



TORNIO TAPAHTUMAKAUPUNKINA YHTEENVETO - VIRTUAALINEN KEHITTÄMISTYÖPAJA VOL 1

Aika: to 26.11.2020 klo 9.00-13.00

Paikka: Virtuaalityöskentely

TORNIO TAPAHTUMAKAUPUNKINA

Tornion kaupungin koordinoima Tapahtumien kehittäminen Torniossa -EAKR-hanke kokoaa yhteen torniolaisia toimijoita kehittämään tapahtumien kaupunki -mallia. Toimijoita kutsutaan työpajasarjaan, joka koostuu neljästä yhteisestä tilaisuudesta loppuvuoden 2020 ja alkuvuoden 2021 aikana. Työpajoissa rakennetaan "meän malli" siitä minkälainen tapahtumakaupunki Tornio tulee olemaan.



VIRTUAALINEN KEHITTÄMISTYÖPAJA VOL 1

Ensimmäinen työpaja järjestettiin torstaina 26.11. klo 9 - 13 etänä verkkoympäristössä. Työpaja kokosi alueen toimijoita yhteen keskustelemaan tapahtumakaupunki -ajatuksista ja jakamaan näkemyksiä ja ideoita siihen liittyen. Tapahtumien kaupunki -teemaan osallistujat johdatti Oulun kaupungin tapahtumatiimin puolesta Lumo-valofestivaalin tuottaja Jarkko Halunen. Jarkko kertoi miten Oulussa hyödynnetään tapahtumia kaupungin pito- ja vetovoiman edistäjänä. Työpajasarjan keskusteluita johtaa muotoilutoimisto Arctic Factoryn muotoilujohtaja Julius Oförsagd.

OHJELMA

- Tervetulosanat - Kehitysjohtaja Sampo Kangastalo
- Tapahtumakaupunki Oulu - Tapahtumatuottaja Jarkko Halunen
 - Menneisyys, nykyisyys ja tulevaisuus
 - Tapahtumakaupungin kehittämissuosituksen
 - LUMO -festivaali
- Tornio tapahtumakaupunkina - Tarpeita, toiveita ja ideoita - Muotoilija Julius Oförsagd

TERVETULOSANAT - KEHITYSJOHTAJA SAMPO KANGASTALO, TORNION KAUPUNKI

Tornion kaupungin kehitysjohtaja Sampo Kangastalo taustoitti hanketta avauspuheenvuorossaan. Hanke on Tornion kaupungin strategisten painopisteiden mukaista tapahtumien kehittämistä ja Tornio haluaa panostaa tapahtumien kehittämiseen nyt ja tulevaisuudessa.



OULUN KAUPUNGIN MALLI - TUOTTAJA JARKKO HALUNEN, OULUN KAUPUNKI

Oulun kaupungin tapahtumien tuottamisen ja kehittämisen malli kiinnosti ja herätti kovasti keskustelua osallistujissa. Tuottaja Jarkko Halunen (Oulun kaupunki, Viestintä- ja tapahtumaryhmä) korosti kaupunki-infran kehittämisen merkitystä tapahtumatoiminnan kehitymisessä: **kaupunkitilaa pitää rakentaa siten, että siellä on helppo toimia ja hakea lupia, kynnys järjestää tapahtumia madaltuu ja pieni tapahtuma voi kasvaa pikkuhiljaa isommaksi toimijaksi.**

Halusen mielestä Oulun tapahtumien ja infran kehittämisen kannalta **tärkein yksittäinen asia on se, että tapahtumat on saatu kaupungin eri osastojen arkikieleen mukaan.** Mielenpiteet vaihtelevat, mutta ihmiset on saatu ajattelemaan, että tapahtumat ovat tärkeitä.

Halunen korosti myös, että pienten ja omaleimaisten tapahtumien ymmärtäminen ja kannustaminen on todella tärkeää. Suuret (ja monesti muualta tulevat) tapahtumat, konsertit jne. ovat isoja kertarysäyksiä, mutta **tärkeää on saada oman alueen pienten toimijoiden osaamista kasvatettua, jolloin omat pienet tapahtumat saadaan pikkuhiljaa kasvamaan isoiksi.**

Halunen esitteli myös Oulun kaupungin tapahtumien historiaa, nykytilaa ja visiota tulevaisuudesta sekä case-esimerkkinä LUMO -valotapahtumaa. Valotapahtuman tärkeänä merkkipaaluna matkan varrella hän piti tapahtuman rahoituksen jatkuvuuden varmistumista, mikä on mahdollistanut ylivuotisen suunnittelun, lisärahoituksen keräämisen sekä viestinnän ja markkinoinnin.

