

Jyrki Nissi

Kohderyhmälähtöinen tapahtumatuottaminen museo- ja nähtävyyshankkeissa - Tapausesimerkinä Hämeen linnan Vanaja Tournament

Museoiden ja nähtävyyshankkeiden toiminnan ja tapahtumien tulisi tavoittaa kaikki ikäryhmät. Useassa hankkeessa yleisön kivijalan muodostavat perheet, keski-ikäiset ja seniorit. Lisäksi koulujen kautta kulttuurihankkeet tavoittavat paljon lapsia ja nuoria. Yksi ikäryhmä jää kuitenkin monesti paitsioon: nuoret aikuiset. Jotta hankkeet voisivat tavoittaa tämän asiakaskunnan paremmin, on yleisötapahtumat suunniteltava kohderyhmälähtöisesti.

Hämeen linnassa on suunniteltu kohderyhmälähtöisesti tapahtumaa, jonka kohdeyleisönä ovat 20–40 -vuotiaat miehet. Kyseessä on 11.4.2015 järjestettävä Vanaja Tournament, joka on ensimmäinen Suomessa järjestettävä buhurt -turnaus. Buhurt on keskiaikainen kamppailulaji, jossa haarniskoihin pukeutuneet taistelijat kamppailevat toisiaan vastaan teräsmiekin. Vaikka miekat ovat teroittamattomia, on loukkaantumisriski silti suuri, sillä kyseessä on täyskontaktilaji eli iskut ja potkut menevät lujaa perille asti. Vanaja Tournamentissa taistellaan kolmessa eri kategoriassa. 5 vs. 5 taisteluissa tarkoituksena on saada vastustajajoukkueen jäsenet kaatumaan. Triathlon on 1 vs. 1 kamppailu, jossa kolmella eri aseella kamppaillaan kolme erää, joiden aikana enemmän onnistuneita osumia antanut taistelija voittaa. Polearmissa puolestaan taistellaan varsiaseilla kolme erää ja niissä enemmän onnistuneita osumia antanut voittaa.

Idea Vanaja Tournamentin järjestämisestä syntyi syksyllä 2014 eräessä kahvipöytäkeskustelussa, jossa pohdittiin, miten nuoret miehet saataisiin liikkeelle Hämeen linnaan. Eräs työkaverini mainitsi buhurtista, joka oli minulle entuudestaan aivan tuntematon laji. Lyhyellä googlauksella sain selville, että kyse on Suomessa varsin nuoresta ja pienestä lajista, joka on Euroopassa suosittu kamppailumuoto. Nopeasti kävi myös selväksi, että lajilla ei ole juurikaan tekemistä keskiaikamarkkinoilta tuttuun taistelunäytösten kanssa. Enemmänkin yhdistin lajin ensisilmäyksellä moderniin vapaaotteluun tai potkunyrkkeilyyn. Erona näihin lajeihin tuntui olevan ainoastaan päälle puettavat keskiaikaiset varusteet. Näin ollen pohdin, miksei tälle lajille olisi mahdollista saada vastaavia katsojalukuja kuin moderneille kamppailulajeillekin? Niinpä lähdin ottamaan selvää lajin harrastajista ja tutustuin Suomen lajiyhdistykseen Medieval Combat Sport Finlandiin (MCSF). Otin yhteyttä erääseen yhdistyksen toimihenkilöön ja tein heille konkreettisen tarjouksen: olisiko yhdistyksellänne kiinnostusta järjestää lajin tapahtuma tai turnaus Hämeen linnassa? Vastaus oli yllättävän positiivinen, sillä yhdistys ilmaisi toiveensa järjestää Hämeen linnassa suomalaisten joukkueiden karsintaturnauksen lajin MM-kisoihin.

