

Toni Kemppainen

Elektronisen urheilun tapahtuman järjestämisen opas



Tradenomi

Markkinointi

Syksy 2017



KAJAANIN
AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tiivistelmä

Tekijä(t): Kemppainen Toni

Työn nimi: Elektronisen urheilun tapahtuman järjestämisen opas

Tutkintonimike: Tradenomi (AMK), markkinointi

Asiasanat: elektroninen urheilu, tapahtumatuotanto, tapahtumamarkkinointi

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää yleisluontoinen opas elektronisen urheilun tapahtuman ja turnauksen järjestämisestä. Elektroninen urheilu on tullut valtamedian ja kansan tietoisuuteen Suomessa parin viimeisen vuoden aikana.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa kerrotaan, minkälaisia tapahtumia on olemassa. Yleistietouden lisäksi kerrotaan tapahtumien järjestämisen eri osa-alueista osana järjestämisprojektia.

Oppaan alussa käsitellään elektronista urheilua aiheena yleisesti, ja lajin tilannetta Suomessa. Yleiskatsauksesta siirrytään käsittelemään elektronisen urheilun tapahtuman järjestämistä projektina. Yleiskatsauksen jälkeen käsitellään lajin erilaisia turnausmuotoja ja kuinka niitä järjestetään.

Aiheena elektroninen urheilu Suomessa on ajankohtainen sen suosion kasvun vuoksi. Suomessa on muutamia lajin tapahtumia järjestäviä organisaatioita, mutta määrä voisi olla suurempikin. Oppaan tarkoitus on tulevaisuudessa helpottaa uusien toimijoiden siirtymistä elektronisen urheilun pariin.

Abstract

Author(s): Kempainen Toni

Title of the Publication: Guide for Planning an Electronic Sports Event

Degree Title: Bachelor of Business, Marketing

Keywords: electronic sports, event production, event marketing

The aim of this thesis was to develop a guide for planning an electronic sports event and tournaments. Within the last few years, electronic sports has gained publicity in the Finnish media and people.

The theory part studies the various types of events. In addition to the general knowledge, the thesis covers the different areas of event management as an event production project.

The beginning of the guide gives a general presentation of electronic sports and its current state in Finland. The second chapter describes the project management of an electronic sports event. Thirdly, the different tournament forms and their arrangements are introduced.

As a subject, electronic sports is a timely topic in Finland due to its growth. There are some organizations arranging events for this sports but the number of them could be higher. The purpose of the guide is to pave the way to new organizations to step into the field of electronic sports.

Sisällys

1.	JOHDANTO	1
2.	Yleistietoa tapahtumista.....	2
2.1	Tapahtumien historiaa	2
1.1.	2.2 Tapahtumatyypit.....	3
3.	Tapahtuman järjestäminen	5
3.1	Tapahtumamarkkinointi	10
3.2	Tapahtuman turvallisuus	12
4.	Tekemisprosessin kuvaus	14
4.1	Tutkimusmenetelmiä.....	14
4.2	Haastattelu tutkimusmenetelmänä	15
5.	Pohtinta	16
	LÄHTEET	17
	LIITTEET	1
	Liite 1. Jere Alasen haastattelu	1
	Liite 2. Joonas Kapiaisen haastattelu	1
	Liite 3. Miisa Nuorgamin haastattelu	1
	Liite 4. Elektronisen urheilun tapahtuman järjestämisen opas.....	1

Symboliluettelo

Aiheeseen liittyvät keskeiset käsitteitä ovat yhteyksissä elektroniseen urheilun ja tapahtuman järjestämiseen. Aiheeseen liittyviä käsitteitä ovat:

- elektroninen urheilu
- LAN-tapahtuma
- online-karsinnat
- offline-/LAN-karsinnat
- BYOC
- NON-BYOC

Elektroninen urheilu, lyhennettynä esports, joka tulee englannin kielen sanoista electronic sports. Elektronisella urheilulla tarkoitetaan lajia, jossa kilpaillaan pääasiassa tietokoneilla, mutta myös konsoleillakin. Maailmalla laji on suosittu ja suuri määrä pelaajista on ammattipelaajia. Suomessa laji on vasta nousemassa suuren yleisön tietouteen.

LAN-tapahtuma. LAN-sana tulee englannin kielen sanoista local area network. LAN-tapahtuma tarkoittaa tapahtumaa, missä tietty määrä ihmisiä kokoontuu tiettyyn paikkaan tietokoneidensa kanssa ja he pelaavat paikan päällä. Esimerkkinä tällaisesta ovat Assemblyt sekä LanTrek, jotka ovat Suomen suurimmat LAN-tapahtumat.

Online-karsinnat. Kyseessä on karsintaturnaus, mistä tietty määrä joukkueita tai pelaajia selvittää tiensä itse pääturnaukseen. Mutta mitä online-sana tässä yhteydessä tarkoittaa? Online tarkoittaa vapaasti suomennettuna internetissä pelaamista. Online-karsinnat elektronisessa urheilussa tarkoittavat sitä, että kyseisen turnauksen järjestäjät pitävät esimerkiksi kahdeksalle joukkueelle internetin välityksellä pelattavat karsinnat. Joukkueiden pelaajat pelaavat itse kukin kotoaan käsin ja keskustelevat joko pelin välityksellä tai jonkin toisen ohjelman kautta.

Offline-/LAN-karsinnat. Tämän termin yhteydessä käytetään molempia vaihtoehtoja: offline- ja LAN-karsinnat, mutta molemmat tarkoittavat samaa. Toisin kuin online-karsinnoissa, tämän termin yhteydessä karsinnat järjestetään samassa paikassa kuin itse tapahtuma ja itse tapahtuman yhteydessä ennen pääturnauksen alkua. Joissakin tapauksissa offline-karsinnat saatetaan järjestää useita kuukausia ennen itse pääturnausta, jolloin karsinnasta eteenpäin selviytyvät joukkueet ehtivät harjoitella pääturnausta varten.

BYOC. Lyhenne tulee englannin kielen sanoista bring your own computer, suomeksi tuo oma tietokoneesi. Lähestulkoon kaikki LAN-tapahtumat noudattavat BYOC-kaavaa nykypäivänä. Amatööriturnauksista puhuttaessa käytetään termiä BYOC-turnaus.

NON-BYOC. Muuten sama merkitys, kuin BYOC, mutta NON-alkuliite viittaa sanaan ei. Joidenkin turnausten karsintojen suhteen käytetään kyseistä termiä, ja lähtökohtaisesti aina ammattilaisturnauksista puhuttaessa. NON-BYOC-turnauksissa tietokoneet ovat jo toimitettu paikan päälle järjestäjätahon toimesta.

1. JOHDANTO

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda opas, jossa kerrotaan, kuinka järjestetään elektronisen urheilun tapahtuma ja tapahtumassa mahdollisesti järjestettäviä turnauksia. Oppaan on tarkoitus antaa hyvää yleistietoutta uusille toimijoille, jotka haluavat tulevaisuudessa toimia elektronisen urheilun parissa.

Elektroninen urheilu on Suomessa noususuhdanteessa oleva laji, joka on vasta parin viime vuoden aikana noussut suuren yleisön tietouteen pääasiassa valtamedian kautta. Suomessa toiminta on pääasiassa harrastepohjaista, mutta myös ammatillista toimintaa löytyy ja muutama henkilö tienaa elantonsa pelaamalla. Näistä kerrotaan lisää oppaan ensimmäisessä luvussa.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa on hyödynnetty kirjallisuutta yleisnäkökulmasta tapahtumien järjestämisestä, niiden markkinoinnista ja minkälaisia tapahtumia on olemassa. Elektronisen urheilun tapahtumista ei ole sellaista kirjallisuutta, jota olisi voinut teoriaosuudessa hyödyntää.

Oppaan tekemiseksi haastateltiin kolmea elektronisen urheilun parissa toimivaa henkilöä. Jere Alanen, joka toimii suomalaisen RCTIC eSports / RCTIC ry:n puheenjohtajana sekä operatiivisena johtajana. Jere Alanen on ollut järjestämässä muun muassa RCTIC:n omaa RCTIC Päivä -tapahtumaa. Miisa Nuorgam, joka on ollut yhden Suomen tunnetuimman elektronisen urheilun tapahtuman järjestäjän, LanTrek ry, toiminnassa mukana useamman vuoden. Miisa on ollut järjestämässä tapahtumissa suosittua Counter-Strike: Global Offensive -pelin turnauksia. Kolmas haastateltava oli Joonas Kapiainen, Suomen elektronisen urheilun liiton (SEUL ry) nykyinen puheenjohtaja. Joonaksella on Jeren ja Miisan ohella pitkä kokemus elektronisen urheilun parista, ja haastattelussa hän antoi vastauksia SEUL ry:n näkökulmasta.

Pitkien välimatkojen vuoksi Jeren ja Miisan haastattelut tehtiin internetin välityksellä. Ohjelmistoina toimivat Skype ja puhelut nauhoitettiin OBS-ohjelman avulla puhtaaksikirjoitusta varten. Joonaksen haastattelu saatiin tehtyä kasvotusten, kun hän oli sopivasti käymässä Kajaanissa hoitamassa SEUL ry:n asioita. Haastatteluvastaukset ja kysymykset löytyvät liiteosiosta.

Opinnäytetyön lopputuloksena syntyvää opasta tullaan jakamaan ainakin toimeksiantajan sekä SEUL ry:n sosiaalisen median kanavien kautta. Toimeksiantajalla, RCTIC eSports / RCTIC ry, on Facebookissa reilut 5 700 tykkääjää ja Twitterissä reilut 2 600 seuraajaa. Vastaavasti SEUL ry:n vastaavat lukemat ovat reilut 1 500 ja 2 200.

2. YLEISTIETOA TAPAHTUMISTA

Erilaisia tapahtumia on nykypäivänä varsin runsaasti, yleisöltä suljettuja sekä sellaisia mi-
hin yleisö saa vapaasti tulla katsomaan tapahtuman ohjelmistoa. Suurimmat ja tunnetuim-
mat ovat varmasti erilaiset musiikkifestivaalit sekä messut. Yleisesti ottaen esimerkiksi
musiikkijuhlien järjestämisestä ei itselläni ole tietoa kuin kävijänä, eikä kyseistä aihetta
tässä opinnäytetyössä käsitellä kuin yleisesti alun aiheeseen johdattelussa. Tämän myötä
ei ole aiheellista ottaa jotakin järjestäjätahoa tähän projektiin mukaan, vaan tähän teoria-
osuuteen aion hyödyntää kirjallisuutta. Tässä tapauksessa hyvänä teoriataustana toimii
kirja, jossa on lueteltu nykypäivänä järjestettäviä yleisötapahtumia.

