

## osa 1

**TAPAHTUMATEOLLISUUS ry.**







Kuva: Tamperetalo

# Alkusanat

Koko suomalaisen tapahtumateollisuuden yhteenkokoava järjestö on ajatus, joka on lausuttu ääneen ensimmäisen kerran jo kolme vuotta sitten. Tapahtumista on viimeistään 2000-luvulla kasvanut niin Suomessa kuin maailmallakin merkittävä elinkeino, joka työllistää ja tuottaa monenlaista arvoa yhteiskunnalle. Tapahtumaelinkeinoista syntyvä kokonaisuus, tapahtumateollisuus on kuitenkin edelleen yhteiskunnassa virallisesti näkymätön toimiala, jota käsitellään vaikkapa valtionhallinnossa lähinnä muutamien yksittäisten sisältöjen kautta.

Vielä kolme vuotta sitten kukaan ei osannut kuvitella päivää, jolloin tapahtumat kielletäisiin.

Keväällä 2020 koko maailmanlaajuisesti levinneen koronapandemian vuoksi tuo päivä kuitenkin koitti. Maaliskuun 13. päivänä Suomen hallitus kielsi yleisötilaisuuksien järjestämisen ja koko tapahtumateollisuus pysähtyi. Samoin pysähtyivät tapahtumien yleisövirtojen luomat monenlaiset tulovirrat, tapahtumia kaupankäynnin ja liiketoiminnan vauhdittajana käyttävien yritysten mahdollisuudet kohdata asiakkaitaan sekä kansainvälisten tapahtumaturistien saapuminen Suomeen. Tapahtumat ovat merkittävä elinkeinoelämän ja hyvinvoinnin moottori, joka ajettiin alas yhdessä päivässä.

Koronakriisin pysäyttävyys tapahtumateollisuudessa on ollut totaalinen. Samaan aikaan se kuitenkin synnytti halun yhdistää toimialojen voimat ja loi koko teollisuudelle yhteisen äänen, voiman ja energian. Tapahtumateollisuus ry perustettiin 44 perustajajäsenen voimin Helsingissä kesäkuun 10. päivänä 2020. Tuon järjestön tehtäväksi tuli toimia koko tapahtumatoimialan yhteisenä edunvalvojana, vaikuttajana ja puolestapuhujana.

Jotta voimme vaikuttaa, meidän tulee tulla kuulluksi. Jotta voimme tulla kuulluksi, meidän täytyy luoda ymmärrystä. Jotta voimme luoda ymmärrystä, meidän tulee ensin ymmärtää itse. Siksi Tapahtumateollisuus ry käynnisti yhtenä ensimmäisistä toimenpiteistään tämän tutkimuksen, jonka tavoitteena on luoda ensimmäistä kertaa Suomessa ja ehkä koko maailmassa kattava katsaus siihen, mitä emme vielä tähän saakka ole ymmärtäneet. Kerromme teille nyt ensimmäistä kertaa mitä on Tapahtumateollisuus.

**Tapahtumateollisuus ry**  
**Kati Kuusisto**  
**Maria Sahlstedt**



Kuva: Music & Media/Jani Vuorialho



Kuva: Messukeskus/Risto Wuolle



Kuva: Kirkkopalvelut/Heikki Kynsijärvi

## SISÄLLYSLUETTELO

Alkusanat	2
Raportin taustat	5
Mitä on tapahtumateollisuus?	6
Tapahtumateollisuus ja toimialaluokitus	8
Tapahtumateollisuuden toimialat	9
Tapahtumateollisuuden erityispiirteet	12
Tapahtumateollisuus tutkimustiedon valossa	14
Tapahtumateollisuus talouden näkökulmasta	16
Tapahtumateollisuuden tutkimus	18
Tapahtumateollisuus - mitä tiedämme nyt?	28
Tapahtumateollisuuden tulevaisuus	30

Raportin tilaaja:	Tapahtumateollisuus ry	Kannen kuvat:
Raportin toteutus:	Disruptiolaboratorio	Messukeskus
	Turun kauppakorkeakoulu	Music & Media/Jani Vuorialho
	Turun yliopisto	Roy McKenna
Raportin tekstit:	Milla Wirén	Music & Media/Eeva-Maija Virtanen
Tietojen käsittely:	Thomas Westerholm	Petteri Unkila
	Annika Liikamaa	Tampereen messut/Otto Vainio
Raportin taitto:	Milla Wirén	Veikkausliiga/Juha Soininen
		Kirkkopalvelut/Heikki Kynsijärvi
		Ruisrock/Pietari Purovaara
		Messukeskus/Heidi Koivunen
		Tamperetalo
		Messukeskus/Risto Wuolle





Kuva: Petteri Unkila

## Raportin taustat

Kun perustettavan Tapahtumateollisuus ry:n aktiivit lähestyivät meitä pyynnöllä tuottaa toimialakatsaus, totesimme oitis, että tehtävä on mielenkiintoinen. Tapahtumateollisuutta ei nimittäin ole – toimialana. Ei ole valmista TOL-luokitusta, jonka pohjalta voisimme näppärästi kaivella yritystietokantoja, ei listausta alan yrityksistä, eikä edes valmista määritelmää siitä, mitä tapahtumateollisuus on.

Samanaikaisesti oli kuitenkin päivänselvää, että tapahtumien järjestäminen on merkittävää liiketoimintaa, jolla on runsaasti taloudellisia ja työllistäviä vaikutuksia. Yhtä ilmeinen oli myös koronapandemian tyrmäävä vaikutus alan toimijoihin – tapahtumien kieltäminen vei kertaiskulla elinkeinon valtavalla määrällä ihmisiä ja yrityksiä. Mutta miten tehdä koronaviruksen koko toimialaa koskeva vaikutus näkyväksi, kun koko toimiala on koostaan huolimatta sen ulkopuolella liki tuntematon?

Alan kartoittaminen vaatii sekä välitöntä liikkeellelähtöä että aikaa vievää selvitystä, joten päätimme jakaa ison kokonaisuuden kahteen osaan. Tämä raportti on ensimmäinen kahdesta vuonna 2020 ilmestyvästä tapahtumateollisuuden toimialaraportista, ja se keskittyy kokonaiskuvan luomiseen. Syksyllä ilmestyvässä raportissa menemme syvemmälle alan tunnuslukuihin.

Olemme hyödyntäneet tässä ensinnäkin toimialan eri aloilla jo tehtyä tutkimusta. Haaste tämänkaltaisen materiaalin käyttämisessä on kuitenkin se, että olemassa olevat tutkimukset kattavat vain tiettyjä tapahtumateollisuuden osa-alueita, eivätkä pyrikään luomaan kuvaa koko toimialasta. Toiseksi, raportit ovat osin päällekkäisiä ja valtaosin yhteismitattomia.

Esimerkiksi Tampere ja jääkiekon SM-liiga ovat molemmat tehneet mainiot selvitykset – mutta koska toinen on tarkastellut tapahtumia maantieteellisen rajauksen pohjalta ja toinen tapahtumien sisällön näkökulmasta valtakunnallisesti, ei niiden tietoja voi yhdistää. Onhan mahdollista, että Tampereella on myös pelattu jääkiekkoa, joten ainakin osa tiedoista on päällekkäistä.

Kokonaisuuden tarkastelu vaatii oman näkökulmansa ja tietojenkeruumenetelmänsä. Tämä raportti pohjautuukin pääasiallisesti nimenomaan tätä tavoitetta varten julkaistuun kyselyyn, jota levitettiin laajalti Tapahtumateollisuus ry:n perustamisen yhteydessä.

Kysely tavoitti tapahtumatoimialan toimijoita sen kaikista sektoreista, ja vastaajia oli kaiken kaikkiaan 269. Alalla on luonnollisesti myös lukuisia toimijoita, jotka eivät kyselyyn vastanneet, mutta tämä tiedostaen, kysely tuotti kuitenkin paljon merkityksellistä uutta, ja osin yllättävääkin tietoa. Aineistoa on tässä raportissa hyödynnetty seuraavasti.

### Laadullinen ymmärrys

Kyselyn vastauksista piirtyy esiin sekä alan monimuotoisuus että alaa yhdistävät asiat. Näiden pohjalta voimme tässä raportissa määritellä tapahtumateollisuuden ja jäsentää sen alatoimialoihin.

### Jatkotutkimuksen mahdollistaminen

Kyselyn vastaajat edustivat 25 virallisen TOL-luokituksen mukaista alatoimialaa. Tämän myötä pystymme selvittämään alojen muita toimijoita, jotka mahdollisesti toimivat myös tapahtumateollisuudessa – ja kun olemme tunnistanee toimijat, pystymme jatkossa hyödyntämään olemassa olevia tietokantoja tarkempien lukujen selvittämiseksi.

### Alustavat tunnusluvut

Tapahtumateollisuus ry:n hallitus ja aktiivit kävivät läpi kyselyyn vastanneet, ja oman asiantuntemuksensa pohjalta arvioivat otoksen koon suhteessa koko toimialaan Suomessa. Raportissa julkaistaan kyselyn tuottamat tunnusluvut sekä arvio siitä, kuinka suurta osaa tapahtumateollisuudesta nyt saadut luvut edustavat. Näin saadut toimialan tunnusluvut ovat siis tällä hetkellä tarkimpia asiantuntija-arvioita koko alasta Suomessa.

**Milli Wirén (KTT)**  
**Thomas Westerholm**  
**Annika Liikamaa**

**Disruptiolaboratorio**  
**Turun yliopiston kauppakorkeakoulu**



# Mitä on tapahtumateollisuus?

Tapahtumateollisuus on valtava, mutta näkymätön toimiala. Tämä käsissäsi oleva raportti on ensimmäinen katsaus Suomen koko tapahtumateollisuuden toimialaan. Raportilla on kaksi tavoitetta: tehdä tapahtumateollisuus toimialana näkyväksi sekä luoda kokonaiskatsaus toimialan nykytilanteeseen Suomessa. Tässä raportissa käytämme alan uuden kattojärjestön, Tapahtumateollisuus ry:n määritelmää tapahtumateollisuudesta.

Tapahtumateollisuuden viitekehyksessä tapahtuma on aikaan ja tilaan sidottu suunniteltu ja tavoitteellinen tilaisuus, joka on suunnattu joillekuille, joiden arkirutiinien ulkopuolella tapahtuma on. Tapahtuma voi olla kertaluonteinen tai toistuva, ja se voi tapahtua joko fyysisessä tai virtuaalisessa tilassa.

