pelikatkoilla ja erätauoilla soitetaan jääkiekko-otteluissa lähes aina musiikkia tunnelman luomiseksi hallissa paikalla olevalle yleisölle. Teoston internet-sivuilta ei löytynyt tulkin-
taa Teosto-maksuista tältä osin suoratoistossa. Kysyin Teostolta sähköpostitse musiikin tekijänoi-
keuksiin liittyviä seikkoja, nimenomaan lähetyksessä mahdollisesti kuuluvan jäähallissa soitettavan
musiikin osalta.

6.1. Teoston vastaus tekijänoikeuksiin musiikin osalta

Teoston medialisensointien tuotepäällikön Antti Valkaman vastaus sähköpostiini 25.2.2022:

”Lähtökohtaisesti musiikin julkiseen esittämiseen tarvitaan aina lupa, vaikka muutamia poikkeuk-
siakin tekijänoikeuslaista löytyy. Julkisella esittämisellä tarkoitetaan musiikin esittämistä läsnäole-
valle yleisölle ja esimerkiksi jäähallissa pelitaukojen aikana soiva musiikki on tekijänoikeuksien nä-
kökulmasta julkista esittämistä. Poikkeukset julkisen esittämisen osalta koskevat opetusta ja juma-
lanpalveluksia, tekijänoikeuslaki katsoo, että musiikkia saa käyttää näissä yhteyksissä vapaasti il-
man erillisiä korvauksia.

Radiossa, televisiossa tai internetissä tapahtuva musiikin käyttö ei ole enää julkista esittämistä,
vaan silloin kyseeseen tulee oikeuksien näkökulmasta yleisölle välittäminen. Julkisen esittämisen
ja yleisölle välittämisen ero on pieni, mutta esimerkiksi edellä mainittujen poikkeuksien suhteen se
tarkoittaa käytännössä sitä, että esimerkiksi luokahuoneessa tapahtuva musiikin käyttö ei tarvitse
lupaa, mutta mikäli opetus tapahtuu verkon yli, niin silloin lupa puolestaan tarvitaan, koska poik-
keus koskee vain julkista esittämistä, mitä verkkolähetys tai suoratoisto ei ole.

Jääkiekkoliitto kuuluu Suomen Olympiakomiteaan ja Teostolla on sopimus Olympiakomitean
kanssa julkisesta esittämisestä. Tällä kattosopimuksella on siis sovittu tekijänoikeuskorvauksista
julkisen esittämisen osalta. TuusKin ei siis tarvitse hakea lupia julkiseen esittämiseen, koska lupa-
asiat on jo hoidettu kattosopimuksella, ja TuusKi on Jääkiekkoliiton alainen seura.

Tässä kohtaa on hyvä huomioida, että sopimus ei kata yleisölle välittämistä. Jos ottelu esimerkiksi
välitetään radiossa, tarvitsee radiolla olla tarvittava lupa musiikin osalta yleisölle välittämiseen ja
sama koskee luonnollisesti televisiokanavaa tai toimijoita, jotka striimaavat ottelua yleisölle.

Lisensoinnin tavoitteena on saada oikeudenomistajille reilu korvaus oikeuksien hyödyntämisestä ja
samalla mahdollistaa musiikin monimuotoinen käyttö erilaisissa käyttöyhteyksissä. Varsinaiseen
luvan tarpeeseen liittyy erilaisia lisensointikäytäntöjä, jotka vaikuttavat tarvittavaan lupaan ja sen
hintaan. Hinnoittelussa pyritään huomioimaan musiikin merkitys, käytön laajuus ja musiikista saa-
tava hyöty. Esimerkiksi radiotoiminnassa musiikin rooli on yleensä merkittävä ja

musiikkioikeuksista maksettava korvaus saattaa olla suurimmillaan jopa 9,6 % radion arvonlisäverottomasta liikevaihdosta. Vastaavasti esimerkiksi maksullisilla urheilukanavilla (TV) musiikin rooli on merkittävästi pienempi ja silloin korvaus saattaa olla vain 0,65 % kanavan arvonlisäverottomasta tilausmaksutulosta. (Liikevaihtopohjaista hinnoittelua sovelletaan yleensä toimijoihin, joiden liikevaihto ylittää vuodessa 50 000 €. Pienempää toimintaa pyritään lisensoimaan kiinteillä hinnoilla, jotta oikeuksien hallinnointi olisi mahdollisimman tehokasta.)

Lätkämatsin striimauksen kannalta tämä kaikki tarkoittaa sitä, että striimin toteuttavan tahon olisi huolehdittava yleisölle välittämisestä. Jos striimi toteutetaan ilmaisena ja alustana käytetään YouTubea, erillistä lupaa ei kuitenkaan enää tarvita, sillä Teoston ja Googlen välinen sopimus kattaa ilmaiset livestriimit ko. alustalla. Mikäli striimiin myydään lippuja tai katseluoikeuksia, niin silloin erillinen lupa on tarpeen alustasta huolimatta.

Jos toiminta on pientä, on Mediapienlupa riittävä ja hinta määräytyy sen perusteella, että paljonko striimissä on arviolta musiikkia. Mikäli striimissä olisi musiikkia korkeintaan 20 min., olisi kustannus n. 37 € + alv.

Kyseessä olisi kuukausimaksu, jolloin periaatteessa striimejä olisi mahdollista välittää yleisölle useana eri päivänä, koska missään vaiheessa musiikkia ei olisi kuitenkaan samanaikaisesti tarjolla yli 20 minuuttia. Jos tarkoituksena olisi striimata vain yksi ottelu, niin silloin vähimmäislaskutuksena toimisi yhden kk veloitus.

Mikäli ottelut jäävät tallenteina myöhemmin katsottaviksi, niin silloin tarjolle saatetun musiikin määrä nousee ja sillä on luonnollisesti vaikutusta korvauksen suuruuteen.”

TuusKin pelit siis kuuluivat Teoston mukaan tekijänoikeuksissa olevaan musiikin välittämisen kategoriaan suoraroistoissa.

Teoston vastauksen perusteella päätin, ettei musiikkia TuusKin peleissä mene ulos lähetykseen Eventionin maksumuurin takana olevalle alustalle. Ratkaisin asian vaimentamalla lähetyksestä äänet manuaalisesti musiikin soidessa hallissa. Erätauoilla ja ottelun jälkeen lähetykseen näytettiin ottelun huippuhetkiä tallenteelta, joten hallin äänet eivät päässeet lähetykseen.

7 Sosiaalisen median markkinointi otteluihin sekä sponsorit

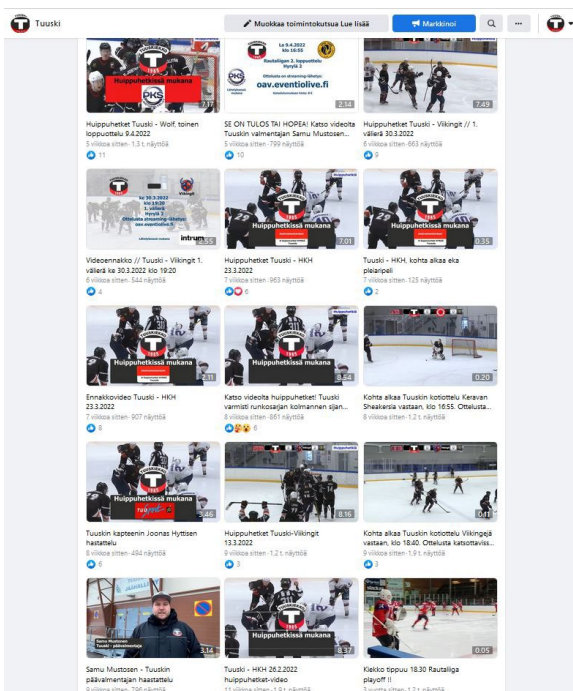
Otteluihin pidettiin mainoskulut minimissä. Päätettiin markkinoida tapahtumia Sosiaalisessa mediassa Facebookissa ja Instagramissa.