2.1 Tapahtumien historiaa

Yleisötapahtumilla on varmasti yhtä pitkä historia kuin ihmiskunnalla. Ihmiset ovat aikojen
saatossa kokoontuneet juhlimaan esimerkiksi onnistunutta metsästysretkeä. Jo antiikin
Kreikan aikana 500-luvulla eKr. oli valtion sponsoroimia festivaaleja. Kyseisen aikakau-
den suuria tapahtumia olivat esimerkiksi antiikin Kreikan olympialaiset tai Rooman valta-
kunnan sirkushuvit. Valtion lisäksi rikkaat kansalaiset antoivat rahallisen tukensa tapah-
tumille kaupunkien antaessa tapahtumapaikat. Keskiajan Euroopan aikakaudella nähtiin
näytelmiä ja musiikkiesityksiä kiertelevilta seurueilta. Keskiajalla esitysten järjestelyt oli-
vat esiintyjille huomattavasti helpompaa, sillä esiintyjäseurueet pääsivät yleensä ruhti-
naan suojelukseen, jolloin ruhtinaan hovi hoiti käytännön järjestelyt. Nykypäivänäkin näh-
täviä baletti- ja oopperaesitykset saivat alkunsa 1300-1500-luvuilla Renessanssin aika-
kaudella. Renessanssin aikakaudelta juontaa juurensa myös kirkkomusiikin kautta al-
kunsa saanut nykyaikaisten musiikkijuhlien syntyminen. Esimerkiksi The Festival of the
Sons of the Clergy, oli usean päivän musiikin ja kuorolaulun juhla, joka oli alun perin 1600-
luvun Lontoon armeliaisuusjumalanpalvelus. Tämän johdosta myös muualla Euroopassa
alettiin perustamaan kuoroyhdistyksiä. Tämän myötä esimerkiksi Sveitsin saksalaiset jär-
jestivät ensimmäiset isänmaalliset laulujuhlat vuonna 1825. Vuonna 1845 puolestaan jär-
jestettiin Saksan ensimmäiset laulujuhlat Würzburgissa. Saksalaisten toimesta laulujuhlat
löysivät tiensä myös Baltiaan, kun Tallinnassa kaupungin saksalaisväestö järjesti ensim-
mäiset laulujuhlat vuonna 1857. Virolaisten ensimmäiset laulujuhlat järjestettiin vasta rei-
lut kymmenen vuotta myöhemmin, 1869. (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen, 2002, 14-16.)

Suomeen festivaalikulttuuri levisi juuri Tallinnasta. Kansanvalistusseuran sihteeri A. A.
Granfelt järjesti vuonna 1881 musiikillisen juhlakokouksen Jyväskylään, vierailtuaan ensin
Tallinnan laulujuhlilla vuotta aiemmin. Tämän jälkeen laulujuhlat alkoivat yleistymään

1890-luvulla. 1800-1900-luvun vaihteessa Kalevalasta ja kansanrunoudesta saatiin aiheistoa juhlien ohjelmistoon. 1800-luvun lopun vaurastuminen antoi Suomessa hyvää pohjaa laulujuhille aatteellisen pohjan lisäksi. 1900-luvun alkupuolella alkunsa sai Savonlinnan oopperajuhlat, kun kyseinen tapahtuma järjestettiin ensimmäisen kerran 1912. Oopperajuhlia järjestetään vielä nykyäänkin, vaikka tapahtuman alkutaival olikin kivinen. 1912-1916 vuosien aikana oopperajuhlat olivat viikon kestävä tapahtuma, mutta sen jälkeen ne järjestettiin vain kerran vuonna 1930 ennen 37 vuoden taukoa. 1960-luvulla kesätapahtumat alkoivat yleistyä. Erilaisista konserteista ja oopperasta tuli osa Savonlinnan kesää, kun Turussa järjestettiin Soitannollisen Seuran kesäfestivaalit ja Porissa Jazz-festivaalit. Vuonna 1968 perustettiin Finland Festivals -ketju, jonka tarkoituksena on olla yhdyselimenä musiikkijuhlia ja kulttuuripäiviä järjestäville yhteisöille, ja markkinoida tapahtumia. Vaikka 1980-luvulla aloitettu sponsoreiden hakeminen auttoi tapahtumien rahoituspohjaa nousukauden aikana, 1990-luvun laskukausi vaikutti tapahtumien taloudelliseen puoleen. Vaikka taloudellinen perusta ei ollut hyvä, tapahtumat houkuttelivat silti kävijöitä ja festivaalivieraiden määrä rikkoi miljoonan rajan 1993. (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen, 2002, 16-18.)

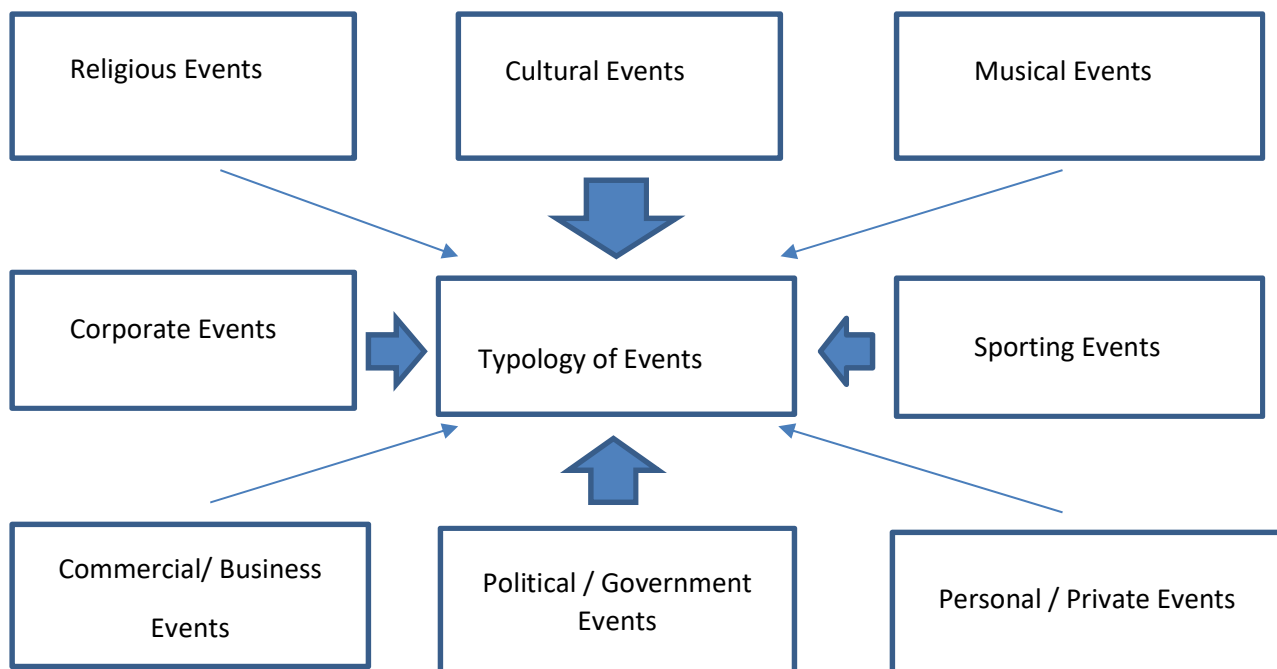
1.1. 2.2 Tapahtumatyypit

Nykypäivänä järjestetään eri tahojen puolesta monenlaisia tapahtumia. Kotiseutujuhlia, musiikkijuhlia, vuodenaikoihin liittyviä tapahtumia, markkinoita, uskonnollisia ja kirkollisia juhlia, teatteritapahtumat, yhteiskunnallisia tapahtumia, kuvataiteen tapahtumia sekä muita tapahtumia. Kotiseutujuhliakin on monenlaisia, yleisimpiä ovat kuitenkin kaupunkien tai kuntien vuosipäivät sekä perustamisen vuosijuhlat. Musiikkijuhlia on myös joka lähtöön nykypäivänä. Niitä kategorioitaan ainakin musiikkityylin mukaan, esimerkiksi oopperajuhlat tai jazz-tapahtumat. Vuodenaikaan liittyvät tapahtumat ovat hieman erilaisia perinteisen tyylin tapahtumiin verrattuna. Näissä juhlissa nimittäin juhlistetaan muun muassa joulua ja pääsiäistä. Markkinat ovat jo vanha perinne, jota on ruvettu viime vuosina elvyttämään. Kajaanissakin järjestetään vuoden aikana monia markkinoita, esimerkiksi Kauppakadulla sijaitseva viikon mittainen Kävelykatu-markkinat. Uskonnollisista juhlista puhuttaessa voidaan mainita hyvänä ja tunnettuna esimerkkinä Suviseurat. Teatteritapahtumia järjestetään niin ammattilaisten kuin myös harrastajien voimin. Monilla paikkakunnilla järjestetään erilaisia kesäteatterinäytöksiä, ja Tampereen Teatterikesä on kansainvälisestikin tunnettu tapahtuma. Yhteiskunnallisesti sävyttyneet juhlit puolestaan käsittävät pääasiassa poliittisten puolueiden juhlit. Kuvataiteen juhlit puhuttaessa tarkoitetaan niin valokuva- kuin elokuvataidetta. Erilaisia kesäajan tapahtumia löytyy muun mu-

assa Mäntyharjun Taidekeskus Salmelasta, ja vastaavasti elokuvataiteen puolelta Tampereen elokuvajuhlat. Muiden tapahtumien luokittelu sisältää edellä mainituista poiketen todella laajan kirjon erilaisia tapahtumia. Tunnetuimpia ovat akankantomestaruuskilpailut ja talvisin erilaiset pilkkikisat. (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen, 2002, 18-22.)

Razaq Raj, Paul Walters sekä Tahir Rashid kirjoittavat kansainvälisestä näkökulmasta erilaisista tapahtumista. Edellisessä kappaleessa mainittuihin tapahtumatyyppeihin verrattuna he tuovat vielä yhden tapahtumatyyppin esittelyyn, urheilutapahtumat. Urheilutapahtumista yleisölle tulee usein ensimmäisenä mieleen erilaiset ottelutapahtumat, mutta myös erilaiset liigat sekä mestaruussarjat. Ympäri maailmaa on lähestulkoon joka vuoden aikaan jonkinlaisia urheiluliigoja tai mestaruussarjoja käynnissä, joista tunnetuimpia ovat varmasti Pohjois-Amerikassa pyörivä National Hockey League (NHL). Formula 1 -sarja on vastaavasti loistava esimerkki mestaruussarjasta, joka pyörii ympäri maailmaa, kun kisoja ajetaan niin Australiassa kuin Pohjois-Amerikassa. (Raj, Walters, Rashid, 2009, 15.)