Historia - Miten on kehitytty tapahtumakaupungiksi?

Tapahtumien kehittäminen on ottanut ison harppauksen, kun käynnistettiin Oulu 15 -hanke, jossa tapahtumat nostettiin (luovien alojen) kehittämisen ydinasiaksi. Sen jälkeen kaupunkikulttuurin käsite on uinut kaupungin eri toimialueiden arkeen.

Kehittymisen kannalta merkittävä asia on ollut tapahtumien vaikutusten mittaaminen. Tiedolla johtaminen on mahdollistanut tietoon ja ymmärrykseen pohjautuvan päätöksenteon.



Nykytila ja tulevaisuus

Oulun tapahtumayksiköllä on tällä hetkellä parhaiten resursseja omien tapahtumien kehittämiseen. Omat tapahtumat toimivat alustoina, jotka tarjoavat pienille toimijoille mahdollisuuden tarttua kiinni ja järjestää oma pienempi tapahtumansa osana isompaa tapahtumaa. Kehittämisen kohteina tulevaisuuteen on: toimintamallien kehittäminen, viestinnän ja markkinoinnin kehittäminen sekä näkyvyyden kehittäminen (kaupungin näkyvyys tapahtumassa - tapahtumien näkyvyys keskustassa)

Suosituksset

Halunen nosti esiin myös omat suosituksensa tapahtumien kehittämistä ajatellen

1. Tapahtumien tulee saada tuki kaupunkistrategiasta

Tapahtumien kehittämiseen tulee saada tuki ja sen on oltava aito, jotta pystytään toimimaan nojaamalla vahvasti johonkin sellaiseen mitä kaupunki on päättänyt tehdä. Tapahtumista on aina puhuttu juhlapuheissa, mutta käytännössä ne tahtovat nopeasti pudota työpöydältä ja exceleistä pois, koska ne "eivät ole välttämättömiä" (paitsi että ovat elävän kaupungin kannalta)

2. Tutkimus

Pitää tietää missä mennään. On tärkeä saada tilastotietoa ja löytää tapoja seurata tapahtuman vaikutuksia, jotta voidaan todentaa mihin suuntaan ne ovat kehittymässä. Mittaaminen (kävijämäärät, tulovirrat, paljonko rahaa tapahtuma jättää kaupunkikeskustaan jne) sekä muu tiedonkeruu ja asiakaskokemuksen tutkiminen on perusedellytys sille, että pystytään tekemään päätöksiä (mm. rahoitus), jotka perustuvat tietoon, eivätkä arvailuun ja tuntumaan.

3. Kaupunki mahdollistajana

Kaupungin kannattaa toimia mahdollistajana omaleimaisten tapahtumien syntymiselle: tapahtuma-alustat ja tapahtumien tukeminen (taloudellinen, mutta myös toimiva infra, neuvonta, esim. tapahtumajärjestäjän opas, viestintä, esim. toimiva tapahtumakalenteri jne.)

4. Tapahtumien ympärivuotisuuden kannattaa satsata

Moni paikkakunta tunnistaa lausahduksen "Se on tosi kiva kesäkaupunki". Mielikuvan muuttamiseksi tapahtumia pitää olla muulloinkin kuin kesällä. Tässä on merkittävässä osassa myös kaupunki-infra (missä tapahtumia voi järjestää).

5. Kehittämisen kärkiä kannattaa hankkeistaa

6. Kriteeristö tapahtumien tukemiseen

Tapahtumien tukemiseen kannattaa luoda kriteeristö ja selkeät pelisäännöt kaupungin omista lähtökohdista. Muuten käy niin, että kaupunkiorganisaatioon luikerrellaan erilaisia reittejä; yhden johtajan pussista löytyy yksi raha, toisen pussista toinen raha, mutta ei olekaan mitään perusteita sille miksi yksi tapahtuma sai rahaa, mutta toinen ei. Pitäisi olla juuri toisin päin.

Miten infraa voi kehittää ajattelemalla isosti?

