



Kansainvälisen tapahtumaosallisuuden kehittäminen Pohjois-Pohjanmaalla

Loppuraportti

Hankkeen kohderyhmät ja niiden tavoittaminen

Hankkeen asiantuntijoina, yhteistyökumppaneina tai palveluntarjoajina toimi kulttuuritoimijoita, -tapahtumia ja luovan alan yrittäjiä Pohjois-Pohjanmaalla. Hankkeessa tavoitettiin myös kansainvälisiä kulttuurin kuluttajia, tv-kanavia, uutistoimistoja ja mediataloja.

Asiantuntijoina hankkeessa toimivat:

- **Sanna Tarssanen**, toimitusjohtaja, matkailu- ja aluemarkkinoinnin erityisosaaja Flow House Oy:sta loppuseminaarin puhujana
- **Petri Sirviö** ja **Reetta Turula** BusinessOulu, **Kimmo Paananen**, Filmbutik Oulu, hankkeen sisältöjen ja toimenpiteiden ja viestinnän sparraajina
- NTRNZ-tuotantoyhtiö palveluntarjoajan ja yhteiskehittäjänä. NTRNZ toteutti Ilmakitaran MM-kisojen digitaaliset myyntimateriaalit. Yhtiön kanssa kehitettiin hankkeen aikana rahoitushakemus OKM:öön (jätettiin keväällä 2024, ei rahoitettu).
- lisäksi ohjausryhmän jäsenet **Mikko Salmi**, **Sari Valppu** Oulun kaupunki ja **Annu Höttönen** Oulu2026 toimivat viestinnän asiantuntijoina.

Televisiokanavat, myyntiagentit, levittäjät:

- Tv-kanavien, myyntiagenttien ja levittäjien kanssa neuvoteltiin MIPCOM ja MipTV-tapahtumissa:

TG4 - Irlanti

SBS - Australia

ZDF Studios / ARTE - Saksa

NDR - Saksa

TF1 - Ranska

Suomalaisista kanavista keskustelua on käyty Nelosen ja Ylen kanssa. Lisäksi tavattiin tv-kanavien edustajia Kanadasta, Belgiasta, Saksasta.

TV-kanavien lisäksi neuvoteltiin myyntiagenttien kanssa: Auditorium Films, DICE.

Mediat, uutistoimistot, toimittajat (ks. myös Tuotos 3)

- uutistoimistoista Associated Press
- Make Air, Not War -mediafamissa mukana olleet toimittajat: **Soufiane Hamzaoui**, RTBF Belgia, **Tetsuo Yoshizumi**, The Sekai Nippo, Japani, freelancer **Emmanuel Reau**, Ranska

Muut toimijat:

- Oulun Kulttuuritapahtumayhdistyksen yhteistyöverkosto (festivaalit, kolmannen sektorin tapahtumajärjestäjät ja taiteilijat) kutsuttiin loppuwebinaariin ja heille on toimitettu myös hankkeen digitaaliset materiaalit
- Mediafamin suunnittelussa yhteistyötä on tehty myös Visit Oulun, Munich Tourism, Suomen suurlähetystöjen Berliinissä ja Pariisissa, Saksan ja Ranskan Suomen kulttuuri-instituuttien kanssa, sekä toimittaja **Helena Petäistön** kanssa.

Hankkeen toimenpiteet ja niiden toteutuminen

Tuotos 1: Digitaalinen myyntipaketti / esittelymateriaali

Ilmakitaransoiton MM-kisojen tv-oikeuksien myynnin tueksi tehtiin lyhyt myyntitraileri ja myynti deck, joiden avulla oli tarkoitus lähestyä kanavia MipComin ja MipTV:n aikana, sekä materiaaleista tiivistetyt versiot, joiden avulla pyrittiin saamaan tapahtumiin haluttujen kontaktien kanssa tapaamisia.

Myyntitraileriversiot koostettiin osin olemassa olevasta Ilmakitaransoiton MM-kisojen arkisto materiaaleista vuodesta 1997 lähtien ja lisäksi kuvattiin tarvittava lisämateriaali Ilmakitaransoiton MM-kisoissa 2024. Myyntimateriaalien toteutukseen kilpailutettiin oululainen tuotantoyhtiö NTRNZ Oy, jolla on myös kokemus tv-sarjojen myynnistä ja markkinoinnista Mip-tapahtumissa.