Edellä mainittujen tapahtumatyyppien lisäksi on olemassa tapahtumia, jotka on määritelty toteuttamistavan mukaan. Tällaisia tapahtumia ovat itse rakennettu tapahtuma, ostettu tapahtuma, ketjutettu tapahtuma sekä kattotapahtuma. Kuten tapahtuman nimestä voi päätellä, itse rakennettu tapahtuma on tietyn organisaation itse suunnittelema tapahtuma. Tällaisissa tapauksissa osaavan projektipäällikön löytyminen organisaation työlistoilta on kaiken perusta, jotta kaikki suunnitteluun ja järjestämiseen liittyvät työt saadaan tehtyä. Ostettu tapahtuma vastaavasti tarkoittaa pääsääntöisesti tapahtumatoimistolta suoraan ostettua tapahtumaa. Tällöin tapahtuman tavoitteet, kohderyhmä ja budjetti ilmoitetaan tapahtumatoimistolle, muutoin toteutusidea ja teema ovat tapahtumatoimiston päätettävissä. Vaikka pääasiallinen työpanos ostettuun tapahtumaan tulee tapahtumatoimistola, täytyy ostavan organisaation järjestää joku valvomaan ja katsomaan asioita toisena projektipäällikkönä, tapahtumatoimiston projektipäällikön rinnalle. Ketjutettu tapahtuma on sellainen, missä tapahtuman osia ostetaan valmiina ja ne yhdistetään yhdeksi toimivaksi kokonaisuudeksi. Ketjutetuissa tapahtumissa on hyvä konsultoida tapahtumatoimistoa, koska eri osioiden sitominen toisiinsa kokonaisuuden saavuttamiseksi voi olla haastavaa, vaikka muutoin teema ja tarpeet olisivatkin tiedossa. Kattotapahtumalla tarkoitetaan sitä, että teema ostetaan valmiina, mutta se tarvitsee räätälöintiä eli se tarvitsee sisälleen oman tapahtumapaketin ja isännöinnin. Hyviä esimerkkejä kattotapahtumista ovat esimerkiksi jääkiekon MM-kisat tai jalkapallo-ottelut. (Vallo, H., Häyrinen, E. 2008, 59-62.)



Kuvio 1: Tapahtumatyyppit. Raj, R. Walters, P. Rashid, T. 2009, 3

Yläpuolella olevasta kuvioista voi huomata, kuinka eri tyylliset tapahtumat on jaettu omiin kategorioihin, ja niistä muodostuu tapahtumatyyppien lajitelma, joita tässä luvussa on käsitelty.

3. TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

Projektina tapahtuman järjestäminen on aina omanlaisensa. Tapahtuman järjestämiseen liittyvien asioiden järjestely pitää aloittaa tarpeeksi ajoissa, ja aikataulu on riippuvainen tapahtuman laajuudesta ja kestosta. Kaikille tapahtumille on yhteistä se, että ne ovat järjestäjän kannalta monitahoisia ja järjestämisessä on todella paljon huomioon otettavia seikkoja, joiden asiantuntija kukaan ei voi yksilöllisesti olla (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen, 2002, 23). Monia tapahtumia suunnitellaan vuoden päivät tai useamman vuoden ajan, vaikka kyseessä olisi viikonlopun mittainen tapahtuma. Hyvä esimerkki pidemmän aikavälin tapahtuman suunnittelusta on Olympialaiset, jotka myönnetään järjestävälle kaupungille seitsemän vuotta etukäteen. Monet tapahtumia järjestävät tahot alkavat suunnitella seuraavaa tapahtumaa nopealla aikataululla edellisen tapahtuman jälkeen, varsinkin jos kyseessä on vuosittain järjestettävä tapahtuma. Esimerkiksi lukuisat musiikkifestivaalit, sekä myös Suomessa järjestettävät elektronisen urheilun tapahtumat ovat sellaisia hyvä esimerkki tällaisista tapahtumista. Musiikkifestivaaleista muun muassa Weekend Festival -tapahtuma on vuosittain järjestettävä tapahtuma, minne on jo muutaman vuoden

ajan tullut maailman parhaimpia DJ:tä soittamaan. Maailman tunnetuimpien DJ:n keikkakalenterit ovat suhteellisen täynnä pitkälle ajalle etukäteen, niin tapahtumat täytyy olla julkistettunakin hyvissä ajoin. Sama asia pätee myös elektronisen urheilun osalta, mutta esiintyjien sijaan puhutaan osallistuvien joukkueiden aikataulusta erilaisten turnausten suhteen, kuten myös sponsoreiden budjetoinnista.

Kuten edellisessä kappaleessa jo mainittiin, niin tapahtuman järjestäminen on lähestulkoon aina pitkä prosessi, joka on yleensä tehdä projektimaisesti. Tapahtuman järjestämisessä on otettava monia eri asioita huomioon, ja se, mistä palapeliä lähtee rakentamaan, on joissakin tapauksissa hankala hahmottaa. Tällöin asiaa kannattaa pohtia projektin näkökulmasta. Suunnittelu kannattaa tehdä projektityönä, mikä on helpompaa aikataulullisesti, kun suunnittelutyö tehdään vaiheittain. Projektin avulla kertaluontoinen tapahtuma on helpoin järjestettävä järjestävälle taholla, kun taustalla olevalla organisaatiolla on selkeät kuviot sen toteuttamiseksi. Mikäli kyseessä on kuitenkin vuosittain järjestettävä tapahtuma, projektin pyörittämisestä tulee organisaatiolle vakituista toimintaa ja järjestämisen eri vaiheet etenevät sulavasti ja toteutuskin onnistuu jouhevasti.

Tapahtumaprojektin vaiheet:

- Idea
- Tavoitteiden määrittely
- Suunnittelu
- Toteutus
- Päättäminen

(Iskola-Kesonen, 2004, 8.)

Kun idea tapahtuman takana on selvillä, on hyvä siirtyä pohtimaan tavoitteita tapahtumalle. Tavoitteiden on hyvä vastata ainakin kysymyksiin: Miksi ja kenelle tapahtuma järjestetään, ja onko tavoitteena tehdä jatkuva tapahtuma. Hyvät ja selkeät tavoitteet auttavat myös suunnitteluvaiheessa. Suunnitteluvaiheessa nähdään myös tavoitteiden realiteetti niiden saavuttamisen puolesta. Suunnitelmasta kannattaa tehdä mahdollisimman selkeä, mikä auttaa resurssien käytössä ja eri toimintojen johtamisessa. SWOT-analyysin tekeminen suunnitteluvaiheessa auttaa havaitsemaan eri osa-alueiden ominaisuuksia tapahtuman järjestämisen suhteen. Toteutus-vaiheessa on heti alkuun tärkeintä huolehtia, että henkilökunta tietää tehtävänsä ja mahdollinen perehdytys on hoidettu huolellisesti. Henkilökunnan täytyy osata jakaa tehtäviä keskenään omien osaamisalueidensa mukaan

ja keskittyä huolehtimaan mahdollisista ongelmista tärkeysjärjestyksessä. Hyvä työilmapiiri ja kollegoiden työtehtävien ja kokemuksen tietäminen auttavat ongelmatilanteissa, kun tiedetään, että kenelle asia voidaan mahdollisesti delegoida. Lisäksi täytyy muistaa ilmoittaa mahdolliset yhteystiedot järjestäjille kaikissa mahdollisissa kanavissa selkeästi, mikä auttaa taas kävijöiden kontaktin ottamista järjestäjien suuntaan. Kun tapahtuma on saatu onnistuneesti pidettyä, on päättämis-vaiheen aika. Tähän osa-alueeseen kuuluvat esimerkiksi tapahtumapaikan purku- ja siivoustyöt. Tapahtuman jälkeen pyritään keräämään palautetta, jonka perusteella voidaan tehdä mahdollisia muutoksia tulevaisuudessa. Lisäksi mahdollisia yhteistyökumppaneita tulee kiittää tapahtuman jälkeen, joka voi tapahtua esimerkiksi julkaisemalla tapahtumien internet-sivuilla uutinen tapahtuman yhteenvedosta. (Iskola-Kesonen, 2004, 9-12.)

Tapahtumassa kuin tapahtumassa markkinointi ja yhteistyökumppaneiden tai sponsoreiden esille tuominen on tärkeää. Tapahtumasta riippuen yhteistyökumppaneiden esille tuominen voi olla haastavaa, esimerkiksi tuotesijoittelun suhteen. Esimerkiksi musiikkifestivaaleilla ei ole isoja mainoksia yhteistyökumppaneista turva-aidoissa. Pääasiassa anniskelupisteillä saattaa jonkinlaisia esitteitä olla, minkä perusteella kävijät näkevät minkä merkisiä tuotteita on saatavilla. Mahdollista on myös, että tiskillä on ainoastaan lista tuotteista ja niiden hinnoista, ja itse tuotteet voi nähdä kylmäkaapista. Tästä näkökulmasta ajatellen elektronisen urheilun tapahtumat eroavat varsin merkittävästi siltä osin, miten tapahtuman yhteistyökumppaneille tai sponsoreille annetaan näkyvyyttä mainonnan avulla. Monet tapahtuman yhteistyökumppanit, ja myöskin muut yritykset hankkivat oman myynti- ja esittelypisteen tapahtumasta. Näillä pistellä tapahtuman osallistuvat sekä vierailijat voivat käydä tutustumassa yrityksen toimintaan ja tuotteisiin, ja myös ostaa heidän tuotteitaan. Näiden pisteiden ohessa on yleensä erilaisia mainoslakanoita, missä lukee vähintään yrityksen nimi. Lisäksi elektronisen urheilun tapahtumissa on nykypäivänä lähestulkoon aina turnaustoimintaa. Joukkue tai yksilöpelaajat laitetaan tietyille paikoille pelaamaan ja yleensä näiden pisteiden ohessa on pöytien taakse laitettu pystyyn seinä, johon saadaan yhteistyökumppaneiden logoja esille.



Kuva 1: Lantrek 2016: Lauri Ellila

Tapahtumasta riippumatta, on yhteistyökuvioiden selvittely aina aloitettava tarpeeksi ajoissa. Heti kun on jotain konkreettista ja ideointia on tehty tarpeeksi, jotta tiedetään minkälaisia yrityksiä olisi hyvä saada yhteistyökumppaneiksi, kannattaa ruveta valmistelemaan yhteydenottoja kyseisten tahojen suuntaan. Aina on hyvä muistaa, että jokaisen yhteistyökumppanin kanssa on hyvä tehdä sopimus, jossa käydään yksityiskohtaisesti läpi molempien osapuolten sopimat yksityiskohdat yhteistyöhön liittyen.