Halusen mukaan Tampereen kaupunki on hyvä esimerkki siitä, miten esimerkiksi kaupunki-, tapahtuma- ja urheilu-infran kehittämistä tehdään ajattelemalla isosti: haetaan muutamien vuosien päähän isoja tapahtumia.

Esimerkki rautalangasta:

Kaupungin painimolskit ovat päässeet rapistumaan. Haetaanpa viiden vuoden päähän painin MM-kisoja, niin saadaan molskitkin siinä sivussa uusittua.

Mitkä ovat kriteerit hyvälle tapahtumakalenterille?

Halusen mukaan toimiva kategorisointi on kaiken perusta. Kun menet katsomaan tapahtumakalenteria, niin saatko silmillesi kaiken kinkereistä joka päivä toistuviin taidenäyttelyihin ja uimakisoihin vai pystytkö hakemaan tietylle ajalle ja alueelle tietyn genren/kategorian tapahtumia?

Toinen tärkeä elementti on hyvä moderointi, jota tehdään isolla työaikaprosentilla. Jos tapahtumakalenteri jätetään oman onnensa nojaan, niin kohta on sekamelska.

Paljonko tapahtumat tuovat tuloja alueelle?

Halusen mukaan edellisen hankkeen yhteydessä tehtiin tutkimusta, jossa todettiin, että vaikutus koko alueella (osa muusta Pohjois-Pohjanmaasta mukaan lukien) on vuositasolla vähän reilu 20 miljoonaa euroa. Tarkempaa ja laadukkaampaa tietoa tarvitaan kuitenkin lisää ja tutkimus on ehdottomasti yksi Oulun tapahtumien tulevaisuuden tärkeimpiä kehittämiskohteita.

Jos kaupunki vetää tapahtumaa, niin maksaako kaupunki kaikki viulutkin?

Ajattelutapa tuppaa menemään niin, että jos kaupunki on vetovastuussa, se myös maksaa kaikki kulut. Se onkin varsin luonnollinen ajatus, mutta Halusen mukaan täytyy löytää myös malleja, joilla tapahtumiin saadaan muidenkin toimijoiden resurssia ja panosta mukaan.

Esimerkkinä hän käyttää LUMO-tapahtumaa, jonka sponsoripakettien myynnistä syntyy merkittävä osuus (noin 30%) tapahtuman tulopuolesta. Kaupungin tapahtumaorganisaatio hoitaa sponsoripakettien myynnin itse. Näin kaupunki ei toimi yksin rahoittajan, mutta yritysten ei tarvitse vastikkeetta ja pelkällä omalla riskillä satsata tapahtumaan.

LUMO - SYY KOKOONTUA YHTEEN, PIRISTYSRUISKE KAUPUNGILLE

<https://www.ouka.fi/lumo>

Lumo -festivaali on iso kaupunkitapahtuma, jolla vaikutetaan kaupungin fiilikseen ja meininkiin sekä otetaan kaupunkia ja kaupunkilaisia mukaan tekemiseen. Perusrahoitus kaupungin budjettiin 2017 mahdollisti ylivuotisen suunnittelun ja avasi mahdollisuuksia yhteistyökumppanuuksille. Viime vuonna tapahtumaan tuli 120 teosehdotusta ympäri maailmaa.

Tapahtuma kestää yhden viikonlopun. Tiiviimmässä ajassa saadaan voimallisempi ohjelmisto, ja rahaa ei tarvitse käyttää turhaan (aikaisempina vuosina kesti 9 päivää ja vartiointikustannukset olivat suuremmat kuin itse teosten kulut). Näin saadaan myös mahdollisimman hyvin massaa liikkeelle kerralla: Enemmän porukkaa tarkoittaa enemmän väkeä myös yrityksiin.

Tapahtuman tavoitteena on saada pidempiaikaisia kokonaisuuksia kaupunkikuvaan, jolloin tapahtumassa on myös vähemmän vartioitavaa. Huomionarvoista on se, että pysyvät valotaideteokset rahoitetaan eri budjetista (ei tapahtuman budjetista) ja Oulun kaupungin tilapalvelu on mukana toteuttamassa rakennusvalaisuja.

Brändiä saa käyttää - Festivaalikumppanuudet

Halusen mukaan Lumo -festivaalin brändi on tehty vapaasti käytettäväksi. Ketään ei haluta estää käyttämästä Lumoa omassa markkinoinnissaan, kun he suunnittelevat Lumon ajalle vaikka omaa tempausta. Tai vaikka eivät edes suunnittele. Lumo -festivaali on aina hyvä syy esimerkiksi yrityksen viestiä, että kannattaa tulla käymään meilläkin.