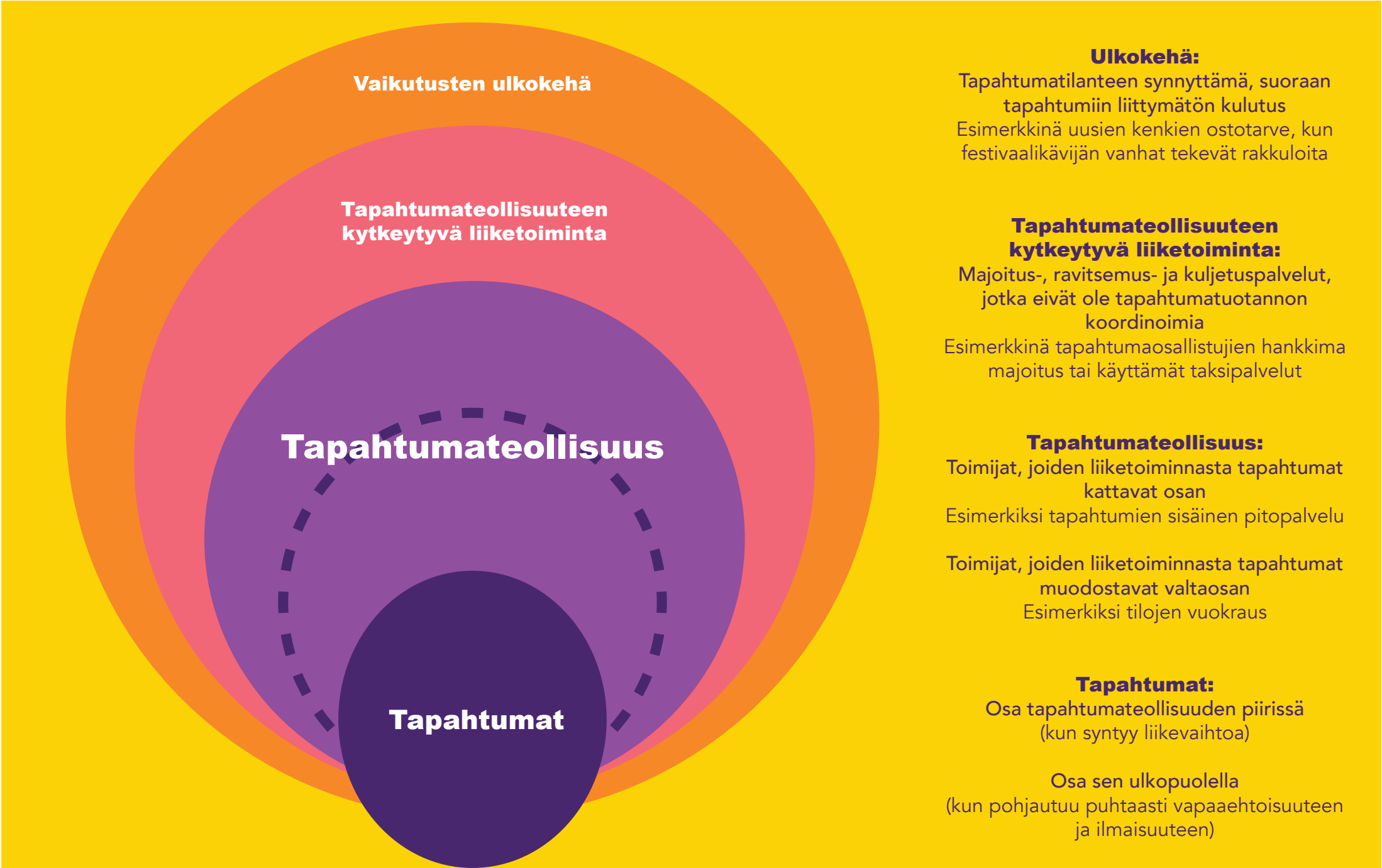
Tapahtumateollisuus on tämänkaltaisten tapahtumien järjestämiseen liittyvää ammattimaista ja elinkeinotoimintaa, josta syntyy liikevaihtoa.

Tapahtumat tapahtuvat tiettynä ajankohtana, tietyssä paikassa. Ovat sitten kyseessä vuotuiset itsenäisyyspäivän linnanjuhlat, virtuaalinen konferenssi, useamman päivän vuosittain toistuva festivaali, virtuaalinen konferenssi, jääkiekon sarjapelit, tai neljän vuoden välein eri paikoissa järjestettävät olympialaiset, aika- ja paikkasidonnaisuus on leimallista tapahtumille.

Tapahtuma on suunniteltu ja tavoitteellinen. Tapahtumassa halutaan välittää, synnyttää tai muuttaa jotain: kertoa markkinointiviesti, luoda elämys tai aikaansaada oppimiskokemus. Tapahtumiin osallistutaan harrastuneisuudesta (esimerkiksi kirjamessut), ajanvietteenä (esimerkiksi konsertti tai urheilukilpailu) tai tavanomaisesta työtilanteesta poikkeavana työmuotona (esimerkiksi yritystilaisuus tai konferenssi).

Tapahtumia voi järjestää perhepiirissä (esimerkiksi häät) ja vapaaehtoistyönä (esimerkiksi lasten jalkapallopelisarja), mutta tapahtumateollisuutta niiden järjestämisestä tulee, kun tapahtuman järjestäminen synnyttää liikevaihtoa jollekin taholle.

Tyypillistä tapahtumien järjestämiselle on vapaaehtoistyön ja ammatillisen toiminnan yhdistyminen: esimerkiksi häiden järjestämiseen käytetty aika on morsiamelle ja kaasolle vapaaehtoistyötä, kun taas tilojen vuokraus ja pitopalvelu ovat palveluntarjoajien liiketoimintaa.



Tapahtumateollisuuteen kuuluu sekä toimijoita, joiden koko liiketoiminta, tai valtaosa liiketoiminnasta, liittyy tapahtumiin, että toimijoita, joille tapahtumaliiketoiminta on vain osa kokonaisuutta.

Tapahtumatilojen vuokraus, tapahtumien ammatillinen tuottaminen tai tapahtumatekniikan vuokraus ja palvelut ovat esimerkkejä tapahtumateollisuuden aloista, joiden toimijoille tapahtumat ovat pääasiallinen elinkeino. Turvallisuus- ja kuljetuspalveluyrityksille tai ravintola-alan toimijoille tapahtumapalvelut voivat puolestaan tuoda vain pienen osan kokonaisliikevaihdosta.

**Tapahtumilla on merkittäviä taloudellisia ja työllistäviä vaikutuksia, jotka voi jakaa kolmeen eri syvyystasoon.**

Tapahtumien suorat vaikutukset liittyvät tapahtumien tuottamisen synnyttämään liiketoimintaan (tapahtumateollisuus).

Toissijaiset vaikutukset näkyvät tapahtumatuotantoa palvelevien yritysten liiketoiminnassa (esimerkiksi majoitus-, ravintola- ja kuljetuspalvelut).

Ulkokehällä on esimerkiksi tapahtumaturismi (joko vapaa-aikaan tai työhön liittyen), sekä tapahtuman kävijöiden yleinen kulutus tapahtuman lievealueilla (esimerkkinä festivaalivieras, joka huomaa tarvitsevansa uudet kengät).

Tapahtumateollisuus ja toimialaluokitus

Tällä hetkellä virallinen toimialaluokitus ei tunnista tapahtumateollisuutta omaksi toimialakseen. Alan toimijoita löytyy lukuisista Kauppa- ja yhdistysrekisterin toimialoista teollisuudesta hallinto- ja tukipalvelutoimintoihin, informaatio- ja viestintätoimialoista taiteisiin, viihteeseen ja virkistykseen. Kaiken kaikkiaan kyselyyn vastanneet toimijat edustivat 24 eri virallista toimialaa.

Viralliset luokitukset eivät kuitenkaan kuvaa alan erityispiirteitä tai luo käsitystä alasta kokonaisuutena, mikä kävi selvästi ilmi raportin laatimisen yhteydessä toteutetusta kyselystä. Kyselyyn vastanneista 55% koki, että heidän virallinen toimialaluokituksensa ei kuvannut heidän todellista toimintaansa.

Teollisuuden toimialoja voi tarkastella kolmesta näkökulmasta:

- 1) liiketoiminnan näkökulmasta (esimerkiksi valmistava teollisuus)
- 2) sisältöjen näkökulmasta (esimerkiksi laivanrakennus)
- 3) formaattien näkökulmasta (esimerkiksi risteilijä tai jäänmurtaja)

Oheisessa taulukossa havainnollistetaan tätä kolmijakoa tapahtumateollisuuden näkökulmasta.

SISÄLLÖT	FORMAATIT	LIIKETOIMINTA
Taide, kulttuuri, viihde	Festivaalit, huvipuistot, tivolit	Tapahtumajärjestäminen
Urheilu	Konsertit, teatteri, näytökset	Tapahtumatilojen vuokraus
Liike-elämä	Kongressit, konferenssit	Esiintyjä- ja ohjelmapalvelut
Tiede, opetus, koulutus	Koulutukset, luennot, työpajat	Tapahtumateknologian palvelut, myynti ja vuokraus
Poliittinen, valtiollinen, kunnallinen	Seminaarit, kokoukset, symposiumit	Tapahtumarakentamisen palvelut, myynti ja vuokraus
Uskonnollinen, hengellinen	Juhlat, gaalat, iltamat	Lipunmyyntipalvelut
Kulttuuriset juhlat	Kilpailut, ottelut, turnaukset	Tapahtumien oheispalvelut
Virkistystapahtumat	Messut, näyttelyt, markkinat, myyjäiset	Suunnittelu ja konsultointi
Yksityistapahtumat	Avajaiset, lanseeraukset	Digitaaliset tapahtumapalvelut
Järjestäytymättömät tapahtumat	Mielenosoitukset, kulkueet	Muut tapahtuma-alan erityis-palvelut

Tapahtumateollisuuden toimialat

Toisin kuin monia muita toimialoja, tapahtumateollisuutta on tähän asti lähestytty sen sisältöjen ja formaattien kautta, jäsentämällä tapahtumia esimerkiksi urheiluun ja viihteeseen tai festivaaleihin ja konsertteihin. Tämä tapa jäsentää tapahtumateollisuutta sen sisältöjen näkökulmasta osaltaan vaikuttaa alan kokonaisuuden hahmottamisen haasteisiin.

Tämän raportin pohja-aineisto kuvaa tilannetta hyvin: alaan liittyviä taloudellisia tietoja on raportoitu esimerkiksi messukävijöiden osalta, jääkiekkotoimialatietoina, maantieteellisesti ryhmiteltyinä tilastoina, yritystapahtumien vaikutuksina tai erilaisina konsertti-, festivaali- ja matkailutilastoina.

Toisin sanoen, tapahtumateollisuuden tarkastelussa formaatit, sisällöt ja liiketoiminta ovat puuina ja velleinä sekoittuneet toisiinsa.

Jotta tapahtumateollisuus ymmärrettäisiin omana toimialanaan, tulee sitä, kuten muitakin teollisuuden aloja, lähestyä liiketoiminnan ja kaupankäynnin näkökulmasta.

Oheinen taulukko on Tapahtumateollisuus ry:n tuottama, alan liiketoimintamuotoihin perustuva toimialalistaus.

Tapahtumajärjestäminen	Tapahtuman tuottaminen, koordinointi, suunnittelu, joko omasta aloitteesta tai ulkopuolisen tilaajan maksamana.
Tapahtumatilojen vuokraus	Sisä- tai ulkotilojen vuokraaminen tapahtumataroitukseen, joko kertaluonteisesti, kausittaisesti tai toistuvasti.
Esiintyjä- ja ohjelmapalvelut	Ohjelmakokonaisuuden suunnittelu, esiintyjien välitys, esiintyminen (musiikki, urheilu, sirkus, viihde ym.) ja muu tapahtumien sisällöntuotanto.
Tapahtumateknologian palvelut, myynti ja vuokraus	Valo-, ääni- ja efektisuunnittelu, teknologian rakentaminen ja toteutus, tapahtumateknologian myynti ja vuokraus.
Tapahtumarakentamisen palvelut, myynti ja vuokraus	Lavasuunnittelu ja -rakentaminen, joko kiinteästi tai väliaikaisesti. Messukalustaminen, tapahtumakalustus ja -somistus. Telttarakentaminen ja muut tilapäiset rakennelmat.
Lipunmyyntipalvelut	Lippujen tapahtuma-aikainen ja/tai ennakkomyynti, kertaluonteinen tai toistuva, digitaalinen tai manuaalinen.
Tapahtumien oheispalvelut	Ravintolapalvelut, turvallisuuspalvelut, tapahtuma-alan henkilöstövuokraus
Suunnittelu ja konsultointi	Tapahtumamarkkinointipalvelut, tapahtumien suunnittelu, sponsorointisopimukset ja -yhteistyömallit, tapahtumaliiketoiminnan konsultointi
Digitaaliset tapahtumapalvelut	Esimerkiksi ilmoittautumisjärjestelmät, verkostoitumistyökalut ja maksujärjestelmät
Muut tapahtuma-alan erityispalvelut	Hyvin erikoistuneet tapahtumapalvelut, esimerkiksi jääpalojen myynti

## Tapahtumajärjestäminen

Tapahtumajärjestämisen alalla toimivat yritykset vastaavat kokonaisten tapahtumien tai niiden yksittäisten osa-alueiden suunnittelusta ja toteuttamisesta. Tapahtumajärjestäjä voi toteuttaa tapahtumia omalla riskillään, jolloin tämä vastaa itse tapahtuman rahoituksen järjestämisestä (esim. lipputulot, avustukset, sponsorituotot) tai tilauksesta, jolloin tapahtuma tai sen osa-alue toteutetaan jonkin toisen tahon tilauksesta ja maksamana.

Tapahtumatoteutuksia ammattimaisilta tapahtumajärjestäjiltä tilaavat yritykset, muut yhteisöt ja yksityishenkilöt.