Kun yhteistyökumppaneita etsitään ja neuvottelut tulevat ajankohtaisiksi, on syytä valmistautua seuraavasti:

- Huolellinen valmistelu
 - Selkeä ja havainnollistava yhteenveto tapahtumasta ja mitä toivot. Asiat tulee esittää yleisesti ymmärrettävällä tasolla, koska ei voi olettaa, että yrityksen edustajat tuntisivat tapahtumaa ja siihen liittyvää alaa.
- Ajattele asiaa yrityksen kannalta

- Mahdolliseen yhteistyökumppaniin kannattaa tutustua etukäteen vähintään nettisivujen kautta. Mahdollisuuksien mukaan on hyvä miettiä jo etukäteen muutama ehdotus, kuinka yhteistyötä voisi toteuttaa. Vastapuolelle tuttuja termejä on hyvä käyttää.
- Kaikki yhteistyöyritykset ja niiden edustajat ovat yksilöitä
 - Parhaimman lopputuloksen saamiseksi lähesty yritystä persoonallisesti, ja esittele asiasi myös persoonallisesti.
- Nopeaa toimintaa
 - Yritysmaailmassa on totuttu toimimaan sovitun aikataulun mukaisesti. Pidä sovitusta aikatauluista kiinni, jotta yritys ei saa sitä kautta huonoa mielikuvaa.
- Usko omaan juttuusi
 - Ole innostunut ja ylpeä tapahtumasta, jota esittelet. Tätä kautta innostus tarttuu helpommin myös vastapuoleen.
- Luovuus
 - Mikäli vain mahdollista, niin esitä luovia ja tavallisesta poikkeavia ideoita. Tällaiset ideat saattavat saada yritykset kiinnostumaan helpommin ja läheteä kokeilemaan jotain täysin uutta.
- Ylitä odotukset
 - Pyri ylittämään yhteistyökumppanin odotukset ja tee kaikki mahdollinen yrityksen puolesta ja jopa vähän enemmän.
- Uskallus ja sitkeys
 - Ota rohkeasti vastapuoleen yhteyttä, neuvottele ja ole sitkeä. Vaikka saisit ensimmäisenä kielteisen vastauksen, se ei tarkoita sitä, että neuvottelemalla ei päästä yhteisymmärrykseen. (Kauhanen ym, 2002.)

3.1 Tapahtumamarkkinointi

Tapahtumamarkkinoinnilla ei ole yhtä pitkä historia, kuin tapahtumilla. 1970-luvulla tapahtumamarkkinointia ei vielä terminä tunnettu. Kaikki tapahtumat, joita järjestettiin esimerkiksi yhteistyökumppaneille tai asiakkaille, katsottiin kuuluvan osaksi suhdetoimintaa. Vasta 1980-luvun loppupuolella taloudellisen nousukauden mukana tapahtumamarkkinointi alkoi saada suuntaa kohti hienompia ja suurempia puitteita, mutta edelleen se koettiin vain osana suhdetoimintaa. Merkittävän tapauksena on pidetty vuoden 1984 Los Angelesin olympialaisia, joissa järjestäjät loivat sopimusmallin sponsoreille, jossa oli otettu huomioon yritysten mahdollisuudet toteuttaa markkinointia tapahtumassa (Muhonen, R. Heikkinen, L. 2003, 39). 1990-luvulla tapahtumamarkkinointi alkoi nousta uusiin ulottuvuuksiin. Tapahtumiin erikoistuneita toimistoja syntyi ja tapahtumien järjestämisestä tuli ammattimaista. Siitä alkoi nousu kohti nykypäivää, jolloin tapahtumamarkkinointi on terminä tutu, ja se on entistä enemmän kohdistettua. (Vallo, H., Häyrinen, E. 2008, 23-24.)

Tapahtumamarkkinointi on nykypäivänä oleellinen osa organisaatioiden toimintaa. Siksi on hyvä, että se mielletään suhde- ja tiedotustoimintana (Vallo, H., Häyrinen, E. 2008, 27). Tapahtumamarkkinointi on varsinkin pelaamiseen liittyvissä tapahtumissa oiva keino eri yrityksille saada tuotteitaan ja brändiään tunnetuksi.

Vallo Helena ja Häyrinen Eija toteavat asian kirjassaan erinomaisesti (2008, 37).

”Tapahtuma on parhaimmillaan ihmisen syvimpiin tunteisiin vaikuttamista ja tapahtumamarkkinointi on yhä enemmän osa henkilökohtaista myyntityötä, mutta myös menekinedistämistä sekä suhde- ja tiedotustoimintaa.”

Kun tapahtuma luodaan onnistuneesti, ihmisille jää tapahtuman järjestäneestä tahosta ja sen työntekijöistä positiivinen mielikuva. Jos tapahtuma kuitenkin jostakin syystä epäonnistuu, on vaarana, että kävijöille jää negatiivinen mielikuva. Tämä voi vaikuttaa yrityksen imagoon, toimintaan, tuotteisiin tai palveluihin sekä henkilöstöön. Näiden asioiden vuoksi tapahtumamarkkinointi on myös vaarallista, vaikka tapahtuma personoi järjestävän organisaation ja sen edustajat. Siksi sanotaan myös, että tapahtumaa järjestettäessä on pelissä järjestävän organisaation maine. (Vallo, H., Häyrinen, E. 2008, 27.)

Tapahtumia käytetään hyödyksi myös osana markkinointiviestintää. Osallistumalla erilaisiin tapahtumiin organisaatio tavoittaa helposti niin nykyisiä, kuin potentiaalisia asiakkaita ja mahdollisia yhteistyökumppaneita sekä lehdistön edustajia. Organisaatio haluaa luoda

positiivisen mielikuvan niin sen tuotteista ja palveluista, kuin myös henkilökunnasta. Markkinointiviestinnän tulisi pohjautua organisaation arvoihin, tavoiteprofiiliin ja haluttuihin mielikuviin. Organisaatioiden osallistuminen tapahtumiin antaa hyvän mahdollisuuden tutustua asiakkaisiin. Lisäksi organisaatioiden tulee mainostaa muiden markkinointikanavien välityksellä osallistumistaan tapahtumiin. Tällä tavalla eri sidosryhmät saavat tietää organisaation paikallalla olost ja organisaatio pääsee tekemään promootiota. Perinteisesti tapahtumaan osallistumisen jälkeen kerätään palautetta niin henkilökunnalta, kuin kävijöiltä. Palautteen perusteella toimintatapoja voi muuttaa jatkoa ajatellen, jos on tarkoituksena osallistua samaan tapahtumaan useamman kerran. (Vallo, H., Häyrinen, E. 2008, 32-33.)

Tapahtumien käyttäminen osana markkinointiviestintää on yleistä myös elektronisen urheilun parissa. Esimerkiksi monissa LAN-tapahtumissa eri organisaatiot saattavat järjestää sponsoreidensa myyntipisteillä niin sanottuja fanitapaamisia. Fanit pääsevät tapamaan pelaajia, pyytämään heiltä nimikirjoituksia ja yhteiskuvia. Tällaisia elektronisen urheilun organisaatiot mainostavat nopeallakin aikataululla sosiaalisessa mediassa.

Tapahtumamarkkinointia voidaan hyödyntää monella tavalla ja eri tilanteissa. Tapahtuma voi olla esimerkiksi:

- tuotelanseeraus
- myyntitapahtuma
- promootiokiertue
- messut, näyttely
- seminaaritilaisuus
- juhla tai bileet
- toimittajamatka tai lehdistötilaisuus
- sponsorointitilaisuus
- projektin päätöstilaisuus
- koulutustilaisuus
- luento

- toimitilojen avajaistilaisuus
- tutustumiskäynti
- kansainvälinen kongressitilaisuus
- sisäisen markkinoinnin tilaisuus
- kokous
- julkistamistilaisuus
- vastaanotto
- tiedotustilaisuus
- elokuvan ensi-ilta
- matka

(Vallo, H., Häyrinen, E. 2008, 37.)

Tutustumiskäynnit ovat hyvä esimerkki tapahtumamarkkinoinnista oppilaitosten osalta. Muun muassa espoolaiset lukiot ja toisen asteen oppilaitokset ovat esittelemässä kouluksia kaksi päivää kestävässä messutapahtumassa oppilaille ja heidän vanhemmilleen. (Vallo, H., Häyrinen, E. 2008, 38). Sama käytäntö on käytössä myös Kajaanin ammattikorkeakoululla, kun joka syksy järjestetään Avoimet ovet -tapahtuma.

3.2 Tapahtuman turvallisuus

Tapahtuman tyylistä riippumatta järjestäjä vastaa tapahtuman turvallisuudesta, jonka toimintaa monet turvallisuutta koskevat lait säätelevät. Esimerkiksi kokoontumislaki sekä laki järjestyksenvalvojista säätelevät tapahtuman järjestämistä. Tapahtumanjärjestäjä on velvoitettu ehkäisemään vaaratilanteita ja varautumaan niihin sekä niiden vaatimiin pelastustoimiin pelastuslain nojalla. (Iiskola-Kesonen, H. 2004, 87.)

Poliisilta tulee saada lupa tapahtumalle, joka on kokoontumislaisissa yleisötilaisuudella tarkoitettu yleisölle avoin tapahtuma. Tällaisen yleisötilaisuuden järjestämisestä on tehtävä kirjallinen ilmoitus järjestämispaikan poliisille. Ilmoitus tulee tehdä vähintään viisi

vuorokautta ennen tapahtuman alkua. Yleisötilaisuudesta ilmoitettaessa täytyy olla mukana yleisellä paikalla järjestettävää yleistä kokousta koskeva ilmoitus, täytettynä luonnollisesti. Ilmoituksesta tulee saada selville muun muassa järjestäjän tiedot, tilaisuuden tarkoitus, paikka ja alkamis- ja päättymisaika, paikalla olevat järjestyksenvalvojat sekä yhteyshenkilö ja hänen yhteystietonsa. Poliisin suostumuksella järjestäjä voi ilmoittaa samalla ilmoituksella useampia samassa paikassa samalla tavalla järjestettäviä tapahtumia, jotka järjestetään kuitenkin eri aikatauluilla. Tarvittaessa poliisi voi vaatia muitakin selvityksiä, kuten järjestämispaikan omistajan tai haltijan suostumuksen. (Iiskola-Kesonen, H. 2004, 87.)

Tapahtumassa tulee luonnollisesti olla myös järjestyksenvalvoja. Heidän tehtävänä on turvallisuuden ylläpitäminen sekä rikosten ja onnettomuuksien estäminen alueella, jolle heidät on tapahtumassa asetettu. Poliisilta pitää saada hyväksyntä tapahtumassa työskenteleville järjestyksenvalvojille. Järjestyksenvalvojen täytyy olla täysivaltainen henkilö, joilta löytyy sisäasiainministeriön hyväksymä koulutus taustalta. Järjestyksenvalvojalla voi olla kotipaikan poliisilaitoksen hyväksyntä viideksi vuodeksi kerrallaan. Järjestystä valvoilla henkilöillä on pääsääntöisesti järjestyksenvalvojan kortti. Paikallispoliisi voi kuitenkin erityisen painavasta syystä hyväksyä järjestyksenvalvojaksi henkilön, jolla ei ole sisäasiainministeriön hyväksymää koulutusta, jos tilaisuuden laajuus ja luonne antaa tällaiseen päätökseen mahdollisuuden. (Iiskola-Kesonen, H. 2004, 88.)