Halunen kertoo olevansa tyytyväinen, kun huomasi edellisvuonna tapahtuman aikaan yritysten lehtimainoksissa Lumo-ajan tarjouksia jne. vaikka yritykset eivät "virallisesti" olleetkaan tapahtumaa tekemässä.

1. Lumo Festivaalikumppani (€€ €€€)

- Sponsoroi festivaalia
- Näkyvyys kaikessa festivaalin markkinointimateriaalissa

2. Lumo Teoskumppani (€ €€€)

- Sponsoroi tiettyä teosta, joka sopii yrityksenne imagoon, tuotteeseen tai palveluihin
- Näkyvyys kyseisen teoksen kohdalla materiaaleissa

3. Lumo City

- Tule mukaan rakentamaan kiinnostavaa kaupunkia valaisemalla toimipaikkasi
- Mukana vähintään someviestinnässä

4. Lumo Menu

- Tule mukaan tarjoamalla kokonainen menu, annos tai juoma festivaaliaikana
- Mukana ohjelmamateriaaleissa

5. Lumo Klubi

- Järjestä oma oheisohjelmasi, jossa valo on keskeisenä elementtinä
- Mukana ohjelmamateriaaleissa



TORNIO TAPAHTUMAKAUPUNKINA - TARPEITA, TOIVEITA JA IDEOITA MUOTOILIJAJULIUS OFÖRSAGD, ARCTIC FACTORY

Jarkko Halusen puheenvuoron jälkeen käytiin vielä vauhdikasta keskustelua siitä mitä opittavaa Tornioilla olisi Oulun kokemuksista, miten torniolaista tapahtumakulttuuria pitäisi kehittää ja mitä mahdollisuuksia torniolaiset toimijat (yhdistykset, oppilaitokset, yritykset) näkevät kaupungin tapahtumien kehittämisessä. Keskustelua johdatteli muotoilija Julius Oförsagd.

Yhteinen tekeminen ja intohimo

Usko yhteistyön tekemiseen ja aktiivisuuteen on kova Torniossakin. Osallistujat uskoivat, että yhteistyö eri tahojen välillä on kaiken a ja o ja että uusia yhdessä tekemisen malleja tullaan varmasti löytämään ja hyviä on jo olemassakin. Esimerkiksi vuonna 2021 pilotoitava uusi poikkitaiteellinen valotapahtuma on hyvä esimerkki siitä, että tapahtumakokonaisuutta lähdetään miettimään alusta asti yhdessä.

"Kalottjazzin taustalla oli alunperin vahvasti yhdistys, mutta nykyään se on kaupungin hallussa enemmän. Sieltä yhdistystoiminnasta se intohimo ja palo on kuitenkin lähtenyt."

Keskustelussa korostui paljon myös tekijöiden intohimo, tulisieluisuus, josta syntyy itse tapahtuman henki ja sydän. Todettiin, että Torniossa on onnistuttu historian aikana kasvattamaan pienistä ja intohimolla tehdyistä tapahtumista suurempia, mutta tähän olisi nykyhetkessä syytä kiinnittää taas huomiota. Bensaa liekkeihin niille, joilla on intohimoa ja innostusta! Toisaalta pohdittiin myös sitä, mitkä ovat Tornion tapahtumien tukemisen kriteerit ja mitä se liekkeihin laitettava bensa on. Esimerkiksi tapahtumien kehittämishankkeessa ollaan toteuttamassa tapahtumatuottajan opas, joka on tukea tapahtumille siinä missä rahallinen tukikin.

Kohdeyleisö ja kokonaisuuksien kasvattaminen

Keskustelussa nousi esiin myös ajatus tapahtumien marginaalisuudesta. Pohdittiin onko isommiksi kasvaneiden tapahtumien kohderyhmä edelleen liian marginaalinen. Miten Torniossa isompia tapahtumia voitaisiin edelleen laajentaa esimerkiksi mahdollistamalla pienempien osakokonaisuuksien syntyminen ison tapahtuman kylkeen?

