

Valeri Saltikoff

Kaivopuiston lentonäytös – Suomen historian suurin (museo)tapahtuma

Nykypäivän museoiden toivotaan tulevan ulos seiniensä sisältä ja menevän ihmisten luokse. Ilmailumuseo vei Suomi100-juhlavuoden kunniaksi ilmailun historiaa, nykypäivää ja tulevaisuutta taivaalle, kesäisen Helsingin rantakallioiden edustalle. Kaivopuiston lentonäytös keräsi perjantai-iltana 9.6. paikan päälle jopa yli 130.000 katsojaa - Suomen historian mittavimman yksittäisen yleisömassan.

Idea: erilainen Suomi100-tapahtuma

Keväällä 2016 Suomi100-juhlavuoden ohjelma oli jo täyttä häkää muodostumassa. Monet museot olivat ilmoittautuneet mukaan satavuotisjuhlaan erilaisilla näyttelyhankkeilla. Suomen Ilmailumuseon ajatukset olivat viimeisten vuosien ajan pyörineet mittavan SIM2020-uudisrakennushankkeen ympärillä, mutta jollakin tavalla museokin halusi kantaa kortensa kekoon. Haluttiin tehdä jotain erilaista, valtavirrasta poikkeavaa – sikermä erilaisia, ilmailuun liittyviä tempauksia. Keksittiin muun muassa ajatus pienimuotoisesta, yleisölle ilmaisesta lentonäytöksestä – kutsuttaisiin suomalaisia ja ulkomaalaisia perinneilma-alusharrastajia pienimuotoiseen Fly-In -kokoontumiseen juhlistamaan ilmailun historiaa, nykypäivää ja tulevaisuutta. Tapahtuma järjestettäisiin Helsinki-Malmin lentoasemalla tai – Malmin lentotoiminnan tulevaisuuden ollessa tuolloin avoinna – jollakin muulla Etelä-Suomen lentokentällä.

Ilmailumuseon Suomi lentää! -kampanja käynnistyi verrattain myöhään, ja hyväksyttiin osaksi Suomi100-juhlavuoden ohjelmaa vasta huhtikuussa 2016. Myöhäinen käynnistys vaikutti muun muassa tapahtuman rahoitukseen: suuri osa Suomi100-ohjelmaan suunnatusta rahoituksesta oli keväällä 2016 jo jaettu, ja syksyn avustushakukierroksellakin tapahtuman hankesuunnitelma oli monilta osin vielä jäsentymätön.

Odottamattomia yhteistyökumppaneita

Suomi100-leiman saanut juhlalentonäytös houkutteli kuitenkin odottamattomia yhteistyökumppaneita. Puolustusministeriö käynnisti vuonna 2015 HX-hankkeeksi kutsutun kampanjan, joka tähtää Suomen ilmavoimien nykyisten F/A-18 Hornet -monitoimihävittäjien suorituskyvyn korvaamiseen 2020-luvun aikana. Hankkeeseen on ilmoittautunut viisi kansainvälistä ilmailu- ja puolustusteollisuuden suuryritystä, jotka tarjoavat omia monitoimihävittäjiään Hornetien

seuraajaksi. Päätös Hornet-hävittäjien korvaajasta tehdään alustavasti vuonna 2021 – lopullisen päätöksen tekee vuoden 2019 eduskuntavaalien jälkeen muodostettava Suomen hallitus.



Kaivopuiston lentonäytöksen puhutuimpia esiintyjä olivat Ilmavoimien Hornet-hävittäjien korvaajaehdokkaat. Etualalla kaksi yhteiseurooppalaista Eurofighter Typhoon -hävittäjää, keskellä amerikkalainen Boeing F/A-18F Super Hornet -hävittäjä ja taustalla kolme ruotsalaista Saab JAS39 Gripen -hävittäjää Helsinki-Vantaan asematasolla.

Kuva: Suomen Ilmailumuseo / Tuomo Salonen

Kesällä 2016 Kuopiossa järjestetyn Ilmailuliiton päälentonäytöksen jälkeen museo sai ensimmäiset yhteydenotot HX-hankkeessa mukana olevilta yrityksiltä. Nämä olivat kiinnostuneet osallistumaan museon näytökseen ja tuomaan omia hävittäjäehdokkaitaan esiintyjiksi. Lopulta kaikki viisi HX-hankkeessa mukana olevaa yritystä osallistuivat näytökseen, ja kolme viidestä Hornet-hävittäjien korvaajaehdokasta esiintyi Kaivopuiston taivaalla.