Suurissa tapahtumissa voi työskennellä yhtäaikaaisesti monia eri tapahtumajärjestäjiä, jotka kukin vastaavat oman vastualueensa toteutuksesta ja heidän kaikkien yhteistyötä koordinoi koko tapahtuman toteutuksesta vastaava tapahtumajärjestäjä.

Tapahtumajärjestäjän toiminnalle ominaista on monen tapahtumaan liittyvän osa-alueen yhtäaikainen hallinnointi ja näiden organisointi sekä johtaminen yhdeksi kokonaisuudeksi.

Tapahtumajärjestäjää voi koskettaa myös erityinen juridinen vastuu liittyen tapahtuman viranomaislupiin, joita voi tulla haettavaksi esim. turvallisuuteen, siisteyteen, liikennejärjestelyihin, anniskeluun ja muihin erityisjärjestelyihin liittyen.

## Tapahtumatekniikka

Tapahtumatekniikan palvelut toteuttavat tapahtumien kuva-, ääni-, striimaus-, taltiointi- ja erikoistehostetoteutuksia.

Tapahtumatekniikan toimijat tarjoavat tapahtumiin sekä kalustoa että henkilökuntaa ja näihin liittyviä suunnittelupalveluita ja sisällöntuotantoa. Lisäksi tapahtumatekniikan toimijat voivat tarjota myös laitteiden myynti-, asennus- ja huoltopalveluita.

## Muut tapahtumapalvelut

Muut tapahtuma-alan erityispalvelut sisältävät toimijoita, jotka toimittavat erityisesti tapahtumien tarpeisiin kehitettyjä, hyvin erikoistuneita ratkaisuja.

## Tapahtumarakentaminen

Tapahtumarakenteiden palvelut toteuttavat tapahtumien kalustamiseen ja kiinteisiin tai väliaikaisiin rakenteisiin liittyviä toteutuksia suunnittelusta rakentamiseen, kalusteiden myynnistä vuokraukseen. Tapahtumien toteuttaminen vaatii usein tilapäisiä rakenteita, joita ovat esimerkiksi esiintymislavat, teltat, aidat, pöydät, tuolit ja wc:t.

Lisäksi tähän kategoriaan kuuluvat myös esimerkiksi messurakentaminen ja sen palvelut.

## Tapahtumien oheispalvelut

Tapahtumien oheispalveluita tarjoavat toimijat toteuttavat tapahtumiin tilattavia lisäpalveluita ja näiden suunnittelua.

Esimerkkejä näistä palveluista ovat catering-, turvallisuus-, henkilöstö- ja kuljetuspalvelut. Tämän toimialan yrityksille ja muille toimijoille ominaista on, että kyseistä palvelua voidaan toteuttaa muuallakin kuin tapahtumissa, joten tämän toimialan yritykset toimivat usein tapahtumateollisuuden lisäksi myös muilla toimialoilla.

## Digitaaliset tapahtumapalvelut

Digitaaliset tapahtumapalvelut ovat erityisesti tapahtumien tarpeisiin suunniteltuja digitaalisia palveluita. Esimerkkejä tällaisista palveluista ovat vaikkapa ilmoittautumisjärjestelmät, verkostoitusratkaisut ja maksujärjestelmät.

## Suunnittelu ja konsultointi

Tapahtuma-alojen suunnittelu ja konsultointi on tapahtumiin liittyvään liiketoimintaan ja tarpeisiin erikoistunutta toimintaa. Suunnittelua ja konsultointia tarjoavat yritykset voivat toimia esimerkiksi tapahtumakonseptien ja -tuotteistusten, tapahtumaliiketoiminnan johtamisen, organisaation ja prosessien sekä tapahtumien myynnin ja markkinoinnin kehittämisen parissa.

## Lipunmyynti

Lipunmyyntipalvelut mahdollistavat yleisötapahtumien toimivan lipunmyynnin erilaisten myyntikanavien kautta.

Nykyaikaiset lipunmyyntiyhtiöt tarjoavat tapahtumajärjestäjille sekä digitaalisia että kiinteisiin paikkoihin asettuvia myyntikanavia.

Lisäksi monet palveluntarjoajat tarjoavat myös muita lipunmyyntiin liittyviä oheispalveluita, kuten markkinointikanavia ja -rekistereitä, lipunmyynnin статистиikkaa sekä palveluita ja laitteistoa fyysisen lipunmyynnin toteuttamiseksi tapahtumissa.

## Esiintyjä- ja ohjelmapalvelut

Esiintyjä- ja ohjelmapalveluiden toimittajat tarjoavat tapahtumiin erilaisia ohjelmasisältöjä, artisteja, esiintyjäryhmiä ja juontajia. He toimivat tapahtumajärjestäjän ja esiintyjän välissä vastaten esiintyjä- ja ohjelasopimuksiin liittyvistä asioista.

Myös urheilutapahtumien sisällöntuottajat kuuluvat tähän kategoriaan.

## Tapahtumatilojen vuokraus

Tapahtuma-tilojen vuokrausta harjoittavat toimijat omistavat tai hallinnoivat tapahtumapaikkoja, jotka voivat olla kiinteitä rakennuksia tai ulkoalueita. Tapahtumatilojen vuokraaja vuokraa tapahtumapaikkaa tapahtumajärjestäjän käyttöön erillisellä vuokrasopimuksella.



Kuva: Lataamo





Kuva: Tampereen messut/Otto Vainio

## Tapahtumateollisuuden erityispiirteet

### Verkostot

Tapahtumien tuottaminen eroaa monen muun tuotteen tai palvelun tuottamisesta siinä, että aniharva tapahtuma on kokonaisuudessaan toteutettavissa yhden tahon toimesta. Tapahtumat syntyvät monimutkaisissa alihankintaverkostoissa, joiden muoto vaihtelee sisällöistä ja formaateista riippuen.

Tapahtumia järjestetään liiketoimintana (esimerkiksi messut, isot festivaalit, yritystilaisuudet), osana järjestäjän muuta elinkeinotoimintaa (esimerkiksi kulttuuriyhdistysten tuotannot, kirkolliset tapahtumat), tai vapaaehtois pohjalta (esimerkiksi kaupunginosafestivaalit, yhdistystapahtumat). Riippumatta siitä, onko tapahtuman järjestäminen itsessään järjestäjän liiketoimintaa tai elinkeinoa, tapahtumien toteuttaminen on harvoin mahdollista ilman tapahtumateollisuuden alihankintaverkostoa.

Tyypillisimpiä alihankinnan kohteita ovat tilapalvelut, tapahtumateknologiapalvelut (mukaan lukien materiaalien hyödykkeiden myynti, vuokraus ja kuljetus, sekä työvoima) sekä ohjelmapalvelut ja erilaiset digitaaliset palvelut, kuten ilmoittautumisjärjestelmät. Kun kyseessä on tapahtuma, jota markkinoidaan ja johon myydään lippuja, alihankintaverkostoon kuuluu myös lippu- ja markkinointipalveluita.

Moniin tapahtumiin liittyy myös ruoan ja juoman tarjoilu, sekä tapahtuman laajuuteen nähden tarkoituksenmukainen turvallisuuspalvelu. Tapahtumasta riippuen alihankintaketjut voivat ulottua myös laajalti näiden esimerkkien ulkopuolelle.

Tapahtumateollisuuden toimijoille on tyypillistä monien roolien samanaikaisuus. Yritys A voi esimerkiksi toimia samanaikaisesti jonkin tapahtuman pääjärjestäjänä, tarjota alihankintana valosuunnittelua ja valaistusteknologiaa toiseen tapahtumaan, ja vuokrata lavarakenteita yritykseltä B kolmanteen tapahtumaan, jossa toimii lavatuotannon pääalihankkijana. Yksilö X voi vastata yhden tapahtuman ohjelmasuunnittelusta ja markkinoinnista, toimia toisessa tapahtumassa äänisuunnittelijana, ja rekrytoida kolmanteen tapahtumaan tapahtumateknikoita

### Tapahtumat työssä

Tapahtumat ovat toimintaa, joka on usein osallistujille ajanvietettä tai harrastusta – tai esimerkiksi konferenssikontekstissa, arkirutiineista poikkeavaa työtä. Historiallisesti isotkin tapahtumat (esimerkiksi Pori Jazz) ovat alun alkaen myös toteutuneet harrastajien intohimon ajamana, 'rakkaudesta lajiin'. Tämä elinkeino- ja harrastustoiminnan yhteenkytkeytyneisyys on historiallisesti leimannut alaa, ja omalta osaltaan selittää tapahtumateollisuuden näkymättömyyttä ammatillisena toimialana.

Tapahtumien tuottaminen vaatii monenlaista ammattitaitoa, jotka voi väljästi jakaa seuraaviin kokonaisuuksiin. Tyypillistä alalle on, että alan toimijoilla on ammattitaitoa useammalla tapahtumatuotannon saralla.

### Tapahtuma-alan osaamiset

Tapahtumien konseptointi, kokonaisuuden suunnittelu ja ohjelmasisältö, strateginen tapahtumamarkkinoinnin ammattitaito

Projektijohtaminen, tuotannon koordinointi ja alihankintaverkoston hallinta

Tapahtumateknologian (lavarakenteet ja rakentaminen, ääni- ja valaistussuunnittelu, -rakentaminen ja -toteutus) osaaminen

Turvallisuus (rakenteet, rakentaminen, yleisöturvallisuus)

Taloudenpito: tulovirrat, budjetointi, laskujen hallinta, palkanmaksu, lipunmyynti ja tuloutuminen

Pitopalvelut (ruoan valmistus, tarjoilu, lainsäädäntö, juomat ja anniskelulainsäädäntö)

Markkinointi ja sponsoriyhteistyö

Tapahtumat mielletään yhä useammin mediaksi, jonka avulla pyritään saamaan aikaan jotain – niitä ei järjestetä vain hivin vuoksi. Esimerkiksi isojen yritystilaisuuksien strateginen suunnittelu ja ison budjetin tuotantojen projektijohtaminen vaatii varsin erikoistunutta ammattitaitoa – sihteerin sivutyön sijaan yritystilaisuudet toteutetaan nykyään pääsääntöisesti tapahtumajärjestämiseen erikoistuneiden, korkean osaamistason yritysten avulla.

Eri osaamisalueiden ammattitaidon vaatimukset vaihtelevat kovatasoisen koulutuksen ja vankan kokemuksen myötä hankitusta huippuosaamisesta satunnaisiin käsipareihin. Osaa ammattitaidoista opetetaan aloihin erikoistuneissa koulutusohjelmissa (esimerkiksi valo- ja äänisuunnittelu, tapahtumamarkkinoinnin strateginen osaaminen), osa on hankittava kokemuksen myötä (tuotannon koordinointi, isojen kokonaisuuksien hallinta), ja osa tehtävistä on hallittavissa muissa konteksteissa hankitun, tehtäväkohtaisen osaamisen avulla (kirjanpito, tapahtuman markkinointi, pitopalvelu, turvallisuus).

Lisäksi tapahtumissa tarvitaan usein myös sellaista työvoimaa, mikä ei vaadi erityistä koulutus- tai kokemuspohjaista osaamista vaan on toteutettavissa tapahtumakohtaisen perehdytyksen pohjalta (esimerkiksi asioiden kantaminen, järjestyksenvalvonta, lipunmyynti paikan päällä), joko vapaaehtoisvoimin tai palkallisena.

### Tapahtumamarkkinointi

Tapahtumamarkkinointi on eri asia kuin tapahtumien markkinointi. Tapahtumamarkkinoinnissa tapahtuma käsitetään mediana, kanavana, välineenä, joka valjastetaan tietyn viestin välittämiseen, myynnin edistämiseen tai muun tavoitteen saavuttamiseen. Tapahtumamarkkinoinnin osaaminen vaatii vahvaa strategista ammattitaitoa ja ymmärrystä (liiketoiminnallisista) tavoitteista, joita tapahtuma palvelee.

Tapahtumien markkinointi puolestaan tähtää tapahtuman näkyvyyteen ja tapahtuman yleisön tavoittamiseen.