"Torniossa on erilaisia ja laadukkaita tapahtumia, niitä on vain osoitettu aika marginaalisille kohderyhmille (esim Peräpohjolan Markkinat, Naisteatterifestivaalit, Kalottjazz & Blues)"

"Kansaa on saanut liikkeelle Kansainväliset markkinat. Niiden yhteydessä esimerkiksi voisi olla jotain, millä saataisiin tapahtumaa laajennettua."

"Kohderyhmien osalta on katsottava nykyistä laajemmin eri mahdollisuuksia ja lisätä yhteistyötä tapahtumien välillä."

Esimerkiksi kesätapahtumien osalta mietitään jo nyt miten saadaan saman sateenvarjon alle useita tapahtumia. Siihen on tulossa omat toimenpiteensä kehittämishankkeessa. Keskustelua herätti myös Tornion kaupungin taloudellinen tuki ja panostus tapahtumiin. Todettiin, että isoiksi kasvaneilla tapahtumilla on voinut olla monenlaisia taustoja niin Torniossa kuin muualla.

“Peräpohjolan markkinoihin on kehitetty erilaisia yhteistyön malleja. Alunperin yhdistykset voimakkaasti mukana, sen lisäksi yrityksiä mm. kaupunginhotelli. Pohjalla on ollut EU-hanke, joka keskittyi enimmäkseen kädentaitoihin. Myös Kansalaisopisto on ollut vahvasti mukana. Kaupungin rahoitusosuus taas on ollut minimaalinen.”

Tapahtumien tukeminen ja raha

Toisaalta pohdittiin myös Halusen esityksessä esiin noussutta ajatusta siitä, että kaupungin ei aina pidä olla yksin vetovastuussa ja maksamassa kuluja. Toisaalta muiden kuin kaupungin tuottamien tapahtumien kehittyminen ei ole riippuvainen pelkästään kaupungin taloudellisesta tuesta. Hyvällä ja menestyvällä tapahtumalla on oltava kirkas visio, tulisieluiset vetäjät sekä taloudellinen malli.

“Kunnan tukia, jos ajatellaan niin rahallinen tuki ei aina ole välttämättä aina se kaikkein merkitsevin juttu tapahtumalle, vaikka jostainhan ne eurot on kerättävä. Esimerkkinä Hailuodossa Bättre Folk -festivaali, joka saa 1000 euroa kunnan tukea ja on silti valtakunnallisesti tunnettu tapahtuma.”

“Ansaintalogiikka pitää olla nähtävissä ja käsin kosketeltavissa jo etukäteen, että innostutaan ja uskalletaan laittaa resurssia peliin.”

“Yhdistystenkin panos voi olla tärkeä, vaikkei sieltä rahaa heruisikaan.”

Toisaalta taloudellinen malli ja bisnesajattelu on merkittävässä roolissa myös yritys yhteistyön näkökulmasta, oli kyseessä sitten kaupungin vetämä tai yksityinen tapahtuma.

“Tapahtumia mietittäessä ja kehittäessä bisneksen pitää haista, että se alkaa kiinnostaa alueen yrittäjiä. Pitää olla potentiaalia sille, että rahaa jää alueelle. Yrittäjät eivät ole hyväntekijänä näissä mukana, vaan bisnesmalli pitää rakentaa heti. Se on se pohja, mistä tapahtuma rakentuu.”

“Twinkkarit lähti aikanaan pienestä liikkeelle ja hyvästä ideasta. Kaupunginhotelli nappasi kiinni ja annettiin napatakin. Hyvä miettiä sitä, miten voidaan tukea ideaa ja innokkaita ihmisiä. Miten tämä olisi systemaattista?”

Kaupunki-infra ja tapahtumapaikat

Keskustelua herätti myös Tornion kaupunki-infra. Minkälaisia tiloja ja minkä tasoista tapahtuma-infraa Tornioista löytyy? Ajatusta peilattiin Oulun Jarkko Halusen esittämään ajatukseen siitä, että Oulussa on nostettu kaupunki-infran kehittäminen hyvin merkittävään rooliin tapahtumien kehittämisessä.

"Torniossa ei ole hirveän hyvää sisätilaa, missä ison tapahtuman voi edes järjestää esitysten suhteen. Isoihin tanssikiisoihin tulee pilvin pimein ihmisiä. Esimerkiksi vuosittainen On STAGE -show tehdään Haaparannalla koska siellä on paremmat puitteet tehdä. Tornioista ei ole löytynyt parempaa paikkaa."