Pähkähullusta ajatuksesta todeksi

Kansainvälisten yritysten ulostulo houkutteli tapahtumaan muitakin yhteistyökumppaneita. Tapahtumapaikaksi valikoitui Helsingin keskustan merialue Kaivopuiston edustalla – suomalaisen ilmailuhistorian kannalta itsessään merkittävä paikka. Esiintyjien operointikentäksi saatiin Malmin ohella Helsinki-Vantaa, Finavian. Lentonäytöksen johtajaksi tuli Perttu Karivalo, Suomen kokenein lentonäytösjärjestäjä. Hankkeeseen saatiin syksyn ja kevään mittaan myös lukuisia muita

yhteistyökumppaneita, sponsoreita, vapaaehtoisia ja muita apuja. Kevään mittaan aluksi pähkähullulta tuntunut hanke vaikutti päivä päivältä todenmukaisemmalta.

Lentonäytöshanke kiinnosti myös erilaisia esiintyjä. HX-hankkeen osallistujien ohella Puolustusvoimat, Rajavartiolaitos, sekä suomalaiset lentoyhtiöt Finnair ja Norra lähtivät jo varhaisessa vaiheessa mukaan näytökseen. Yksityisten operaattoreiden mukaan saaminen osoittautui hieman haastavammaksi. Mukaan kutsuttiin etenkin suomalaisen ilmailun historiaan liittyvien perinneilma-alusten operaattoreita Suomesta ja ulkomailta, mutta huolimatta operaattorien myötämielisestä suhtautumisesta moni hanke kariutui erilaisiin Force Majeure -syihin, kuten taloudellisiin tekijöihin tai kuljetusten ja siirtolentojen riskeihin. Lopulta näytökseen saatiin kuitenkin kattava otos suomalaisen ilmailun historiaa, nykypäivää ja tulevaisuutta.



Kaivopuiston lentonäytöksen graafisen ilmeen suunnitteli mainostoimisto SEK, yksi näytöksen yhteistyökumppaneista. Jorma Suhonen, yksi SEK:in perustajista, suunnitteli jo 1930-luvulla Aerolle (nykyiselle Finnairille) ikonisia julisteita.

Kuva: Suomen Ilmailumuseo

Lentonäytös julkistettiin 23.9.2016 – sata päivää ennen juhluvuoden alkua. Aktiivinen viestintä aloitettiin tammi-helmikuun vaihteessa, jolloin julkaistiin tapahtuman nimi, ilme ja ensimmäiset esiintyjät. Viestinnässä painotettiin alusta asti myös sisältöä – tulevasta tapahtumasta tiedottamisen ohella haluttiin välittää tietoa suomalaisen ilmailun historiasta, nykypäivästä ja tulevaisuudesta. Koska ilmaistapahtumalla ei ollut paineita markkinoida ennakkolipunmyyntiä, viestinnän pääpaino kohdistettiin tapahtumaa edeltävälle kuukaudelle, etenkin tapahtumaviikolle. Ostettua markkinointia oli vain vähän. Viestintä perustui ansaittuun medianäkyvyyteen sekä yhteistyökumppanisopimukseen. Viestinnälliset ratkaisut osoittautuivat menestyksekkäiksi – tapahtuman mediakumppaniksi ryhtyneen Sanoman Oyj:n johdolla Kaivopuiston lentonäytös saavutti kesäkuun alkupäivinä huiman

näkyvyyden sekä painetussa mediassa että verkossa. Kuvaavaa on, että museon verkkosivut kaatuivat tapahtumaviikolla kävijäliikenteestä johtuen useaan otteeseen.

Itse näytöksen onnistumista saatiin kuitenkin jännittää viimeiseen saakka. Tapahtumapäivän aattona satoi kaatamalla, ja vielä tapahtumapäivän aikana näytösalue oli sankan sumun peitossa. Hieman puolen päivän jälkeen lentonäytöksen johtaja sai vapauttavan puhelun Ilmatieteen laitokselta – sumu oli hälvenemässä illaksi. Iltapäivällä, ensimmäisten esiintyjien ilmestyessä näytöslinjalle, taivas olikin pilvetön ja aurinko paistoi.

Tästä eteenpäin kaikki rullasi omalla painollaan. Noin kuudelta illalla, Douglas DC-3 -perinnematkustajakoneen matkustamosta kuvatusta valokuvasta laskettiin yli 130.000 hengen ihmismassa levittäytyneenä Kauppatorin ja Hernesaaren väliselle alueelle – tietävästi suurin Suomessa koskaan kokoontunut ihmisjoukko. Näytöksen jälkeen tehdyn vaikuttavuustutkimuksen mukaan 90 % pääkaupunkiseudun asukkaista tiesi tapahtumasta etukäteen, ja lentonäytöksen näki kokonaan tai osin jopa 450.000 pääkaupunkiseudun asukasta. Tapahtuman eri livelähetyksiä seurasi yli puoli miljoonaa katsojaa – ei ole yllätys, että Kaivopuiston lentonäytös nousi tapahtumapäivänä Ylen iltauutisten pääotsikoksi.