Laki velvoittaa järjestyksenvalvojan toimimaan asiallisesti ja tasapuolisesti, samalla huolehtien yleisön turvallisuudesta. Mahdollisia toimenpiteitä vaativassa tilanteessa järjestystä valvovan henkilön tulee ensisijaisesti neuvoin, kehotuksin ja käskyin ylläpitää järjestystä ja turvallisuutta, aiheuttamatta kuitenkaan vahinkoa tai haittaa tehtävää suorittaessa. Järjestyksenvalvojilla on lain mukaan oikeus estää henkilöltä pääsy tapahtumaan tai poistaa henkilö tapahtumasta, jos on aihetta epäillä, että henkilö on rikkonut järjestyssääntöjä tai koittaa tuoda tapahtumaan esimerkiksi kiellettyjä tavaroita tai aineita. Jos tapahtumaan pyrkivä henkilö esimerkiksi käyttäytyy aggressiivisesti, on järjestyksenvalvojalla oikeus estää henkilöä pääsemästä tapahtumaan käyttämällä puolustavia voimakeinoja. Voimakeinoja vaatineessa tilanteessa otetaan aina huomioon tehtävän tärkeys ja kiireellisyys, vastarinnan tehokkuus ja käytettävissä olevat voimavarat. (Iiskola-Kesonen, H. 2004, 88-89.)

Kaikilla suurilla tapahtumilla on vuonna 2004 uudistuneen pelastuslain mukaan velvollisuus tehdä kirjallinen pelastussuunnitelma. Pelastussuunnitelma on pakollinen, kun vaa-

ran tai mahdollisen onnettomuuden aiheuttamien vahinkojen voidaan olettaa olevan vakavia suuren osallistujamäärän tai muun erityisen syyn vuoksi. Pelastussuunnitelmasta tulee selvittää seuraavat asiat:

- Ennakoitavat vaaratilanteet ja niiden vaikutukset
- Toimenpiteet vaaratilanteiden ehkäisemiseksi
- Poistumis- ja suojautumismahdollisuudet sekä sammutus- ja pelastustehtävien järjestelyt
- Turvallisuushenkilöstö, sen varaaminen ja kouluttaminen sekä muun henkilöstön perehdyttäminen suunnitelmaan
- Tarvittava materiaali kuten alkusammutus-, pelastus- ja raivauskalusto, henkilösuojaimet ja ensiaputarvikkeet sen mukaan kuin ennakoitujen vaaratilanteiden perusteella on tarpeen
- Ohjeet erilaisia 1 kohdan mukaisesti ennakoituja onnettomuus-, vaara- ja vahinkotilanteita varten
- Miten suunnitelmaan sisältyvät tiedot saatetaan asianomaisten tietoon

(Iiskola-Kesonen, H. 2004, 89).

Oheinen pelastussuunnitelma on hyvä käydä läpi alueen pelastuslaitoksen kanssa, samalla käyden läpi tapahtumatilojen mahdolliset vaarat (Iiskola-Kesonen, H. 2004, 89.)

4. TEKEMISPROSESSIN KUVAUS

Tässä osiossa käydään läpi erilaisia tutkimusmenetelmiä, haastattelun teoriaa tutkimusmenetelmänä ja kuvataan kuinka tekemisprosessi työn yhteydessä eteni.

4.1 Tutkimusmenetelmiä

Tutkimustyyppinä on olemassa monenlaisia. Kyseiset tyypit eroavat toisistaan tarkastelun kohteen osalta. Vaikka eroavaisuuksia on, yhteisenä piirteenä tutkimustyypeillä on kuitenkin samojen aineistonkeruumenetelmien käyttö. Näitä menetelmiä ovat kysely, haastattelu, havainnointi sekä dokumenttien käyttö. (Hirsjärvi, S. Remes, P. Sajavaara, P. 2007. 186-187.)

Kysely on yksi keino aineiston hankintaan. Kyselyt ovat monessa yhteydessä käytettyjä ja varsinkin gallup tutkimukset ovat tunnettuja kyselymuotoja. Kyselyissä on haittana se, että ei voida varmistua vastaajan suhtautumisesta tutkimukseen. Oliko kyselyissä jotain, mikä jäi vastaajille epäselväksi. Kyselyllä saadaan kuitenkin yleensä laaja tutkimusaineisto, ja se voidaan levittää laajalle esimerkiksi posti- tai verkkokyselynä. Vaihtoehtoisesti kyselylomaketta voi jakaa henkilökohtaisesti halutuille kohdehenkilöille, jolloin samalla voi kertoa tutkimuksen taustoista. (Hirsjärvi, S. Remes, P. Sajavaara, P. 2007. 188-192.)

Toinen hyvä tapa aineiston hankintaan on haastattelut. Haastattelu on siitä ainutlaatuinen tapa kerätä tietoa, että siinä ollaan suorassa vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa. Luonnollisesti haastatteluissakin on etuja sekä haittoja. Haastattelun aikana on tarpeen tullen muokata haastattelun etenemistä ja vastauksien tulkintaan on enemmän mahdollisuuksia. Mahdollisia epäselvyyksiä on hyvä selvittää haastattelutilanteessa. Mahdollisten lisäkysymysten esittäminen on haastattelun yhteydessä helpompaa, kuin kyselyn yhteydessä. Haastatteluiden huono puoli on, että luotettavuus saattaa kärsiä, jos haastateltava antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia. (Hirsjärvi, S. Remes, P. Sajavaara, P. 2007. 199-201.)

4.2 Haastattelu tutkimusmenetelmänä

Tämän opinnäytetyön tekemiseen valittiin haastattelu aineistonkeräysmuotona. Haastattelu oli paras tapa toteuttaa aineiston kerääminen, koska haastatteluiden yhteydessä oli helppo esittää tarvittaessa lisäkysymyksiä tai selvittää saatuja vastauksia. Haastattelukysymykset lähetettiin haastateltaville etukäteen sähköpostitse. Luotettavuus haastatteluiden osalta säilyi hyvänä.

Pitkistä välimatkoista johtuen opinnäytetyön haastattelut jouduttiin tekemään Skype-puheluiden välityksellä, samalla hyödyntäen OBS-ohjelmaa puheluiden nauhoitusta varten. OBS-ohjelmiston nauhoitusominaisuuden avulla haastattelut saatiin tallennettua äänitiedostoiksi, joiden avulla haastattelut kirjoitettiin puhtaaksi. Kun haastattelut oli kirjoitettu puhtaaksi, ne käytettiin hyväksynnässä haastateltavilla, minkä jälkeen ne liitettiin osaksi opinnäytetyötä.

Kaikki haastateltavat asuvat Etelä-Suomessa, lyhyimmän välimatkan ollessa Kajaanista Tampereelle. RCTIC eSports / RCTIC ry:n puheenjohtajan, Jere Alasen, haastattelu tehtiin kesäkuun 7. päivä. Miisa Nuorgamin haastattelu tehtiin kesäkuun puolivälissä, 19.6.

SEUL ry puheenjohtajan, Joonas Kapiaisen kanssa haastatteluajankohtaa mietittiin enemmän syksyn alussa, ja haastattelu saatiin hoidettua kasvotusten. Joonas oli tulossa käymään Kajaanissa SEUL ry:n asioilla ja tämän johdosta haastattelu saatiin tehtyä oman työpäiväni aikana 7. elokuuta. Haastattelukysymykset ja -vastaukset löytyvät liiteosiesta.

5. POHTINTA

Opinnäytetyön tekeminen oli osittain erittäin haastavaa. Aihevalinta ei ollut helpoimmasta päästä ja teorian etsimisen suhteen piti tarkastelunäkökulmia laajentaa. Tapahtuman järjestämisestä löytyy hyvin teoriaa, minkä pohjalta työn teoriaosuuden sai tehtyä.

Työn eteneminen ei mennyt aivan aikataulun mukaisesti, mutta työn suurin ongelma oli kuitenkin teoriaosuuden tekeminen. Haastattelut saatiin tehtyä onnistuneesti ja hyvällä aikataululla. Haastattelukysymysten tekeminen onnistui hyvin, kun itselläni on elektronisesta urheilusta laajaa jonkin verran tietämystä. Kommunikointi ja yhteistyö haastateltavien tahojen kanssa sujui moitteettomasti.

Opinnäytetyön aineistonkeräyksessä käytetty haastattelu oli erinomainen valinta. Vaikka tietämystä aiheesta löytyy, niin haastatteluissa tuli tilanteita, jolloin oli tarvetta tarkentaa tai syventää saatuja vastauksia.

Opinnäytetyön lopputuloksena syntyvä tuote, elektronisen urheilun tapahtuman järjestämisen opas onnistui mielestäni hyvin. Oppaasta tuli sellainen, kuin mihin työtä aloittaessa tähtäsin.

LÄHTEET

Kirjalähteet:

Hirsjärvi, S. Remes, P. Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Otavan Kirjapaino Oy.

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Suomen Graafiset Palvelut Ltd.

Kauhanen, J., Juurakko, A., Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Vantaa: WSOY.

Muhonen, R. Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain., tapahtumamarkkinoinnin voima. Jyväskylä: Talentum Media Oy.

Raj, R. Walters, P. Rashid, T. 2009. Events management, an integrated and practical approach. SAGE Publications Ltd.

Vallo, H., Häyrynen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus, tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma Oy

Vallo, H., Häyrynen, E. 2003. Tapahtuma on tilaisuus, opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Helsinki: Hakapaino.

Sähköiset lähteet:

Alanen, J. 2017. Nauhoitettu haastattelu

Dota2 prize pool tracker. Luettu 6.9.2017.

<http://dota2.prizetrac.kr/international2017>

Kapiainen, J. 2017. Nauhoitettu haastattelu.

Lantrek 2016. Lauri Ellila. Luettu 9.5.2017.

Newzoo. Esports revenues will reach \$696 million this year. Luettu 6.9.2017.

<https://newzoo.com/insights/articles/esports-revenues-will-reach-696-million-in-2017/>

Nuorgam, M. 2017. Nauhoitettu haastattelu.

https://lantrek.1g.fi/kuvat/Lantrek+2016/20160505_105605_LEP_7406.jpg

Lehtonen, M. 2013. Tapahtumajärjestäjän käsikirja. Luettu 1.12.2016.

http://seul.fi/wp-content/uploads/2014/01/tapahtumajarjestajan_kasikirja_uusi.pdf

Alanen, J. 2015. Nyt se on täällä: RCTIC Päivä – CS:GO LAN-turnaus. Luettu 6.2.2017.

<http://www.rctic.org/nyt-se-on-taalla-rctic-paiva-csgo-lan-turnaus/>

Alanen, J. 2015. Esportsia Simerock 2015 tapahtumassa. Luettu 6.2.2017.