Facebookissa TuusKilla oli seuraajia projektin alkaessa 806 henkeä, Instagramissa 157. Somessa TuusKi oli kauden aikana julkaissut otteluittain yhden mainoksen. Pelaajat olivat päivittäneet satunnaisesti Facebookiin ja Instagramiin kuvia. TuusKin Facebook-profiili löytyy osoitteesta www.facebook.com/tuuskiekko/ ja Instagramin profiili www.instagram.com/tuuskiekko/.

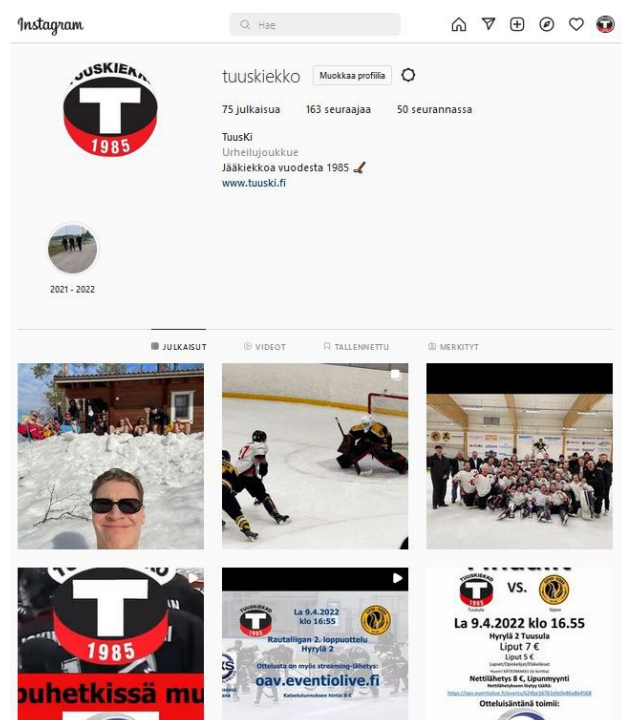
Tämän projektin osalta päätettiin painottaa markkinointi videoiden kautta tapahtuvaan informointiin sosiaalisessa mediassa. Videon yhteyteen luonnollisesti aina kirjoitettiin myös tarvittavat tiedot kirjallisesti itse viestiin. Samalla päästiin tekemään tapahtumien lipunmyyntisivustolle suorat linkit.

Videoiden toteutussuunnitelmassa oli käydä ennen peliä haastattelemassa vähintään yhtä henkilöä joukkueesta. Haastattelun painopiste oli aina seuraavassa pelissä. Myös infoa haastateltavasta ja hänen persoonaansa pyrittiin tuomaan esiin.

Videon kuvattaisiin hallilla harjoituksista kuvaa haastateltavasta. Lisäksi kuvituskuvaksi olisi mahdollista käyttää edellisen pelin suoratoiston tallennetta pelitilannekuvien osalta. Videoiden yleisilme sovittiin tehtäväksi positiiviseksi ja motivoituneeksi.



Projektin videomateriaalit Facebookissa



Julkaisuja Instagramissa

Otteluiden kuvaamisen ja tallentamisen yhteydessä on OBS-ohjelmiston avulla mahdollista tallentaa yhden napin kautta lyhyitä videoleikkeitä. OBS:n toistopuskuriominaisuudessa määritellään sekunneissa aika, jota OBS tallentaa tallennushetkestä taaksepäin. Kun hieno suoritus on tapahtunut, kuvaaja painaa tietokoneen näppäimistölle määritettyä leikkeen tallennusnäppäintä. OBS tekee videoleikkeen tallennuksen painallushetkestä taaksepäin määritellyn sekuntimäärän mittaisena. Näin saadaan nopeasti ja vaivattomasti kerättyä ottelun huippuhetkiä talteen.

OBS:n soittolista ominaisuudella pystyy hakemaan leikkeet soittolistalle peräkkäin. Aktivoimalla soittolista lähetykseen saatiin näytettyä huippuhetket ottelun erätauoilla. Ottelun jälkeen näytetty koko ottelun huippuhetkien soittolista tallennettiin erikseen tallennustoiminnolla.

Tästä tallenteesta oli nopea editoida ottelun huippuhetkien kooste päivitettäväksi Facebookiin ja Instagramiin.

TuusKilla on omat internet-sivut. Sinne oli tarkoitus myös saada videomateriaalit näkyviin. Se toteutettiin siten, että latsin kaikki somevideot OAV-ohjelmopalveluiden Youtube-kanavalle. TuusKilla ei ole omaa Youtube-kanavaa. Tein videoita soittolistan, joka päästiin upottamaan TuusKin nettisivuilla. Upotus toimii niin, että videoita voi katsoa suoraan TuusKin nettisivuilla. Uusin video on aina päällimmäisenä videosoittolistassa. Eriksien videoita ei siis tarvinnut itse TuusKin nettisivuille tätä tämän ansiosta ladata. Tuuskin internetsivuilta huippuhetket löytyvät osoitteesta www.tuuskiekko.fi/huippuhetket.

TuusKin internet-sivun huippuhetket-osio, videosoittolista

Projektin loppuvaiheessa pääsin tekemään myös uutisia nettisivuille otteluista. Se ei kuulunut alkuperäiseen suunnitelmaan, koska TuusKilla oli oma henkilö sitä varten.

Koko ottelusta otettiin myös tallenne OBS:llä. Se toimitettiin pilvipalveluiden kautta valmentajan käyttöön heti pelin jälkeen.

8 Päiväkirja

Suoratoistossa käytin medianomiopintojen harjoittelussa opittuja työtapoja ja kuvaustekniikoita. Olin 2018 Suomen jääkiekkoliitossa vuoden videotuottajana/toimittajana.

Kuvauskalusto on minulle tuttua, jolla olen vuoden 2019 alusta saakka tehnyt striimauksia. Ideana on saada yhden henkilön tekemänä lähetyksestä sen oloinen, että siinä olisi tekijöitä useampia. Eli hyvälaatuisen videokuvan kuvaaminen, grafiikoiden lisääminen lähetykseen, tallenteen ja videoklippien ottaminen, videomainosten ja -koosteiden ajaminen lähetykseen. Tuusulan kakkosjäähallissa tämä onnistui, koska kuvauspaikalla oli erillinen pöytätyö käytössä

Kävin hyvissä ajoin ennen testiottelua jäähallilla testaamassa olosuhteet.

Kuvaustelineiden päällä ei ollut sähköpistoketta. Sain vedettyä kaukalon laidalla olleesta pistorasiasta pitkällä jatkojohdolla sähköt ylös.

Hallin oma langaton verkko ei ollut luotettava lähetyksen tekemistä varten.

Testasin internet-yhteyden nopeutta kaukalon laidalla 4G -reitittimellä. Nopeus oli ulospäin 4 Mb, joka on riskirajoilla siihen, että lähetyksen voisi luotettavasti tehdä. Kävin testaamassa netin nopeuden hallin oven ulkopuolella ja se oli 50 Mb. Hallin sisälle ei siis päässyt kunnolla 4G-signaalia (Faradayn häkki).

Sain tietää, että kuvaspaikalla oli vedetty erillinen antennikaapeli. Se meni ulos erilliseen antenniin. Tein testin tuon kaapelin kautta. Testissä netin nopeus oli 25 Mb ulos. Tämä varmisti sen, että testipeliä uskalsi lähteä tekemään.

