



Kohtaamisesta tunteeseen

**Kuopion Palloseuran ottelutapahtuman
kehittäminen ja kuopiolaisen jalkapallokulttuurin vahvistaminen**

Jarkko Tirronen

KUOPION MUOTOILU
AKATEMIA.

KUOPION
Rouvasväen
YHDISTYS RY



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020





Johdanto

Alkujaan brittiläisten yksityiskoulujen opetusmenetelmänä käytetty jalkapallo on nykyisin maailman suosituin urheilulaji. Jalkapallon asemaan vaikuttavat laajasti eri tekijät olosuhteista, medianäkyvyyteen ja menestykseen. Jalkapallokulttuurin vahvistuminen ei tapahdu hetkessä, vaan se muotoutuu ajassa ja eri tekijöiden yhteisvaikutuksesta. Viime vuosina suomalaisen jalkapallokulttuurin kehitys on asettunut noususuuntaan. Taloustutkimuksen Sponsorointi ja urheilun arvomaailma -tutkimuksessa jalkapallo nousi vuonna 2016 ensimmäistä kertaa Suomen arvostetuimmaksi urheilulajiksi (Taloustutkimus 2016).

Arvostus ei kuitenkaan itsessään riitä, vaan tarvitaan tiloja ja kenttiä, joissa harjoitella, pelata ja järjestää tapahtumia. Olosuhteet nykyaikaistuvat nopeasti, kun eri puolille maata on rakennettu uusia stadioneja ja useilla paikkakunnilla suunnitellaan stadionien rakentamista. Kannattajakulttuuri syvenyy paikallisotteluiden, kuten esimerkiksi Pohjanmaan derbyn, myötä. Jalkapallosta kirjoitetaan, sitä näytetään ja siitä keskustellaan enemmän. Samaan aikaan katsojamäärät kasvavat ja Veikkausliigan vetovoima lisääntyy. Kiinnostusta lisää suomalaisten pelaajien menestyminen kansainvälisissä sarjoissa. Teemu Pukin tai Joel Pohjanpalon suoritukset lisäävät jalkapallon vetovoimaa maali, suoritus ja syöttökuvio kerrallaan. Menestys kansainvälisissä sarjoissa ja kilpailuissa ovat tärkeitä, sillä suomalainen kannattaja on perinteisesti ollut menestyskannattaja.

Olosuhteiden kehittyminen, medianäkyvyyden lisääntyminen ja kansainvälinen menestys toistavat Ruotsissa noin 15 vuotta sitten alkanutta jalkapallokulttuurin voimakasta kehitysaaltoa. Vuonna 2016 jalkapallo on Ruotsin suosituin laji, myös katsojaluvuissa. Näkyvyys, olosuhteet ja menestys vahvistavat toisiaan, mutta jalkapallo on enemmän: se on innostumista, halua tietää pelistä enemmän ja halua aistia ottelutunnelmaa. Jalkapallo on tunnetta ja tämä tunne vahvistuu ja syvenyy ajan kuluessa rakkaudeksi lajiin.

Jalkapallo on enemmän: se on innostumista, halua tietää pelistä enemmän ja halua aistia ottelutunnelmaa.

Tämän selvityksen tavoitteena on hahmottaa tekijöitä, joiden avulla voidaan kehittää Kuopion Palloseuran ottelutapahtumaa sekä stadionin toimivuutta. Analyysi perustuu Kuopion Palloseuran ottelutapahtumien havainnointiin, jalkapallotoimijoiden haastatteluihin sekä katsojille kohdennettuun kyselyyn. Aineisto kerättiin heinä-lokakuussa 2016. Ottelutapahtumaa havainnoitiin kahdessa Kuopion Palloseuran kotipelissä 10.7.2016 pelatussa KuPS-HIFK ottelussa (havainnointi klo 13-18) ja 10.8.2016 pelatussa KuPS-IFK Mariehamn ottelussa (havainnointi klo 17.30-20.30). Selvitys toimii perustana Pallo Haltuun -hankkeelle, jossa maahanmuuttajataustaiset nuoret ja juniorijalkapalloilijat kehittävät yhdessä asiantuntijoiden kanssa Kuopion Palloseuran ottelutapahtumaa ja Savon Sanomat Areenan toimivuutta. Hankkeessa hyödynnetään Kuopio DESIGN thinking -toimintamallia, toimijakeskeistä ongelmanratkaisumallia (ks. liite 1).

Haastattelut toteutettiin elokuussa 2008. Haastattelumenetelmänä käytettiin teemahaastattelua, jossa haastattelu eteni väljien teemojen avulla (ks. Liite 2). Analyysiä varten haastateltiin yhteensä 10 henkilöä (ks. Liite 3). Haastattelut kestivät puolesta tunnista kahteen tuntiin. Havainnointi- ja haastatteluaineistojen tavoitteena oli saada kokonaiskäsitys ottelutapahtumaan liittyvistä kehittämiskohteista sekä stadionin toimivuudesta. Havainnointi- ja haastatteluaineistoja täydennettiin katsojakyselyn avulla. Kyselyssä oli yhteensä 15 kysymystä



tai väittämää (ks. Liite 4) ja siihen oli mahdollista vastata 27.9.–4.10.2016 välisenä aikana. Kyselyä jaettiin Kuopion Palloseuran Facebook -sivuilla ja se lähetettiin kausikortin ostaneille sähköpostitse. Kyselyyn vastasi 194 henkilöä. Vastaajaprofiilit on kuvattu taulukossa 1. Kiitos kaikille selvitykseen osallistuneille!

Taulukko 1 Vastaajaprofiilit

	Selite	Prosenttia	Lukumäärä
Sukupuolesi	Nainen	10,8 %	21
	Mies	89,2 %	173
Ikäsi	0-14	1 %	2
	15-19	5,7 %	11
	20-29	18,6 %	36
	30-39	17,5 %	34
	40-49	25,8 %	50
	50-59	19,6 %	38
	60-69	9,8 %	19
	70-79	2,1 %	4
Kuinka kauan olet kannattanut Kuopion Palloseuraa	0-5 vuotta	10,3 %	20
	6-10 vuotta	18 %	35
	11-15 vuotta	10,3 %	20
	16-20 vuotta	10,8 %	21
	21-25 vuotta	5,7 %	11
	yli 26 vuotta	44,8 %	87
Onko sinulla kausikorttia	Kyllä	58,8 %	114
	Ei	41,2 %	80

Ottelutapahtuman kehittämisen ja stadionin toimivuuden keskeiset havainnot voidaan tiivistää viiteen kohtaan:

1. Ottelutapahtumaan osallistuminen vahvistuu eri tekijöiden yhteisvaikutuksesta. Tunneside lajiin on keskeinen tekijä ottelutapahtumaan osallistumisessa.
2. Yleinen ilme ja näkyvyys. Keltamusta näkyvyys stadionilla ja muualla kaupungilla (esimerkiksi toistuvat keltamustat värit torilla, tieväylien pientareilla, pääsisäänkäynnillä tai katsomolohkojen pielissä). Lisää muistijälkiä ottelutapahtumasta ja jalkapallosta.
3. Oheispalvelut ja stadionin toimivuus. Oheispalveluiden toimivuus ja monipuolisuus, saatavuus, toimintojen sijoittaminen ja käytettävyys pelin aikana. Palveluiden jonotus.
4. Ottelutapahtuman toiminnallisuuden lisääminen ennen peliä, puoliajalla ja ottelun jälkeen. Katsojien kokemuksellisuuden vahvistaminen. Ottelutapahtuman, pelin ja pelaajien tuominen lähemmäksi katsojia. KuPS-alue. Lasten ja lapsiperheiden huomioiminen.
5. Jalkapalloyhteisön ja -kulttuurin vahvistaminen. Tunnesiteen vahvistaminen jalkapalloon. Brändäys, some-kanavat ja yhteisöllisyys. Positiivisuuden lisääminen sekä ottelutunnelman ja kannustuksen lisääminen.



Ottelutapahtumaan osallistuminen on eri tekijöiden summa

Jalkapallo on konservatiivinen laji. Kaiken perustana on pitävä side jalkapalloon ja kannatettavaan seuraan. Kannattamisen karkea jako voidaan tehdä sitoutumisen asteen mukaan. Sitoutuneet kannattajat elävät pelistä, pelaajista, taktisista valinnoista, seurasta ja mistä vaan peliin liittyvästä. Kannattajien psykologinen tunneside jalkapalloa kohtaan on vahva; jalkapallo on elämäntapa, tapa tuntea ja aistia. Suuri yleisö, satunnaiset kannattajat, elävät pelin lisäksi ottelutapahtumasta – palveluista, oheistoiminnoista ja tunnelmasta. Ottelutapahtuman palvelut, toiminnot, kokemuksellisuus ja tunnelma muodostavat polun, jolla voidaan vahvistaa tunnesiteen syntymistä lajiin. Kohtaaminen jalkapallon kanssa syventyy tunteeksi ja haluksi tietää.

Kreikan jalkapallon pääsarjan kannattajien käyttäytymistä ja toimintaa selvittäneessä tutkimuksessa havaittiin, että psykologinen sitoutuminen ja lojaalisuus jalkapalloseuraa kohtaan ovat keskeisiä jalkapallokannattajien ja jalkapalloseuran välisessä suhteessa (George & Stavros 2013). Kannattajakulttuurin syvä perusrakenne ja perusarvot liittyvät sosiaalipsykologiseen tunnesiteeseen jalkapalloa ja kannatettavaa seuraa kohtaan. Tunnesiteen merkitys ottelutapahtumaan osallistumisessa toistui myös tämän selvityksen katsojakyselyn tuloksissa (ks. Kuvio 1).

Kannattajien psykologinen tunneside jalkapalloa kohtaan on vahva; jalkapallo on elämäntapa, tapa tuntea ja aistia. Suuri yleisö, satunnaiset kannattajat, elävät pelin lisäksi ottelutapahtumasta - palveluista, oheistoiminnoista ja tunnelmasta.

Sitoutuneet kannattajat kulkevat seuran mukana vuodesta toiseen (Pritchard ym. 1999), kun satunnaisten kannattajien osallistuminen ottelutapahtumaan riippuu enemmän muista tekijöistä kuten seuran menestyksestä (Mahony, Madrigal & Howard 2000, Shuv-Ami 2016) tai säästä. Edellinen havainto toistui myös Pallo Haltuun -selvityksen katsojakyselyn aineistossa (n=194), kun verrattiin kausikorttilaisia ja irtolipun ostaneita keskenään. Irtolipun ostaneilla ottelutapahtumaan osallistumiseen vaikuttivat enemmän tunnesiteen ulkopuoliset tekijät, kuten sää, pelin panos, vastustaja tai kotijoukkueen menestys.