<http://www.rctic.org/esportsia-simerock-2015-tapahtumassa/>

Suomen Elektronisen Urheilun Liitto. Ammattipelaaminen. Luettu 6.9.2017.

<http://seul.fi/esports/ammattipelaaminen/>.

Wikipedia. Elektroninen urheilu (2016). Luettu 6.9.2017.

https://fi.wikipedia.org/wiki/Elektroninen_urheilu.

LIITTEET

LIITE 1. JERE ALASEN HAASTATTELU

Mitä tarkoittaa elektroninen urheilu?

Elektroninen urheilu on tietotekniikkaa hyödyntävää kilpaurheilua. Sitä harrastetaan niin yksilö- kuin joukkuemuodossa, riippuen lajista tai toisin sanottuna pelistä. Tavallisimmat esports-pelit ovat PC- ja konsolipelit, jotka jakautuvat eri genreihin. Suosituimpia ovat tällä hetkellä Counter-Strike: Global Offensive, Dota2, League of Legends ja Hearthstone.

Miten määritellään elektronisen urheilun tapahtuma ja millaisia tapahtumia ne ovat?

Pääasiassa turnaustapahtumia, joissa nykypäivänä joukkueet kerääntyvät isoihin messuhalleihin tai isoille stadioneille, minne pystyy lajia seuraavat fanit pääsevät katsomaan otteluita, ja yleensä nämä katsomot ovatkin loppuunmyytyjä. Elektroninen urheilu on sen verran kovassa nosteessa tällä hetkellä. Tapahtumien yhteydessä, kuten kaikkien tapahtumien yhteydessä, on myös normaalia messutoimintaa. Sponsorit ja muut toimijat tulevat edustamaan toimintaansa, tuotteitaan ja brändiään omille pisteilleen. Osalle peleistä on tietty määrä turnauksia, joissa pelataan vain sitä tiettyä peliä. Mutta sitten on myös näitä turnaustapahtumia, joissa pelataan useampaa peliä, tai lajia jos tätä urheiluterminä halutaan käyttää.

Suomessa tapahtumien järjestämisessä ollaan paljon muita maita jäljessä, kuten Ruotsia ja Puolaa.

Online-tapahtumat

Internetin välityksellä olevia tapahtumia järjestetään kymmeniä, ellei satoja tai sitäkin enemmän vuositasolla. Online-tapahtumat ovat huomattavasti helpompi järjestää, kuin lan-tapahtumat, minne tarvitaan muun muassa kalusto, studiot, katsomot ja kaikki mitä urheilutapahtumissa on. Turnauskaaviotkin on helppo järjestää erilaisten applikaatioiden kautta, mitä valmiina netistä löytyy, kuten faceit. Verkon välityksellä pelataan, mutta muuten sama, ilman tietenkin katsomoiden tuomaa painetilaa. Nykypäivänä ei mitään suuria turnauksia enää verkon välityksellä pelata, vaan toiminta on siirtynyt siihen, että isojen

turnausten karsinnat pelataan netissä. Tai osa-kilpailut, joiden finaalit pelataan messuhalleissa tai stadioneissa.

Hyvä esimerkki ovat Major-turnaukset, joiden karsinnat ovat monivaiheisia. Minor-karsinnat järjestetään online-karsintana, ja karsintojen finaalit pelataan lan-turnauksena. Myös kotimaisten lan-turnausten karsinnat pelataan yleisesti ottaen netin välityksellä nykypäivänä.

Offline-tapahtumat

LAN-tapahtumat pelataan paikan päällä, eli pelaajat ja katsojat kokoontuvat samaan paikkaan. Myös sponsoreiden edustajat kokoontuvat kyseiseen paikkaan, messuhalliin tai stadionin tiloihin. Pääsääntöisesti turnaukset pelataan vielä kuitenkin internetin välityksellä, mutta varsinkin finaaleja pelataan lan-tapahtumissa, jolloin pääsee myös fanejakin tapaamaan. Lan-tapahtumilla on pitkä historia, Suomessakin 1990-luvun alusta asti järjestetty. Mittakaava on tietenkin kasvanut vuosien saatossa, ja suurin kasvu onkin tullut viime vuosien aikana. Miljoonaturnauksia on alettu järjestää, ja e-urheilu alkaa olla suosionsa puolesta maailman toiseksi seuratuin urheilulaji, jos se pystytään sinne samaan kategoriaan lukemaan.

Millainen prosessi elektronisen urheilun tapahtuman järjestämisen suunnittelu on?

Online-tapahtumissa taustajärjestelyihin kuuluu lähinnä pelin ja osallistujamäärän päättäminen. Mahdollisen streamauksen ja nimen päättäminen. Mahdollisten palkintojen järjestäminen sponsoreiden kautta. Itse turnauskaaviot ja siihen liittyvät toiminnot ovat nykypäivänä helppo internetistä valmiina löytyvien sivustojen/ohjelmistojen kautta. Muuten taustatyönä on niin sanottujen tuomareiden hommaaminen, jotka valvovat pelejä, ettei siellä ole huijaajia. Lisäksi tuloksien päivitys itse kaavioon jonkun järjestäjätoimihenkilön kautta, ellei ole integroitu pelistä suoraan.

LAN-tapahtuman järjestäminen menee periaatteessa melko lailla samalla kaavalla. Mutta samoissa tiloissa pelatessa pitää huolehtia kaluston riittävydestä, eli esimerkiksi varalaitteistoa pitää olla.

Miten mahdollisten yhteistyökumppaneiden hankinta hoidetaan?

Ensimmäiseksi pitää saada selvitettyä vähän taustaa tapahtuman tilastoille, eli miten tapahtuma saa julkisuutta/seuraajia sosiaalisessa mediassa ja esimerkiksi suoratoistolähe-tyksissä. Minkälaisen näkyvyyden siis saadaan sponsoreille. Onko kiinnostavia joukkueita/pelaajia? Tämän jälkeen lähdetään markkinoimaan tapahtumaa yrityksille, että "X-sopimuksella saatte x-näkyvyyden". Suomessa on kuitenkin suhteellisen rajallinen haluk- kaiden yritysten määrä, Jimms PC-Store muun muassa on lähes jokaista suomalaista lan- tapahtumaa tukemassa esimerkiksi laitteiston osalta.

Miten yhteistyökumppaneiden/sponsoreiden osallistuminen palkintoihin määritel- lään?

Yleensä tehdään erilaisia "paketteja" yhteistyökumppaneille, joita myydään. Kuten pää- sponsori, sponsori ja yhteistyökumppani. Eri tason sopimuksilla saa tietyn näkyvyyden, ja yrityksen tuesta X osa menee palkintopottiin, ja loput tausta-asioiden pyörittämiseen.

Kuinka tavara- tai rahapalkinnot jaetaan eri turnausten ja palkintosijojen välillä?

Lähtökohtana on aina, että voittajalle on aina suurin osuus ja se on lähtökohtaisesti koko potista vähintään 50%. Sen jälkeen pottia aletaan tyypillisesti jakamaan muiden sijojen suhteen. Turnauksesta ja potista riippuen saattaa kahdelle parhaalle olla rahaa ja loput ovat tuotepalkintoja.

Millaisia ovat tapahtumissa järjestettävät turnaukset?**Amatööriturnaukset**

Amatööriturnaukset ovat lähtökohtaisesti lan-tapahtumissa byoc-turnauksia. Eli pelaajat, toisin sanoen lanittajat, tuovat omat koneensa omille konepaikoille. Tapahtuman henkilö- kunta sitten pyörittää turnausta paikan päällä, ilmoittautumiset paikan päällä järjestäjille.

Ammattilaisturnaukset

Non-byoc, joukkueet valitaan kutsumalla ja karsintojen kautta. Tapahtumassa on valmiiksi koneet osallistujille.

Miten turnauksiin osallistuvat joukkueet valitaan?

Ammattilaisturnauksiin osa joukkueista saa kutsun. Kansainvälisellä tasolla, kuten Major- turnauksissa, edellisen turnauksen top8 saa automaattisesti kutsun seuraavaan Majoriin. Loput selviävät karsintojen kautta, eli Minor-turnauksista. Suomessa yleensä katsotaan

viime aikaista menestystä ja millaisia tuloksia on tullut. Yleensä 2-4 joukkuetta saa kutsun ja loput tulee karsinnoista, jos esimerkiksi kahdeksan joukkueen turnaus. Tässä tapauksessa pelataan kaksi karsintaa ja molempien karsintojen kaksi parasta saa kutsun turnaukseen.

Amatööriturnauksiin taas juuri paikan päällä ilmoittaudutaan.

Kuinka turnausten mahdolliset karsinnat hoidetaan?

Online-karsinnat

Esimerkiksi Faceit-järjestelmän kautta kaaviot, ja muuten kuten muutenkin online-pelit.

Offline/LAN-karsinnat

Periaatteessa kuin mikä tahansa lan-turnaus, mutta turnauksessa jaetaan palkintojen sijaan paikkoja itse suurempaan turnaukseen.

Millaisia jälkitoimenpiteitä tapahtuman jälkeen tehdään?

Tapahtumapaikan tyhjentäminen ja muut oheistoimenpiteet, kuten siivoukset ja järjestelyt. Tilastotietojen toimittaminen sponsoreille/yhteistyökumppaneille. Pelaajilta/joukkueilta kysellään mahdollisesti palautteita. Sponsoreilta sitten palkintojen hommaaminen tilastojen esittämisen jälkeen. Sponsorit eivät yleensä etukäteen toimita palkintoja, vaikka olisi sopimus tehty, vaan he haluavat ensin nähdä tilastoja. Tämän jälkeen sponsorit antaa rahat järjestäjille ja siitä eteenpäin pelaajille. Loppujen lopuksi vielä järjestävä taho käy tapahtuman vielä keskenään läpi.

LIITE 2. JOONAS KAPIAISEN HAASTATTELU

Mitä tarkoittaa elektroninen urheilu?

Elektroninen urheilu tarkoittaa kaikkea pelaamista, mikä liittyy kilpailuun. Oli se sitten esimerkiksi, vaikka flipperillä, jos suoritteeseen liittyy elektroninen laite. Yleensä elektronisella urheilulla tarkoitetaan ammattimaista kilpapelaaamista, missä pelataan joko raha- tai tuotepalkinnoista turnaus- tai ottelumuotoisesti tiettyä peliä. Yksilöt tai joukkueet taistelevat paremmuudestaan.

Miten määritellään elektronisen urheilun tapahtuma ja millaisia tapahtumia ne ovat?

Online-tapahtumat

Perinteisesti elektronisen urheilun tapahtuma on netissä pelattava tietokone- tai konsoliturnaus tai yksittäinen ottelutapahtuma, missä pelaajat ottavat toisistaan mittaa.