8.1. Päiväkirja 1 - testiottelu

Testiotteluksi sovittiin TuusKi – HKH -ottelu 26.2.2022, ottelupaikka Tuusulan kakkosjäähalli.

Testasin etukäteen kameroiden, kuvamikserin ja OBS:n asetukset. Tein päivää ennen lyhyen koe-kuvauksen OBS:n kautta Youtubeen. Tarkistin, että kaikki tarvittava kuvauskalusto oli pakattu.

Tein lähetyksen tulostaulun grafiikat Adobe Photoshopilla. Linkitin ne OBS-ohjelmaan.

Perustin Eventioniin live-tapahtuman, kauppapaikka oli tuolloin testitilassa. Olin yhteyksissä Eventionin käyttötukeen ja sain tekniset asiat varmistettua heiltä. Tein erikseen lyhyen testilähetyksen, joka onnistui toimistolta käsin hyvin. Perustettuun testiotteluun pääsi ostamaan piilotettuna tapahtumana testilippuja.

Menin kaksi tuntia ennen ottelun alkamista jäähallille. Tällä varasin aikaa mahdollisille yllätyksille kuvauspaikan asennuksen yhteydessä. Asensin laitteistot. Netin kuuluvuus ulkona olleen antennin ansiosta oli hyvä, 25Mb ulospäin. Kaikki muikin asennuksessa meni etukäteistestausten mukaan.

Testiottelusta ei tehty ennakkohaastattelua. Ottelussa ei ollut myöskään virallista sponsoria video-lähetykseen, mutta varsinaisen ottelutapahtuman sponsori sai näkyvyyden kaupan päälle. Sponsorivideon olin tehnyt Adobe Premiere Prolla.

Testilähetys aloitettiin 20 minuuttia ennen ottelun alkua. Pääsin tarkistamaan kuvan näkyvyyden Eventonin nettikaupasta tekemälläni testilipulla. Kuvayhteys toimi hyvin. Viive live-tilanteeseen oli 20-25 sekuntia. Se on normaalia suoratoistoissa. Puskuri (buffer) mahdollistaa sen, että asiakkaalla ei kuva ei katkeile, vaikka kuvansiirrossa olisi hetkellisesti ongelmia. Jos kuva siirtyy hetkellisesti liian hitaasti kuvapalvelimelle, asiakkaalle näytetään kuvaa täysilaatuisena tuosta puskurista.

Kaikki sujui teknisesti ja tuotannollisesti ongelmitta. Lähetyksessä ei satunnaisen tarkkailun mukaan ollut katkoksia. Ottelua katsottuani Eventonin videosoittimella, sen selaaminen onnistui katkoitta.

Ottelu pystyttiin tekemään ennakkoon sovitun mukaisesti.

Siitä muodostunut huippuhetkien vajaat yhdeksän minuuttia pitkä video julkaistiin TuusKin Facebookissa seuraavana päivänä. Video sai heti hyvin katselijoita, 1900 näyttöä. Se löytyy Facebookista <https://www.facebook.com/TuusKiekko/videos/375510287723383>

Testiottelun kokemusten perusteella sovimme TuusKin kanssa loppukauden otteluiden kuvaamisesta ja some-markkinoinnista.



Tuuski - HKH 26.2.2022
huippuhetket-video

11 viikkoa sitten · 1,9 t. näyttöä



8.2. Päiväkirja 2 – ottelu 1

Ensimmäinen katsojille suoratoistettava peli oli sunnuntaina 13.3.2022 klo 18.40 Vuosaaren Viikinkejä vastaan.

Ensimmäistä ottelua varten TuusKi aloitti sponsorin etsimisen. Sain puhelun seuran vetäjältä, että otteluun on lähtenyt sponsoriksi K-Supermarket Oregano. Sain sponsorin logon TuusKin nettisivujen päivittäjältä. Editoin sponsorin logon sponsorivideopohjaan videomateriaaleja ja live-ottelua varten.

Perustin ottelutapahtuman Eventionin järjestelmään. Lipunmyynti määritettiin alkamaan 2 päivää ennen ottelun alkamista. Suomessa oli covid-pandemia edelleen voimissaan, joten epävarmuustekijöitä oli myös siitä, onko joukkueella tarpeeksi terveitä pelaajia ottelua varten.

Maanantaina 7.3.2022 minulla itselläni puhkesi flunssan oireita. Koronan kotitestit näyttivät kahdena päivänä negatiivista. Epävarmuustekijä siis oli olemassa, pystynkö toteuttamaan ensimmäistä peliä. Olo ei kohentunut, joten kävin keskiviikkona lääkärissä. Diagnoosina oli poskiontelon tulehdus, ei covid-19. Sain antibiootit tautia varten ja perjantaina olin jo lähes oireeton.

Perjantaina oli joukkueella harjoitukset, ja ensimmäiseksi videoennakon haastateltavaksi olimme sopineet TuusKin joukkueen päävalmentajan Samu Mustosen. En uskaltanut toipilaana lähteä vielä hallille tekemään haastattelua.

Ratkaisin ongelman siten, että teimme haastattelun jäähallin pihalla etänä. Minä siis olin kotona ja Samu hallin pihalla. Hallin sisältä haastattelu ei olisi onnistunut huonon nettiyhteyden takia.

Haastattelun kuvanlaadun varmistamiseksi tein haastattelun vMix -video-ohjelman kautta. Siinä minulla on ostettuna ominaisuutena vMixin oman kuva- ja ääniyhteyden muodostaminen etänä. Näin ollen tuosta yhteydestä tulee vMix -ohjelmaan yksi kameralähde. Kuvaamisen hallilla hoiti yksi joukkueen pelaajista. Lähetin hänelle linkin, jonka kautta hän pääsi omalla iPhonellaan selaimen kautta ottamaan videoyhteyden suoraan vMix -ohjelmaan.

Haastattelun toteutettiin käytännössä niin, että pelaaja välitti minun kysymyksiä Samulle ja Samu aina vastasi kännykkäkameralle tyylillä: "Joukkueen kokoaminen tähän kauteen sujui hyvin..." Näin Samun tekstistä sai rakennettua videoon hänen kertomanaan asiat, joita halusin tuoda siinä esille. Toisin sanoen haastattelijan kysymyksiä ei varsinaisessa videossa ole ollenkaan. Kuvituksena käytin HKH-testipelin ottelukuvaa.

Editoin videon Adoben Premier Pro -ohjelmalla ja videon ääniä käsittelin Adoben Audition ohjelmalla. Isoimpana korjauksena oli taustamelun ja tuulen äänen poistaminen tallenteesta.

Video päivitettiin TuusKin Facebookiin ja Instagramiin. Se keräsi mukavasti katsojia. Video lisättiin myös Youtuben soittolistalle. Video löytyy Youtubesta osoitteesta <https://youtu.be/sVTZr84q5C8>



Samu Mustosen - Tuuskin
päävalmentajan haastattelu

9 viikkoa sitten · 796 näyttöä



Ennako Facebookissa, 796 katselua

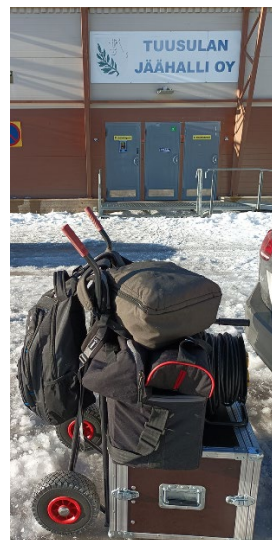


Ennako Instagram, 184 katselua

Kameralaitteistot testasin lauantaina, päivää ennen peliä. OBS:n asetukset, grafiikoiden linkitykset ja mainosvideoiden lisäämiset tein myös lauantaina.