Sitoutuneiden kannattajien kohdalla kysymys on ei ole vain suhteen vahvuudesta, vaan symbioosista; kannattajien välisestä keskinäisestä riippuvuudesta (Shuv-Ami 2016) ja yhteenkuuluvuudesta. Yhteenkuuluvuus on keskeinen elementti kannattajakulttuurin vahvistamisessa. Katsojakyselyssä keltamustan kannattajayhteisön vahvistaminen limittyi useisiin eri tekijöihin, kuten:

”Kuopio tarvitsee kannattajapäädyn. Päädyn avulla ihmisten olisi helpompi tulla mukaan kannattaja-toimintaan, joka on ilmeisesti koettu hieman vaikeaksi, vaikka kiinnostusta touhuun olisikin.”
(Vastaaaja 10)

”Kunnon kannatushuudot koko katsomoon!” (Vastaaaja 40)

”Kannattajakulttuuria voitaisiin kehittää enemmän, jotta katsomoon saadaan keltamustaa väriä ja enemmän kannatusta” (Vastaaaja 98)

”Katsojien yhteenkuuluvaisuuden tunnetta nostatetaan Ruotsissa omilla hymneillä”. (Vastaaaja 15)



Kun ruotsalaistutkijat Stolt ja Waldenor jättivät ulkopuolelle käyttäytymiseen ja tunnesiteeseen liittyvät tekijät, nousi keskeisiksi Ruotsin pääsarjan otteluihin osallistumista edistäviksi tekijöiksi derby-ottelut, joukkueiden välinen kilpailu, markkina-alueen koko, edellisen ottelun tulos, stadionin kunto, ilmanlämpötila ennen ottelua ja edelliskauden mestarin kohtaaminen. Lipun hinnalla on vähän tai ei ollenkaan vaikutusta urheilutapahtuman kysyntään. (Stolt & Waldenor 2010.) Katsojan samaa kokemus ottelutapahtumasta on merkityksellinen tekijä ja on tiedettyä, että jos katsojat kokevat tapahtumasta mielihyvää, seuraa siitä myös taloudellista hyötyä tapahtumajärjestäjälle (Anderson ym. 1994).

Syitä ottelutapahtumaan osallistumiselle on siis monia. Jalkapallokannattajien kesken on suuria eroja siinä mitkä tekijät vaikuttavat ottelutapahtumaan osallistumiseen (Karlsson & Skänning 2011). Sitoutumisen aste ratkaisee. Eräs vastaaja kuvasi kannattajan sitoutumista seuraavasti:

”KuPSin mukana mennään niin myötä- kuin vastamäessäkin”
(Vastaaja 42)

Sitoutuneet kannattajat tulevat otteluun riippumatta lähestulkoon kaikesta muusta, toinen valitsee vastustajan, pelin panoksen, peliseururan ja sään perusteella sopivimman matsin kesässä, kolmas osallistuu työkaverin innoittamana, neljäs yhdessä juniorijalkapalloilijalapsensa kanssa ja viides nähtyään videon pelaajien harjoituksista sosiaalisessa mediassa. Ottelun ajankohta, vastustaja, aikataulut tai seuran menestys vaikuttavat siihen osallistutaanko ottelutapahtumaan. Ottelutapahtumaan mennään viihtymään, tapaamaan ystäviä ja tuttavien ja seuraamaan peliä sekä keskustelemaan siitä. Jalkapallo on paitsi viihdettä myös sosiaalisen kanssakäymisen muoto. Katsojat tapaavat toisiaan ja solmivat ystävyksiä - ovat samanarvoisia jalkapallon edessä. Kannattajat ja yhteistyökumppanit kohtaavat peleissä. Jalkapallo sitoo yhteen erilaisista taustoista tulevia ihmisiä ja toimii kohtaamispaikkana, jossa avataan uusia ovia.

Jalkapallokulttuuri ja ottelutapahtumaan osallistuminen vahvistuvat eri tekijöiden yhteisvaikutuksesta. Esimerkiksi säätila on yksi ottelutapahtumaan osallistumiseen vaikuttavista tekijöistä. Sen vaikutus on suurimmillaan silloin, kun se yhdistyy johonkin toiseen päätöksentekoon vaikuttavaan tekijään, kuten heikkoon menestykseen, loma-aikaan, vuodenaikaan tai olosuhteisiin. Säätila vaikuttaa myös siihen miksi esimerkiksi kauden alku- ja loppupään peleissä käy keskiarvoa vähemmän katsojia. Sää on tekijä, joka vaikuttaa erityisesti satunnaisten katsojien kohdalla, mutta siihen voidaan vaikuttaa olosuhteiden avulla. Pallo Haltuun -selvityksen katsojakyselyn aineiston perusteella sään merkitys ottelutapahtumaan osallistumisen syynä liittyy erityisesti siihen kuinka kauan on kannattanut seuraa. Mitä lyhemmän aikaa on kannattanut sitä, suurempi merkitys myös säällä on. Sää on kuitenkin vain yksi selittävä tekijä ja esimerkiksi Ruotsin pääsarjan jääpallopeleissä käy tuhansia ihmisiä, vaikka olisi pakkasta.

Eri tekijöiden negatiivisten yhteisvaikutusten minimoointi on keskeinen keino vaikuttaa ottelutapahtuman vetovoimaisuuden lisäämiseen. Ratkaisevaa on se, miten saadaan satunnaiset katsojat uudelleen katsomoon. Ottelutapahtumasta on jäätävä edes yksi, mieluummin useita, muistijälkiä ja tunnetiloja, jotka edistävät satunnaisen pelissä kävijän muuttumista sitoutuneeksi kannattajaksi. Myös kohdennetut toimenpiteet kuten esimerkiksi hinnoittelun joustavoittaminen (#lähemunkanssapeliin, kaveri puoleen hintaan), perhelippu tai nuorten sitouttaminen peliin hyödyntämällä sosiaalista mediaa (#pelissä, jaa kuva KuPSin pelistä #voitapelipaita) voivat lisätä ottelutapahtuman kokemuksellisuutta. Kokemuksellisuus on tärkeää kaikille ikäryhmille. Edustusjoukkueen pelaajan ja lapsen välinen lyhyt kohtaaminen voi toimia merkityksellisenä hetkenä lapsen elämässä. Eräs vastaajista kuvasi pienten asioiden merkitystä syvän siteen syntymisessä seuraavasti:

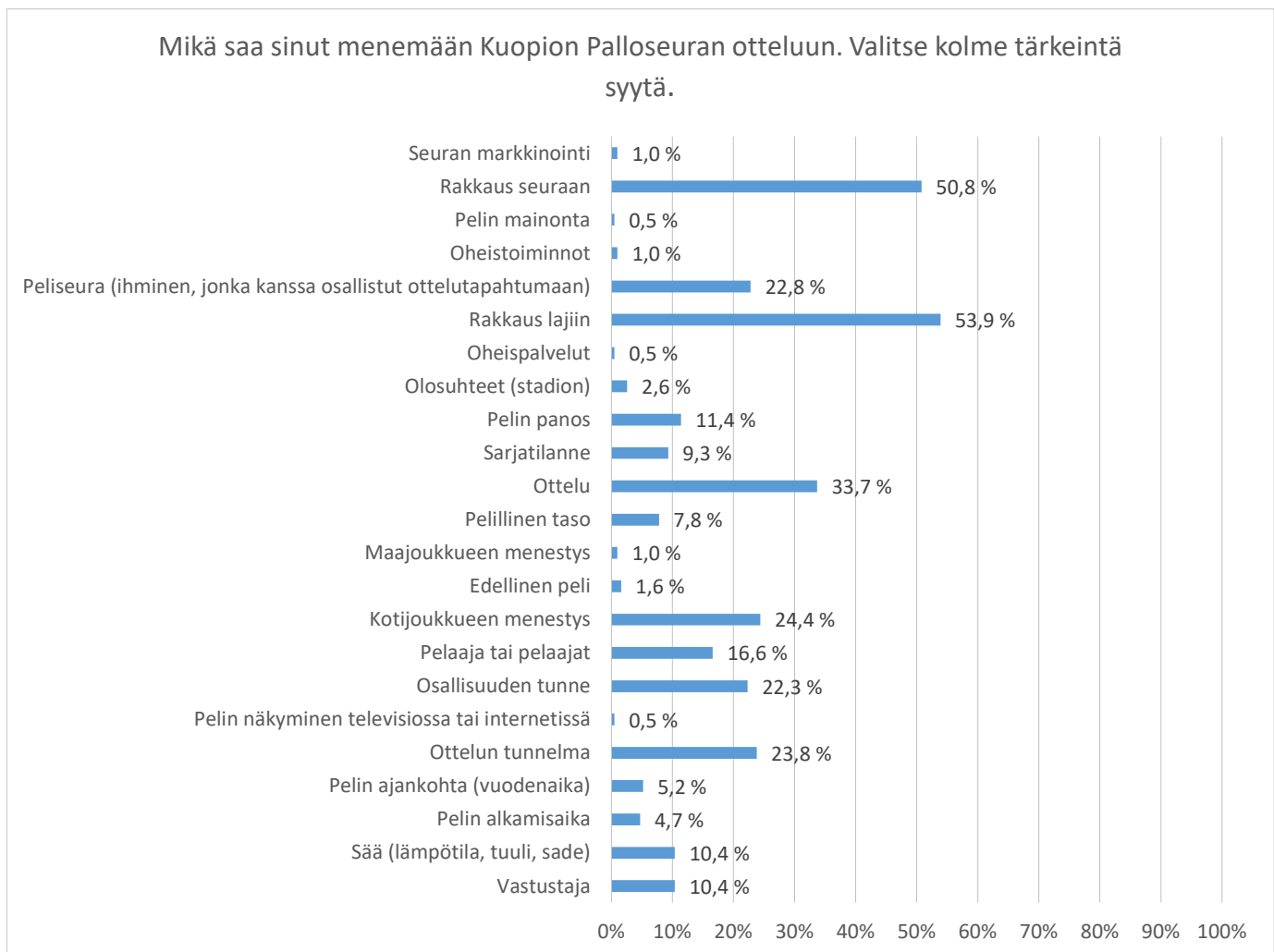
”Lisäksi lapsille pienetkin jutut esim. pelaajien kanssa ovat ikimuistoisia” (Vastaaja 31)



Kohtaaminen muodostaa tunnesiteen toiseen ihmiseen ja välillisesti myös jalkapalloon. Sitoutunut kannattaja tekee päätöksen otteluun lähtemisestä ensisijaisesti tunnesyillä ja toissijaisesti rationaalisilla tekijöillä, kuten säällä, oheispalveluilla tai vastustajalla. Ottelutapahtumaan osallistuminen muodostuu tunteesta, tiedosta, viihteestä, palveluista, toiminnoista, ulkokohtaisista tekijöistä ja pelistä. Sujuvat palvelut ja oheistoiminta ovat keskeinen osa nykyaikaista ottelutapahtumaa ja eri tekijöiden yhteisvaikutuksesta voidaan vahvistaa vähitellen jalkapallokulttuuria – elämäntapaa. Keskeistä on sitouttaa ihmiset jalkapalloon ennen ja jälkeen sekä pelien välillä. Vähitellen kohtaaminen syventyy haluksi tietää ja tuntea ja jalkapallosta tulee enemmän kuin peli – sosiaalinen muoto, joka yhdistää ihmiset taustasta riippumatta.