Offline-tapahtumat

Myöhemmin on järjestetty offline-tapahtumia, jotka ovat paikan päällä pidettävä, ihan kuin mikä tahansa muu tapahtuma. Elektroninen urheilu on samalla tavalla oma laji, mitä voidaan järjestää. Järjestetään paikan päälle tekniset välineet, joilla joukkueet ja pelaajat pelaavat paikan päällä, joko saman television äärellä. Tai tietokoneella tai konsoleilla verkon ylitse paikan päällä.

Millainen prosessi elektronisen urheilun tapahtuman järjestämisen suunnittelu on?

Käytännössä samanlainen prosessi kuin urheilukilpailun järjestäminen. Turvallisuusasiat, tilat ja puitteet, verkko- ja laitehankinnat. Pelaajista huolehtiminen näiden lisäksi. Henkilökuntaa pitää olla tarpeeksi niin yleisesti, kuin turnaustoiminnan osalta. Myös mahdolliseen mediatuotantoon pitää olla oma henkilöstönsä.

Miten mahdollisten yhteistyökumppaneiden hankinta hoidetaan?

Tapahtumaorganisaatiot hankkivat itse yhteistyökumppaninsa. He hankkivat tilanteeseen sopivat kumppanit. Monesti samat firmat ovat kiinnostuneita yhteistyöstä, mutta kokonaisuutena tapahtumaorganisaatiot tiedustelevat monelta yritykseltä heidän halukkuudestaan.

Miten yhteistyökumppaneiden/sponsoreiden osallistuminen palkintoihin määritellään?

Tapahtumissa on varsin yleistä, että tietty yritys haluaa sponsoroida jotain tiettyä kilpailua/turnausta. Esimerkiksi Assembly-tapahtumassa Counter-Strike: Global Offensive -turnaus, joka on nimetty ASUS-turnaukseksi ASUS-yrityksen sponsoroinnin johdosta. He laittavat suuren panostuksen kisaan, jolloin se nimetään heidän mukaansa. Toki he tukevat tapahtumaa muutenkin. Tapahtumilla on yleensä loppujen lopuksi useita yhteistyökumppaneita ja joillakin on hieman isompi rooli kuin toisella. Esimerkiksi joku teleoperaattori hoitaa tietoliikenneyhteydet tapahtumaan ja on sitä kautta sponsori. Mutta pääasiassa järjestäjät päättävät, kuinka yritysten tukeminen jaetaan palkintoihin.

Kuinka tavara- tai rahapalkinnot jaetaan eri turnausten ja palkintosijojen välillä?

Suosituimpien pelien turnauksiin panostetaan rahapalkintojen muodossa. Rahapalkinnot houkuttelevat myös tunnettuja nimiä, mikä tuo myös näkyvyyttä ja kiinnostavuutta turnauksiin. Pienemmällä prioriteetilla oleviin turnauksiin pienempiä rahapalkintoja tai pääasiassa tuotepalkintoja.

Millaisia ovat tapahtumissa järjestettävät turnaukset?

Amatööriturnaukset

Yksi tai muutama henkilö, jotka hoitavat turnauksen pyörittämisen. Paljon enemmän osallistujia, kuin ammattilaisturnauksissa.

Ammattilaisturnaukset

Mediatuotanto keskeisessä osassa. Henkilökuntaa on paljon enemmän taustalla hoitamassa hommia. Turnaustuomarit hoitavat reaaliaikaisesti turnausten hoitamisen ja on yhteyksissä taustatiimiin, joka hoitaa taustahommat. Aikataulutukset pääpainoisesti mediatuotannon pohjalta, jotta saadaan suuri mediahuomio ja näkyvyys, esimerkiksi streamlähetyksissä näytettäville otteluille. Järjestäjän toimesta paljon suuremmassa roolissa, koska turnaus saa suuren huomion.

Miten turnauksiin osallistuvat joukkueet valitaan?

Amatööriturnauksiin pääsee periaatteessa kuka tahansa, joka on paikan päällä, kun puhutaan offline-turnauksesta. Ammattilaisturnauksiin halutaan hyvä taso, minkä johdosta kutsutaan muutamia joukkueita. Lisäksi järjestetään avoimet karsinnat, jotta saadaan lisää joukkueita kutsuttujen lisäksi. Ottelukaaviot pyritään muodostamaan siten, että tulee tiukkoja otteluita, jotta saataisiin loppuun saakka hyvää viihdettä. Tarkoitus on siis saada hyvää viihdettä, tunnettuja nimiä joka taas johtaa hyvään näkyvyyteen.

Kuinka turnausten mahdolliset karsinnat hoidetaan?

Esimerkiksi SM-kilpailuissa kaavana oli, että aloitetaan online-karsinnoilla, mistä jatketaan offline-karsintoihin ja siitä vasta itse lopputurnaukseen. Otetaan kaikki muodot mukaan, jolloin saadaan hyvin joukkueet seulottua. Online-karsinnoissa on se hyvä, että saadaan suuri massa mukaan mahdollisimman vähällä työllä. Turnauksesta riippuen voi olla montakin online- tai offline-karsintaa, ja mahdollisesti voi yrittää useamman kerran, jos ensimmäisellä yrityksellä ei onnistunut.

Millaisia jälkitoimenpiteitä tapahtuman jälkeen tehdään?

Järjestäjätahon kesken käydään tapahtuma läpi, jos tarkoitus on järjestää tapahtumaa myös tulevaisuudessa. Mitä pitäisi tehdä toisin, mikä oli hyvää ja kannattaa tehdä myös jatkossa. Pelaajakyselyitä pitäisi tehdä enemmän, jotta saadaan myös osallistujilta palautetta, oli ne sitten risuja tai ruusuja. Lisäksi tietenkin mahdolliset riitatilanteet hoidetaan kunnolla ja otetaan jatkossa huomioon. Joskus pelaajat saattavat tuoda jonkin asian liiton (SEUL) tietoisuuteen, ja liitolla on silloin velvollisuus tutkia tapahtumat.

Mikä on Suomen tilanne turnausten osalta verrattuna muun maailman mittakaavassa?

Monessa maissa on samanlaisia tapahtumia, kuin Suomessa. Meillä on tosi hyvä infrastruktuuri ja järjestäjäorganisaatio. Meillä ei ole isoja katsojatapahtumia esimerkiksi jäähalleissa, mitä on Euroopassa tai Yhdysvalloissa nähty. Mediatuotantospektaakkeleita meillä ei ole. Hommat pyörivät vapaaehtois pohjalta, mikä osalta verottaa mittakaavaa verrattuna isoihin järjestäjäorganisaatioihin, joilla on pistää isoja rahoja peliin. Uskoisin, että viiden vuoden kuluttua meillä voisi olla tapahtuma järjestettynä jäähallissa suurella Euroopan tyyliä. Riski on suuri, mutta toivottavasti joku murtaa jään 5-10 vuoden aikana.

LIITE 3. MIISA NUORGAMIN HAASTATTELU

Mitä tarkoittaa elektroninen urheilu?

Ihmisillä on erilaisia määritelmiä sen suhteen. Osa ajattelee, että se on ainoastaan turnauksissa pelaamista. Osa taas on sitä mieltä, että myös kotoa käsin kilpailullisesti pelaaminen on elektronista urheilua.

Miten määritellään elektronisen urheilun tapahtuma ja millaisia tapahtumia ne ovat?

Sellaisia tapahtumia, joissa on eSportsia eli jotain kilpapelitoimintaa mukana. Tapahtumina ne voivat olla ihan mitä tahansa, kuten LAN- tai verkkopelitapahtumia. Voi myös olla muunlaisia tapahtumia, kuten vaikka DigiExpot, joissa on mukana jonkinlaista turnaustoimintaa.

Millainen prosessi elektronisen urheilun tapahtuman järjestämisen suunnittelu on?

Ensimmäisenä pitää päättää mitä järjestetään ja missä. Tämän jälkeen muun tarpeellisen selvitys, esim. sähköt, netti, tilat ja mahdollinen sponsorialueen kaavoitus.

Turnausten suhteen päätetään peli/pelit, sekä kuinka isoja turnauksia järjestetään. Tämä vaikuttaa turnauksen keston. Esimerkiksi kahdeksan joukkueen turnaukseen käy kaksi päivää. Seuraavana tulee päättää, miten kilpailevat joukkueet tai pelaajat valitaan.

Suomessa perinteinen tyyli on, että puolet kutsutaan ja puolet otetaan karsinnoista. Kutsuja on joukkueiden haettava erikseen ja niissä katsotaan silloisen kokoonpanon aktiivisuutta, pitkäikäisyyttä ja yleistä menestystä. Monesti myös yksilösaavutukset vaikuttavat ja tämän vuoksi osaan turnauksista myönnetään kutsu myös niin kutsuille "mix-tiimeille".

Aikataulullisesti turnauksen järjestäminen vie noin. 6-4 kuukautta.

Miten mahdollisten yhteistyökumppaneiden hankinta hoidetaan?

Pitää miettiä, että minkälainen firma olisi hyvä tukija tapahtumalle. Potentialisten yritysten selvittämisen jälkeen tulee pohtia, mitä tapahtuma pystyy tarjoamaan vastapuolelle. Millaista näkyvyyttä on tarjolla, ja niiden kautta lähteä ehdottamaan yhteistyötä.

Miten yhteistyökumppaneiden/sponsoreiden osallistuminen palkintoihin määritellään?

Miten sponsorit itse haluavat. Osa haluaa suoraan tukea rahallisesti tiettyä turnausta ja kyseinen turnaus onkin usein nimetty sponsorin mukaan. Kaikki riippuu sponsorin kanssa tehdystä sopimuksesta.

Turnauspalkinnoissa on monesti mukana myös mahdollisista osallistumismaksuista saatu summa.

Kuinka tavara- tai rahapalkinnot jaetaan eri turnausten ja palkintosijojen välillä?

Palkintosummasta puolet voittajalle. Loput tilanteen mukaan.

Yleinen käytäntö on, että palkintosummasta tulee noin puolet voittajille. Loput katsotaan pelattavan pelin, turnauksen, sekä joukkueiden mukaan.

Millaisia ovat tapahtumissa järjestettävät turnaukset?**Amatööriturnaukset**

Amatööriturnauksia kutsutaan myös BYOC-turnauksiksi. Niissä on useasti pienemmät palkintopotit, kuin ammattilaisturnauksissa ja niihin osallistuvat yleensä lanitapahtumissa konepaikalliset kävijät. Tällaiset turnaukset ovat aloitteleville yleensä helpompi järjestää, sillä turnaus hoituu monesti 1-2 tietokoneella. Ilmoittautuminen näihin turnauksiin hoituu paikan päällä admineiden kautta.