Epäonnistunut omaleimaisuus - Fokusointi ja profiloituminen

"Luonto, rajayhteistyö, historia. Nämä on kaikilla kaalissa, mutta minkä takia ei ole tapahtunut mitään? Aina palataan näihin samoihin vastauksiin. Tehdään nyt näille jotakin!"

Työpajassa heräsi myös pohdinta siitä, miksei Tornion selvästi tunnistettuja vahvuuksia ole onnistuttu muuttamaan käytäntöön. Keskusteltiin myös siitä onko joskus vaikea oikeasti nähdä omia vahvuuksiaan tai uskoa niiden voimaan. Voisiko se mikä on meille pientä ja arkista, ollakin oikeasti jollekin toiselle suurta ja kaunista?

"Meillä on joen toisella puolella erikoinen kaksoiskaupunki, jota voi ihastella. Jos meillä olisi valaistuna rakennuksia, lunta ja jäätä, puita ja maamerkkejä, niin niitä saatetaan lähteä katsomaan kauempaakin ja siinä olisi kaupunkilaisillekin kaunista katseltavaa."

Mutta mikä olisi sitten se omaleimainen, torniolainen tapahtuma? Mihin täällä on erikoistuttu?

"Joku tietty ja terävä lähtökohta pitää olla (vrt. Puolangan pessimistipäivät), että se tuntuu jossain ja jää mieleen. Petelius sanoi, että Torniossa on erikoista hulluutta. Sellaista mitä on Populaarimusiikkia Vittulajänkällä -kirjassa."

"Torniossa ja sen ympäristössä on esimerkiksi teollisuutta paljon. Otetaan tavoitteeksi saada sen puolen tapahtumia tänne. Logistinen sijainti on moneen muuhun pohjoisen toimijaan verrattuna erittäin hyvä."

"Pitkäaikainen vetonaula olisi erittäin tervetullut. Esimerkiksi hienosti valaistu kaksoiskaupunki, joka on valaistu koko pitkän syksyn ja talven."

"Pitää olla paljon tapahtumia, että ei ole vaan se yksi."

Lisää tutkimusta ja tietoa

Keskustelussa peräänkuulutettiin myös mittaamista ja tiedolla johtamista Oulun mallin mukaisesti. Tuntuman ja arvailujen perässä kulkeminen ei mahdollista visionääristö johtamista, resurssien oikein ohjaamista, eikä oikein intohimoista suhtautumistakaan. Toisaalta myöskään yrittäjiä ei voi vakuuttaa, jos ei ole mustaa valkoisella potentiaalisesta hyödyistä.

"Meillä on ollut vaikeuksia osoittaa tapahtumien merkitys, koska tutkimustieto on puuttunut. Kyllä Suurpilkit aivan varmasti tuovat rahaa, mutta siitä ei ole ollut 'todisteita'"

Mitä me sitten olemme valmiit tekemään käytännössä?

Todettiin, että kaupungin rooli on merkittävä tapahtumien kehittämisessä ja se pystyy vaikuttamaan niin yhteistyöhön, infraan, tapahtumien tukemiseen (sekä taloudellinen että muu tuki) kuin kokonaisuuksien kasvattamiseen. Mutta mitä tässä nyt sitten pitäisi alkaa tekemään?

"Nyt pitää alkaa tuottamaan toimenpidesuunnitelma ja resursointi kuka tekee ja mitä tekee."

Ja mikä sitten olisi minun henkilökohtainen roolini tässä kokonaisuudessa?

"Minun roolini Tornion tapahtumien kehittämisessä on tehdä yhteistyötä kaupungin kanssa merkivuoden suhteen ja aktivoida muita yhteistyökumppaneita tekemään meidän kanssamme yhdessä tapahtumia joka kuukaudelle vuodelle 2021."

"Olen mielelläni mukana tapahtumatyöryhmässä, jos sellainen päätetään luoda ja ideoimassa toki kaikkia tapahtumia (sekä toteuttamassa talkootyönä niin kuin ennenkin)."

MILLAINEN TORNIO ON TAPAHTUMAKAUPUNKINA NYT? TAPAHTUMIEN KEHITTÄMINEN TORNIOSSA -EAKR-HANKE

Tunnettuus

Vasta kaupunkiin etelästä muuttaneena: hyvin tuntematon tapahtumakaupunkina, kokemukset niistä tapahtumista, joihin on koronan aikana päässyt osallistumaan kuitenkin oikein hyviä, tunnelma ollut hyvä.