Tunneside on tärkeä ottelutapahtumaan osallistumista selittävä tekijä

Sitoutunut katsoja rakastaa jalkapalloa, otteluiden katsomista ja kannatettavaa seuraa. Kun katsojakyselyssä pyydettiin valitsemaan kolme tärkeintä syytä osallistumiselle Kuopion Palloseuran otteluun, vahvistui käsitys sosiaalipsykologisen siteen merkityksestä. Kolme tärkeintä syytä otteluun osallistumiselle olivat rakkaus lajiin, rakkaus seuraan ja ottelu. Side toistui myös sekundäärisissä tekijöissä kuten osallisuuden tunteessa, ottelun tunnelmassa ja peliseurassa. (ks. kuvio 1). Tunneside on tärkeä ottelutapahtumaan osallistumista selittävä tekijä.



Kuvio 1 Ottelutapahtumaan osallistumisen tärkeimmät syyt



Ottelutapahtuman kehittämisen ja jalkapallokulttuurin vahvistamisen näkökulmasta olennaista on toteuttaa asioita, joiden avulla vähitellen vahvistetaan esimerkiksi kupsilaisuutta, pallokissalaisuutta tai kufulaisuutta – savolaista jalkapalloidentiteettiä ja yhteenkuuluvuutta. Kun jalkapalloon on syntynyt tunneside, ovat osallistumisen motiivit suurelta osin psykologisia. Kuopiolaisen jalkapallon historia on täynnä suuria tarinoita, tunteita, tappioita ja voittoja, ne kaikki ovat jalkapallokulttuurin aineksia. Historian ja nykyhetken viestimisessä tyylikkäästi tarinankerronta ja identiteetti ovat ratkaisevassa asemassa. Tämä tapahtuu pienten asioiden kautta kuten esimerkiksi junioreiden sitouttamisella edustuksen ottelutapahtumiin, pelaajien ja katsojien kohtaamisella, pelien yleisellä tunnelmalla ja kannustuksella, oheistoiminnoilla, viihdyttävällä ja laadukkaalla pelillä, värimaailmalla ja toimivilla palveluilla. Tarinankerrontaa voidaan katsojakyselyyn vastanneiden mukaan vahvistaa esimerkiksi seuraavin tavoin:

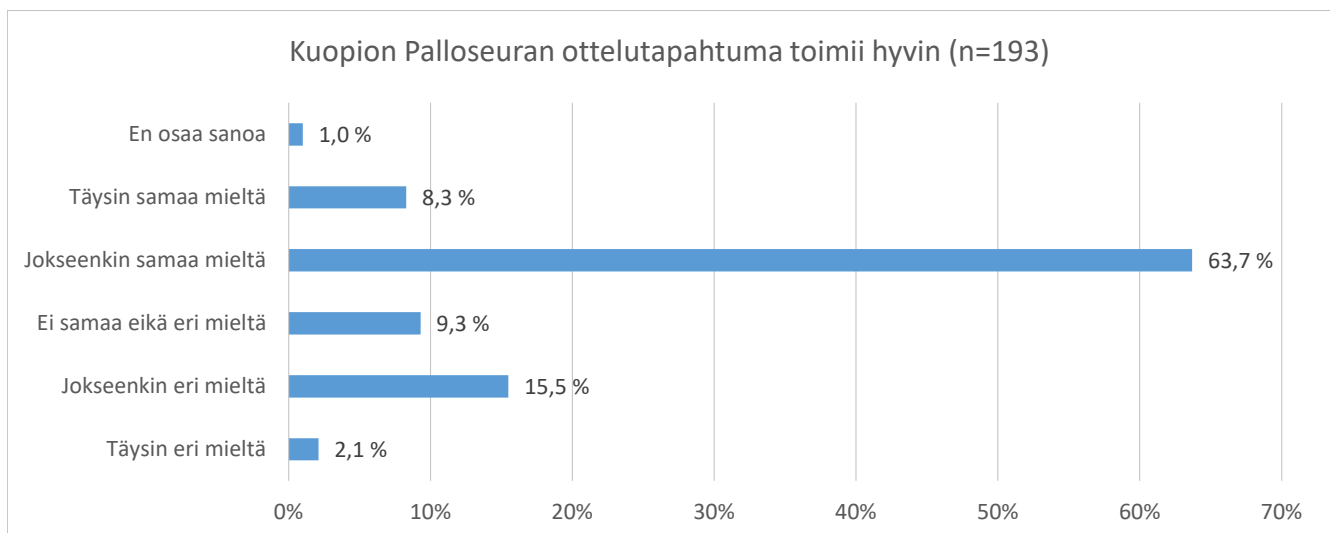
”Pelaajien esiintuomista enemmän, tällä hetkellä ei pelaajia ole tuotu ainakaan itse ottelutapahtumassa juurikaan esiin”. (Vastaaja 45)

”Henkilökohtaisempaa osallistumista sosiaaliseen mediaan”. (Vastaaja 83)

”Olisi hyvä tuoda paremmin esille KuPsin pitkää ja menestyksestä historiaa”. (Vastaaja 96)

”Enemmän peliin, joukkueisiin ja pelaajiin liittyvää infoa ja haastattelua koko yleisölle.” (Vastaaja 11)

Kuopion Palloseuran ottelutapahtuman toimivuutta havainnoitiin kahdessa ottelussa kesällä 2016. Havainnoinnin perusteella ottelutapahtumat toimivat yleisesti ottaen hyvin. Katsojakyselyssä katsojia pyydettiin arvioimaan ottelutapahtuman toimivuutta ja 72 prosenttia katsojista oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että ottelutapahtuma toimii hyvin (ks. kuvio 2).



Kuvio 2 Kuopion Palloseuran ottelutapahtuman toimivuus

Vaikka ottelutapahtuman yleinen toimivuus koettiin melko hyväksi, nähtiin ottelutapahtumassa kehittämiskohteita. Näitä ovat esimerkiksi tunnelman ja kannatuksen lisääminen, ennen peliä tapahtuvan toiminnallisuuden vahvistaminen, fanituotemyynnin kehittäminen ja keltamustan värimaailman lisääminen.



Keltamusta ilme

Kuopion Palloseuran ottelutapahtuman näkyvyys ennen peliä on toteutettu monin eri tavoin; bussipysäkkien mainostauluilla, tienvarsien ja keskustan mainosnäytöillä, sanomalehdessä, sosiaalisessa mediassa, yhteistyökumppaneiden kautta sekä tienvarsimainoksissa. Ottelutapahtuman näkyvyyden kehittämisen realistiset vaihtoehdot liittyvät erityisesti sosiaalisen median parempaan hyödyntämiseen sekä laajemmin kuopiolaisen jalkapalloperinteen ja -kulttuurin vahvistamiseen. Kuopiolainen jalkapallokulttuuri, siihen liittyvä tarinankerronta ja jalkapallon tuominen osaksi ihmisen arkea, lähemmäksi koskettamaan ihmistä koettiin tärkeäksi. Henkilökohtaisen siteen vahvistaminen tarjoaa arkeen tunteita ja merkitystä.

”KuPS:n pitää näkyä nykyistä enemmän kaupungilla.” (Vastaaja 1)

”Haluaisin KuPSin väriä tai muita jalkapalloon liittyvää katukuvassa” (Vastaaja 25)

”Tärkeä olla esillä kaikissa tapahtumissa ja vaikkapa pysyvästi torilla. KuPS on keskeinen osa Kuopiota” (Vastaaja 45)

Keltamustanäkyvyys ja värien toistuminen kaupungilla, keskeisillä kulkureiteillä, stadionin liepeillä, pääsisäänkäynnillä, katsomolohkojen pielissä, katsomoissa ja kenttäalueella vahvistavat yhteenkuuluvuuden tunnetta ja ajatusta lähestyvistä ottelutapahtumasta. KuPSin huivit Veljmies-patsaalla ja Oksapoika-patsaalla viestivät lähestyvistä ottelutapahtumasta. Vastaavasti Pallokissojen huivi Siskotyttö-patsaalla kertoo seuraavasta Naisten jalkapallopelistä. Stadionalueen keltamustat kankaat, kannatuslaulut ja tunnettujen kuopiolaisten pelaajien kuvaaminen siluettina esimerkiksi kankaalle luovat tunnelmaa ja yleistä ilmettä stadionille. Tunnetilaa vahvistetaan pelipäivän lähestyessä. Katsoja samaistuu otteluun ja aistii edellisen tapahtuman hyvät kokemukset ja tunnelman.

KuPSin huivit Veljmies-patsaalla ja Okspoika-patsaalla viestivät lähestyvistä ottelutapahtumasta. Vastaavasti Pallokissojen huivi Siskotyttö-patsaalla kertoo seuraavasta Naisten jalkapallopelistä.

Ihminen muistaa aistien avulla; tuoksut, värit, äänet ja maut tuovat mieleen tärkeitä hetkiä elämässä. Myös kosketus jalkapalloon voi syntyä aistinvaraisesti. Alitajuntaan liittyvillä prosesseilla, esimerkiksi värin tai musiikin yhdistämisellä ostamiskäyttäytymiseen, on havaittu olevan vahva merkitys ihmisen päätöksentekoon (Dolan 2014). Aistinvaraisuus toimii markkinoinnin välineenä, mutta tärkeämpää on, että se lisää sosiaalista yhteenkuuluvuutta ja vahvistaa ihmisen tunnetilaa. Samalla jalkapallo laajenee ulos stadionilta koteihin, kaupunkiin, kouluihin ja työpaikoille. Jalkapallosta aletaan keskustella kuin säästä, se on jäänrikkoja, mutta samalla ihmisiä yhdistävä tekijä.

Keltamusta värimaailma on helposti tunnistettava ja samaistuttava. Kun värimaailma toistuu eri paikoissa, käsittävät ihmiset, että ”pelipäevä” on lähestymässä. Väriyksellä voidaan välillisesti vaikuttaa myös ottelutapahtumaan osallistumiseen, mutta erityisempää on, että se vahvistaa muistijälkeä ja yhteistä kotiseutuylpeyttä. Myös muualta tulleet voivat kiintyä syvästi savolaiseen jalkapallokulttuuriin. Jalkapallo ja Kuopion Palloseura on kaupungin yhteinen asia.