Ottelupäivänä menin taas ajoissa hallille. Asensin kuvauslaitteistot ja testasin netin nopeuden. Nopeus oli hyvä ulospäin, 30 Mb. Otin OBS-ohjelmalla yhteyden Eventionin suoratoistoalustalle ja yhteys lähti heti hyvin toimimaan.

Lähetyksen asiakkaille aloitin 20 minuuttia ennen pelin alkua. Joukkueiden lämmittely jäällä näkyi siis myös lähetyksessä. Tuosta lämmittelystä tein lyhyen videoklipin ja latusin sen vielä ennen pelin alkamista TuusKin Facebookiin.



Kuvauskalusto valmiina asennukseen



Kohta alkaa Tuuskin kotiottelu Viikingejä vastaan, klo 18:40...
9 viikkoa sitten · 1,9 t. näyttöä



Facebook viime hetken tunnelmia,
1900 katselua

Tein ottelun lähetyksen samalla kaavalla kuin testipelin paitsi, että nyt käytettävissä oli otte-
luennakkovideo. Ajoin sen niin monta kertaa
jääverryttelyn jälkeen kuin ehdittiin. Live-ku-
vaan palattiin noin 4 minuuttia ennen ottelun
alkua.

Sitten laitoin grafiikat joukkueiden kokoonpa-
noista esille.

Yksi minuutti ennen ottelun alkua ajettiin ulos
sponsorivideo.

Ottelun tallenteen tallensin OBS:llä erä kerrallaan valmentajaa varten ja lähetin tallenteet hänelle pilvipalvelun kautta.

Ottelun aikana tallensin OBS:n toistopuskurin avulla huippuhetkien videoleikkeitä. Erätauolla niitä
näytettiin katsojille. Ottelun loppuun muodostin huippuhetkistä videon. Latasin sen Facebookiin ja
Instagramiin. Se sai hyvin katsojia. Lisäsin sen myös Youtuben soittolistaan
<https://youtu.be/jJFfGNXDg4g>.



Huippuhetket Tuuski-Viikingit
13.3.2022
9 viikkoa sitten · 1,2 t. näyttöä



Huippuhetket Facebook, 1200 näyttöä



Huippuhetket Instagram, 115 näyttöä

TuusKi sai myytyä ensimmäiseen peliin suunnitelmansa mukaisesti sponsorin. Ottelun nettilähetyk-
sen lipputulot kattoi meidän tuotantokustannuksista 16,6 %. Tämä osuuden vähensimme TuusKilta
laskutettavasta palvelun tuottamismaksusta.

8.3. Päiväkirja 3 – ottelu 2

Toinen katsojille suoratoistettava peli oli lauantaina 19.3.2022 klo 15.55 Keravan Shakersia vastaan.

Ottelusponsoriksi TuusKi sai toiseen otteluun Tuusportin. Sain heidän logon grafiikan ja tein siitä Eventionin lipunmyyntiin ja sponsorivideon mainokset.

Ottelun videoennakkoon otettiin ensimmäiseksi pelaajahaastatteluksi joukkueen kapteeni Joonas Hyttinen. Video kuvattiin TuusKin jäähallissa jääharjoitusten yhteydessä. Kuvauspaikkana oli vaihtoaitio, ja Joonas luisteli jäältä haastatteluun. Kuvituskuvana käytettiin harjoituksissa kuvattua kuvaa sekä edellisistä otteluista otettuja videokuvia, joissa Joonas oli pelissä kuvissa.

Video julkaistiin Facebookissa ja Instagramissa. Lisäsin sen myös Youtuben soittolistaan <https://youtu.be/tpw1gEf6ir0>

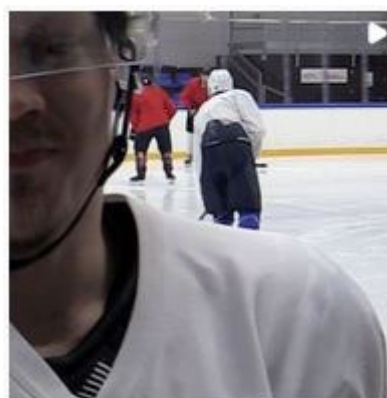


Tuuskin kapteenin Joonas Hyttisen haastattelu

8 viikkoa sitten · 494 näyttöä



Facebook – 494 näyttöä



Instagram – 135 katselua

Perustin ottelun Eventionin lippukauppaan ja laitoin myynnin aloituspäiväksi 17.3.2022 klo 9:00.

OBS:n grafiikat tein peliä edeltävänä päivänä. Kameralaitteiston testasin myös peliä edeltävänä päivänä.

Ottelupäivänä menin ajoissa ja asennuksessa ei ollut ongelmia.

Ottelun tekeminen meni saman sapluunan mukaan kuin edellisissä peleissä.

Ottelun jälkeen tein huippuhetket -videon ja lähetin valmentajalle pelin videotallenteet.

Päivitin ottelun jäälämmittelyssä kuvattun videon ennen pelin alkua sekä huippuhetketkien videon Facebookiin ja Instagramiin ottelun jälkeen. Lisäsin huippuhetket myös Youtuben soittolistaan:

<https://youtu.be/RyEfxl0y3wg>



Kohta alkaa Tuuskin kotiottelu Keravan Sheakersia vastaan, klo 16:55. Ottelusta...

8 viikkoa sitten · 1,2 t. näyttöä

Jäälämpö Facebook, 1200 näyttöä



Jäälämpö Instagram, 88 katselua

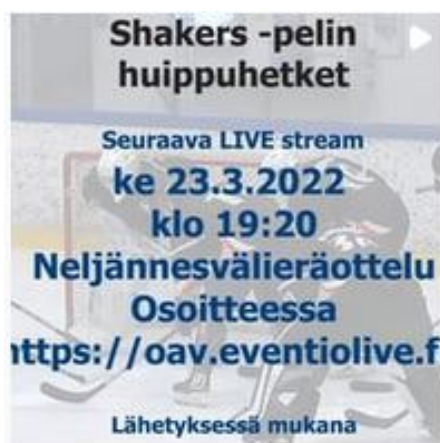


Katso videolta huippuhetket! Tuuski varmisti runkosarjan kolmannen sijan...

8 viikkoa sitten · 861 näyttöä



Huippuhetket Facebook, 861 näyttöä



Huippuhetket Instagram, 124 katselua

TuusKi sai myytyä toiseen peliin suunnitelmansa mukaisesti sponsorin. Ottelun nettilähetyksen lipputulot kattoi meidän tuotantokustannuksista 13,8 %. Tämä osuuden vähensimme TuusKilta laskutettavasta palvelun tuottamismaksusta.

8.4. Päiväkirja 4 - puolivälieräottelu

TuusKi selvisi loppupeleihin mukaan sarjakolmosena. Kolmas katsojille suoratoistettava peli oli neljännesvälieräpeli keskiviikkona 23.3.2022 klo 19:20 hyvinkääläistä H.K.H:ta vastaan.

TuusKilta soitettiin ja pyydettiin, että kertoisin puhelimesta ottelun sponsoriksi harkitsevan paikallisen Instrumentariumin edustajalle, milaista some-näkyvyyttä he saisivat seuraavan ottelun yhteydessä. Soitin hänelle ja kerroin kokonaisuuden. He päättivät lähteä ottelun sponsoriksi.

Normaalikuvioiden lisäksi Facebookiin avattiin kilpailu, johon osallistumalla oli mukana aurinkolasien arvonnassa.