Vaikka tapahtumateollisuudella on merkittävä työllistävä vaikutus, alalle ei juuri päädytä selkeiden, tapahtuma-alalle tähtäävien koulutuspolkujen kautta. Alan ammattitaito on usein tekemällä opittua, ja alalle on päädytty vaiherikkaasti. Suomen kontekstissa alan palkkatasoa tai työtyytyväisyyttä ei ole tutkittu, mutta kansainvälisissä raporteissa havainto on, että palkkataso jää mediaanipalkan alapuolelle, mutta työtyytyväisyys nousee merkittävän korkealle.

Voinee siis kiteyttää, että vaikka työskentely alalla on aikain saatossa noussut harrastelusta korkeaksi ammattitaidoksi, sitä yhä tehdään 'rakkaudesta lajiin'.



# Tapahtumateollisuus tutkimustiedon valossa

Tapahtumateollisuuden eri osa-alueita on tarkasteltu niin Suomessa kuin kansainvälisestikin. Olemassa oleva aineisto tukee kokonaiskuvan muodostumista havainnollistamalla sen eri osa-alueita, mutta koska selvityksiä on tehty eri näkökulmista, eri menetelmin ja eri aikoina, niiden sisältämien tietojen yhdistäminen on haasteellista. Sen vuoksi esittelemme olennaisimmat pohjaraportit ja niiden tunnistamat luvut kahtena koosteenä: suomalaiset selvitykset ja kansainväliset selvitykset.

## SUOMALAISET SELVITYKSET

### Alueellinen raja

Tampere (2017)

Tilaa ja tuottaja: Tampereen kaupunki

Tunnusluvut:

Tapahtumien yhteenlaskettu liikevaihto 581M€

Tapahtumien työllistävyys 4641

Pori (2012)

Tilaa: N/A

Tuottaja: Turun kauppakorkeakoulu, Pori

Tunnusluvut:

Tapahtumien yhteenlaskettu liikevaihto 325 M€

Tapahtumien työllistävyys 3200

Seinäjoki (2012)

Tilaa: N/A

Tuottaja: Turun kauppakorkeakoulu, Pori

Tunnusluvut:

Tapahtumien yhteenlaskettu liikevaihto 310 M€

Tapahtumien työllistävyys 3650

Oulu (2012)

Tilaa: N/A

Tuottaja: Turun kauppakorkeakoulu, Pori

Tunnusluvut:

Tapahtumien liikevaihto 820M€

Tapahtumien työllistävyys 6700

### Sisällöllinen raja

Jääkiekko (2015)

Tilaa: SM-liiga Oy, Suomen Jääkiekkoliitto ry

Tuottaja: KPMG

Tunnusluvut:

Jääkiekon ja kytkeytyvän toiminnan tulovirta 750M€

Jääkiekon välitön työllistävä vaikutus 2900

Jääkiekon kokonaistyöllistämisaikutus 4900

Elävän musiikin toimialabarometri (2019)

Tilaa: LiveFin

Tuottaja: Lapin yliopisto

Tunnusluvut:

Toimijoiden lukumäärä 864

Toimijoiden yhteenlaskettu liikevaihto 450-470M€

Yritystapahtumat (2018)

Tilaa: Events Industry Council

Tuottaja: Oxford Economics

Tunnusluvut (Suomen osalta):

Yritystapahtumiin suora myynti 1 252M\$

Suora vaikutus BKT:hen 536 M\$

Välitön työllistämisaikutus 12 000

Välillinen kokonaistaloudsaikutus 5 100 M\$

Välillinen vaikutus BKT:hen 2 100 M\$

Välillinen työllistämisaikutus 53 000

Tapahtumabarometri (2019)

Tilaa: SJTM ry (Suomen 50 suurinta tapahtumamarkkinointiyritystä)

Tuottaja: Sponsor Insight

Tunnusluvut:

Tapahtumamarkkinointiyritysten (Suomen 50 suurinta) tapahtumien yhteenlaskettu liikevaihto 147 M€

Sinfoniaorkesterit (2019)

Tilaa ja tuottaja: Sinfoniaorkesterit ry

Tunnusluvut:

Vakituinen henkilökunta 988

Tilapäinen henkilökunta 2518

Menot 82,4 M€, josta kuntien osuus 55%, valtion osuus 22%, YLE:n osuus 11%, muiden avustusten osuus 2% ja omien tulojen osuus 15%

Festivaalit (2017)

Tilaa: Finland Festivals ry

Tuottaja: Media Clever Oy

Tunnusluvut:

Tulot 46 M€

Henkilökunnan määrä 1700

Talkootyöväen määrä 5800

## KANSAINVÄLISET SELVITYKSET

Major Events Development Fund (2013)

Tilaa ja tuottaja: Ministry of Business Innovation and Employment, Uusi-Seelanti

Tunnusluvut:

18 tapahtuman yhteenlaskettu taloudellinen kokonaisvaikutus Uuden-Seelannin talouteen 32.1M\$

UK Messut (2020)

Tilaa: Tony Rogers Conference & Event Services

Tuottaja: BVEP

Tunnusluvut 2018:

9.1 miljoonaa vierailijaa

Messuihin suoraan liittyvä kulutus 500M€

Välitön työllistämisaikutus 55 000

Suora vaikutus BKT:hen 260M€

Globaalit Yritystapahtumat (2018)

Tilaa: Events Industry Council

Tuottaja: Oxford Economics

Tunnusluvut:

Yritystapahtumien suora myynti 1 000 007M\$

Suora vaikutus BKT:hen 6 214M\$

Suora työllistämisaikutus 10,3M

Välillinen kokonaistaloudsaikutus 2 530 000M\$

Välillinen vaikutus BKT:hen 1 500 000M\$

Välillinen työllistämisaikutus 25,9M

Tanskan 76 tapahtumapaikkaa (2018)

Tilaa ja tuottaja: Live DMA (CO-funded by the Creative Europe Programme of the European Union)

Tunnusluvut:

Yhteensä 8 471 keikkaa, 14 271 artistin kanssa

Vierailijoita 1 540 913

Palkallisia työntekijöitä 721

Vapaaehtoisia 4 200

Liikevaihto 77-79 M€

UK tapahtumateollisuus 2020

Tilaa: Tony Rogers Conference & Event Services

Tuottaja: BVEP

Tunnusluvut 2018:

Koko tapahtumateollisuuden arvo 70 000M€ (direct spend)

Vapaa-ajan tapahtumien arvo 38 800M€

Yritystapahtumien arvo 31200M€

Tapahtumateollisuus työllistää yli 700 000 henkilöä

Facts & figures of music venues in Europe (2018)

Tilaa ja tuottaja: Live DMA (CO-funded by the Creative Europe Programme of the European Union)

Tunnusluvut:

2109 tapahtumapaikkaa järjesti yhteensä 233 500 keikkaa yhdessä 381 760 artistin kanssa

Vierailijoita 56 000 000

Palkallisia työntekijöitä 49 200

Vapaaehtoisia 81 200

Tulot: 2 240M€

Menot: 2 239M€





Kuva: Tampereen messut/Mona Räsänen

## Tapahtumateollisuus talouden näkökulmasta

Osa tapahtumateollisuudesta on kuluttajaliiketoimintaa, osa yritysten välistä liiketoimintaa, ja osa elinkeinotoimintaa, jossa on mukana myös julkisia tai kolmannen sektorin toimijoita. Alan taloudellista rakennetta voi hahmottaa kolmenlaisten rahavirtojen avulla: tapahtumateollisuuteen tulevat rahavirrat, tapahtumateollisuuden sisällä liikkuvat ja alan toimijoille jäävät rahavirrat, sekä yhteiskuntaan palaavat ja kertyvät rahavirrat.

Tässä raportissa ei tarkastella näitä rahavirtoja euromääräisesti, mutta alan rakenteen ja kyselytulosten ymmärtämiseksi niiden yleinen hahmottaminen on olennaista. Alan sisäinen monimuotoisuus ilmenee myös siinä, millä tavoin alan eri toimijat raportoivat taloudestaan: esimerkiksi jääkiekkokentän tuottamassa raportissa keskitytään alan generoimaan liikevaihtoon puuttumatta alan tulovirtalähteisiin, kun taas sinfoniaorkesterien kohdalla painotus on täysin toisin päin – taloutta käsitellään ainoastaan siitä näkökulmasta, mistä rahat ovat peräisin.

### Alalle tulevat rahavirrat

Tapahtumateollisuuden tulovirrat muodostuvat yksityisestä kulutuksesta (lipunmyyntitulot, oheismyynti), julkisen sektorin tuesta (esimerkiksi kuntien ja valtion jatkuva tai kertaluontoinen tuki kulttuurin

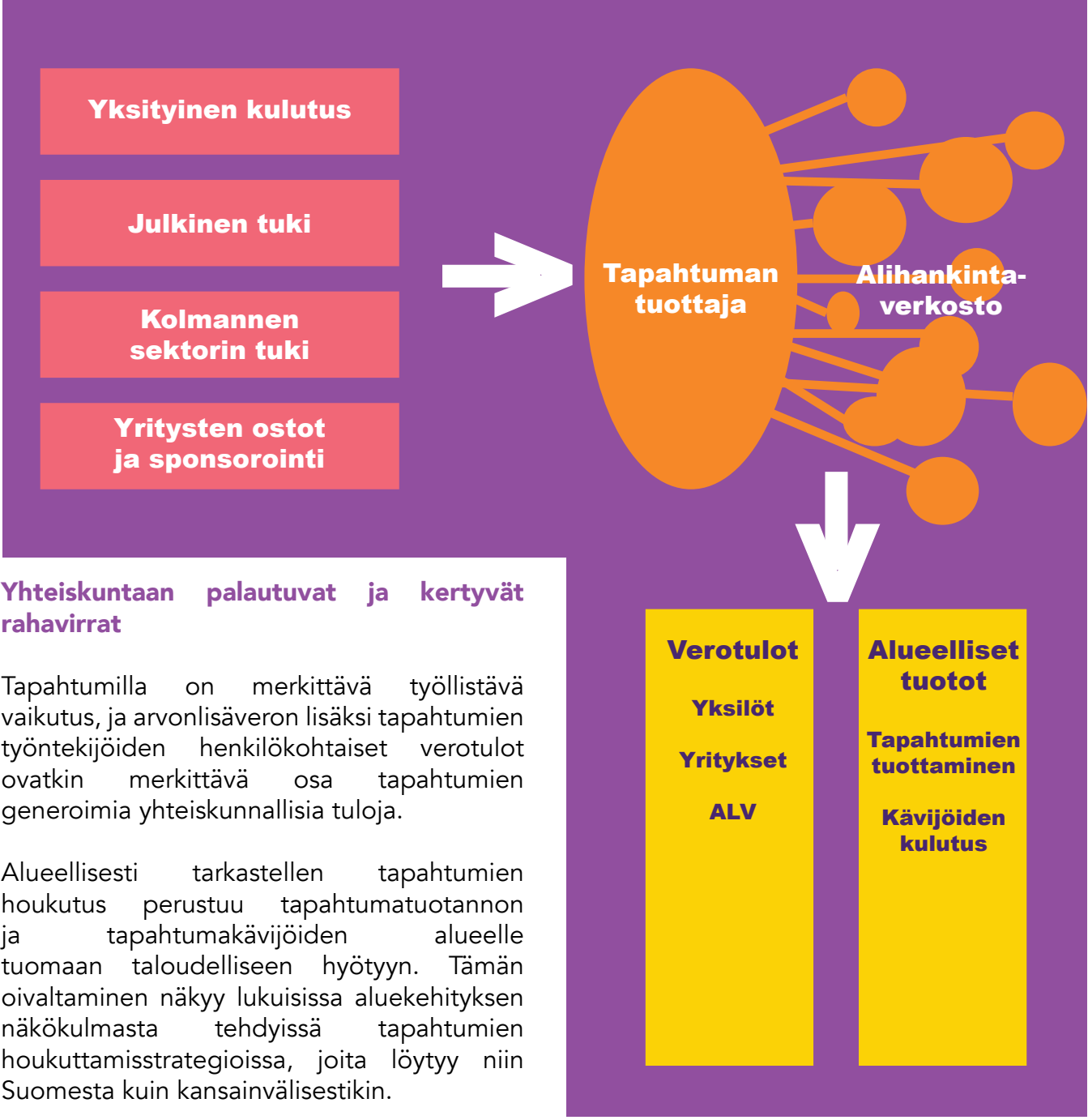
tapahtumatoimijoille), kolmannen sektorin panostuksista (esimerkiksi säätiöiden tuet ja avustukset, Veikkauksen voittovarojen kanavointi), sekä yritysten ostoista (tapahtuman tilaaminen, sponsorointi ja markkinointiyhteistyö).