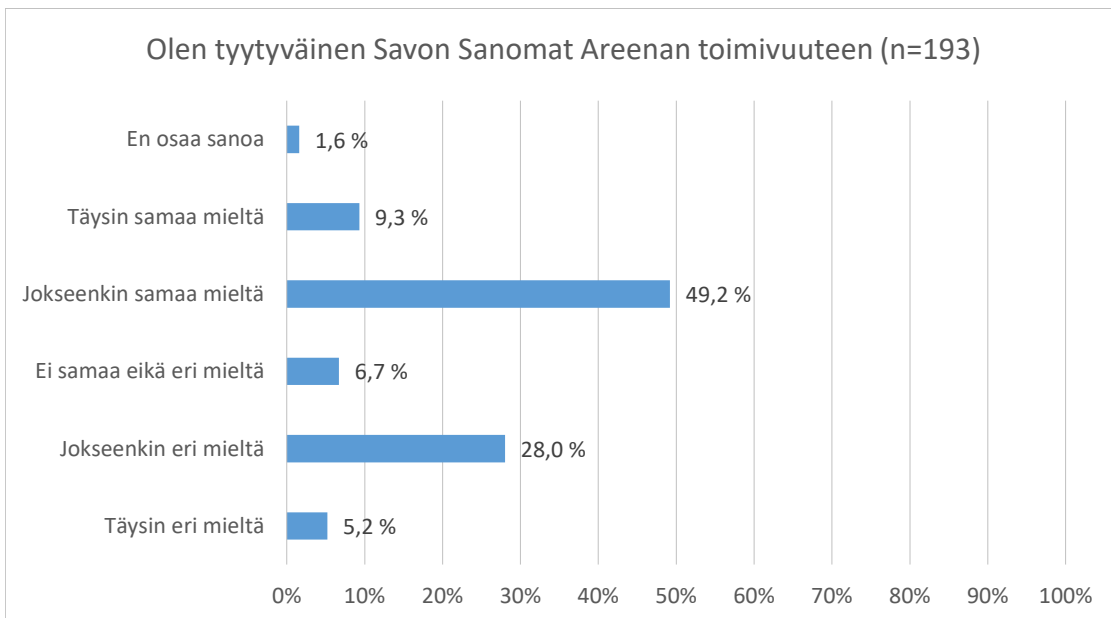
”Olisi hyvä tuoda paremmin esille KuPSin pitkä ja menestyksestä historiaa.” (Vastaaja 96)



Stadionin toimivuus ja oheispalvelut

Stadionin muoto ja arkkitehtuuri vaikuttavat olennaisesti ottelutapahtuman tunnelmaan. Yleisötapahtumissa tunnelman yksi keskeisistä osa-alueista on ääni. Kenttää kiertävä suljettu stadion kerää katsomoäänet paremmin, kuin avoin stadion. Mikäli Kuopion keskusentän suunnitelmat toteutuvat, tullaan Stadionia lähitulevaisuudessa uudistamaan. Tässä selvityksessä keskitytään nykyisen stadionin toimintoihin ja palveluihin.

Savon Sanomat Areenan pääsisäänkäyntialuetta on viime aikoina jossain määrin kehitetty ja alue toimii aiempaa paremmin. Selvitystyössä havaittiin, että pääsisäänkäynti ruuhkautuu yleensä silloin kun ottelutapahtuman katsojamäärä nousee yli 3000 katsojan. Sisäänkäyntipisteiden kapasiteetti ei riitä, koska ihmisillä on taipumus saapua otteluun noin 15 minuuttia ennen sen aloitusvihellystä. Lisäksi tulisi muistaa, että massatapahtumiin tulemiseen ja poistumiseen on varattava tavanomaista enemmän aikaa. Sisäänkäyntiin liittyvien ongelmien ratkaisemiseksi on erilaisia tapoja, esimerkiksi myynnin joustavoittaminen tai ennen peliä tapahtuvan oheistoiminnan lisääminen. Pääsisäänkäynnin yleistä ilmettä voidaan kohentaa tarvittaessa myös esimerkiksi värimaailmalla, opasteiden selkeydellä ja lipunmyyntikojujen ilmeellä. Opasteiden kohdalla voidaan miettiä, onko pääsisäänkäynnin toimintojen informaatio esitetty riittävän selkeästi. Lipunmyyntikojujen yleistä ilmettä voi myös kehittää, esimerkiksi stadionilla pelaavien joukkueiden väreillä, muraaleilla tai muuten maalaten.



Kuvio 3 Savon Sanomat Areenan toimivuus

Enemmistö vastanneista (58,5 prosenttia) oli tyytyväinen Savon Sanomat Areenan toimivuuteen, mutta yli kolmannes katsojista katsoi, että toimivuudessa on kehitettävää. (ks. kuvio 3.) Suurin yksittäinen kehittämiskohde toimivuuden näkökulmasta on uuden stadionin rakentaminen. Stadionin lisäksi vastaajat löysivät puutteita myös nykyisen stadionin toimivuudesta. Esimerkiksi pääkatsomon paikkamerkinnyt ja opasteet siitä mihin paikattomalla lipulla voi mennä istumaan edellyttää tarkempaa ohjeistusta. Lisäksi palveluiden osalta oli kehitettävää (ks. Kuvio 4).

”Pääkatsomoon selvät opasteet minne voi paikattomalla istumalipulla mennä istumaan!” (Vastaaja 24)

”Itse tiedän paikkasysteemit pääkatsomossa, mutta aina näkyy ensikertalaisia, jotka ovat hämillään siitä, minne voi mennä istumaan.” (Vastaaja 18)

”Pääkatsomon penkit merkittävä/numeroitava PALJON selkeämmin. Ihmiset eivät tiedä mitkä paikat ovat kausikorttilaisten ja mitkä eivät. Aiheuttaa sekaannusta. (Vastaaja 54)



Fanituotteiden myynti tapahtuu nykyisin heti pääsisäänkäynnin välittömässä läheisyydessä. Haastateltavat pitivät sijaintia sopivana, koska katsojilla on heti saapuessaan mahdollisuus hankkia tuotteita. Katsojakyselyyn vastanneet kiinnittivät huomiota fanituotteiden myynnin järjestämiseen, esille tuomiseen ja monipuolisuuteen (ks. Kuvio 4).

”Fanituotteet ovat vähäiset.” (Vastaaja 7)

”Fanituotteita pitäisi tuoda enempi esille, ja lisäksi niissä pitäisi olla enemmän vaihtoehtoja. Myös hinta pitäisi olla kohdallaan, etteivät ne olisi liian kalliita.” (Vastaaja 59)

Stadionin taka-alue on toiminnallisesti hankala, koska sen muoto ja koko rajaa suurten massojen liikkumista. Ruoka- ja kahvimyyntikojut ruuhkautuvat katsojamäärän noustessa. Samalla stadionin taka-alue voi myös tukkeutua ihmisten jonottaessa myyntipisteisiin. Katsojakyselyssä ongelmaa lähestyttiin esimerkiksi seuraavasti:

”Makkarakioskien kääntäminen 45 astetta. Mahtuu väliajalla paremmin kävelemään, kun jonot toiseen suuntaan.” (Vastaaja 68)

”Pääkatsomon kioskit ja makkarakojut sijoitettu väärin kulkuväyliin nähden. Nyt jonot tukkivat liikkumisen katsomon takana.” (Vastaaja 79)

Ihmisten jonotuskäyttäytymistä voidaan ohjata vaihtoehtoisesti myös esimerkiksi maahan maalattavalla viivoituksella (vrt. esimerkiksi matkustajien käyttäytymisen ohjaaminen Japanin juna-asemilla). Värimaailma voi tällöin toistaa esimerkiksi keltamustaa maailmaa.

Katsojakyselyn perusteella kioskien ja ruokakojujen tarjonta voisi olla nykyistä monipuolisempaa

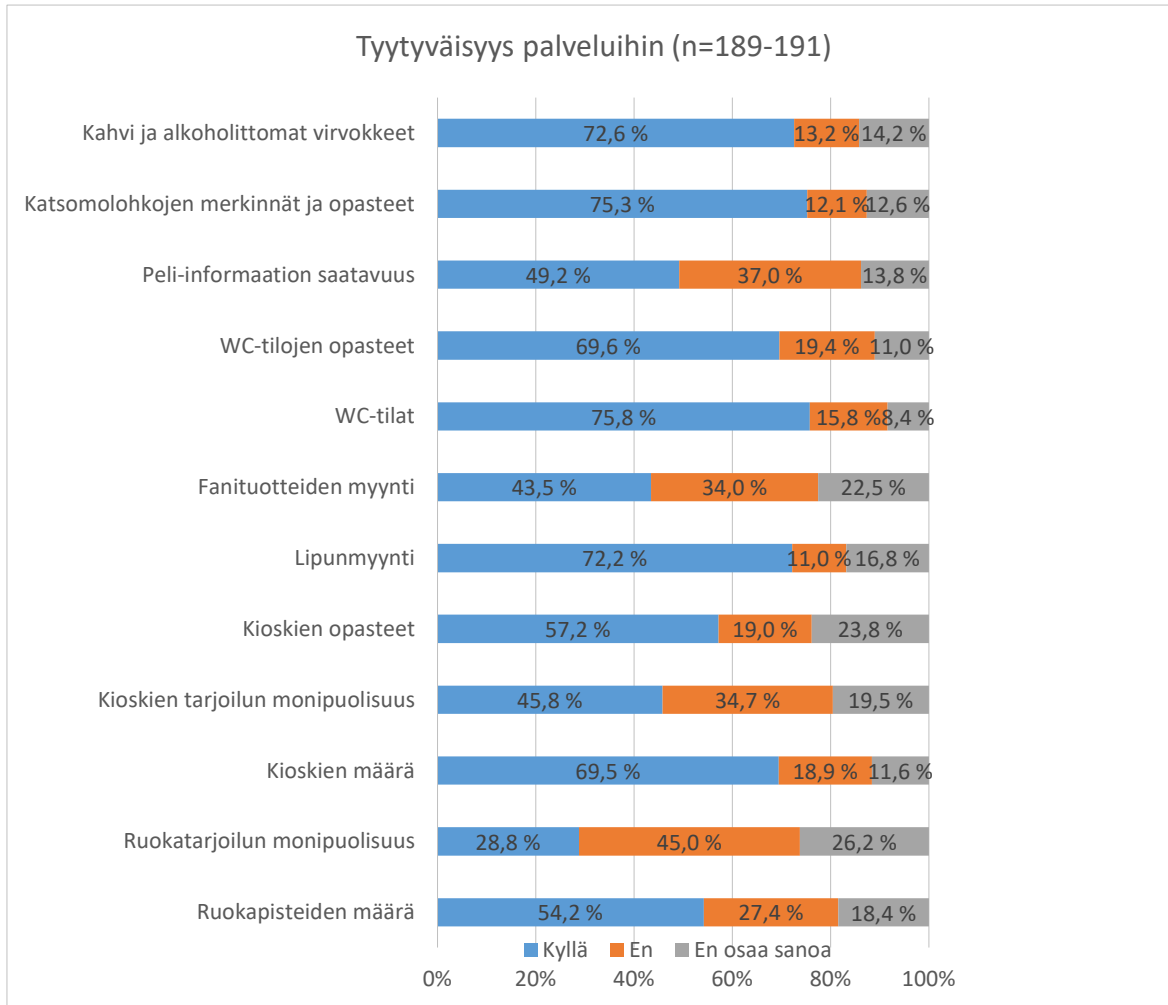
Vaikka rakkaus lajiin, seuraan ja otteluun ovat keskeisiä tekijöitä ottelutapahtumassa, on katsojien viihtyvyyden varmistaminen tärkeä osa modernin ottelutapahtuman merkitystä ja vaikuttavuutta. Palveluiden saatavuus, sujuvuus ja toimivuus ovat katsojakokemuksen näkökulmasta keskeinen osa toimivaa ottelutapahtumaa. Pienetkin asiat, kuten pankkikortin käyttö vaikuttavat katsojakokemukseen. Yleisesti ottaen katsojat ovat tyytyväisiä nykyisiin palveluihin. Makkara, mehu ja kahvi ovat perinteisesti riittäneet katsojille, mutta katsojakyselyn perusteella kioskien ja ruokakojujen tarjonta voisi olla nykyistä monipuolisempaa (ks. kuvio 4). Myös pelistä annettavaa informaatiota voisi lisätä.