Kilpailu tavoitti ihmisiä hyvin Facebookissa ja Instrumentariumin edustaja oli siihen tyytyväinen.

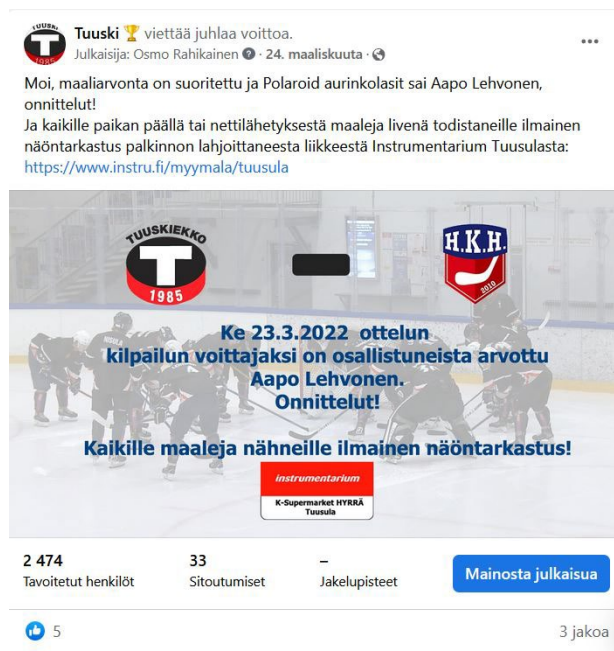
Sain logo-grafiikan. Lisäsin sen Eventionin lipunmyynnin grafiikkaan sekä mainosvideoon.

Otteluennakon haastattelussa oli TuusKin maalivahti Sami Nousiainen. Myös joukkueen huoltajalta sain lyhyen kommentin videolle. Video kuvattiin kaukalon laidalla ennen peliä edeltävien harjoitusten alkua. Näin videon tekeminen ei häirinnyt valmistavaa harjoitusta. Kuvituskuvana käytin ko. harjoituksista kuvaamaani videota sekä edellisten pelien pelikuvaa. Päivitin ennakkovideon Facebookiin ja Instagramiin. Lisäsin sen myös Youtuben soittolistaan <https://youtu.be/RyEfxl0y3wg>.



Ennakkovideo Tuuski - HKH
23.3.2022
8 viikkoa sitten · 907 näyttöä
8

Otteluennako Facebook, 907 näyttöä



Otteluennako Facebook, 2 474 tavoitetut henkilöt, 33 sitoutumiset, 5 jakoa



Otteluennako Instagram, 136 katselukertaa

Ottelupäivänä menin ajoissa jäähallille. Asennuksessa ei ollut ongelmia. Ottelun tekeminen meni saman sapluunan mukaan kuin edellisissä peleissä. Ottelun jäälämmöltä kuvasin lyhyen videon ja päivitin sen ennen ottelun alkua Facebookiin. Ottelun jälkeen tein huippuhetkistä videon ja lähetin valmentajalle pelin videotallenteet. Lisäsin huippuhetkistä videon myös Youtuben soittolistaan <https://youtu.be/amgctW-QpBI>.



Huippuhetket Tuuski - HKH
23.3.2022
8 viikkoa sitten · 964 näyttöä
6

Huippuhetket-video, 964 näyttöä



Tuuski - HKH, kohta alkaa eka
pleiaripeli
8 viikkoa sitten · 125 näyttöä
2

Ottelun jäälämmöltä video, 125 näyttöä

TuusKi sai sponsoritulot ennakkoon ajatellun budjettinsa mukaan. Hyvinkääläisiä oli tullut hyvin katsomaan ottelua paikan päälle. Heidän faniensa aktiivisuus näkyi myös nettilähetyksen lipunmyynnissä. Nettilähetyksen lipunmyynnin nettotulos kattoi 44,2 % TuusKilta laskutettavasta palvelun tuottamismaksusta.

8.5. Päiväkirja 5 – välieräottelu 1

Neljäs peli, välieräpeli, oli Vuosaaren Viikinkejä vastaan 30.3.2022 klo 19:20.

Välieräpeliin TuusKi sai sovittua ottelusponsoriksi Intrumin. Sain Intrumin logon grafiikan. Lisäsin sen Eventionin nettikaupan grafiikkaan. Muokkasin sen sponsorivideoon, jota käytettiin videoiden alussa sekä suoratoistossa omana videonaan.

Perustin ottelutapahtuman Eventionin verkkokauppa-alustalle. Myynnin aloitukseksi määritettiin maanantai 28.3.2022 klo 9:00.

Ottelun ennakkovideon kävin haastattelemassa ja kuvaamassa peliä edeltävissä harjoituksissa. Videoennakon alussa kertasin menneitä pelejä. Videoennakon pelaajahaastattelussa oli TuusKin runkosarjan paras pistemies Niko Lönnroos.

Päivitin videon TuusKin Facebookiin ja Instagramiin. Lisäsin sen myös Youtuben soittolistalle <https://youtu.be/tr-TFYv41YM>.



Videoennakko // Tuuski - Viikingit 1. välierä ke 30.3.2022 klo 19:20

7 viikkoa sitten · 544 näyttöä



Otteluennakko Facebook, 544 näyttöä.



Otteluennakko Instagram, 154 katselua.

Ennen ottelua kävin edeltävänä päivänä läpi kamerakaluston sekä tein OBS-ohjelmaan lähetyksasetukset, lähetyksen grafiikat sekä linkitin mainosvideon ohjelmaan.

Ottelupäivänä kameralaitteistojen asennus meni ilman ongelmia. Lähetys toteutettiin samalla rakenteella kuin edellisinkin, paitsi että jäälämmöltä en kuvannut videota.

Ottelun jälkeen tein huippuhetkistä videon ja päivitin sen TuusKin Instagramiin ja Facebookiin. Lisäsin sen myös Youtuben soittolistalle <https://youtu.be/mOH-kkiszZ8>.



Huippuhetket Tuuski - Viikingit // 1. välierä 30.3.2022

7 viikkoa sitten · 663 näyttöä



Huippuhetket Facebook, 663 näyttöä.



Huippuhetket Instagram, 221 katselua.

TuusKi sai ottelusta sponsoritulat ennakkoon ajatellun budjettinsa mukaan. Viikingit ei ollut alkusarjassakaan vierasjoukkueena vahva nettilipunmyynnin osalta. Heidän faniensa aktiivisuus näkyi

myös nettilähetyksen lipunmyynnin pienuutena. Nettilähetyksen lipunmyynnin nettotulos kattoi 11,0 % TuusKilta laskutettavasta palvelun tuottamismaksusta.

8.6. Päiväkirja 6 – finaali 2

Viides ottelu oli finaalisarjan toinen ottelu Sipoon Wolfia vastaan la 9.4.2022 klo 16:55. Ensimmäinen osaottelu oli pelattu Sipoossa ja se oli päättynyt Wolfin niukkaan voittoon. Mestaruuteen riitti kaksi voittoa ottelusarjasta.

TuusKi sai ottelusponsoriksi PKS-laatupalvelut. Lisäsin heidän logon grafiikan Eventionin lipunmyyntikuvaan ja editoin sen videomainokseen.

Ennen ensimmäistä finaalipeliä Sipoossa tein toisen ottelun nettilähetyksestä paperisen pikkujulisteiden sekä tulostin erikseen jaettavia mainoslehtisiä. Julisteet vein ensimmäisen finaalin alla Sipoon S-Marketin ilmoitustaululle ja Sipoon jäähallin seinälle kahteen paikkaan. Lisäksi jätin 60 mainoslehtistä Sipoon jäähallin sisäänkäynnin pöydälle katsojien mukaan otettavaksi. Ne kaikki oli loppu pelin loputtua eli katsojat olivat ottaneet niitä mukaansa.