Osa tulovirroista muodostuu siis myynnistä (yksityisten, yritysten, julkisten toimijoiden ja kolmannen sektorin ostot) ja osa erilaisista tukimuotoisista eristä (sponsorointi, avustukset, tuet).

### Alalla liikkuvat rahavirrat

Tyypillistä tapahtumien tuottamiselle on, että tuotannosta vastaava taho koordinoi myös tuotantokohtaisia rahavirtoja lähtien rahoitusmallin suunnittelusta ja toteutuksesta (liiketoimintamallipohjainen, tukiperäinen tai hybridimuotoinen) alihankkijoiden ostoihin, palkanmaksuun sekä viranomaismaksujen, lupamaksujen ja verotuksen hallintaan.

Toimintatavoista riippuen, tapahtumajärjestäjän kokonaisliikevaihto voi siis nousta varsin suureksi suhteessa tapahtuman tapahtumajärjestäjälle jäävään osuuteen. Sen sijaan alan alihankkijoiden liiketoiminta näyttäytyy tässä suhteessa tavanomaisempana: rahavirrat liittyvät alihankkijan palveluiden tai tuotteiden myymiseen.



### Yhteiskuntaan palautuvat ja kertyvät rahavirrat

Tapahtumilla on merkittävä työllistävä vaikutus, ja arvonlisäveron lisäksi tapahtumien työntekijöiden henkilökohtaiset verotulot ovatkin merkittävä osa tapahtumien generoimia yhteiskunnallisia tuloja.

Alueellisesti tarkastellen tapahtumien houkutus perustuu tapahtumatuotannon ja tapahtumakävijöiden alueelle tuomaan taloudelliseen hyötyyn. Tämän oivaltaminen näkyy lukuisissa aluekehityksen näkökulmasta tehdyissä tapahtumien houkuttamisstrategioissa, joita löytyy niin Suomesta kuin kansainvälisestikin.



Tapahtumateollisuuden tutkimus

Koska tapahtumateollisuutta ei virallisissa toimialaluokituksissa tunnisteta omaksi toimialakseen, alan tunnuslukuja ei ole mahdollista löytää tarkastelemalla vain tietyn virallisen toimialaluokan tunnuslukuja – tai kaikkia tietyn toimialan toimijoita. Tässä raportissa seuraavaksi esitellyt tilastolliset tiedot ja tunnusluvut perustuvat touko-kesäkuussa tehtyyn kyselyyn Tapahtumateollisuus ry:n jäsenille ja verkostoille.

Kysely on ensimmäinen tutkimus ja kattavin selvitys koko tapahtumateollisuuden toimialasta Suomessa. Vastaajat edustavat kaikkia tapahtumateollisuuden toimialoja ja maantieteellisesti koko Suomea.

Kyselyyn vastanneita  
269



Maakunta	Vastaajien lkm	%-osuus
Etelä-Pohjanmaa	6	2,2 %
Etelä-Savo	2	0,7 %
Kainuu	1	0,4 %
Kanta-Häme	7	2,6 %
Keski-Pohjanmaa	3	1,1 %
Kymenlaakso	3	1,1 %
Lappi	5	1,9 %
Päijät-Häme	17	6,3 %
Pirkanmaa	23	8,6 %
Pohjanmaa	2	0,7 %
Pohjois-Karjala	1	0,4 %
Pohjois-Pohjanmaa	7	2,6 %
Pohjois-Savo	6	2,2 %
Satakunta	2	0,7 %
Uusimaa	150	55,8 %
Varsinais-Suomi	26	9,7 %
Etelä-Karjala	1	0,4 %
Keski-Suomi	7	2,6 %
Yhteensä	269	100,0 %

Toimiala	Vastaajien lkm	%-osuus
C Teollisuus	4	1,5 %
18 Painaminen ja tallenteiden jäljentäminen	2	
20 Kemikaalien ja kemiallisten tuotteiden valmistus	1	
32 Muu valmistus	1	
F Rakentaminen	2	0,7 %
43 Erikoistunut rakennustoiminta	2	
G Tukku- ja vähittäiskauppa; moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien korjaus	4	1,5 %
46 Tukku- ja vähittäiskauppa (pl. moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien kauppa)	2	
47 Vähittäiskauppa (pl. moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien kauppa)	2	
H Kuljetus ja varastointi	1	0,4 %
52 Varastointi ja liikennettä palveleva toiminta	1	
I Majoitus- ja ravitsemistoiminta	8	3,0 %
56 Ravitsemistoiminta	8	
J Informaatio ja viestintä	13	4,8 %
59 Elokuva-, video- ja televisio-ohjelmatuotanto, äänitteiden ja musiikin kustantaminen	5	
62 Ohjelmistot, konsultointi ja siihen liittyvä toiminta	6	
<tyhjä>	2	
L Kiinteistöalan toiminta	4	1,5 %
68 Kiinteistöalan toiminta	4	
M Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta	32	11,9 %
70 Pääkonttorien toiminta; liikkeenjohdon konsultointi	5	
73 Mainostoiminta ja markkinatutkimus	7	
74 Muut erikoistuneet palvelut liike-elämälle	19	
<tyhjä>	1	

Vastaajien yhteinelaskettu liikevaihto  
723M€

Vastaajien virallinen toimialaluokitus

Tapahtumien osuus kokonaisliikevaihdosta  
74,3%

Toimiala	Vastaajien lkm	%-osuus
N Hallinto- ja tukipalvelutoiminta	21	7,8 %
77 Vuokraus- ja leasingtoiminta	4	
79 Matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien toiminta; varauspalvelut	1	
80 Turvallisuus-, vartiointi- ja etsiväpalvelut	1	
82 Hallinto- ja tukipalvelut liike-elämälle	15	
O Julkinen hallinto ja maanpuolustus; pakollinen sosiaalivakuutus	1	0,4 %
84 Julkinen hallinto ja maanpuolustus; pakollinen sosiaalivakuutus	1	
P Koulutus	4	1,5 %
85 Koulutus (blank)	3	
R Taiteet, viihde ja virkistys	129	48,0 %
90 Kulttuuri- ja viihdetoiminta	110	
92 Rahapeli- ja vedonlyöntipalvelut	1	
93 Urheilutoiminta sekä huvi- ja virkistyspalvelut	15	
<tyhjä>	3	
S Muu palvelutoiminta	25	9,3 %
94 Järjestöjen toiminta	4	
96 Muut henkilökohtaiset palvelut	11	
<tyhjä>	10	
<tyhjä>	21	7,8 %
<tyhjä>	21	
Yhteensä	269	100 %

Vastaajien vakituinen henkilöstö  
n. 4000

Vastaajat työllistävät vuodessa tilapäisiä tapahtumatyöntekijöitä  
24 000 - 37 000

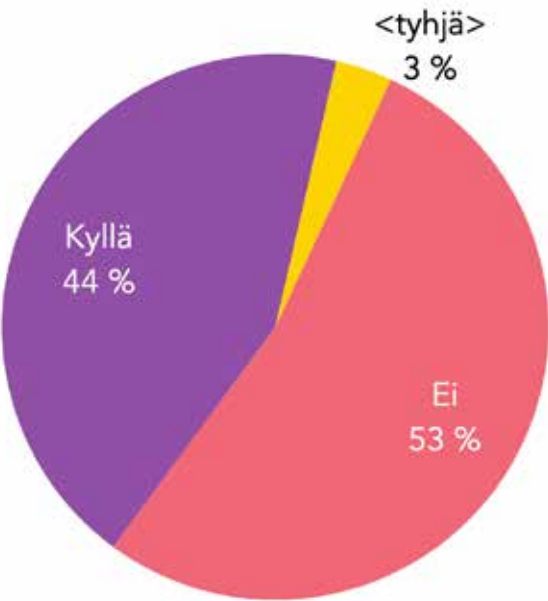


Pyysimme vastaajia kertomaan, mitä tapahtumateollisuuden omaa toimialaa he kokevat edustavansa.

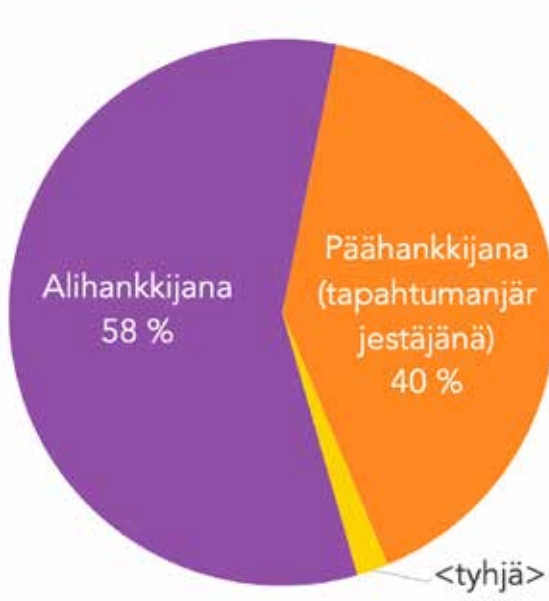
Vastaajat edustivat kaikkia tapahtumateollisuuden toimialoja.

Toimialaluokasta “muu” löytyi tapahtuma-alan erityispalveluiden edustajia sekä esimerkiksi säätiöitä.

Toimiala (oma jaottelu)	Vastaajien lkm	%-osuus
Digitaaliset tapahtumapalvelut	4	1,5 %
Esiintyjä- ja ohjelmapalvelut	20	7,4 %
Lipunmyyntipalvelut	3	1,1 %
Muut tapahtuma-alan erityispalvelut	10	3,7 %
Suunnittelu ja konsultointi	17	6,3 %
Tapahtumajärjestäminen	83	30,9 %
Tapahtumarakenteiden palvelut ja vuokraus	26	9,7 %
Tapahtumatekniikan palvelut ja vuokraus	65	24,2 %
Tapahtumatilojen vuokraus	11	4,1 %
Tapahtumien oheispalvelut	5	1,9 %
Muu	22	8,2 %
<tyhjä>	3	1,1 %
<b>Yhteensä</b>	<b>269</b>	<b>100,0 %</b>



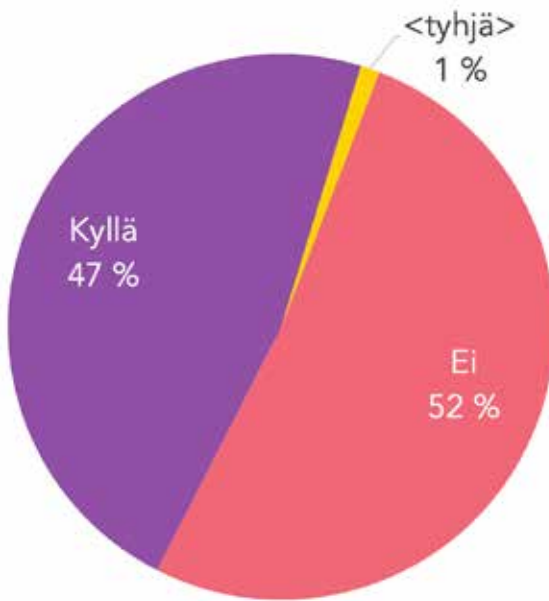
Kuvaako virallinen toimialajaottelu vastaajan toimintaa?