”Katsomomyyjillä monipuolisempi tarjonta. Ja pankkikortti pitää käydä.” (Vastaaja 1)

”Voisi olla muutakin tarjottavaa kuin makkara. Monet ovat nykyään terveystietoisia ja kaipaavat terveellisempiä valintoja kuten smoothie.” (Vastaaja 45)

”Monipuolisempi ruokatarjonta varsinkin perjantai- ja lauantaipeleissä olisi hyvä homma” (Vastaaja 62)

”Makkaroiden kilpailijaksi voisi koettaa tarjota streetfood-tyylistä pikaruokaa, pieniä annoksia edullisesti.” (Vastaaja 82)



Kuvio 4 Tyytyväisyys palveluihin

Ottelutapahtuman lisäarvo liittyy sisältöihin, kokemuksiin ja aikaan ennen ottelua.

Ottelutapahtumat ovat ajallisesti lyhyitä, vain noin kolme tuntia kestäviä tapahtumia, joihin valmistaudutaan useita päiviä ja jopa viikkoja. Ottelutapahtuma sitoo seuran resursseja huomattavan paljon. Ottelutapahtuma on näkyvin osa jalkapallon idean toteutumista, sillä kannattajat odottavat pelipäivää. Kaikki tapahtuu nopeasti; makkarat, mehut ja kahvit on myytävä hetkessä – puoliaikaa ei voi pidentää. Ottelutapahtuman lisäarvo liittyy sisältöihin, kokemuksiin ja aikaan ennen ottelua.



Ottelutapahtuman toiminnallisuuden lisääminen

Ottelutapahtuman toiminnallisuuden kehittäminen on keskeinen tapa lisätä yleistä tunnelmaa, viihtyvyyttä, myyntiä ja sitouttaa katsojia. Ottelutapahtuman kiinnostavuuden lisääminen tapahtuu luontevimmin ennen peliä tapahtuvien toimintojen avulla. Tavoitteena on saada katsojat saapumaan stadionille noin tuntia ennen ottelun alkamista. Keskeinen tapa on rakentaa toimintaa sisällön kautta: tuoda peli, pelaajat ja ottelutapahtuma esiin monipuolisemmin ja siten vahvistaa sidettä katsojiin. Samalla voidaan rakentaa polkuja, joilla vahvistetaan sitoutumista jalkapalloon.

”Treeneistä kuvatut videot on hyvä suunta mutta tämä tulisi lisätä ihan vaikkapa parin sekunnin yksilöhaastatteluja, taidonnäytteitä ym. hauskaa. Näin tuotte pelaajia lähemmäksi katsojaa.” (Vastaja 79)

”Aiemmin pelipäivänä paikalle viihtymään. Tuo yhteenkuuluvuttaa ja euroja seuralle.” (Vastaja 75)

”Joskus olisi aikaa tulla ennen peliä syömään ja viihtymään esim. Peliennakolla, jos tähän tarjottaisiin mahdollisuus.” (Vastaja 7)

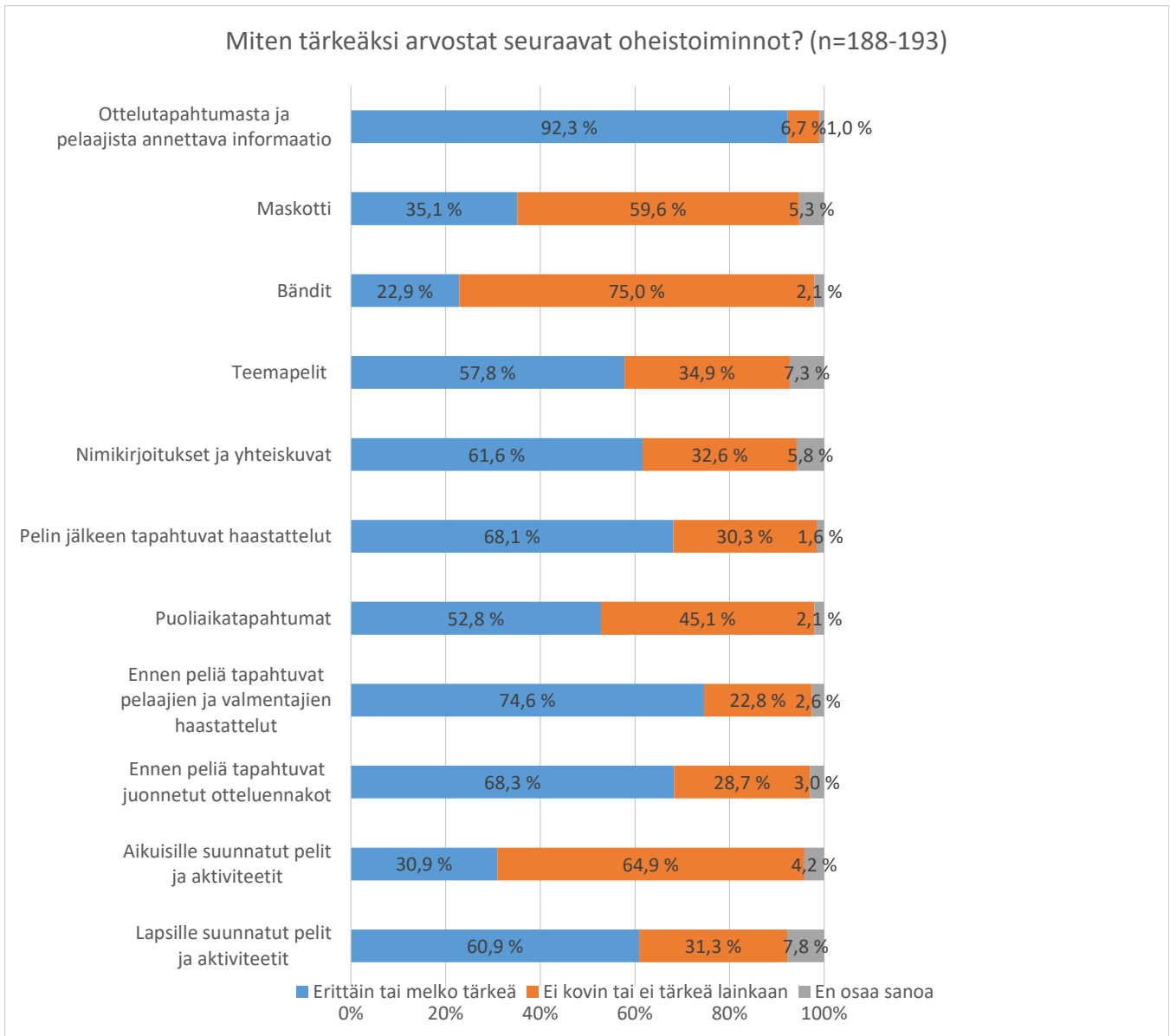
Oheistoiminnoilla on keskeinen rooli osana modernia ottelutapahtumaa ja ottelutapahtuman toiminnallisuuden kehittämistä. Enemmistö katsojakyselyyn vastanneista piti erittäin tai melko tärkeänä jalkapalloon liittyviä oheistoimintoja. Tärkeitä asioita ovat ottelutapahtumasta ja pelaajista annettava informaatio, ennen peliä tapahtuvat pelaajien, valmentajien haastattelut, juonnetut otteluennakot ja pelin jälkeen tapahtuvat haastattelut. Lisäksi tärkeäksi koettiin lapsille suunnatut pelit ja aktiviteetit. Sen sijaan maskotteja, bändejä tai aikuisille suunnattuja pelejä tai aktiviteetteja ei koettu tärkeiksi (ks. kuvio 5).

Ottelutapahtuman toiminnallisuuden kehittäminen on keskeinen tapa lisätä yleistä tunnelmaa, viihtyvyyttä, myyntiä ja sitouttaa katsojia. Samalla voidaan rakentaa polkuja, jolla vahvistetaan sitoutumista jalkapalloon

Vastajat kokivat myös lapsille ja lapsiperheille suunnatut palvelut tärkeiksi kehittämisen kohteiksi.

”Pelien seuraaminen on jäänyt lasten saamisen jälkeen. Kävisin pelissä, mikäli siellä olisi kunnollinen ja riittävän suuri lasten leikkialue, joka olisi aidattu ja jonka reunalta voisi seurata peliä. Tai aidattu lapsikatsomo tai lastenhoitoparkki. En halua maksaa ottelumaksua ja sitten kuluttaa koko otteluaikaa juoksemalla lapsen perässä.” (Vastaja 125)

”Käyn peleissä pienen poikani kanssa ja jottei aika kävisi pitkäksi, saavumme paikalle yleensä juuri ennen aloitusvihellystä. Lähes aina käsiohjelmat ovat loppuneet tuolloin. Käsiohjelma olisi tärkeä muisto pojalle. Melkein aina tosin saamme joltain sen pummattua.” (Vastaja 82)



Kuvio 5 Oheistoimintojen tärkeys

Jalkapallo-otteluun lähteminen isän, äidin tai lähisukulaisen kanssa voi luoda elämänmittaisen muistijäljen lapsen mieleen. Aktiviteetit ja pienet asiat, kuten otteluohjelma tai kontakti pelaajaan luovat tärkeitä hetkiä ja elämyksiä. Toiminnallisuutta voidaan vahvistaa ja eri-ikäisiä ihmisiä huomioida eri tavoin, esimerkiksi erillisen KuPS-alueen suunnittelulla.



KuPS-alueen rakentaminen

Miten sitten vahvistaa toiminnallisuutta ja yhteisöllisyyttä? Henkilökohtaiseen sitoutumiseen liittyy kilpailu nykyajan ihmisen vapaa-ajasta. Vapaa-ajan tarjonta on monipuolista ja urheilutapahtuman lisäarvo ja houkuttelevuus ratkaisevat. Keskeinen kysymys tapahtumaan osallistumisessa on miten ja millaisia polkuja rakennetaan satunnaisten kannattajien sitouttamiseksi. Kokemuksellisuuden lisäksi korostuu toiminnan merkityksellisyys. Merkityksellisyys rakentuu tarinasta ja poluista jalkapalloon. Edistävätkö esimerkiksi ottelutapahtuman kokemukset merkityksen kehittymistä ja lopulta rakastumista jalkapalloon.

Pelin, pelaajien ja ottelutapahtuman kautta voidaan pienillä asioilla luoda myönteinen kokemus katsojille pelitapahtumasta ja samalla sitouttaa katsojat osaksi jalkapalloyhteisöä. Esimerkkinä loukkaantuneiden tai pelikiellossa olevien pelaajien ja päävalmentajien haastattelut ennen peliä ja juuri pelin jälkeen tai KuPS legendojen haastattelut ja heidän analyysinsä pelistä, taktiikoista ja sarjataulukosta. Katsojat arvostivat erityisen tärkeäksi ennen peliä tapahtuvat pelaajien ja valmentajien haastattelut sekä juonnetut otteluennakot (ks. kuvio 5), joiden avulla voidaan tuoda joukkuetta lähemmäksi katsojia.

”Ns. Pre-match kulttuurin puute.” (Vastaaja 87)

”Lajiin liittyvää informaatiota. Joukkuetta tuotava lähemmäksi katsojaa. (Vastaaja 63)

”Pelaajahaastattelut” (Vastaaja 17)

Lyhyillä kommentteilla voi olla suuri merkitys katsojan näkökulmasta. Katsoja saa kontaktin ja hänelle tarjotaan myönteinen kokemus. Ennen peliä tapahtuvan toiminnallisuuden edistämisen muita välillisiä vaikutuksia voivat olla esimerkiksi oheispalveluiden käyttöasteen ja myynnin nostaminen, pääsisäänkäynnin ruuhkautumisen ehkäiseminen ja yleisen tunnelman kehittäminen.