Mainoslehtinen

Ottelun videoennakon haastattelussa oli TuusKin päävalmentaja Samu Mustonen. Päivitin videon TuusKin Facebookiin ja Instagramiin. Lisäsin sen myös Youtuben soittolistalle <https://youtu.be/XmqQxcmJq-o>.



Ennakkovideo Facebook, 799 näyttöä



Ennakkovideo Instagram, 186 katselua.

Ottelua edeltävänä päivänä kävin erityistarkasti läpi kuvauskaluston toimivuuden. OBS:n lähetyssasetukset, ottelussa käytettävät grafiikat ja videot kävin myös tuplatarkastuksella läpi.

Ottelupäivänä oli suuren urheilujuhlan tuntua. Sen pystyi aistimaan joukkueen johtoryhmästä ja hallin käytävillä otteluun valmistuvista pelaajista. Voitolla ratkaisu siirtyisi seuraavaksi päiväksi Sipooseen. Tappiolla TuusKin kausi päättyisi sarjan kakkossijaan.

Kuvauskaluston asennus meni hyvin ja netti toimi nopeasti. Ottelun läpivieminen lähetyksessä sujui rutiinilla hyvin. TuusKi otti lopulta varman voiton. Tein nopeasti pelin jälkeen ottelun huippuhetkistä videon ja päivitin sen Facebookiin ja Instagramiin. Lisäsin sen myös Youtuben soittolistalle <https://youtu.be/SX3i0v6aD30>.



Huippuhetket Tuuski - Wolf, toinen loppuottelu 9.4.2022

5 viikkoa sitten · 1,3 t. näyttöä



Toinen finaali kiinnosti ottelun jälkeenkin: Facebookissa videolla 1300 näyttöä

Instagramissa videon katsoi 391 henkilöä.

TuusKi sai sponsoritulot ennakkoon ajatellun budjettinsa mukaan. Loppuottelussa oli hyvin yleisöä hallissa katsomassa paikan päällä. Wolfin fanien aktiivisuus näkyi myös nettilähetyksen lipunmyynnissä. Nettilähetyksen lipunmyynnin nettotulos kattoi 46,9 % TuusKilta laskutettavasta palvelun tuottamismaksusta.

8.7. Päiväkirja 7 – finaali 3

Kaupan päälle menin paikan päälle Sipooseen kuvaamaan järjestelmäkameralla kuvia kolmannelta ja ratkaisevasta finaalista 10.4.2022.

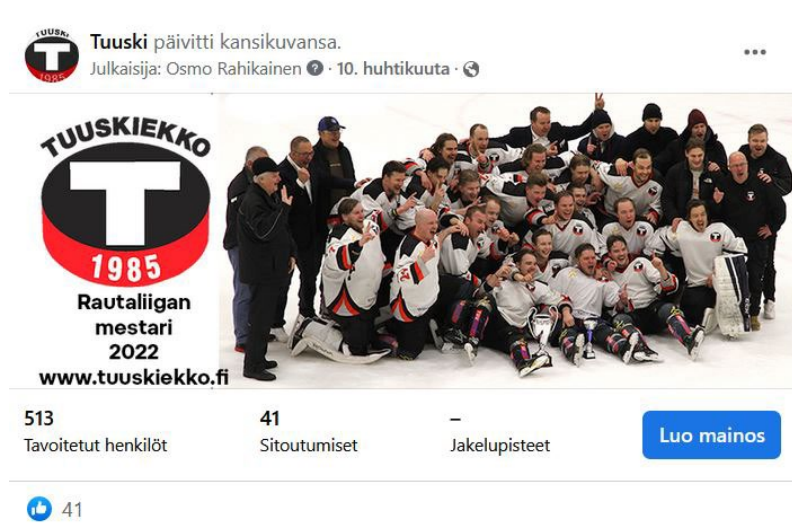
Kuvia päivitin Instagramiin, Facebookiin sekä TuusKin internet-sivuille ottelun jälkeen <https://www.TuusKiekk.fi/kuvia/>.

Tiukassa ottelussa TuusKi voitti 2. divisioonan etelän lohkon mestaruuden. Sipoon hallissa oli hyvä tunnelma. Kuvasin järjestelmäkameralla ottelun loppuhetkistä ja voitonjuhlista videokuvaa. Editoin videoista musiikkivideon voittajille.

Päivitin musiikkivideon Youtuben soittolistalle <https://youtu.be/RQIb-xsyZ6w>.

Youtubessa se sai 469 katselukertaa ja Facebookissa videon linkitys Youtubesta tavoitti 529 henkilöä.

Päivitin TuusKin Facebookin kansikuvan voittajien kuvalla. Se saavutti 513 henkilöä ja sai 41 tykkäystä.














































































Facebookin uusi kansikuva












































































9 Sosiaalisen median näkyvyyden yhteenveto

Projektissa tuotettiin uutisia ja videoita kolmeen eri kanavaan internetissä.

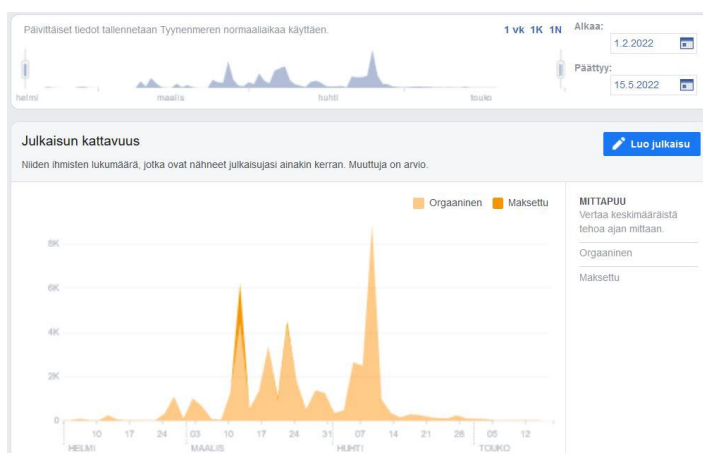
Facebook oli selkeästi suosituin. TuusKilla on Facebookissa ennestään näistä isoin seuraajakunta.

Alla näkyy projektin aikaisten kaikkien julkaisujen suosiot Facebookissa.