Vastaajan pääasiallinen tapahtumiin liittyvä toiminta

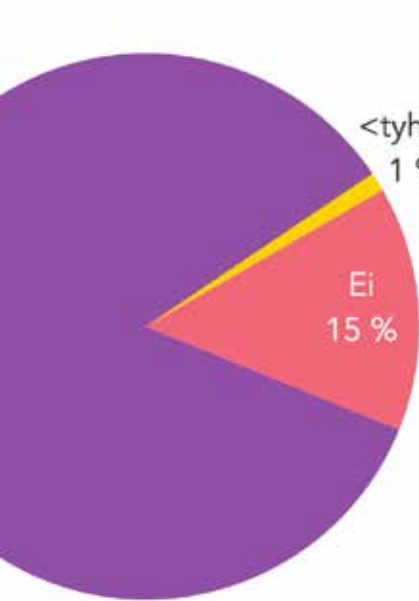
Vastaajien vakituisesti työllistämä henkilökunta kokoryhmittäin

Kokoryhmä	Vastaajien lkm	%-osuus
0-1	104	38,7 %
2-5	69	25,7 %
6-10	37	13,8 %
11-20	23	8,6 %
21-50	26	9,7 %
51-100	6	2,2 %
101-250	1	0,4 %
251-1000	3	1,1 %
<b>Yhteensä</b>	<b>269</b>	<b>100,0 %</b>



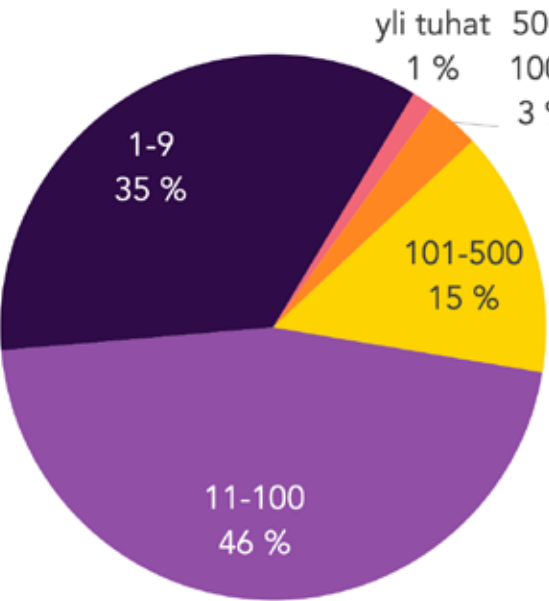
Onko vastaajalla muuta kuin tapahtumiin liittyvää liiketoimintaa?

Liikevaihto tapahtumissa	Vastaajien lkm	%-osuus
1-9%	5	1,9 %
10-19%	6	2,2 %
20-29%	2	0,7 %
30-39%	7	2,6 %
40-49%	8	3,0 %
50-59%	4	1,5 %
60-69%	11	4,1 %
70-79%	18	6,7 %
80-89%	30	11,2 %
90-99%	36	13,4 %
100%	142	52,8 %
<b>Yhteensä</b>	<b>269</b>	<b>100,0 %</b>



Työllistättekö tapahtumiin liittyen väliaikaisia työntekijöitä?

Tapahtumien osuus vastaajan liiketoiminnasta liikevaihtona ja työtunteina



Kuinka monta tapahtumiin liittyvää väliaikaista työntekijää työllistätte vuodessa?

Työtunnit tapahtumissa	Vastaajien lkm	%-osuus
1-9%	2	0,7 %
10-19%	7	2,6 %
20-29%	4	1,5 %
30-39%	7	2,6 %
40-49%	7	2,6 %
50-59%	6	2,2 %
60-69%	16	5,9 %
70-79%	19	7,1 %
80-89%	32	11,9 %
90-99%	27	10,0 %
100%	142	52,8 %
<b>Yhteensä</b>	<b>269</b>	<b>100,0 %</b>



Toimiala (oma jaottelu)	Liikevaihto yhteensä	%-osuus
Digitaaliset tapahtumapalvelut	5 236 700	0,7 %
Esiintyjä- ja ohjelmapalvelut	52 442 172	7,3 %
Lipunmyyntipalvelut	17 533 245	2,4 %
Muut tapahtuma-alan erityispalvelut	16 454 315	2,3 %
Suunnittelu ja konsultointi	7 137 330	1,0 %
Tapahtumajärjestäminen	400 093 766	55,3 %
Tapahtumarakenteiden palvelut ja vuokraus	31 404 613	4,3 %
Tapahtumatekniikan palvelut ja vuokraus	79 202 127	11,0 %
Tapahtumatilojen vuokraus	32 934 343	4,6 %
Tapahtumien oheispalvelut	7 503 800	1,0 %
Muu	72 929 867	10,1 %
<tyhjä>	200 000	0,0 %
<b>Yhteensä</b>	<b>723 072 278</b>	<b>100,0 %</b>

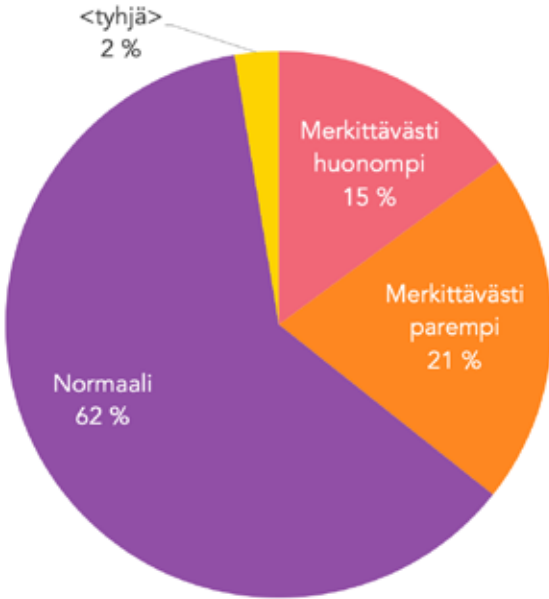
**Vastaajien liikevaihto vuonna 2019 jaoteltuna tapahtumateollisuuden oman toimialaluokituksen mukaan**



Kuva: Messukeskus/Vesa Koivunen

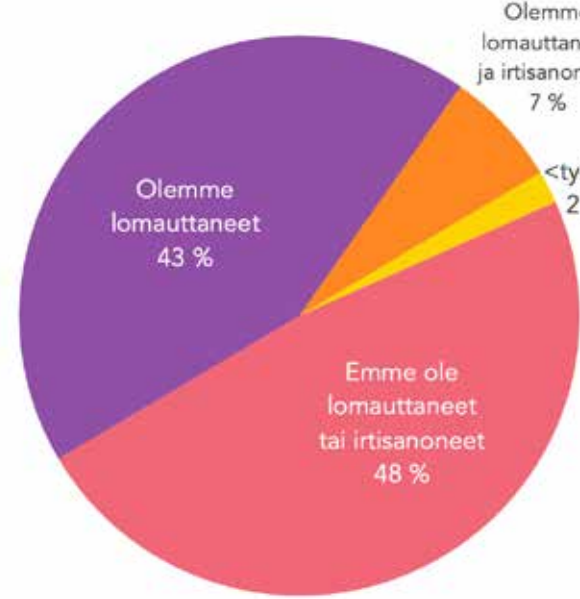
## Tapahtumateollisuus vuonna 2019

**Vastasiko kyselyssä tarkasteltu vuosi 2019 taloudellisesti tyypillistä toimintavuotta.**

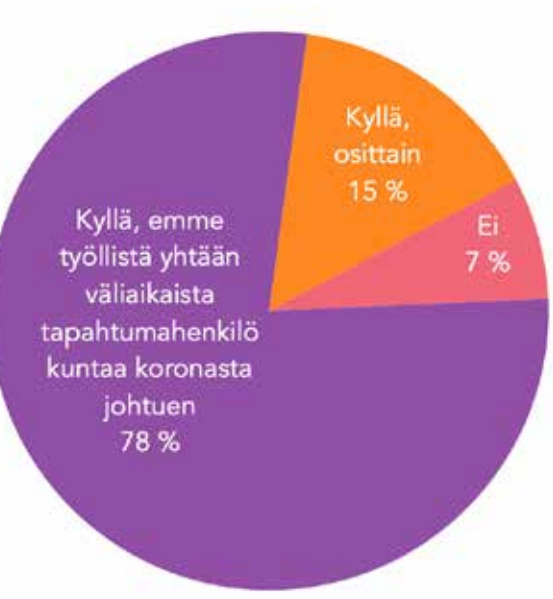


## Vuoden 2020 koronakriisin vaikutukset tapahtumateollisuuden toimialaan

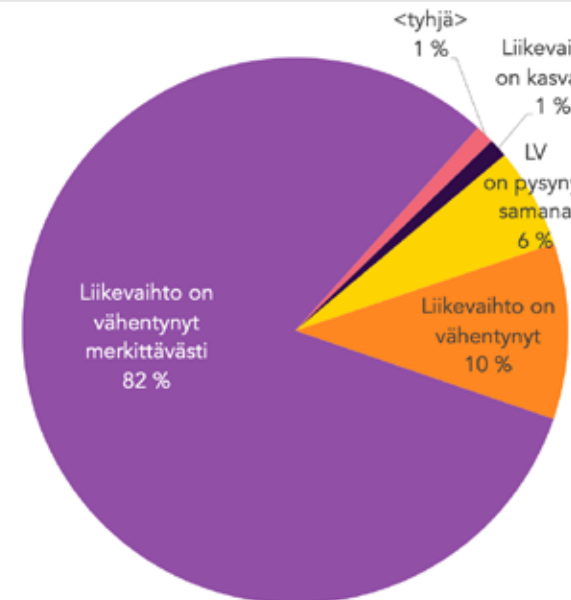
**Oletteko lomauttaneet ja/ tai irtisanoneet henkilöstöä koronan vuoksi?**



**Onko korona vaikuttanut siihen, miten työllistätte tilapäistä tapahtumahenkilökuntaa?**



**Koronan vaikutus kevään ja kesän 2020 liiketoimintaan**





## Koronan vaikutukset vuonna 2020

**92% vastaajista raportoi, että korona on vähentänyt tai vähentänyt merkittävästi kevään liikevaihtoa. Yhteensä koronan vaikutus näiden toimijoiden liikevaihtoon on ollut -79%.**

**89% uskoo, että myös kesän liikevaihto on normaalia vähempi tai merkittävästi vähempi. Yhteensä koronan vaikutus näiden toimijoiden liikevaihtoon on oletetusti -77%**

**Koronan vuoksi 78% vastaajista, jotka normaalisti työllistävät yhteensä 24 000-37 000 tilapäistä tapahtumatyöntekijää, eivät työllistä yhtään tilapäistä henkilökuntaa.**

**Vastaajat jättävät siis tänä vuonna työllistämättä noin 19 000 - 29 000 henkilöä.**

*”Tulee myös mielenkiintoinen tilanne helmi- maaliskuussa 2021 mikäli koko henkilökuntaa ei ole pystytty työllistämään. Lomautuksissa on 200 päivän raja jolloin työntekijä voi irtisanoutua ja on oikeutettu heti irtisanomisajan palkkaan joka pitää maksaa heti. Meillä on pitkiä työsuhteita paljon eli irtisanomisajat on lähes kaikilla 4-6kk ja siihen lomakertymät päälle. Jos sinne asti selvitään ajatuksella ettei kaikki ole palautunut normaaliksi niin kyllä se kohta on sitten meille ja muillekin lopullinen niitti.”*

**Vastaajista 43% on lomauttanut vakituista henkilökuntaa. Lisäksi 7% on lomautuksen lisäksi myös irtisanonut henkilöstöä**



# Tapahtumateollisuus - mitä tiedämme nyt?

## Tutkimuksen kattavuus ja yleistettävyyys Suomessa

Kyselytutkimuksemme tavoitti osan Suomen tapahtumateollisuudesta – mutta ei kaikkia alan toimijoita. Kiinnostavaa onkin, minkälaisen otosta koko kentästä vastaajat edustavat. Arvioimme tätä kahdesta näkökulmasta: 1) kuinka hyvin vastaukset kuvaavat koko alan toimintaa (laadullinen) ja 2) minkälaista prosenttiosuutta koko kentän tunnusluvuista nyt esille saadut edustavat (määrällinen).

## Laadullinen kattavuus ja yleisiä huomioita

Vastaajat edustivat kaikkia Tapahtumateollisuus ry:n oman toimialalistauksen aloja. Liikevaihdollisesti suurin luokka oli Tapahtumajärjestäminen, mikä osin kuvaa alan rakennetta ylipäänsä, mutta osin perustuu myös tapahtumajärjestäjien yleiseen aktiivisuuteen, mikä näkyy alttiutena kyselyyn vastaamiseen. Toiminnalle on ominaista suuri tapahtumakohtainen liikevaihto, joka ei niinkään kerro toiminnan tuottavuudesta vaan toiminnan luonteesta – tapahtumajärjestäjät kun pyörittävät tapahtumien budjetiteja, eli vastaavat niin sisään tulevasta kuin ulos menevästä rahasta. Vastaajista 30% edusti tapahtumajärjestäjiä, mutta liikevaihdosta ala kattoi 55%.