Näin alkoi Vanaja Tournamentin suunnittelu. Tilojen esittely buhurt -porukalle vahvisti näkemystä siitä, että yhteistyö palvelee molempia osapuolia. MCSF saa tapahtumassa hienot historialliset puitteet lajilleen ja siten mahdollisuuden houkutella myös uusia harrastajia lajinsa pariin. Me Hämeen linnalla puolestaan saamme järjestettyä valtakunnallisesti merkittävän tapahtuman, jonka kohderyhmänä ovat nuoret aikuiset miehet. MCSF:n kanssa teimme tehtävänjaon, jonka mukaan heidän vastuulleen kuuluu taistelijoiden ja joukkueiden ilmoittautumisten vastaanottaminen. Me Hämeen linnassa puolestaan huolehdimme tapahtuman markkinoinnista, ottelupuitteiden rakentamisesta ja yleisistä käytännön järjestelyistä. Hämeen linna ja Museovirasto myös kantavat tapahtuman taloudellisen vastuun. Koska tapahtuman onnistuminen on molempien osapuolien intresseissä, MCSF:n jäsenet osallistuvat suurella panoksella tapahtuman järjestämiseen lähes pelkkiä kulukorvauksia vastaan. Esimerkiksi tapahtuman markkinointikuvaukset hoidettiin MCSF:n jäsenten voimin.

Kohderyhmäkohtainen markkinointi

Jotta kohderyhmälähtöinen tapahtumatuottaminen kantaa hedelmää, on tietenkin mietittävä, mitä kautta tapahtumaa markkinoidaan. Halusin lähteä markkinoimaan tapahtumaa nimenomaan urheilutapahtumana. Näin ollen olen ollut yhteydessä sekä paikallisiin että valtakunnallisiin urheilumedioihin. Lisäksi olen ollut suoraa yhteydessä kamppailulajien harrastajiin ja pyytänyt heitä levittämään sanaa omilla sähköpostilistoillaan ja foorumeillaan. MCSF puolestaan on mainostanut tapahtumaa omille harrastajilleen sekä vienyt sanaa myös ulkomaille. Tapahtumasta painettiin nopealla aikataululla ensimmäinen flyeri sekä suomeksi että englanniksi, jota harrastajat levittivät käydessään ulkomailta turnauksissa. Sana onkin levinnyt harrastajien piirissä hyvin, sillä tapahtumaan näyttäisi olevan tulossa taistelijoita Suomen lisäksi kuudesta eri maasta. Tärkeimpänä markkinointifoorumina toimii tietenkin Facebook. Hämeen linnan Facebook ryhmällä on vain noin 600 tykkääjää, joten markkinoinnin kannalta on elintärkeää, että tykkääjät saadaan jakamaan Vanaja Tournamentiin liittyviä päivityksiä. Ensimmäinen aiheeseen liittyvä päivitys lähtikin leviämään onnistuneesti, sillä sitä jaettiin yli 50 kertaa ja se tavoitti lähes 5000 ihmistä.

Tapahtuman kohderyhmä huomioidaan myös tapahtumapäivän palveluissa. Hämeen linnalle hankitaan Teostolta ja Gramexilta tapahtumalupa musiikinsoittoa varten, jotta voimme luoda tunnelmaa asiaan kuuluvalla musiikilla. Linnan ravintolayrittäjän tarjonta puolestaan on melko erilainen kuin vaikkapa suurissa lasten tapahtumissa. Ottelukentän yhteyteen pystytetään tietenkin olutteltoa. Tapahtuman sponsorit ovat myös mietitty sellaisiksi, jotka vetoaisivat nuoriin miehiin. Esimerkiksi Varusteleka ja haarniskoja ja muita taisteluvälineitä valmistava Rautaportti tarjoavat lahjakortteja turnausvoittajille.

Pelisäännöt selviksi taistelijoille

Turnaukseen on tätä tekstiä kirjoitettaessa vielä reilu kuukausi aikaa. Ennen turnausta on vielä rakennettava ottelulaitaukset linnan pohjoiselle vallipihalle sekä tykkitornin pohjalle. Paikallisen puutavaraliikkeen kanssa on käyty alustavia keskusteluja, että he sponsoroisivat ottelulaitauksiin käytettävän puutavaran. Kunhan puutavara lopulta saadaan linnalle, aloitetaan rakennustyöt yhdessä harrastajien kanssa.