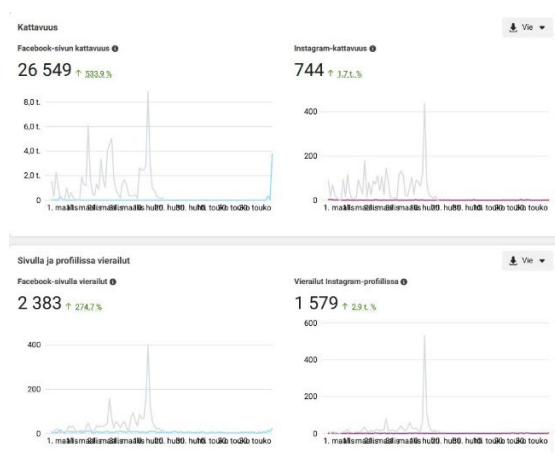
Kaikki julkaistut julkaisut							Luo julkaisu	
■ Kattavuus: orgaaninen/maksettu ■ Julkaisun klikkaukset ■ Reaktiot, kommentit ja jaot								
Julkaistu	Julkaisu	Tyyppi	Kohdentaminen	Kattavuus	Sitoutuminen	Markkinointi		
10.4.2022 19.56	 Ämyrit kaakkoon,			525 	143 76 	Mainosta julkaisua		
10.4.2022 18.21	 39 laukausta mestareiden			776 	243 149 	Mainosta julkaisua		
10.4.2022 17.49	 MESTARIT!!!			1,2K 	412 187 	Mainosta julkaisua		
9.4.2022 21.36	 Tuuski tasoitti loppuottelusa			420 	165 50 	Mainosta julkaisua		
8.4.2022 23.19	 SE ON TULOS TAI			2,1K 	88 25 	Mainosta julkaisua		
8.4.2022 12.29	 https://www.tuuskiekko.fi			346 	7 18 	Mainosta julkaisua		
7.4.2022 8.35	 Tule kannustamaan			508 	8 6 	Mainosta julkaisua		
6.4.2022 23.42	 Tuuski taisteli hyvin 1.			4,7K 	419 47 	Mainosta julkaisua		
4.4.2022 9.17	 TuusKi finaaleihin!!!			654 	30 32 	Mainosta julkaisua		
31.3.2022 9.28	 TuusKi ottaa ensimmäisen			569 	16 18 	Mainosta julkaisua		
31.3.2022 6.55	 Katso videolta			488 	110 21 	Mainosta julkaisua		
30.3.2022 7.00	 Katso videolta			1,4K 	60 10 	Mainosta julkaisua		
29.3.2022 10.14	 Huomenna jatketaan			543 	15 6 	Mainosta julkaisua		
24.3.2022 15.53	 Moi, maaliarvonta			2,5K 	21 12 	Mainosta julkaisua		
24.3.2022 7.00	 Katso videolta			2,7K 	117 16 	Mainosta julkaisua		

23.3.2022 9.00	 Katso videolta			4,1K 	76 22		Mainosta julkaisua
22.3.2022 12.41	 Osallistu vastaamalla			2,5K 	146 21		Mainosta julkaisua
21.3.2022 15.11	 Playoff: Playoffsit alkavat			1,4K 	96 10		Näytä markkinointi
19.3.2022 20.48	 Katso videolta			2,5K 	91 23		Mainosta julkaisua
19.3.2022 16.36	 Kohta alkaa Tuuskin			508 	94 6		Mainosta julkaisua
18.3.2022 7.00	 Katso videolta			1,4K 	104 18		Mainosta julkaisua
17.3.2022 12.21	 Lauantaina pelataan taas			476 	7 6		Mainosta julkaisua
13.3.2022 22.47	 Katso videolta			466 	186 16		Mainosta julkaisua
13.3.2022 18.21	 Kohta alkaa Tuuskin			4K 	136 10		Mainosta julkaisua
12.3.2022 18.41	 Sunnuntaina Tuuskin			2,6K 	140 4		Näytä markkinointi
11.3.2022 7.00	 Katso Tuuskin			1,7K 	107 19		Mainosta julkaisua
10.3.2022 16.51	 Sunnuntaina pelataan taas			516 	11 15		Mainosta julkaisua
5.3.2022 10.47	 TuusKi kaatoi eilen HC			721 	35 29		Mainosta julkaisua
3.3.2022 10.43	 Tervetuloa!			475 	4 11		Mainosta julkaisua
26.2.2022 21.10	 Katso videolta			3,9K 	310 27		Mainosta julkaisua

Videoiden suosio oli tasaista koko projektin ajan. Se näkyi varsinkin niiden sitouttavassa voimassa. Sitouttaminen tarkoittaa sitä, että henkilö on tehnyt jotain konkreettista liittyen kyseiseen päivitykseen: klikannut julkaisua, katsonut julkaisun, tykännyt julkaisusta, jakanut julkaisun omalla profiilillaan (Pesonen K, 2015, 29). Ideana on saada asiakas vierailemaan uudelleen ja parhaassa tapauksessa ottamaan yhteyttä.



Julkaisujen kattavuudessa oli selkeä piikki ottelun edeltävänä päivänä, ottelupäivänä ja sen jälkeisenä.



Vertailukohtana on vuoden 2021 alun Facebookin kattavuus. Kasvu oli selkeää.

Kattavuus yli 5-kertainen

Vierailut yli 2,5-kertaiset

Kuvaavaa oli, että reilut 20 % videoiden katsojista katsoi koko videon läpi. Se on hyvä luku sosiaalisen median videoille (sitouttaminen).

Videot yleisön tavoittamiseksi toimivat tässä projektissa hyvin. Tätä kautta TuusKin joukkueelle tuli mahdollisuus olla jatkossa entistä kiinnostavampi seurattava sosiaalisen median kautta. Myös paikalle katsottaviin otteluihin näkyvyys sosiaalisessa mediassa antaa paremman pohjan.

Instagramissa katselukertoja oli myös huomattavasti enemmän kuin aikaisemmissa julkaisuissa. Kattavuus Instagramin julkaisuissa oli 17-kertainen ja vierailujen määrä yli 27-kertainen. Lukuihin vaikuttaa myös se, että Instagramissa on seuraajia viisi kertaa vähemmän kuin Facebookissa. Näin ollen suhteelliset erot muodostuvat helpommin isommiksi.

TuusKin internet-sivuilta tuuskiekko.fi en saanut tilastoja katsottavaksi. Sivujen ongelmana oli ollut niiden päivittämättömyys syksystä 2021. Tein loppukaudelle sivuille uutisia, lisäsin kuvia galleriaan ja tein videoita Youtuben soittolistan. Lisäksi päivitin sivuston pääkuvan voittoisan joukkueen ryhmäkuvaan, jonka otin toisen finaalin päätteeksi. Nyt sivujen ulkoasu ja informaatiotaso on ensi kautta varten paremmalla tasolla.

10 Projektin yhteenveto

Lähtökohdaltaan projekti oli minulle tuottajana taloudellisesti riskitön, koska olin sopinut tuottamisesta TuusKin kanssa kiinteän korvauksen otteluittain. Se edellytti toisaalta minun terveenä olemista koko projektin ajan. Teknisesti ja laadullisesti otteluiden suoratoistot toimivat hyvin. Videoista sain positiivista palautetta.

Omalla osaamisellani ja näkemykselläni onnistuin luomaan palvelutuotteen, jossa sekä tilaaja TuusKi että heidän yhteistyökumppaninsa olivat tyytyväisiä. Sosiaalisen median tilastoissa näkyi, että myös TuusKin seuraajat olivat aktiivisesti katsoneet videoita ja eläneet joukkueen loppukauden tunnelmissa mukana.

Työprosessi, jonka suunnittelin ennen projektin aloittamista, toteutui hyvin. Pystyin toistamaan sitä otteluittain ja ottamaan mukaan opituista asioista uusia elementtejä peli peliltä.

Prosessissa järjestimme otteluittain lipunmyynnin suoratoistoihin, teimme otteluennakkovideon, markkinoimme ottelua sosiaalisessa medissa, teimme suoratoistotuotannon Eventionin verkko-kauppa-alustalle sekä jälkimarkkinoimme tapahtumaa sosiaalisessa mediassa. Oleellisessa osassa oli Tuuskin aktiivisuus ottelusponsoreiden hankinnassa. Sekin toteutui joka peliin.

Koronarajoitukset asetti myös uhkia, mutta onneksi epidemia laantui kevättä kohti. Koronan vaikutukset jäivät lopulta minimaalisiksi käytännön toteutusten osalta, mutta pienen tuotantoporukan osalta tämä on aina olemassa oleva riski. Se tulee myös olla palvelun tilaajan tiedossa sopimusta tehtäessä.