Muilla toimialoilla vastaajien prosentuaalisen määrän ja liikevaihdon suhde oli päinvastainen – esimerkiksi tapahtumatekniikan vastaajat edustivat 24,5% vastaajista, mutta heidän yhteenlaskettu liikevaihtonsa vain 11% koko alan liikevaihdosta. Tämä tukee näkemystä tapahtumateollisuuden toiminnan luonteesta: toimialalla on lukuisia pieniä toimijoita, joiden kesken tapahtumakohtainen liikevaihto jakautuu.

Vastaukset tukevat myös arviota alan yritysten merkittävistä kokoeroista. Tapahtumateollisuuteen kuuluu satojen miljoonien eurojen liikevaihtoa tekeviä yrityksiä, mutta varsin merkittävä määrä yhden hengen yrityksiä – vakituisesti vain yrittäjän itsensä työllistäviä yrityksiä oli vastaajista 38,7%, ja alle kymmenen hengen yritykset kattoivat peräti 78,2% kaikista vastaajista. Vastaavasti yli 251 henkilöä vakituisesti työllistäviä yrityksiä oli 1,1%.

Tapahtumateollisuuden yritysten kokorakenne kertoo myös alan haavoittuvaisuudesta – mikroyrityksissä eletään usein kädestä suuhun, suuria taloudellisia puskureita ei ole. Tämän vuoksi koronavirukseen ja sen vastatoimenpiteiden vaikutus alaan on pahimmillaan varsin pitkäaikainen: kun iso osa yrityksistä on haavoittuvia ja samalla hyvinkin erikoistuneita, toiminnan loppuessa loppuu myös yritystoiminta. Ja kun tapahtumia jälleen on mahdollista järjestää, on mahdollista, että iso osa näistä tapahtumatuotannon kannalta tuikitarkeista yrityksistä ei enää toimi.

Huomioitavaa työllisyyden näkökulmasta on myös alan työllistävä vaikutus tilapäisiin työntekijöihin. Kyselyyn vastasi lukuisia yrityksiä, jotka työllistivät vakituisesti alle 10 henkilöä, mutta vuodessa yhteensä 500-1000 henkilöä. Nämä vastaajat eivät tänä vuonna työllistä tilapäistä työvoimaa juuri lainkaan – eli vaikka kyselymme ei katakaan koko tapahtumateollisuutta, jo pelkästään tässä kyselyssä ilmi tullut vaikutus Suomen tasolla vuotuisen työllistymisen vähentymiseen on 24 000 – 37 000 henkilöä.

## Määrällinen kattavuus ja yleisiä huomioita

Kyselyvastaukset ja vastaajat käytiin läpi Tapahtumateollisuus ry:n hallituksessa, jossa ala on lavealti edustettuna. Keskustelun tavoitteena oli arvioida kuinka suurta osaa vastaajat edustavat koko Suomen tapahtumateollisuudesta. Arvioinnissa tunnistettiin oitis muutama vastaajien joukosta puuttuva suuri alan toimija, joiden yhteenlaskettu liikevaihto lisää alan kokonaisliikevaihtoa 250 miljoonalla eurolla.

Kokonaisarviota tukee myös varovainen vertailu aikaisempiin selvityksiin. Vaikka tietojen yhteismitallisuus on kyseenalaista, vertailu Tampereen seudun tapahtumatutkimukseen on havainnollistava.

Tähän kyselyyn vastasi 23 toimijaa Pirkanmaalta, ja heidän yhteenlaskettu liikevaihtonsa oli 44,7M€, josta tapahtumien osuus oli 39,7M€. Tampereella vuonna 2017 tehty laaja



Kuva: Music & Media/Jani Vuorialho

tutkimus oli tavoittanut 400 vastaajaa, joiden tapahtumiin liittyvä yhteenlaskettu liikevaihto oli 580M€. Nämä vastaukset ovat keskenään linjassa: jos oletamme että kyselymme vastanneet vastasivat myös Tampereen tutkimukseen, edustavat vastaajamme n. 5% kokonaisuudesta (jos pidämme 400 vastaajaa hyvänä kokonaisarviona), jolloin 100% alueen liikevaihdosta olisi 690M€. Eroa Tampereen kolmen vuoden takaisiin lukuihin on, mutta suuruusluokka on yhteneväinen – näin ollen voisi arvioida, että kyselymme on tavoittanut, virhemarginaali huomioden, alle 10% Tampereen seudun tapahtumateollisuudesta.

Mutta miltä osin tämä pitää paikkansa muilla alueilla? Vastausten määrissä oli merkittäviä alueellisia eroja, jotka selittyvät vain osin alueiden yleisellä koolla: Uudenmaan väkiluku on noin 30% koko Suomen väkiluvusta, mutta alueen vastaukset kattoivat 55,8% kaikista vastauksista. Tämä kielii vastausaktiivisuudesta – on siis mahdollista, että kyselymme on tavoittanut suhteellisesti suuremman osan pääkaupunkiseudun tapahtumateollisuudesta kuin esimerkiksi Tampereella.

Toisaalta, on myös maantieteellisiä alueita, joista vastauksia on 1-2, kuten esimerkiksi Pohjanmaa, Satakunta ja Pohjois-Karjala. Silmäys näiden alueiden tapahtumatarjontaan kuitenkin osoittaa, että mitä todennäköisemmin vastaajat edustavat alle 5% alueen tapahtumateollisuudesta.

Näiden havaintojen perusteella arvioimme, yhdessä Tapahtumateollisuus ry:n hallituksen asiantuntijoiden kanssa, että kyselymme on varovaisesti arvioiden valtakunnallisesti tavoittanut alle 10% koko tapahtumateollisuudesta toimijoiden lukumäärin mitattuna. Alan toimijoita voidaan siis olettaa Suomessa olevan 2500-3000.

Koska yritysten koko tapahtumateollisuudessa vaihtelee merkittävästi, yhtä suoraa arviota kokonaisliikevaihdon koosta ei voi antaa. Kun mukaan nyt ilmi tulleet liikevaihtoon lasketaan vastaajista puuttuvat tiedetyt isot toimijat, pääsemme kokonaisliikevaihdossa joka tapauksessa miljardiluokkaan.

Vaikka siis arvioisimme varovaisuusperiaatetta noudattaen, että nyt tavoitetut vastaajat edustavat noin kymmenesosaa koko tapahtumateollisuuden toimijamäärästä (painottuen alan isoimpiin toimijoihin), ja vaikkapa puolta alan koko liikevaihdosta, koko tapahtumateollisuuden liikevaihto ylittää 2 miljardia euroa.

**ARVIO**  
**Tapahtumateollisuuden**  
**toimijoiden lukumäärä Suomessa**  
**2500 - 3000**

**ARVIO**  
**Tapahtumateollisuuden**  
**yhteenlaskettu liikevaihto**  
**Suomessa**  
**+2MRD€**



# Tapahtumateollisuuden tulevaisuus

Kristallipalloa ei meillä, kuten muillakaan, ole. Haluamme kuitenkin tämän raportin lopuksi tuoda esiin tapahtumateollisuuden toimijoiden ajatuksia tulevaisuuden haasteista ja mahdollisuuksista.

Pyysimme kyselyn vastaajia arvioimaan omalta osaltaan nähtävissä olevan tulevaisuuden suurimpia haasteita ja mahdollisuuksia. Luonnollisesti koronavirisiin välittömät ja odotettavissa olevat vaikutukset nousivat esiin vahvasti, mutta taustalta piirtyi esiin myös isompia kehityskulkuja.

## Tulevaisuuden haasteita Talous

Kevään 2020 tapahtumien siirtyminen tai peruminen sekä yhä vallitseva epävarmuus tapahtumien järjestämisen mahdollisuuksista seuraavan vuoden sisällä ovat antaneet tyrmäävän iskun alan toimijoiden talouteen. Vaikutukset näkyvät niin isoissa kuin pienissäkin yrityksissä, sekä muissa alan toimijoissa.

Tapahtumateollisuudessa toimii valtava määrä mikroyrityksiä, sekä tapahtumien alihankinnassa että tapahtumajärjestäjinä. Nämä yritykset ja yrittäjät ovat erikoistuneita palveluntarjoajia, joiden liiketoiminta perustuu nimenomaan tapahtumiin liittyviin ratkaisuihin. Koska mikroyrittäjä on Suomessa

taloudellisesti liki lainsuojaton, merkittävä määrä tapahtumateollisuuden yrittäjistä on tapahtumien tekemisen loputtua pudonnut täysin yhteiskunnan turvaverkkojen ulkopuolelle.

Alan isoilla yrityksillä on pääsääntöisesti ollut enemmän taloudellisia puskureita, mutta koska ne myös työllistävät enemmän ihmisiä, tulojen ehtymisellä on laajempia vaikutuksia niin työntekijöiden palkanmaksun kuin esimerkiksi ennakkoon myytyjen lippujen takaisinoston näkökulmista. Taloudellisten puskurien syöminen hätätilanteessa aikaansaa isommille tapahtumajärjestäjäyrityksille myös pitkäkestoisempia haasteita: isojen tapahtumien tilaajat vaativat usein 60 päivän maksuajan tapahtuman jälkeen, kun taas tapahtuman alihankkijat laskuttavat palveluistaan usein välittömästi tapahtuman yhteydessä. Koska tapahtumajärjestäjän kautta kulkee siis koko tapahtuman budjetti, on sen kassan kestävävä alihankkijoiden laskujen maksaminen jo ennen kuin se pystyy itse laskuttamaan tilaajaa. Jos tätä kassapuskuria ei ole, ei tapahtumia voi tulevaisuudessakaan järjestää, koska alalla ei ole muita vakiintuneita tapahtumanrahoitusmalleja.

Myös välilliset vaikutukset arveluttavat: koska tapahtumateollisuus ei ole ainoa koronavirisistä kärsinyt ala, tapahtuman tekijät pohtivat tapahtumien ostajien lähivuosien prioriteetteja – onko isoilla toimijoilla varaa tilata tapahtumia ja onko yksityishenkilöillä varaa ostaa lippuja?

## Ammattitaito

Moni tapahtuma-alan toimija on monitoimiosaaaja, mikä on yhtäältä ollut joillekuille tässä kriisissä taloudellinen pelastus. Kynnelle kykenevät ovat siirtyneet muille, yhä toimiville aloille henkilökohtaisen taloustilanteensa vuoksi. Tässä piilee kuitenkin alalla laajasti tunnistettu riski: kun tapahtumia on taas mahdollista tehdä, miten tavoitetaan se osaamispääoma, joka on nyt siirtynyt alalta pois? Kuka tekee tapahtumat tulevaisuudessa?

Tämä huoli koskee niin huippuunsa erikoistuneita, tapahtumille elintärkeitä mikroyrityksiä, joille ei ole korvaajaa, kuin isoja yrityksiä, jotka ovat vuosien saatossa palkanneet riveihinsä monenlaista osaamista toimiviksi tiimeiksi. Jos tämä yritystason, usein hiljaisena tietona mestarilta kisällille siirtyvä ammattitaito häviää irtisanomisten myötä, henkiin jäävänkin yrityksen on hyvin vaikeaa koota sitä takaisin.

**KOLME KIMURANTEINTA**

**RAHA**

**Yrityksen kassa ja yrittäjän leipä**

**OSAAMINEN**

**Valuvatko osaajat pois alalta?**

**LUOTTAMUS**

**Tuleeko yleisö ja tilaako tilaaja?**

## Kansainvälisyys

Tapahtuma-ala on vahvasti kansainvälinen sekä tuotannon että yleisön näkökulmista. Kiertueet ovat muusikoille elintärkeitä toimeentulon lähteitä, kansainväliset turnaukset puolestaan urheilijoille. Ohjelmapalvelut, niin viihteen kuin asiantuntemuksenkin saralla ovat kansainvälisiä – parhaita esiintyjiä värvätään monista maista. Tapahtumien perässä matkustetaan myös: tapahtumaturismi on monelle maalle ja alueelle merkittävä elinkeino.