Haastattelut, fanikuvat, fanituotemyynti ja otteluennakot voidaan järjestää esimerkiksi erillisellä KuPS-alueella. KuPS-alue voi olla kiinteä tai siirrettävä, muotoiltu esiintymislava tai -alue. Alueella voidaan järjestää erilaisia toimintoja: ennen ottelua juonnettu otteluennakko, haastattelut, viimeisimpien pelien analyysit sekä katsaukset sarjataulukkoon, taktiikoihin, vastustajan vahvuuksiin, heikkouksiin sekä pelaajiin. Alueella voidaan myös järjestää ottelun jälkeen pelaajien nimikirjoitus- ja fanikuvatilaisuus. Jokaiseen kotipeliin voidaan valita myös teemapelaaja, jonka suorituksia ja peliuraa voi käydä läpi KuPS-alueella. Myös sponsorit voivat esittäytyä alueella.

Alueen suunnittelun kautta voidaan lisätä pelitapahtuman kokemuksellisuutta ja luoda elämyksiä heti kun katsoja astuu stadionin alueelle sisään. Samalla voidaan lisätä katsojien ja pelaajien välistä vuorovaikutusta sekä yleistä kiinnostusta ja halua tietää lajista. Kohtaaminen syvenee vähitellen haluksi tietää. Jalkapalloon liittyvä tarinankerronta tapahtuu parhaiten sisältöjen kautta ja osana toimintaa. Pelaaja- ja valmentajahaastatteluilla, peli- ja taktiikka-analyysillä ja sekä katsauksilla jalkapalloon on mahdollista monipuolistaa vuorovaikutusta katsojiin. Tätä voidaan tukea hyödyntämällä monipuolisesti sosiaalista mediaa, sähköistä otteluohjelmaa, koulutilaisuuksia tai pop up -tapahtumia. Jalkapalloa tuodaan lähemmäs ihmistä, osaksi heidän elämää. Lisäksi ottelutapahtuman interaktiivisuutta on mahdollista edelleen lisätä. Nykyisin Kuopion Palloseuran ottelutapahtumissa on jo käytössä esimerkiksi vakuuttavin pelaajaaänestys.

Kokemuksellisuuden lisäksi korostuu toiminnan merkityksellisyys. Merkityksellisyys rakentuu tarinasta ja poluista jalkapalloon.



Tarroilla täydennettävä juliste

Sitoutumisen muoto voi olla myös yksinkertainen, esimerkiksi kartongista tehty pelaajajuliste (samantyyppistä kartonkijulistetta käytetään esimerkiksi Yhdysvalloissa Baseball -peleissä). Pelaajajulisteen idea on yksinkertainen. Kauden jokaisessa kotiottelussa esitellään yksi pelaaja. Pelaajasta jaetaan ”tarroilla täydennettävä juliste”, jossa on tietoa ja kuvia pelaajasta ja myös tarroja, joita voi kiinnittää kartonkijulisteeseen. Juliste ei ole vain lasten leikkiväline, vaan sitä voidaan KuPS - kontekstissa monipuolistaa ja syventää. Tavoitteena on kerätä kentällinen pelaajia ja kauden jälkeen koko kentän kartonkijulisteet kerännyt pääsee tapaamaan suosikkipelaajaansa ja saa pelaajan pelipaidan nimikirjoituksella. Välillisenä tavoitteena on myös kannustuksen lisääminen, esimerkiksi aina kun pelaajajulisteessa oleva pelaaja saa pallon tai antaa vapaapotkun lisääntyy kannustus (vrt. perinteinen brittiläinen kannatuslaulukulttuuri).

Tieto pelistä vahvistuu tunteeksi.

Yleisen tunnelman ja kannustuksen kohottamisessa tärkeässä roolissa ovat ihmisiä yhdistävät asiat. Olivatpa ne sitten kannatuskatsomonosia, sambarumpuja, hymnejä, lippuja tai tifoja. Pelaajat voisivat saapua kentälle myös keltamustien lippujen saattelmana. Yleistä tunnelmaa voidaan vahvistaa kausi- ja pelikohtaisilla teemoilla. Esimerkiksi kauden jokaiseen kotipeliin valitaan yksi pelaaja, jota esitellään tarkemmin ottelutapahtumassa ja KuPS-alueella. Mikäli pelaaja on kotoisin muualta kuin Kuopiosta tai Savosta, voi osaa kotipelejä teemoittaa esimerkiksi pelaajan synnyinmaan tai -paikkakunnan ruokaa tarjoavilla kojuilla ja jalkapallokulttuurin esittelyllä. Edelleen pelikohtaisia teemoja, palveluja ja oheistoiminnan monipuolistamista voi harkita silloin kun on ennakoitavissa, että peliin (esimerkiksi HJK-pelit) on tulossa keskiarvoa selvästi enemmän katsoja.

Juniorien sitouttaminen

Keskeistä on myös se, miten sitoutetaan jo jalkapalloa harrastavat ihmiset. Pelaajien esikuvaroolin korostamisella voidaan vaikuttaa esimerkiksi juniorijalkapalloilijoiden kiinnostukseen. Tätäkin voi vahvistaa KuPS-alueella. Esimerkiksi Naisten liigassa pelaavan Pallokissojen peleissä järjestetään ottelun jälkeen junnuvartti-tilaisuus, jossa juniorijalkapalloilijoilla on mahdollisuus kohdata kahden edustusjoukkueen pelaajan kanssa. Tapahtuma ei ole ohjattu, vaan junioreiden ja pelaajien välillä on avoin vuorovaikutus.

Yleisen tunnelman ja kannustuksen kohottamisessa tärkeässä roolissa ovat ihmisiä yhdistävät asiat.

Jalkapallo on paitsi liikuntaa, myös ongelmanratkaisua kentällä ja sen ulkopuolella. Otteluita voidaan hyödyntää esimerkiksi juniorijalkapalloilijoiden opetusmuotona, oppimistilanteena ja osana harjoitusohjelmaa. Ottelutapahtuman integroiminen osaksi harjoitusohjelmaa on käytössä Pallokissojen junioritoiminnassa. Juniorit seuraavat peliä, analysoiden ja arvioiden sitä. Samalla voidaan vahvistaa juniorien kriittistä ajattelua ja pelitaktista ymmärrystä. KuPS-alueella voisi harkita esimerkiksi junioreille ja miksei myös kaikille katsojille suunnattuja ”jalkapalloakatemiaita” tai keskusteluklubeja, jossa osallistujat osin ohjatusti tai itseohjautuen keskustelevat peliin liittyvistä asioista.

Ottelutapahtuman merkityksellisyyden ja kokemuksellisuuden kruunaa yleinen näkyvyys stadionilla, kaupungilla ja esimerkiksi Kuopion torilla. Tieto pelistä vahvistuu tunteeksi.



Kohtaamisesta, tietoon ja tunteeseen - kuinka rakennetaan side jalkapalloon

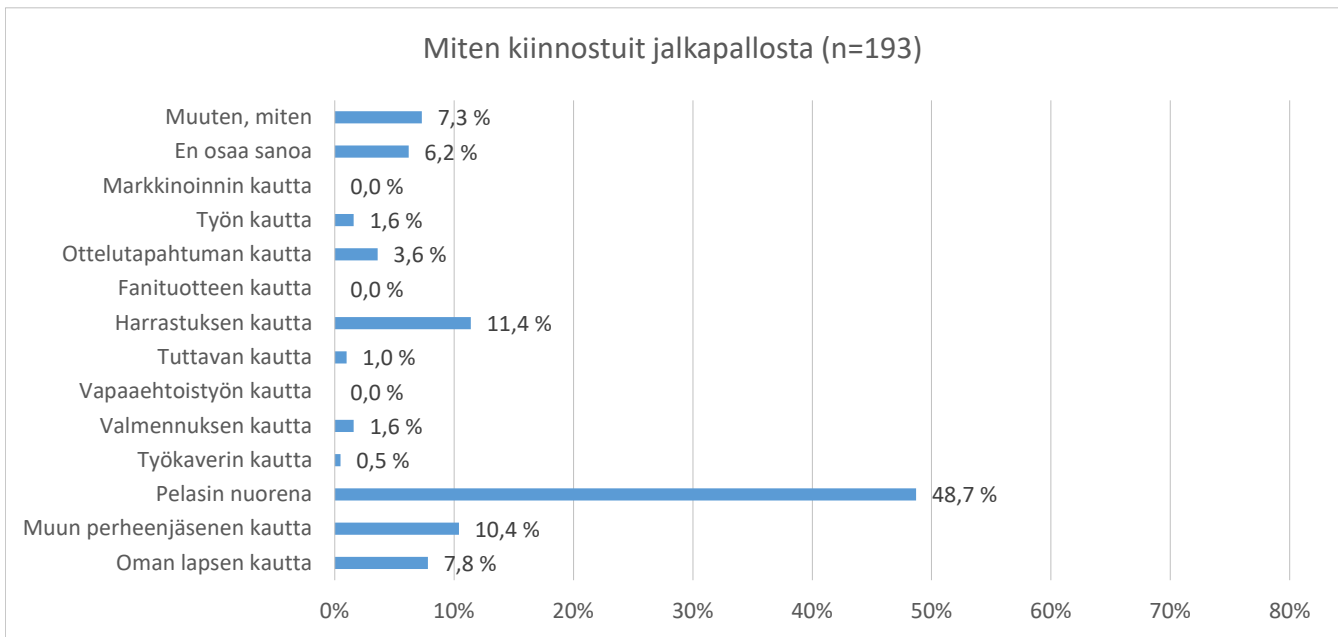
Palveluita, toimintaa ja peliä voidaan kehittää, mutta toiminnan merkityksellistäminen on keskeinen osa ottelutapahtuman kehittämisessä ja jalkapallokulttuurin vahvistamisessa. Sitoutuminen jalkapalloon, seuraan ja jalkapallokulttuurin on ratkaisevaa pitkän aikavälin näkökulmasta. Toiminnan merkityksellistäminen liittyy pelitapahtuman lisäksi yhteisöllisyyden vahvistamiseen. Ratkaisevaa on se, miten jalkapalloyhteisö toimii ja miten lapselle ja aikuiselle syntyy empaattisuuden tunne suhteessa toiseen. Kannattajien näkökulmasta kyse on pitkälti myötäelämisestä ja sosiaalisesta rakenteesta, joka yhdistää ihmiset ja vaikuttaa voimakkaammin päätöksentekoon kuin esimerkiksi sää, vastustaja tai menestys. Yhteisön ja kulttuurin rakentuminen toteutuu vähitellen arjen tekojen kautta. KuPS-alue, otteluennakot, keskusteluklubit, tunnelma ja kannatuskatsomon osat, sosiaalinen media, maalaukset ja murallit, kankaat, maskotti tai värimaailma luovat kaikki osaltaan jalkapallokulttuuria. Side jalkapalloon voi syntyä montaa eri reittiä. Yhteistä reiteille on rakenne, se alkaa kohtaamisesta, kehittyy haluksi tietää ja vahvistuu tunnesiteeksi. Siteen kautta muodostetaan yhteisöjä ja ilmiö, joka on enemmän kuin jalkapallo:

”Luodaan Kuopiossa juttu mihin kannattaa kuulua vaikkei itse pelaisikaan.” (Vastaaja 53)

Jalkapallokulttuurin vahvistuminen yksilötasolla edellyttää kosketusta jalkapalloon. Kosketus voi syntyä esimerkiksi juniorijalkapalloilun, perhetuttavan, työkaverin, pelaajan, markkinoinnin, yhteisön, pelin tai pelaajan kautta. Kosketuksen syntyessä lisääntyy vähitellen mielenkiinto lajia, seuraa ja ottelutapahtumaa kohtaan. Ihminen haluaa tietää enemmän historiasta, taktiikoista, pelitavoista ja tilastoista. Kosketus lajiin vahvistuu haluksi tietää. Vähitellen tietämykseen nivoutuu halua tuntea ja elää pelin kautta. Halu aistia pelin intensiteettiä, jännittyä pelistä, keskustella ja väitellä pelin taktiikasta, pelaajavalinnoista, menestyksestä ja menestymättömyydestä. Tieto pelistä laajenee tunteeksi ja side jalkapallokulttuurin voimistuu. Olennaista on henkilökohtainen tunne, joka voi syventyä rakkaudeksi. Jalkapallo on elämäntapa, osa arkea. Oheistoiminnot, olosuhteet, palvelut ja menestys ovat nykyaikaisen ottelutapahtuman keskeisiä osia, mutta ne ovat luonteeltaan toissijaisia silloin, kun halutaan rakentaa jalkapallokulttuuria ja vahvistaa siteitä jalkapalloon ja seuraan. Jalkapallo on enemmän kuin urheiluviihdettä, se on kulttuurin muoto.

Katsojakyselyssä haluttiin tietää miten vastanneet ovat kiinnostuneet jalkapallosta. Lähes puolet vastanneista sanoi kiinnostuksen syntyneen nuoruuden pelaamisen kautta. Perheenjäsenen tai oman lapsen kautta kiinnostui yhteensä 18,2 prosenttia vastanneista. Harrastus loi kiinnostuksen 11,4 prosentilla vastanneista.

Palveluita, toimintaa ja peliä voidaan kehittää, mutta toiminnan merkityksellistäminen on keskeinen osa ottelutapahtuman kehittämisessä ja jalkapallokulttuurin vahvistamisessa.



Kuvio 6 Kiinnostuminen jalkapallosta

Jalkapallokulttuurin syntyminen tarkoittaa kokemuksesta saatavan kipinän muuttumista haluksi tietää ja lopulta tunteeksi. Media, menestys ja olosuhteet toimintoineen ja palveluineen vahvistavat jalkapallokulttuurin syntymisen edellytyksiä, mutta kaiken keskellä on laji ja intohimo sitä kohtaan. Ottelutapahtuman lisäarvo muodostuu kriittisten nivelvaiheiden yhteisvaikutuksista. Ensimmäinen kokemus ottelutapahtumasta syntyy hetkenä, jolloin katsoja ensi kerran näkee, kuulee tai kokee ottelutapahtumasta. Tällöin syntyy kosketus pelitapahtumaan.

Jalkapallokulttuurin syntyminen tarkoittaa kokemuksesta saatavan kipinän muuttumista haluksi tietää ja lopulta tunteeksi.

Seuraava kokemus liittyy, kun katsoja saapuu stadionille ja kulkee pääsisäänkäynnin läpi. Katsoja eläytyy tunnelmaan, kokee tapahtuman ja saa sitä kautta elämyksiä. Kolmas keskeinen kokemus liittyy oheistoimintaan ja palveluihin, joita on saatavilla ennen peliä ja sen aikana. Katsojien viihtyvyyden varmistaminen on olennainen osa nykyaikaista ottelutapahtumaa. Neljäs keskeinen kokemus liittyy varsinaiseen pelitapahtumaan, sen kiinnostavuuteen ja tasoon sekä tunnelmaan pelissä. Tunne vahvistuu peliin liittyvien seikkojen sekä ottelutapahtuman tunnelman perusteella. Viides keskeinen kokemus liittyy pelin jälkeen saatavaan myönteiseen kokemukseen, jonka katsoja saa, kun poistuu pelistä. Tämä vahvistaa katsojan tuntemuksia, kokemuksellisuutta ja jättää positiivisen muistijäljen tapahtumasta.



Ottelutapahtuman lisäarvo muodostuu kriittisten vaiheiden onnistumisesta. Lisäarvon merkitystä voidaan vahvistaa ottelutapahtumien välillä erilaisilla tapahtumilla, viestinnällä ja markkinoinnilla. Tarinankerronnalla on yhä suurempi merkitys kohtaamisessa jalkapallon kanssa. Tarinankerronnalla voidaan vahvistaa tunnesidettä jalkapalloon, esimerkiksi sillä miten satunnaisesta katsojasta kasvoi tunteella elävä kannattaja. Tarinoita voidaan välittää eri keinoin. Nykyisin keskeisin kanavoista tarinoiden ja tunteen välittämisessä on sosiaalinen media, joka tuo ihmiset lähelle ja vuorovaikutukseen. Myös Areenalla olevalla KuPS-alueella voidaan vahvistaa tunnesiteen kehittymistä. Identiteetin vahvistaminen ja mutkaton tarinankerronta edistävät toiminnan merkityksellistämistä. #KuPS #lähemunkanssapeleihin #pelissä #esikuva

Yksilön sitoutuminen jalkapalloon tapahtuu usein humanistisesti, toisen ihmisen kautta. Siteen vahvistamisessa keskeisessä roolissa on tarinankerronta ja ihmislähtöisyys. Miten rakkaus lajiin on syntynyt ja vahvistunut ja miten ihmisestä on tullut seuran kannattaja. Polkuja jalkapallorakkauteen on monia, mutta jokaista polkua yhdistää kolme vaihetta: kohtaaminen, tieto ja tunne. Polkua kuljettaessa syventyy kohtaaminen vähitellen haluksi tietää ja tuntea – rakastaa lajia.

”Kuopiossa on lutuuria, kaivetaan se esiin!” (Vastaja 68)

#KuPS #lähemunkanssapeleihin #pelissä #esikuva



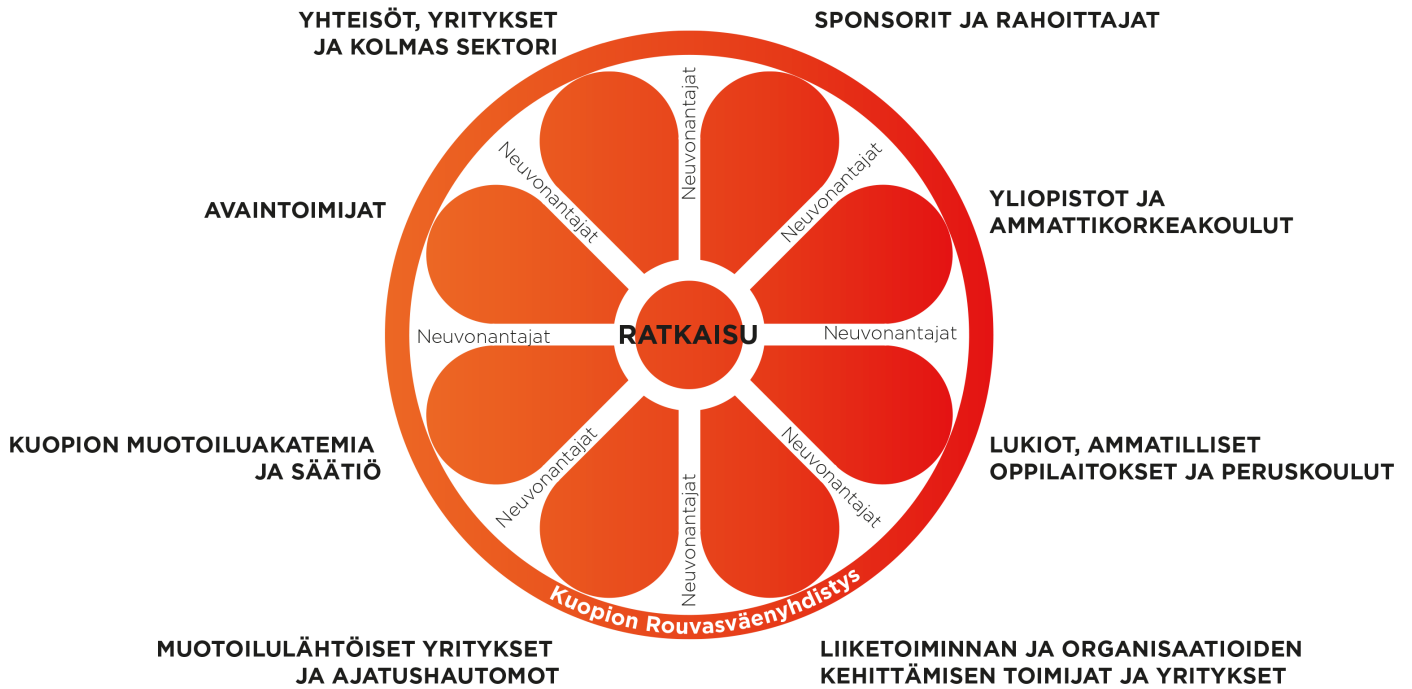
Lähteet

- Anderson, Eugene W. & Fornell, Claes & Lehmann, Donald R. 1994: Customer satisfaction, market share, and profitability: findings from Sweden. *Journal of Marketing* 58, 53-66.
- Dolan, Paul 2014: *Happiness by design. Change what you do, not how you think.* New York: Plume Book.
- George, Tzetzis & Stavros, Tachis 2013: The role of psychological commitment and attitudinal loyalty on the relationship between involvement and behavioral loyalty of sport fans. U.S. Sports Academy, December 23, 2013.
- Karlsson, Pär & Skännevig, Fredrik 2011: Swedish Football clubs – A study how to increase revenues in Allsvenskan. Linnaeus University. School of Business and Economics. Master's Thesis
- Mahony, Daniel F. & Madrigal, Robert & Howard, Dennis 2000: Using the psychological commitment to team (PCT) scale to segment sport consumers based on loyalty. *Sport Marketing Quarterly* 1 (9), 15-25.
- Pritchard, M. P, Havtitz, M. E., & Howard, D. R. (1999). Analyzing the commitment-loyalty link in service contexts. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27, 333-348.
- Shuv-Ami, Avichai 2016: Brand commitment to football teams: a multidimensional scale. *Advances in Economics and Business* 4 (5), 250-260.
- Stolt, Martin & Waldenor, Carl 2010: The demand for football attendance in Sweden. Stockholm School of Economics. Department of Marketing and Strategy. Bachelor's thesis.
- Taloustutkimus 2016: Jalkapallo nousut ensimmäistä kertaa arvostetuimmaksi urheilulajiksi. <http://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutiskirje/uutiskirje-2-2014/jalkapallo-noussut-ensimmaista-k/>