Trailerin lisäksi tehtiin nk. pitch deck, jonka avulla saatiin ytimekkäästi esitettyä tapahtuman konsepti ja avainluvut Ilmakitaransoiton MM-kisoista. Kuvasto hiottiin herättämään kiinnostusta ja näyttämään erilaiset kilpailijat ja tunnelmat kisoista.

Materiaali esiteltiin hankkeen aikana henkilökohtaisesti ainakin 30 kertaa ja se lähetettiin sähköpostilla 60 - 70 valikoidulle kontaktille kutakin tapahtumaa kohden MIPCOMin ja MipTV:n osallistujarekisteriä hyödyntäen.

Materiaaleista tuli toimivat ja palaute neuvotteluissa oli kiinnostunutta. Tiiviit paketit oli myös helppo jakaa eteenpäin sähköisesti.

Tuotos 2: Yhteystietolista tv-kanavista ja heidän ostajistaan Saksasta ja Ranskasta (raportti MIP Com ja MIP TV -myyntitapahtumista)

MipCom ja MipTV-tapahtumiin kuuluu pääsy kaikkien osallistujien yhteystietoihin. Lokakuussa pidettävään MipComiin osallistuu n. 10 500 henkilöä 100 eri maasta, kun kevään MipTV-tapahtuma on huomattavasti

pienempi: 3 500 osallistujaa 84 maasta. Runsaasta osallistujamäärästä johtuen tapahtumiin valmistautumisessa suurin haaste on löytää kontakti massassa 'oikeat' kontaktit.

Tapahtumiin valmistautuessa haarukoimme osallistujista kiinnostavimpia kontakteja, keskittyen ensisijaisesti Ranskan ja Saksan markkinoihin, sekä toissijaisesti niihin markkinoihin, joissa järjestetään ilmakitaran kansalliset osakilpailut ja verkostot ovat aktiivisia (Belgia, UK, Japani, Australia, Kanada, USA). Tapaamispyyntöjä lähetettiin ennen marketteja n. 60 - 70 valikoidulle kontaktille.

Tuotos 3: Uutistoimistojen ja kansainvälisen lehdistön kontaktit

Oulun kulttuuritapahtumayhdistyksen ja Oulun kaupungin yhteistyössä laatimat **kansainväliset tiedotteet** Ilmakitaransoiton MM-kisojen finaaliweekon ja mediavierailun yhteydessä.

Hankkeessa kerättiin myös media famia (tuotos 4) valmistellessa yhteystietoja Ranskassa ja Saksassa toimivaan valtakunnalliseen ja paikalliseen lehdistöön, tv- ja radiokanaviin, freelancer-toimittajiin sekä uutistoimistoihin.

Lisäksi kansainvälistä tiedottamista pilotoitiin oululaisen M/S Alpon yhteistyökumppanina.

Ilmakitaransoiton MM-kisojen maailmanrauhaa edistävä ideologia ja Normandian maihinnousun 80-vuotis juhlallisuuksiin osallistuneen M/S Alpon yhdistäminen osoittautui osittain onnistuneeksi yhdistelmäksi. Oulun kaupunki oli mukana yhteistyökumppanina M/S Alpon Normandian matkassa ja laivan lähtöseremoniassa esiintyi oululainen ilmakitaristi Aapo Rautio, kun taas laivan määränpäässä, Le Havressa järjestetyllä illallisella esiintyi paikallinen ilmakitaristi.

M/S Alpon D-Dayn matkan viestinnässä Oulun kaupunki oli mukana ja saatoimme hyödyntää hankkeessa syntyneitä kontakteja, sekä pilotoida tiedottamista ranskaksi suoraan paikalliselle medialle.

Normandian maihinnousu on Ranskassa seurattu tapahtuma ja mikäli olisi ollut mahdollista kontaktoida ja kutsua ranskalaista mediaa paikalle Le Havreen aikaisemmin, olisi Ranskan medianäkyvyys ollut todennäköisesti paljon kattavampi.