Vain muutamat isoimmat tapahtumat profiloituvat tänne. HNT on ehkä ainoa kansainvälisesti tunnettu. Kesällä on paljon tapahtumia .

Viestintä ja arvostus

Tapahtumia on, laadukkaita, pieniä ja vähän isompiakin. Ongelmana on että emme itsekään tahdo ymmärtää / arvostaa asiaa. Pitää saada koostetusti näkyväksi (tapahtumakalenteri) ja tähän on yritetty jo vuosikymmeniä. =>

Potentiaalinen, mutta sitä ei ole pystytty hyödyntämään riittävästi. Tapahtumista ei oikein mikään saavuta valtakunnan julkisuutta ja markkina-arvoa

Hyviä tapahtumia on jo paljon, mutta lisää lihaa luiden ympärille kaivataan...ja infoaminen ontuu monesti, tieto ei tavoita kaikkia...

Kun kaikki laitetaan ylös, kaupungissa on paljon pieniä tapahtumia ja osa vähän isompiakin. Paljon siis tapahtuu! Ehkä osa vaatisi enemmän resursseja viestintään ja sellaista niputtamista päästäkseen paremmin esille ja jotta vetovoima lisääntyisi.

Tapahtumien lajityypit

Itse taidetapahtumista ensisijaisesti kiinnostuneena fiilis on, että ennen oli paljon enemmän tapahtumia Jazzit, Gränspel, Ikra....

Kohderyhmät

Mukavia tapahtumia on mutta aika marginaali porukalle tosiaan, Toisaalta pienet tapahtumat tulisi yllpeänä esittää markkinoinnissa.

Uudistaminen

Hyvät perinteet jo on mutta uutta tarvitaan.

Nykyisin tylsä, ei innosta. Uutta tarvitaan ja kipeästi. Mallia pitää hakea nyt myös ulkopuolelta

Mielikuva

Aika vaatimaton, mutta tässähan sitä mietitään jatkoa ja luulen, että onnistumme!

Melko laimea. Tylsä!

Ei kovin innostava

Keskinkertainen, potentiaalia on, mutta vielä onnutaan. Nyt pitäisi uskaltaa tehdä ja nähdä isosti.

Tapahtumien koko ja ajankohta

Pieneksi kaupungiksi tapahtumia ihan mukavasti. Megatapahtumien järjestämisessä saattaa majoituskapasiteetti tulla vastaan.

Monenlaista tapahtumaa löytyy. Talveen ja valoon liittyvää elämyksellisyyttä voisi olla lisää. Ei niitä tapahtumia tarvitse olla ihan pilvin pimein olla. Isommat hyvin järjestetyt vuosittaiset tapahtumat ehkä parempi. Tietää odotta

Kourallinen isoja tapahtumia ja paljon pieniä, joiden järjestämistä pitäisi tukea. Voisivatko isot tapahtumat tukea pieniä?

MITÄ MAHDOLLISUUKSIA TORNIOLLA ON TAPAHTUMAKAUPUNKINA?

TAPAHTUMIEN KEHITTÄMINEN TORNIOSSA -EAKR-HANKE

Sijainti

Ehdottomasti käytettävä sijaintia hyväksi. Jos pelkästään Ikean vuoksi täällä reissaa kauempaakin porukkaa, niin tapahtumat = elämykset yhdistettynä rajashoppailuun, aikaeroon, jokeen, kansallispuistoon, perinteisiin jne. luulisi vetävän

Sijainnin vuoksi tapahtumien ajoittaminen helppoihin "ohikulkuaikeihin" tärkeää?

Sijainti on hyvä, mutta lähialueen yleisöpotentiaalin ulosmittaaminen edellyttää tapahtumajärjestäjältä myös riskinottokykyä / halua. Jos esim. esiintyjät on pieniä marginaaliporukoita puhuttelevia, niin ei ne festarit vedä.

Kaupallisuus

Mahdollisuuksia tulee tarkastella nyt kaupallistamisen kautta. Business edellä, investoimalla tulevaisuuteen saadaan alue kehittymään. Väkeä pitää saada oman alueen ulkopuolelta, majoitus, ravintolat, kuljetus jne. Pieni kiva ei riitä.