Koko tämä tapahtumien kansainvälinen ulottuvuus on uhattuna pandemian aiheuttamien virallisten rajoitusten ja koetun pelon vuoksi. Tapahtumien sisällön näkökulmasta tämä tarkoittaa sitä, että kansainvälisiä rajoja ylittäviä esiintymisiä ei ole mahdollista tehdä. Tapahtumien talouden näkökulmasta tämä tarkoittaa markkinoiden merkittävää pienenemistä, kun yleisöpohja kaventuu maantieteellisesti.

Pahimmillaan matkustusmahdollisuuksien väheneminen laukaisee ikävän noidankehän: kun yleisöpohja kapenee vähenevät sekä lipputulot että tilaajien kiinnostus. Tämä vähentää tapahtumatuotannon resursseja, mikä johtaa pienempiin ja mahdollisesti sisällöllisesti vaatimattomampiin tapahtumiin. Tämä puolestaan johtaa yleisön kiinnostuksen vähenemiseen ja entistä kapeampaan yleisöpohjaan, rahoitukseen, resursseihin.

## Turvallisuus

Moni vastaaja pohti tapahtumien turvallisuutta sekä sen aiheuttamien toimenpiteiden näkökulmasta että yleisön luottamuksen ja turvallisuudentunteen kannalta.

Koska pandemia ei ole ohi (eikä välttämättä viimeinen laatuaan), on tapahtumien tuottamisessa huomioitava entistä vahvemmin turvallisuus myös tarttuvien tautien leviämisen näkökulmasta. Tämä aiheuttaa muutoksia olemassa oleviin toimintamalleihin, ja vaikuttaa esimerkiksi tilojen käyttökapasiteettiin. Toisaalta, tapahtumaturvallisuus on yksi niistä erityisen ammattitaidon alueista, jotka ovat vahvasti edustettuina tapahtumateollisuudessa tavallisinakin aikoina: tapahtumien tekijät ovat väkijoukkojen turvallisuuden asiantuntijoita. Tämä toiminnan osa-alue on kuitenkin suurelle yleisölle näkymätöntä.

Sen vuoksi kysymykseksi nousee yleisön kokema turvallisuus suhteessa riskien todelliseen todennäköisyyteen – uskaltavatko ihmiset lähteä tapahtumiin, vaikka riskit niissä sairastumiseen eivät olisi tavanomaista kauppareissua suuremmat? Tämä sama kysymys nousee esiin myös tapahtumien tilaajien kohdalla: uskaltavatko tilaajat tilata tapahtumia, vai pelkäävätkö he, osin mahdollisesti aiheettomastikin, joko itse tautiriskiä tai tapahtuman järjestämisen mahdollista maineriskiä?

## Digitalisaatio

Digitalisaatio on tapahtumateollisuudessakin ollut meneillään jo pitkään. Esimerkiksi erilaiset verkostoitumistyökalut tai tapahtumien ohjelasovellukset ovat tulleet jäädäkseen. Koronakriisi kuitenkin kiihdytti monenlaisten etäläsnäoloteknologioiden yleistymistä ja arkipäiväistymistä.

Tovin tuloillaan olleet virtuaaliset tapahtuma-alustat ovatkin kovassa nousukiidossa. Mielenkiintoista tapahtumateollisuuden näkökulmasta on, missä määrin tapahtumia järjestetään fyysisesti, missä määrin niitä on mahdollista järjestää täysin virtuaalisesti, ja minkälaisia fyysisiä ja virtuaalisia tapahtumaelementtejä hybriditapahtumissa voisi olla?

Tapahtumien digitalisaatio on mahdollisuus, mutta myös haaste useammasta näkökulmasta. Ensinnäkin, missä määrin digitaaliset tapahtumat vähentävät fyysisten tapahtumien järjestämistä? Toiseksi, mitkä ovat digitaalisten tapahtumien liiketoimintamallit (miksi ja miten yleisö osallistuisi, miksi ja miten maksaisi mistä ja kenelle)? Kolmanneksi, minkälaista uutta osaamista esimerkiksi hybriditapahtumien järjestäminen vaatii – ja kenellä sitä on? Ja neljänneksi, minkälaisia taloudellisia investointeja digitaaliseen tapahtumateollisuuteen mukaan pääseminen vaatisi – minkälaista teknologiaa ja mitä muita resursseja tulisi toimijoiden hankkia?





Kuva: Logomo/Petteri Unkila

## Tapahtumateollisuuden tulevaisuus (jatkoa)

### Tulevaisuuden mahdollisuuksia Osaaminen ja oivaltaminen

Tapahtumien tekeminen vaatii kokonaisuuksien hallintaa, yksityiskohtapalapelien sommittelua, ongelmien ratkaisua ja monenlaista ketteryyttä ja kestävyyttä. Nämä alan ammattilaisten omaksumat taidot kävivät vahvasti ilmi vastauksista, joissa pohdittiin tulevaisuuden mahdollisuuksia.

Moni vastaajista oli viettänyt keväänsä opetellen uusia taitoja ja kehittämällä itseään ja osaamistaan – ja vastauksista kuului läpi into viedä uudet opit seuraavien tapahtumien järjestämiseen. Mahdolliset uudet rajoitukset esimerkiksi tapahtumien koon suhteen nähtiin myös mahdollisuuksina kokeilla uudenlaisia konsepteja ja tuotantotapoja. Oivaltavien sisältöjen ja tapahtumien elämyksellisyyden merkitys kasvaa entisestään.

Hybriditapahtumat kiinnostivat myös useita: mitä mahdollisuuksia ja täysin uudenlaisia tapahtumaformaatteja voi luoda ja kehittää yhdistelemällä uutta teknologiaa ja olemassa olevaa osaamista? Punaisena lankana hybriditapahtumien osalta nähtiin se, että kyse on uusien toimintamallien ja osaamisten kehittämisestä – olemassa olevien sisältöjen streamauksen ei nähty luovan liemmin lisäarvoa tapahtuman osallistujille tai tekijöille.

Kaiken kaikkiaan koronan aikaansaama toiminnan pysähtyminen nähtiin mahdollisuutena uusien palvelukonseptien kehittämiseen: monen asenne tuntui olevan, että tavalla tai toisella, firmalla tai toisella, tapahtumien tuottaminen jatkuu kun jatkuu, ja entistä ehompana.

### Markkinoiden tervehdyttäminen

Tapahtumateollisuuden historiasta johtuen, alalla on yhä myös toimijoita, jotka tekevät tapahtumia enemmän harrastus- kuin ammattipohjalta. Nämä toimijat aiheuttavat närää polkiessaan hintoja ja tekemällä työtä huomioimatta esimerkiksi työläinsäädännön rajoituksia ylitöiden tekemisestä. Yhdeksi mahdollisuudeksi vastauksissa tunnistettiin alan tervehdyttäminen, näistä ”markkinahäiriköistä” eroon pääseminen. Tämä edistäisi entisestään tapahtumateollisuutta ammattimaisena toimintana ja liiketoimintana. ”Koko ala ammattimaistuu.”

Samanhenkinen vastaus kuvasi myös odotuksia tulevasta kilpailutilanteesta. Moni vastaaja totesi, että ”sinänsä ikävä, mutta todennäköinen alan yritysten harveneminen antaa jäljelle jääville yrityksille enemmän työtilaisuuksia.” Osa vastaajista asemoi itsensä selvästi entistä parempaan kilpailutilanteeseen tämän myötä, ja perusteli oletustaan investoinneilla sellaisiin materiaaliin tai osaamisresursseihin, joilla katsoi olevan kysyntää koronan jälkeisessä tapahtumateollisuudessa.

### Kestävyys ja vastuullisuus

Usein vastauksissa toistuneen oletuksen mukaan jäljelle jäävät yritykset ovat monin tavoin parempia kuin jotkut nyt tapahtumateollisuudessa toimivat yritykset. Liiketoiminnallisten edellytysten lisäksi esiin nousivat vahvasti tapahtumien ympäristöystävällisyyteen keskittyminen sekä tapahtumien työntekijöiden vastuullinen kohtelu niin palkkiotason kuin työmäärienkin näkökulmasta.

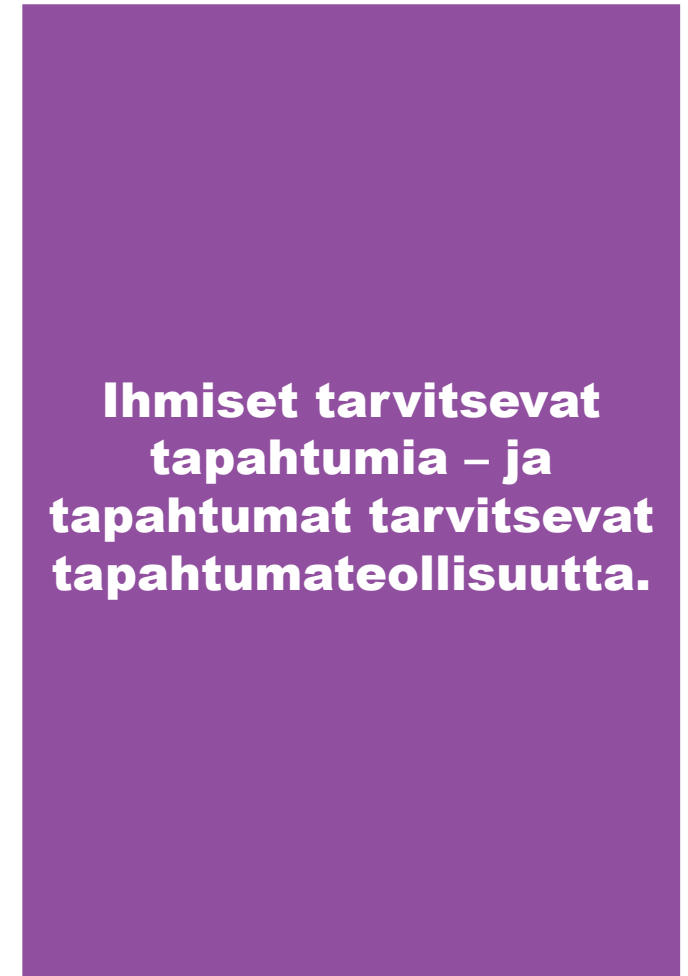
Ympäristöystävällinen toiminta ja siitä viestiminen nähtiin mahdollisena kilpailuetuna. Monen näkemys onkin, että niin tapahtumien tilaajat kuin yleisökin odottavat tulevaisuudessa myös tapahtumien huomioivan kestävä kehitys ja yritys vastuullisuus. Tämä nivoutuu osin myös erilaisten lähipalveluiden ja -hyödykkeiden (kuten lähiruoka) merkityksen korostumiseen ja paikallisten yhteistyösuhteiden tärkeyteen.

### Ihmisen ikävä toisen luo

Tapahtumateollisuus oli ennen koronaa kansainvälinen kasvuala. Tämän trendin oletetaan jatkuvan notkahduksesta huolimatta, koska ihmiset kaipaavat jatkossakin yhteisöllisyyttä ja elämyksellisyyttä. Moni mainitsikin, että koronan aiheuttama eristäytyminen on entisestään vahvistanut ihmisten sosiaalisen kanssakäynnin ja yhdessäolon tarvetta. Todettiin jopa, että koronakevään myötä arkipäiväistynyt etäkokousteknologia on osaltaan riisunut

”keisarin uusia vaatteita”, mitä odotuksiin digitaalisen teknologian tuottamiin etätapaamismahdollisuuksiin tulee.

Kaikkia vastaajia yhdisti vankka usko tapahtumien merkityksellisyyteen. Ihmiset haluavat jatkossakin olla yhdessä, luoda kokemuksia muiden ihmisten kanssa – jakaa iloja, suruja, tunteita ja elämyksiä. Tapahtumat ovat vastalääkettä yksinäisyyteen.



Kuva: Helsinki Marketing/Jussi Hellsten

**Ihmiset tarvitsevat tapahtumia – ja tapahtumat tarvitsevat tapahtumateollisuutta.**





Kuva: Provinssi/Niko Peltoniemi