[News – D-Day Alpo \(dday-alpo.com\)](http://dday-alpo.com)

Tuotos 4: Mediavierailu Pohjois-Pohjanmaalle

Mediafamin kutsut lähetettiin maaliskuussa yli 80 kontaktille Ranskassa ja Saksassa, sekä välitettäväksi Suomen suurlähetystöjen lehdistövastaavien sekä sekä Ranskan ja Saksan Suomen kulttuuri-instituuttien lehdistövastaavien toimesta. Kutsu lähetettiin myös kaikille Suomeen akreditoituneille kansainvälisille median edustajille. Muistutuskutsu lähetettiin myös huhtikuussa, toukokuussa ja valikoidusti vielä kesäkuussa. Myös Visit Munich välitti kutsua omille lehdistökontakteilleen.

Hankkeen aikana luodut media- ja uutistoimistokontaktit:

Ranska: Le Monde, Liberation, Le Figaro, L'Express, Quest France, Le Point.

Saksa: Deutsche Presse Agentur, DPA radio & tv, Die Welt, Frankfurter Rundschau, Focus, Die Zeit, The Local, Deutsche Welle, Deutschland radio, Pro Sieben, RTL, NDR.

Belgia: RTBF

Japani: The Sakai Nippon

UK: The Telegraph

Uutistoimisto: Associated Press

Mediafamille ilmoittautui 8 toimittajaa, joista lopulta 3 pystyi osallistumaan tapahtumaan.

Make Air, Not War -mediafamissa mukana olleet toimittajat: Soufiane Hamzaoui, RTBF Belgia, Tetsuo Yoshizumi, The Sekai Nippo, Japani, Emmanuel Reau, (freelancer) Ranska

Mediafamin osallistujien lisäksi MM-finaaliin oli akreditoituneena 25 kotimaista tai kansainvälistä median edustajaa. Kaikille ilmakitaransoiton MM-kisoihin osallistuneille median edustajille tarjottiin mahdollisuus osallistua Make Air, Not War -mediafamin ohjelmaan.

Digitaalinen opetusmateriaali (tuotokset 1-2)

Oulun kulttuuritapahtumayhdistys järjesti 29.10.2024 webinaarin, jossa avattiin hankkeen tavoitteita, toimenpiteitä ja tuloksia. Webinaarin inspiiraatiopuhujaksi kutsuttiin Sanna Tarssanen, Flow House Oy:sta.

Tapahtumakutsu lähetettiin Oulun kulttuuritapahtumayhdistyksen kautta 162 tapahtuma- ja kulttuurialan toimijalle Pohjois-Pohjanmaalla. Webinaariin ilmoittautui 47 osallistujaa, joille toimitettiin myös tallenne.

Webinaarin ohjelma ja linkki tallenteeseen:

[Webinaari: Pienellä budjetilla maailmanmaineeseen: paikallisen tapahtuman kansainvälistymismahdollisuudet](#)

Kutsu:

Tule kuulolle tai tilaa tallenne webinaarista 29.10.2024 kello 15–16.45. Webinaarissa mm. media-arvoltaan 120 miljoonan euron arvoisessa Save Salla -kampanjassa mukana ollut markkinointivelho Sanna Tarssanen avaa kekseliään ja menestyksekkään kansainvälisen markkinoinnin taustoja.

Lisäksi kerromme oivalluksista, kehityskaskelista ja vastoinkäymisistä, joita löytyi hankkeessamme viimeisen parin vuoden aikana Ilmakitaransoiton MM-kisojen matkalla tv-maailmaan.

Ohjelma: klo 15 Tervetuloa!

klo 15.10 Miten markkinoida, jos rahaa ei ole tai sitä on vähän? Sanna Tarssanen toimitusjohtaja, FlowHouse Oy

klo 16.10 Mitä opimme Cannesista ja kv-medialta 2023–2024? Ilmakitaransoiton MM-kisat kansainväliseen telkkariin, Pia Alatorvinen toiminnanjohtaja Oulun kulttuuritapahtumayhdistys ja Anne Laurila Oulun kaupungin kansainvälisen markkinoinnin ja viestinnän erityisasiantuntija

klo 16.30 Keskustelua ja kysymyksiä

klo 16.45 Kiitos!