Tykkitorni tarjoaa taistelulle näyttävät puitteet, mutta samalla on huolehdittava, ettei tapahtuma aiheuta historialliselle kohteelle vakavia vaurioita. (Kuvat: Liisa Salonen/50 mm)

Toinen tärkeä työn alla oleva asia on uutiskirjeen kirjoittaminen taistelijoille. Kun Hämeen linnan kaltaista yleisökohtetta muutetaan urheilunäyttämöksi, täytyy jokaisella osapuolella olla tarkka tieto siitä, mitä kohteessa saa tehdä ja mitä ei. Kulttuurikohteen rajoitukset voivat muodostuakin monesti esteeksi uudenlaisten tapahtumien järjestämisessä. Tästä syystä järjestävän tahon on mietittävä tarkkaan, mihin tiloihin uusia toimijoita päästetään ja miten näissä tiloissa toimitaan. Vanaja Tournamentin kohdalla yksi tällainen kompastuskivi olisi voinut olla tykkitorni, minkä pohjalla 1 vs. 1 taistelut järjestetään. Kulku tornin pohjalle on kapean portaikon kautta, jonka kulkeminen haarniskoissa on käytännössä mahdotonta. Näin ollen tykkitornin pohjalle on varatta pieni tila, jossa taistelijat voivat pukea päälleen varustuksensa. Lisäksi tornin seinät suojataan aitauskella, jotta 500 vuotta vanhat kiviseinät eivät joudu miekaniskujen kohteeksi.

Hitti vai floppi?

Koska vastaavanlaista tapahtumaa ei ole aikaisemmin Suomessa järjestetty, on yleisömäärän arvioiminen erittäin vaikeaa. Linnalle on varattu kolme katsomoa, joissa on istumapaikat noin sadalle ihmiselle. Tämän lisäksi seisomapaikkoja löytyy noin 150 ihmiselle. Yleisöarvioissa on lähdetty aika varovaisista luvuista liikkeelle, mutta tapahtumasta on tarkoitus kasvattaa pitkällä tähtäimellä yksi Hämeen linnan suosituimmista tapahtumista Keskiaikamarkkinoiden ja Loppiaistapahtuman joukkoon. Nyt kun ottelulaitaukset saadaan rakennettua valmiiksi, niin vastaavan tapahtuman järjestäminen tulee olemaan seuraavalla kerralla huomattavasti vaivattomampaa ja myös yleisömäärän arvioiminen helpompaa. Yleisön kynnystä lähteä tapahtumaan madalletaan alhaisilla pääsymaksuilla. Tapahtumapäivänä linnalle pääsee normaalin pääsymaksun hinnalla. Alhaisen pääsymaksun varjopuolena tietysti on se, että tapahtuma tulee mitä luultavimmin tekemään ensimmäisenä vuotenaan tappiota. Jotta tapahtumasta koituvat kulut saataisiin katettua, tulisi tapahtumassa olla noin 500 asiakasta. Vaikka tähän ei vielä tänä vuonna päästäisikään, niin tulevien vuosien kannalta ennuste on suotuista. Lajin kasvaessa Suomessa yhä suosituimmaksi, voidaan Hämeen linnassa toivottavasti olla tulevaisuudessa tyytyväisiä siihen, että harrastajiin otettiin hyvissä ajoin yhteyttä ja aloitettiin yhteistyö heidän kanssaan.

Kirjoittaja on Hämeen linnan tapahtumatuottaja. Työnsä ohella hän kirjoittaa väitöskirjatutkimusta Tampereen yliopistossa aiheesta ”Kuolinhetken yhteisöllisyys myöhäiskeskiajalla”.