Iso asia oli myös se, että TuusKin joukkue selvisi finaaliin saakka. Jos joukkue olisi hävinnyt puolivälierässä, suoratoistettavien otteluiden määrä olisi jäänyt kolmeen viiden pelin sijaan. Yleisön kiinnostus myös kasvoi joukkueen menestyksen myötä. Tuottojen kannalta tämä oli siis etukäteen huomioon otettava asia.

TuusKi oli miellyttävä ja joustava yhteistyökumppani. Heillä oli iso tahtotila saada jotain uutta aikaiseksi ja siinä onnistuttiin.

Eventionin verkkokauppasovellus ja heidän suoratoistopalvelunsa toimi koko projektin moitteetta. Yksi asiakaspalaute oli tullut, ettei katselutunnus ollut tullut sähköpostissa. Hyvitimme lipun hinnan asiakkaalle seuraavana päivänä.

Sponsoreiden mielenkiinto oli TuusKin kannalta hyvä. He saivat joka peliin sovittua ottelusponsorin, ja tätä kautta katettua suoratoiston tuotannosta aiheutuneita kuluja.

Joukkueen johtoryhmä ja pelaajat suhtautuivat suoratoistoihin ja haastatteluvideoiden tekemiseen positiivisesti. Oli helppoa sopia haastateltavat valmentajan kautta. He olivat motivoituneita myös haastatteluissa. Videoiden tekemisessä vuosien kokemukseni kuvaajana, toimittajana, haastattelijana ja videoiden editoijana takasi mielestäni tarinankerronnaltaan hyvät videot.

Viiden ottelun lipunmyynti kattoi 23,4 % otteluiden tuotantokustannuksista TuusKille.

Se on hyvä tulos, kun otetaan huomioon otteluiden katseluoikeuksien hinta kahdeksan euroa per lippu. Se on lähes yhtä paljon kuin monen maksullisen suoratoistopalvelun koko kuukauden maksu.

11 Urheilusuoratoiston kaupallistamisen mahdollisuudet

Tällä prosessilla on kaupallisia mahdollisuuksia. Se edellyttää kuitenkin palvelun tuottajapuolelta laajaa osaamista ja todella kevyttä organisaatiota kuluja kurissa pitämiseksi. Tällä tasolla toteutettu malli toimii pienten tuottajien, median moniosaajien osalta.

Oleellista on se, miten paljon palvelun tilaaja suoratoiston ja sosiaalisen median videoiden tuomaa lisäarvoa pitkäällä tähtäimellä joukkueelle tai koko seuralle.

Viiden ottelun otos on lyhyt. TuusKin joukkueen eteneminen finaaleihin toi luontaista kiinnostusta myös katsojissa enemmän kuin mitä normaalit sarjapelit tuovat. Se että ottelu näkyi vain maksu-muurin takana, ei näyttänyt tämän projektin osalta olleen otteluiden sponsoreille ongelma.

Seuraavana askeleena yrittäjänä tässä mallissa voisi olla ns. avaimet käteen mallin tarjoaminen tilaajalle. Siinä sponsoreiden hankinta, ottelutapahtumien markkinointi, sosiaalisen median markkinointi, internet-sivujen ylläpito, PR- ja tiedotustoiminta, suoratoiston toteuttaminen olisi yhden seuran ulkoisen toimijan hallussa. Tämä voisi tuoda lisätuloja ja katetta enemmän kyseiselle yrittäjälle ja tilaajalle. Samalla se vapauttaisi tilaajan resursseja varsinaista urheilutoimintaa varten.

Sen verran TuusKi seurana asiasta oli tyytyväinen, että olen yhdessä palaverissa ollut alustavasti keskustelemassa ensi kauden suoratoistoista ja sosiaalisen median videoista. Mutta kaikki riippuu kuitenkin viime kädessä aina tilaajan tahtotilasta ja taloudellisista mahdollisuuksista.



Kuva: Osmo Rahikainen

LÄHTEET

Afterdawn Suomi. 2007. Nelosen Netti-TV tarjoamaan ulkomaisia sarjoja. Luettavissa: https://fin.afterdawn.com/uutiset/artikkeli.cfm/2006/07/03/nelosen_netiti_tv_tarjoamaan_ulkomaisia_sarjoja Luettu: 30.5.2022

Haapanen, M. Kielitoimiston sanakirja 2012. Maksumuurin määritelmä. Luettavissa: [https://www.kotus.fi/nyt/kolumnit_artikkelit_ja_esitelmat/sana_sanasta_ajan_sanojen_taus-
taa_%282005_2013%29/maksumuuri](https://www.kotus.fi/nyt/kolumnit_artikkelit_ja_esitelmat/sana_sanasta_ajan_sanojen_taus-
taa_%282005_2013%29/maksumuuri) Luettu: 1.6.2022

Ilmonen K, Yleisradion historia 1926-1995/ Tekniikka kaiken perusta. Yleisradio Oy 1996.

Iltalehti. 2015. Tästä kaikki alkoi: Tältä näyttää ensimmäinen Youtube-video! Luettavissa: <https://www.iltalehti.fi/fiidifi/a/2015042319569188> Luettu: 30.5.2022

Jyväskylän yliopiston Digipalvelusanastossa suoratoiston määritelmä. 2022. Luettavissa: <https://www.jyu.fi/digipalvelut/fi/ohjeet/sanasto/suoratoisto> Luettu: 1.6.2022

Kinnunen, J. 2019. Faradayn häkki. Videoitu luento. Aalto-yliopisto. Katsottavissa: [https://aalto.cloud.panopto.eu/Panopto/Pages/Embed.aspx?id=2e57f366-6ae0-4f0b-a095-
aa0100e11e96](https://aalto.cloud.panopto.eu/Panopto/Pages/Embed.aspx?id=2e57f366-6ae0-4f0b-a095-
aa0100e11e96) Katsottu: 25.4.2022

Kuortti J, Mediahistoria 2015. Suomalaisen kirjallisuuden seura. Helsinki.

MTV Uutiset. 2019. Tätä MTV:n siirtyminen Telian omistukseen tarkoittaa suomalaiskuluttajan kannalta: "Olemme uuden tulevaisuuden edessä". Luettavissa: [https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/tata-
mtv-n-siirtyminen-telian-omistukseen-tarkoittaa-suomalaiskuluttajan-kannalta-olemme-uuden-tule-
vaisuuden-edessa/7622852](https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/tata-
mtv-n-siirtyminen-telian-omistukseen-tarkoittaa-suomalaiskuluttajan-kannalta-olemme-uuden-tule-
vaisuuden-edessa/7622852) Luettu: 29.5.2022

Nykänen J, 2019. Opinnäytetyö. Digitaalinen markkinointi ja sosiaalinen media liiketoiminnassa. Luettavissa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/166102/Opinn%C3%A4ytety%C3%B6%20Jonna%20Nyk%C3%A4nen%2C%20Digitaalinen%20markkinointi%20ja%20sosiaalinen%20media%20liiketoiminnassa.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Luettu: 28.5.2022

Pesonen K, 2015. Opinnäytetyö. Asiakkaan sitouttaminen sosiaalisessa mediassa. Löytyy: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/100187/Pesonen_Kati.pdf?sequence=1 Luettu: 1.6.2022.

Särkelä, J (toim.) Muistoja pöllölaaksosta 2020. Kirjoittajat ja Reuna Oy. Kouvola.

YLE-uutiset. 2006. Google ostaa nettivideoita tarjoavan Youtuben. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-5752481> Luettu:30.5.2022

Yle uutiset. 2017. Näin syntyi YLE Areena 10 vuotta sitten. Luettavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/06/06/nain-syntyi-yle-areena-10-vuotta-sitten> Luettu: 30.5.2022