Webinaarin järjestää Oulun kaupungin ja Oulun kulttuuritapahtumayhdistyksen yhteinen hanke Kansainvälisen tapahtumaosallisuuden kehittäminen Pohjois-Pohjanmaalla. Hanke on saanut rahoitusta Pohjois-Pohjanmaan liitolta 2023–2024

Hankkeen tavoitteet ja niiden toteutuminen

Hankkeen tavoitteena on saada mahdollisimman laaja mediakumppanuus Ilmakitaransoiton MM-kisojen kansainvälisen näkyvyyden edistämiseksi ja tapahtuman digitaalisen saavutettavuuden parantamiseksi. Hankkeen avulla pilotoidun toimintamallin monistaminen Oulu2026 ohjelmasisältöjen muiden toimijoiden tapahtumien tai teosten digitaalisen saavutettavuuden ja osallisuuden parantamiseksi. Kumppanuuksia tavoitellaan esisijaisesti kansallisesti toimivista tv-yhtiöstä Saksassa ja Ranskassa (ZDF, ORF, ARTE, France Télévisions, TV5Monde), toissijaisesti uutistoimistosta (AFP, Reuters tai Associated Press) tai kansallisesti merkittävistä lehdistä Saksassa ja Ranskassa.

Hankkeen tavoitteena on lisäksi ansaintamallin kehittäminen tapahtumille tv-oikeuksien kansainvälisestä myynnistä, tapahtumasisältöjen paketointi tv-tuotantojen tarpeet huomioiden ja Pohjois-Pohjanmaan kulttuuritapahtumien ja sisältöjen tunnettuuden kasvattaminen kansainvälisesti.

Hankkeen tavoitteet toteutuivat osittain: 2024 Ilmakitaransoiton MM-kisojen livestriimin välitti asiakkailleen kansainvälinen uutistoimisto Associated Press. Tapahtumastriimi Mustien hevosten karsinnasta ja MM-finaalista näkyi AP:n asiakkaiden kautta seuraavissa maissa: Espanja, Belgia, Saksa, Venäjä, UK, USA ja Hong Kong. Associated Press ei jaa kanavien / digitaalisten asiakkuuksiansa nimiä, eikä striimiä seuranneita katsojamääriä, mutta AP on ilmaissut kiinnostuksensa yhteistyöhön myös tulevaisuudessa, joten oletettavasti striimi on kiinnostanut katsojia.

Ilmakitaransoiton tv-oikeuksien myynti vaatii enemmän aikaa: oikeiden kontaktien löytäminen, heidän kanssaan tapaamisen järjestäminen ja tv-oikeuksista neuvottelu vaatii enemmän aikaa, kuin mitä hankkeen toteuttamiseen oli varattu. Hankkeen tavoitteissa mainituista kanavista pääsimme neuvottelemaan ZDF, ARTEn sekä France Télévisionsin kanssa, joilla ei ole yleisöä tai ohjelmapaikkaa ilmakitaran kaltaiselle sisällölle. Neuvottelut on aloitettu yleisradioyhtiöiden kanssa, mutta ilmakitaralle voisi löytyä enemmän levitysmahdollisuuksia kaupallisten kanavien puolelta, joilla on nuorempi katsojaprofiili.

Tv-kanavilla on kiinnostusta ilmakitaraa kohtaan, mutta finaali lähetyksen lisäksi tarvitaan myös muuta sisältöä, minkä vuoksi kehitämme nyt dokumentti tv-sarjaa, jossa ilmakitaristit opitaan tuntemaan lavahahmojensa ulkopuolella. Dokumenttisarjaa kehitetään yhteistyössä NTRNZ Oy:n kanssa ja konseptin kehittämisessä ja research-kuvauksissa on mukana myös French Kiss -lavanimellä esiintyvä Frederic Reau, Ranskan hallitseva mestari. Dokumenttisarjan traileri valmistui 2024 MipCom marketin alla ja sitä on tarkoitus esitellä kanaville 2025 vuoden aikana.