Liite 1 Kuopio DESIGN thinking -toimintamalli

Kuopio DESIGN thinking

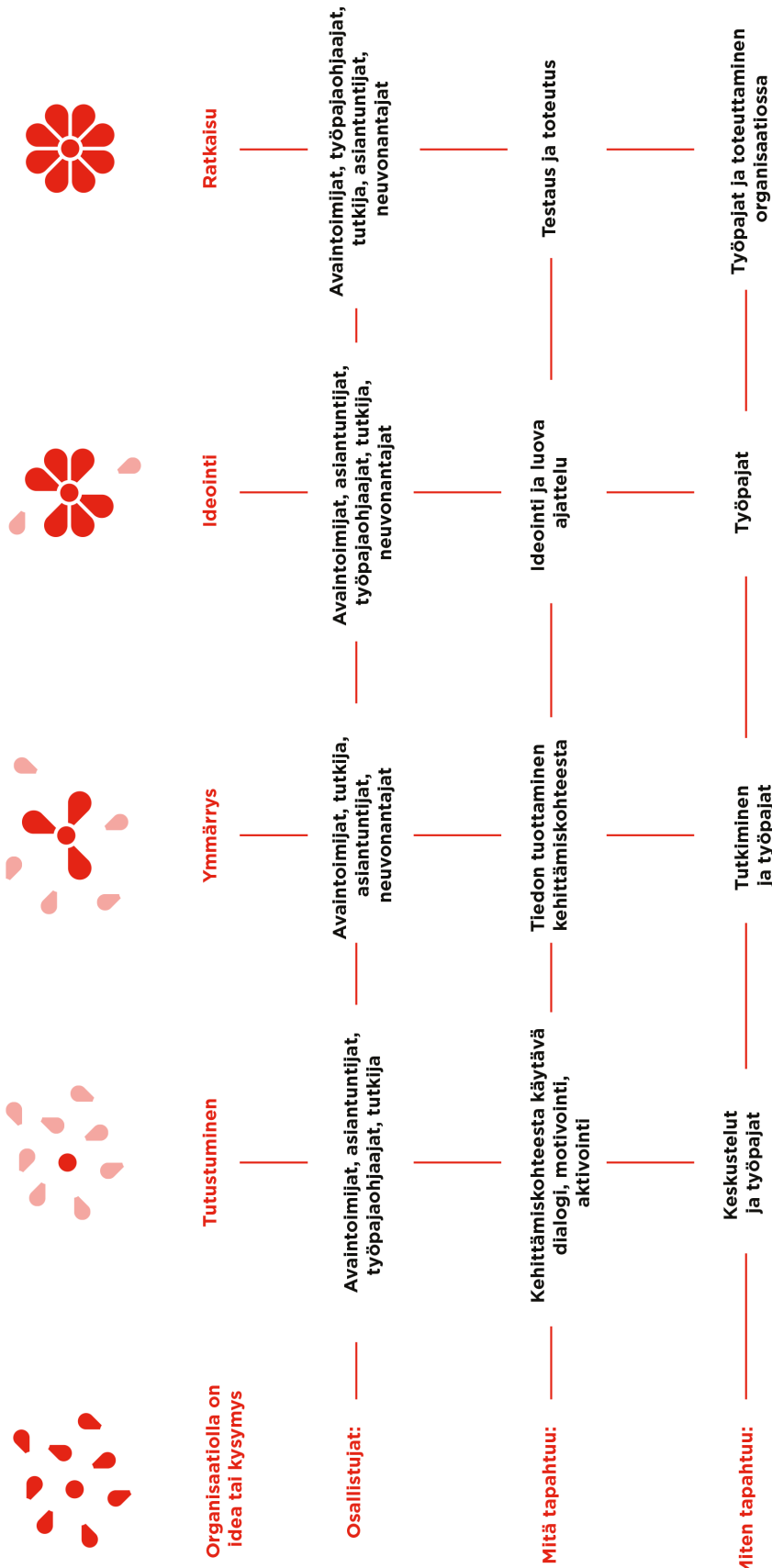


KUOPION
rouvasväen
YHDISTYS RY

Liite 1 Kuopio DESIGN thinking -toimintamalli



Kuopio DESIGN thinking





Liite 2 Haastatellut asiantuntijat

Toimistopäällikkö Juuso Hartikainen, KuPS Oy, 16.8.2016

Toiminnanjohtaja Jari Koistinen, JunioriKuPS, 18.8.2016

Liikuntapaikan hoitaja Matti Korhonen, Kuopion kaupunki, 22.8.2016

Piirijohtaja-kilpailupäällikkö Pekka Ojala, Suomen Palloliitto, Itä-Suomen piiri, 22.8.2016

Nuorisopäällikkö Jaakko Pulkkinen, Suomen Palloliitto, Itä-Suomen piiri, 22.8.2016

Markkinointipäällikkö Tero Taipale, KuPS Oy, 22.8.2016

Opetusneuvos Eija Vähälä, 23.8.2016

Kannattaja Pekka Kantanen, 25.8.2016

Valmennuspäällikkö Pekka Niskanen, Pallokissat, 26.8.2016

Toimitusjohtaja Jarmo Heiskanen, KuPS Oy, 30.8.2016



Liite 3 Haastatteluteemat

Haastatteluissa keskityttiin selvittämään tekijöitä, joiden avulla on mahdollista kehittää ottelutapahtumaa sekä stadionin toimivuutta ja käytettävyyttä.

- Ottelutapahtuman yleinen kiinnostavuus, lisäarvo katsojille ja siihen vaikuttavat teemat
- Ottelutapahtuman osallistumiseen vaikuttavat teemat
- Ottelutapahtuman näkyvyys
- Stadionin ja ottelutapahtuman toimivuus ja kehittäminen
- Oheispalveluiden riittävyys, monipuolisuus ja kehittäminen (Ruoan, juoman ja fanituotteiden myynti, myyntipaikat, sijoittuminen; aktiviteetit ja muut palvelut)
- Ottelutapahtumaan ja stadioniin liittyvien toimintojen toimivuus ja käytettävyys (sisääntuloalue, liput ja lipunmyyntialue, ottelutapahtuman aikainen tiedotus ja informaatio, ottelutapahtuman näkyvyys stadionilla, stadionin opasteet ja kyltit, poistuminen)
- Ottelutapahtuman oheistoiminnan olla monipuolisempaa (toiminnallisuus ennen peliä, lämmittelyt ja pre game, pelaajat, katsojien verkostoituminen, pelikohtaiset teemat)
- Toiminnan merkityksellistäminen ja tarinanrakennus: miten vahvistetaan jalkapalloyhteisöä ja -kulttuuria?

Liite 4 Kysely

Kuopion Palloseuran ottelutapahtuman ja Savon Sanomat areenan toimivuuden kehittäminen

20.9.2016

Seuraava kysely on osa Pallo Haltuun selvitystä, jonka toteuttamisesta vastaa Kuopion Rouvasväenyhdistys/Kuopion Muotoiluakatemia. Selvityksessä etsitään tapoja Kuopion Palloseuran ottelutapahtuman ja Savon Sanomat Areenan toimivuuden kehittämiseksi. Oheisen linkin kautta avautuvassa kyselyssä voit antaa mielipiteesi ottelutapahtuman ja stadionin kehittämisestä. Aikaa vastaamiseen kuluu 5-10 minuuttia. Vastausaika päättyy 4.10.2016. Kiitos osallistumisestasi kyselyyn.

1. Sukupuolesi

Mies
Nainen

2. Ikäsi

0-14
15-19
20-29
30-39
40-49
50-59
60-69
70-79
80-

3. Kuinka kauan olet kannattanut Kuopion Palloseuraa?

0-5 v.
6-10
11-15
16-20
21-25
yli 26 vuotta



4. Onko sinulla Kuopion Palloseuran kausikorttia?

Kyllä/ei

5. Miksi menet Kuopion Palloseuran otteluun? (valitse kolme tärkeintä syytä)

Vastustaja
Sää (lämpötila, tuuli, sade)
Pelin alkamisaika
Pelin ajankohta (vuodenaika)
Ottelun tunnelma
Pelin näkyminen televisiossa tai internetissä
Osallisuuden tunne
Pelaaja tai pelaajat
Kotijoukkueen menestys
Edellinen peli
Maajoukkueen menestys
Pelillinen taso
Ottelu
Sarjatilanne
Pelin panos
Olosuhteet (stadion)
Oheispalvelut
Rakkaus lajiin
Oheistoiminnot
Pelin mainonta
Rakkaus seuraan
Seuran markkinointi
Muu, mikä?

6. Kuopion Palloseuran ottelutapahtuma toimii hyvin? (täysin eri mieltä, jokseenkin eri mieltä, ei samaa eikä eri mieltä, jokseenkin samaa mieltä, täysin samaa mieltä, en osaa sanoa)

7. Mikä on tärkein kehittämiskohde ottelutapahtuman toimivuudessa?

8. Olen tyytyväinen Savon Sanomat Areenan toimivuuteen? (täysin eri mieltä, jokseenkin eri mieltä, ei samaa eikä eri mieltä, jokseenkin samaa mieltä, täysin samaa mieltä, en osaa sanoa)

9. Mikä on keskeisin kehittämiskohde Savon Sanomat Areenan toimivuudessa?

10. Oletko tyytyväinen seuraaviin palveluihin

- a. Ruokapisteiden määrä
- b. Ruokatarjoilun monipuolisuus
- c. Kioskien määrä
- d. Kioskien tarjoilun monipuolisuus
- e. Kioskien opasteet
- f. Lipunmyynti
- g. Fanituotteiden myynti
- h. WC-tilat
- i. WC-tilojen opasteet
- j. Peli-informaation saatavuus
- k. Katsomolohkojen merkinnät ja opasteet
- l. Kahvi ja alkoholittomat virvokkeet

11. Mitä kehitettävää nykyisissä palveluissa on ja mitä muita palveluita ottelutapahtumassa tulisi olla?



12. Mitä tärkeiksi koet seuraavat oheistoiminnot (erittäin tärkeä, melko tärkeä, ei kovin tärkeä, ei tärkeä lainkaan, en osaa sanoa)

Lapsille suunnatut pelit ja aktiviteetit
Aikuisille suunnatut pelit ja aktiviteetit
Ennen peliä tapahtuvat juonnetut otteluennakot
Ennen peliä tapahtuvat pelaajien ja valmentajien haastattelut
Puoliaikatapahtumat
Pelin jälkeen tapahtuvat haastattelut
Nimikirjoitukset ja yhteiskuvat
Teemapeli (ottelutapahtumalla oma nimikkopelaaja tai pelaajan kotimaa esittäytyy)
Bändit
Maskotti
Ottelutapahtumasta ja pelaajista annettava informaatio

13. Mitä oheistoimintoja ottelutapahtumassa tulisi olla?

14. Miten kiinnostuit jalkapallosta?

Oman lapsen kautta
Muun perheenjäsenen kautta
Pelasin nuorena
Työkaverin kautta
Valmennuksen kautta
Vapaaehtoistyön kautta
Tuttavan kautta
Harrastuksen kautta
Fanituotteen kautta
Ottelutapahtuman kautta
Markkinoinnin kautta
En osaa sanoa
Muuten, miten?

15. Miten vahvistaisit kuopiolaista jalkapallokulttuuria ja -yhteisöä?