Onnistuiko tapahtuma – ja kenen näkökulmasta?

Kaivopuiston lentonäytös tavoitti siis yli 10 % koko Suomen väestöstä – mutta saavuttiko tapahtuma tavoitteensa?

Tapahtuman ensisijainen tavoite oli museon mission mukaisesti välittää tietoa ja herättää kiinnostusta suomalaiseen ilmailuun ja sen historiaan. Tässä mielessä tapahtuma oli kiistaton menestys – ei ainoastaan kävijämääränsä, vaan koko onnistuneen viestintänsä ansiosta. Kaivopuiston lentonäytös onkin ansioituneesti ehdolla vuoden 2017 Effie Awards Finland -viestintäpalkinnon saajaksi vuoden non-profit -kampanjana. Myös Ilmailumuseo sai kiitettävästi julkisuutta – museon uudistushanke ja suomalaisten ilmailumuseoiden toimitilakysymykset nousivat 29.6. peräti Helsingin Sanomien pääkirjoituksen aiheeksi. Viesti tavoitti näytösyleisön ohella myös päättäjiä – Café Ursulassa järjestettyyn kutsuvierastilaisuuteen saapui lähes 250 vierasta.

Taloudellisesti tapahtuman tulot kattoivat kustannukset, mikä on erittäin hyvä saavutus suomalaiseksi lentonäytökseksi. Tulos on erityisen hyvä ottaen huomioon, että tapahtumassa ei kerätty pääsymaksutuottoja, ja julkisen rahoituksen sekä apurahojen osuuskin jäi alle 20 %. Puuttuvaa rahoitusosuutta paikattiin onnistuneesti yhteistyökumppanien ja sponsorien tuella – sekä suoralla rahallisella tuella että erilaisilla barter-sopimuksilla.



Kaivopuiston lentonäytös keräsi ennätysmäärän yleisöä. Kuvassa myös Ilmailumuseon Suomi100-kuumailmapallo, joka hankittiin osana Suomi lentää! -hankkeen tempauksia.

Kuva: Suomen Ilmailumuseo / Tuomo Salonen

Sponsorien keskeinen rooli herätti etukäteen myös kysymyksiä – pohdittiin, onnistuuko Ilmailumuseo tapahtuman järjestäjänä tuomaan oman viestinsä esille, vai jääkö pieni museo kansainvälisten suuryritysten varjoon. Erityisesti HX-hankkeen osallistujien rooli mietitytti: kyseessä on meneillään oleva, mittava, kansallisen ja kansainvälisen tason hankintakilpailu. HX-osallistujia kohdeltiin korostetun puolueettomasti ja kannanottoja välttäen, mutta esimerkiksi Journalisti-lehden artikkelissa HX-hankkeen mediavaikuttamisesta (29.9.) Kaivopuiston lentonäytökseen viitattiin kuitenkin ”hävittäjien suurimpana lobbaustapahtumana tähän asti”.

Huoli sponsorien suhteettomasta vaikutusvallasta näytöksen viesteihin osoittautui kuitenkin pääosin turhaksi – museo sai hyvin pitkälti itse tuottaa niin tapahtumaan kuin yhteistyökumppaneihinkin liittyvän viestinnän sisällön. Vaikuttavuustutkimuksen mukaan sponsorit soveltuivat hyvin tapahtuman luonteeseen, parhaiten soveltuvina pidettiin tunnettuja, kotimaisia ilmailualan brändejä – esimerkiksi HX-hankkeen kansainväliset yritykset menestyivät suurelle yleisölle tuntemattomampina brändeinä vertailussa korkeintaan keskinkertaisesti. Suurin osa tapahtuman yhteistyökumppaneista

edusti myös itsessään näytöksen teemoja, suomalaisen ilmailun historiaa, nykypäivää ja tulevaisuutta. Voiko museo olla kertomatta oman toimialansa keskeisistä, ajankohtaisista kysymyksistä?

Ainakin lyhyellä tähtämellä tarkasteltuna tapahtumaan on vaikea suhtautua vaatimattomasti – Kaivopuiston lentonäytös siivitti Suomen Ilmailumuseon hetkessä valtakunnan tietoisuuteen. Pidemmän aikavälin vaikutukset – esimerkiksi näytöksen vaikutukset museon uudishankkeen etenemiseen – jäävät kuitenkin arvioitavaksi vasta tulevaisuudessa.

Kirjoittaja on Suomen Ilmailumuseon näyttelypäällikkö, ja toimi Kaivopuiston lentonäytöksen ohjausryhmässä vastaten muun muassa viestinnän sisällöistä.

[Kaivopuiston lentonäytös 2017](#)

[Kaivopuiston lentonäytös Facebookissa](#)

[Sky High Picturesin videokooste](#)