MipComissa 2023 tapasimme myös Twitch-alustaa kaupallisesti hyödyntävän toimijan, CSN - Creator Sports, joka voisi tarjota kiinnostavia levitys- ja ansaintamahdollisuuksia ilmakitaransoiton MM-kisoille. Uusien levitysalustojen osalta on ensin ratkaistava, miten musiikin oikeuksien osalta toimitaan, joten joudumme odottamaan ennakkopäätöstä tai jotain linjausta, sillä yksittäisellä Twitch -sisällön tuottajalla, CSN:llä tai Airnest Productionsilla ei ole taloudellista kapasiteettia ottaa riskiä, että musiikkioikeuksista joudutaan maksamaan tv-kanavien sopimuksen mukaisesti.

TV-kanavien tapaamisissa keskusteltiin myös Euroopan kulttuuripääkaupunkien ohjelmasisältöjen mahdollisuuksista tv-levityksessä. Toimintamalli herätti kiinnostusta, mutta vaatisi merkittävässä määrin jatkokeskusteluita esimerkiksi European Broadcasting Unionin kanssa ja mahdollisesti toiminnan hankkeistamista esimerkiksi Creative Europe -rahoituksen avulla, johon tällä hetkellä Oulun kaupungilla ja Oulun kulttuuritapahtumayhdistyksellä ei ole resursseja.

Muita huomioita ja jatkotoimenpiteet

Ilmakitaran MM-finaalin striimin muuttaminen tv-tuotannon laatuvaatimusten mukaisesti sisällöllisesti ja teknisesti vaatii ylimääräisiä taloudellisia panostuksia. Airnest Productions ja Oulun kaupunki etsii kustannustehokasta mallia asian ratkaisemiseksi jo 2025 kisoihin.

Mikäli striimi muutetaan tv-tasoiseksi laadullisesti, on huomioitava myös av-alan yleissitovan työehtosopimuksen vaikutus tuotannon kuluihin – ts. tuotantokulut tulevat kasvamaan merkittävästi. Tv-oikeuksien myynnistä ei ole odotettavissa ainakaan vielä sellaisia tuottoja, joilla kasvaneet kustannukset voisi kattaa.

Livestriimin jakelu uutistoimiston ja mahdollisesti uusien muiden levitysalustojen kautta (esim. Twitch) voidaan kasvattaa kansainvälistä näkyvyyttä ja saada tapahtumalle uusia yleisöjä, mutta niiden hyödyntäminen kaupallisesti on edelleen haastavaa ja tämä vaatisi todennäköisesti myös musiikin oikeuksien hankkimista kansainvälisesti, mihin ei ole taloudellisia resursseja. Jotta striimin kv-yleisön kasvusta pääsisi hyötymään taloudellisesti, tulisi Airnest Productionsin päästä käsiksi katsojadataan, mikä voi olla AP:n tai Twitchin kaltaisten toimijoiden puolesta mahdotonta jakaa kolmansille osapuolille.

Tuloksista tiedottaminen

Hankkeesta julkaistiin Oulun kaupungin verkkomedia Mun Oulussa kaksi artikkelia:

[Oulussa testataan, miten ilmakitarat ja muut tapahtumat taipuvat televisioon – Mun Oulu](#)

[Ilmakitara tuo Oululle kansainvälistä näkyvyyttä miljoonien eurojen edestä, mutta maailmanrauhaan tarvitaan enemmän – Mun Oulu](#)

Hankkeen hallinnointi

Hankkeen ohjausryhmä kokoontui hankkeen aikana viisi kertaa ja viimeinen kokous pidettiin helmikuussa 2025, jossa hyväksyttiin hankkeen loppuraportti ja maksatushakemus.

Hankkeen toimenpiteet toteutettiin hankkeen aikana 1.5.2023 – 31.10.2024

Kaikki hankkeen tuotokset saavutettiin.

Toteutuneet kustannukset yhteensä

95 500 euroa (alkuperäinen budjetti), toteutuneet 96 870,10 euroa.

Budjetti ylittyi 1370,10 euroa, mikä johtuu projektipäällikön sairastumisesta johtuneista kuluista MipCom-tapahtumassa 2024. Kulut on haettu vakuutusyhtiöltä, mutta korvauspäätöstä ei ole vielä (02/2025 mennessä) saatu.

Rahoitus:

AKKE-rahoitus 66 850 euroa (69 %)

Oulun kaupunki 28 020,10 euroa (29 %)

Oulun kulttuuritapahtumayhdistys 2 000 euroa (2 %)

Yhteensä 96 870,10 euroa.