Luonto ja kulttuuri

Meillä on raja, vapaa joki ja meri, uniikki tornionlaakson kulttuuri..näistä rakentaa tapahtumia.

Pitäisi pystyä enemmän hyödyntämään luontoa, jokea ja merta.

Luontoarvot kasvavat koko ajan, satsataan niihin. Joki , meri...

Yhteistyö

Hynttyyt yhteen ja menoksi.

Juurikin tuo pienten tapahtumien esiin tuominen kaupungin kautta eikä jättää järjestäjiä yksin. Vakaan yhteistyön rakentaminen eri toimijoiden kanssa.

Yhteistyössä on voima. Isosti vaan esille ja työryhmä ja resursointi kuntoon.

Intohimo ja tekemisen tavat

Mahdollisuuksia on paljonkin, mutta pitää löytyä tulielut vetämään projekteja että ideat kantavat.

Tapahtumat vuosikelloon ja mietintä päälle miten kaupunki on mukana (ei vain projektiresursseilla) ja kova jalkatyö päälle. Innostavia ihmisiä pitää olla mukana löytämässä yhteistyötapoja.

Toimijat näyttävät nykyään olevan innokkaita ja innovatiivisia. Uskalletaan kokeilla uusiakin juttuja. Haaparanta/Tornio yhteistyö :)

Matkailu

Tapahtuma, joka tuo alueelle matkailijoita Suomesta ja Ruotsista. tapahtuma, joka hyödyntää rajaa/rajattomuutta. Tapahtuma, joka nimenomaan ei ole VAIN lähialueelle suunnattu, vaan saataisiin sitä volyyymia ja rahaa muualta sisään.

Mikäli matkailumarkkinointi tuottaa tulosta ja kaupungin vetovoimaisuus lisääntyy omintakeisten, uusienkin tapahtumien myötä niin - miksipä ei Pori Jazz, vaan Tornio!

Raja ja rajayhteistyö

Rajanylittävät tapahtumat. Kehittää tapahtumia hiljaisiin aikoihin, jolloin ei ole muuta..

Maailman turvallisin raja, kaksoiskaupunki Suomi/ Ruotsi , kaksi uudenvuoden juhlaa, yötön yo, golffia yolläkin.

Myös valtakunnan rajan eksoottisuus pitäisi näkyvämmiin saada esille, tämä tunnustetaan mutta edelleen on laimeaa ja väkinäistä puurtamista Haaparannan kanssa.

Rajayhteistyö ja leikittely sillä.

Rajan molemminpuolisuus tuo ihan omanlaisensa lisäelementin tarjontaan ja potentiaalisiin kävijöihin.

Omintakeisuus

Omintakeiset toteutukset. 6.11. poikkitaiteellisessa valotapahtumassa onnistuminen on keskeistä. Yhteistyö on kultaa

Kehittämisen hankkeistaminen

Näkyvyyttä ja mainetta pitää saada , matkalla ollaan kun on unesco-hanketta, tcod, selviytyjien kuvauksia jne. Ehkä less is more...

Historia

Kehittää Tornionlaakson historiaan ja omaan kulttuuriin liittyviä tapahtumia

Saaristo, joki, historia, olut.

TAPAHTUMIEN KEHITTÄMINEN TORNIOSSA -EAKR-HANKE
TORNIO TAPAHTUMAKAUPUNKINA -KEHITTÄMISTYÖPAJOJEN SARJA JATKUU

Laita päivämäärät kalenteriin. Osallistumislinkki ja kalenterikutsu lähetetään sinulle aina lähempänä työpajaa.



to 28.1. klo 9 - 13

Työpaja 2 - Katse tulevaan ja yhteiseen visioon

Mitä lähdemme yhdessä tavoittelemaan?

to 25.2. klo 9 - 13

Työpaja 3 - Parempi markkinointi ja tuottaminen

Vinkkejä ja oppeja käytännön tekemiseen -

to 18.3. klo 9 - 13

Työpaja 4 - "Meän mallin" rakentaminen

Malli systemaattisen Tornion tapahtumavuoden toteuttamiselle

Työpajaterveisin,

Pauliina Silven-Alamartimo
Projektikoordinaattori | Project Coordinator
+358 40 648 3222
pauliina.silven-alamartimo@tornio.fi

Tornion kaupunki | City of Tornio
Suensaarenkatu 4, 95400 Tornio
www.tornio.fi