Ammattilaisturnaukset

Ammattilaisturnauksia kutsutaan NON-BYOC-turnauksiksi. Näissä turnauksissa kaikki laitteet ovat jo valmiina ja pelaajien tarvitsee tuoda ainoastaan oma näppäimistö, hiiri, hiirimatto ja kuulokkeet (sekä headset, että nappikuulokkeet).

Miten turnauksiin osallistuvat joukkueet valitaan?

Suomessa perinteinen tyyli on, että puolet kutsutaan ja puolet otetaan karsinnoista. Kutsuja on joukkueiden haettava erikseen ja niissä katsotaan silloisen kokoonpanon aktiivisuutta, pitkäikäisyyttä ja yleistä menestystä. Monesti myös yksilösaavutukset vaikuttavat ja tämän vuoksi osaan turnauksista myönnetään kutsu myös niin kutsutuille "mix-tiimeille".

Kuinka turnausten mahdolliset karsinnat hoidetaan?

Ilmoitetaan karsintaturnausten päivämäärä, tai päivämäärät jos on useita karsintoja.

Online-karsinnat

Tietty ilmoittautumispaikka, esim. reaaliaikainen viestiohjelma (IRC, Discord). Kaaviosta etsitään oma vastustaja, johon otetaan yhteyttä, ja adminin luvalla laitetaan pelit käyntiin. Yleensä alku- ja lopputilanteista tulee ottaa kuvakaappaus, sekä tallentaa demot koko pelin ajalta. Nämä mahdollisten kiistatilanteiden vuoksi. Jos joukkueesta tulee valituksia, katsoo admin mahdollisesti demoja tai istuu serverillä pelien aikana tarkkailemassa.

Offline/LAN-karsinnat

Käytännössä samat toimenpiteet ja periaate sama, mutta LAN-karsinnat pidetään paikan päällä ja yleensä pienemmällä kapasiteetilla. Online-karsinnat kun voivat olla 128 joukkueen turnaus- ja LAN-karsinnat, vaikka kahdeksan joukkueen. Tuomarointi joukkueiden takana järjestäjän toimesta.

Millaisia jälkitoimenpiteitä tapahtuman jälkeen tehdään?

Voittajajoukkueilta/-pelaajilta tiedot ylös, jotta voi suorittaa palkintojenmaksun, sekä ilmoittaa oikeat tiedot verottajalle. Monesti on hyvä tapa lähettää sähköpostia osallistuneille joukkueille ja kiittää osallistumisestaan.

6. LIITE 4. ELEKTRONISEN URHEILUN TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMISEN OPAS

ELEKTRONINEN URHEILU

Ihmisillä on erilaisia näkemyksiä siitä, mikä on elektronista urheilua. Osa ajattelee, että se on ainoastaan turnauksissa pelaamista, mutta osa ajattelee sen olevan myös kotoa käsin pelaamista kilpailullisesti. (Nuorgam, M. 2017).

Elektronisella urheilulla tarkoitetaan kaikkea pelaamista, mikä liittyy kilpailuun. Yleensä elektronisella urheilulla tarkoitetaan ammattimaista kilpapelaaamista raha- tai tuotepalkinnoista. (Kapiainen, J. 2017).

Pääasiassa se on kuitenkin tietotekniikkaa hyödyntävää kilpaurheilua, mitä harrastetaan niin yksilö- kuin joukkumuodossa, lajista tai toisin sanoen pelistä riippuen. Suosituimpia pelejä ovat tällä hetkellä Counter-Strike: Global Offensive, Dota 2, League of Legends sekä Hearthstone. (Alanen, J. 2017).

Elektroninen urheilu on ollut kovassa nosteessa ympäri maailman jo 2000-luvun alusta lähtien. Kansainvälisiä turnauksia oli tuolloin noin kymmenen, mutta vuonna 2010 niitä oli jo ainakin 260 (Wikipedia). Kansainvälisestä tunnettuudesta huolimatta elektroninen urheilu on ollut Suomessa pitkään tuntemattomampi laji, joka on vasta viime vuosina alkanut nousta suureen tietoisuuteen, kuten valtamedian uutisoinnista on huomattu.

Maailmalla on lukemattomia organisaatioita, jotka pyörittävät toimintaa ammattimaisesti ja organisaatioilla on sopimuspelaajia, jotka pelaavat amatikseen. Tunnetuimpia organisaatioita Euroopassa ovat esimerkiksi ruotsalainen Ninjas in Pyjamas ja saksalainen SK Gaming. Yhdysvalloista tunnettuja organisaatioita vastaavasti ovat muun muassa Cloud9 ja Evil Geniuses.

Suomessa ollaan tällä hetkellä valitettavasti jäljessä pelaamisen ammattimaisuudessa kansainväliseen tasoon verrattuna. Suomesta löytyy muun muassa seuraavat organisaatiot: RCTIC eSports, ENCE eSports, Havu Gaming, SJK eSports ja Team Menace (Suomen elektronisen urheilun liitto). Amatikseen pelaavia henkilöitä Suomesta ei valitettavasti vielä suurta määrää kuitenkaan löydy. Tunnetuimmat suomalaiset pelaajat ovat Dota 2 -strategiapeliä pelaavat Lasse "MATUMBAMAN" Urpalainen ja Jesse "JerAx" Vainikka. Lasse ja Jesse ovat parhaiten pelaamalla tienanneet suomalaiset ja molemmat kuuluvat maailman 50:n eniten tienanneen pelaajan joukkoon (Esportsearnings.com).

Työn toimeksiantajana toimii suomalainen elektronisen urheilun organisaatio, RCTIC eSports / RCTIC ry, jonka toiminnassa olen mukana. RCTIC eSports on tehnyt suomalaista elektronisen urheilun historiaa muun muassa viemällä esportsin osaksi rock-festivaaleja kahtena vuotena peräkkäin (2015 sekä 2016) ja olemalla ensimmäinen organisaatio, joka järjestää oman LAN-tapahtuman.

RCTIC eSports on vuonna 2008 perustettu suomalainen elektronisen urheilun organisaatio. Perustamisesta lähtien organisaatio on pyrkinyt edistämään Suomen elektronisen urheilun yhteisöä ja tukemaan entuudestaan tuntemattomampia pelaajia ja joukkueita. Organisaatiossa on ollut vuosien varrella monia pelejä edustettuina, mutta nykyään pelikentillä RCTICia edustaa ainoastaan Counter-Strike: Global Offensive -joukkue. Myös muuta toimintaa löytyy, kun RCTICilla on kolme streamaajaa. Kyseiset kolme henkilöä pelaavat erilaisia pelejä ja lähettävät internettiin videota suoratoistona Twitch.tv-palveluun, missä ihmiset voivat seurata pelaamista reaaliajassa. Tänä päivänä RCTIC eSports on yksi suurimmista ja tunnetuimmista elektronisen urheilun organisaatioista Suomessa. RCTIC on myös eräänlainen edelläkävijä, sillä organisaatio on Suomessa ensimmäinen, joka on järjestänyt itse oman LAN-tapahtuman, kaksi päivää kestävä RCTIC Päivä -tapahtuman (Nyt se on täällä: RCTIC Päivä – CS:GO LAN-turnaus). Lisäksi RCTIC teki vuonna 2015 historiaa viemällä esportsin ensimmäistä kertaa osaksi rock-festivaaleja, kun RCTIC Lounge lähti viemään elektronisen urheilun sanomaa eteenpäin Simerock 2015 -festivaaleille (Esportsia Simerock 2015 tapahtumassa).

Kansainvälisellä tasolla elektronisessa urheilussa pyörivät isot rahasummat. Newzoo.com-sivusto on arvioinut lajin tuottojen kasvavan vuoden 2017 aikana lähes 700 miljoonaan dollariin (Newzoo). Myös turnauksien palkintopoteissa pyörivät erittäin isot rahasummat. Tästä hyvänä esimerkkinä pelijätti Valven järjestämä vuosittainen The International -turnaus Dota 2 -peliin. Turnauksen palkintopotti oli hieman vajaat 25 miljoonaa dollaria, josta voittajajoukkueen osuus oli huikeat 10,8 miljoonaa dollaria (Dota2 prizepool tracker).

Joonas Kapiainen toteaa seuraavaa Suomen turnausten tasosta kansainväliseen tasoon verrattuna:

”Monessa maissa on samanlaisia tapahtumia, kuin Suomessa. Meillä on tosi hyvä infrastruktuuri ja järjestäjäorganisaatio. Meillä ei ole isoja katsojatapahtumia esimerkiksi

jäähalleissa, mitä on Euroopassa tai Yhdysvalloissa nähty. Mediatuotantospektaakkeleita meillä ei ole. Hommat pyörivät vapaaehtois pohjalta, mikä osalta verottaa mittaavaa verrattuna isoihin järjestäjäorganisaatioihin, joilla on pistää isoja rahoja peliin. Uskoisin, että viiden vuoden kuluttua meillä voisi olla tapahtuma järjestettynä jäähallissa suurella Euroopan tyyllillä. Riski on suuri, mutta toivottavasti joku murtaa jään 5-10 vuoden aikana.”

ELEKTRONISEN URHEILUN TAPAHTUMA

Jere Alanen (2017) määrittelee elektronisen urheilun tapahtuman seuraavasti:

”Pääasiassa turnaustapahtumia, joissa nykypäivänä joukkueet kerääntyvät isoihin messuhalleihin tai isoille stadioneille, minne pystyy lajia seuraavat fanit pääsevät katsomaan otteluita, ja yleensä nämä katsomot ovatkin loppuunmyytyjä. Elektroninen urheilu on sen verran kovassa nosteessa tällä hetkellä. Tapahtumien yhteydessä, kuten kaikkien tapahtumien yhteydessä, on myös normaalia messutoimintaa. Sponsorit ja muut toimijat tulevat edustamaan toimintaansa, tuotteitaan ja brändiään omille pisteilleen. Osalle peleistä on tietty määrä turnauksia, joissa pelataan vain sitä tiettyä peliä. Mutta sitten on myös näitä turnaustapahtumia, joissa pelataan useampaa peliä, tai lajia jos tätä urheiluterminä halutaan käyttää.

Suomessa tapahtumien järjestämisessä ollaan paljon muita maita jäljessä, kuten Ruotsia ja Puolaa.”

Online-tapahtuma

Elektronisen urheilun tapahtumat ovat yleensä internetin välityksellä pelattavia tietokone- tai konsoliturnauksia, tai yksittäisiä ottelutapahtumia (Kapiainen, J. 2017). Kuten Jere Alanen antamassaan haastattelussa toteaa, online-tapahtumat ovat huomattavasti helpompia järjestää ja sen vuoksi niitä on vuositasolla kymmeniä, ellei jopa satoja (Alanen, J. 2017).

Offline-tapahtuma

Offline-tapahtumat, tai toisin sanoen LAN-tapahtumat, järjestetään tietyssä paikassa, minne pelaajat ja joukkueet kokoontuvat pelaamaan. Usein tapahtumat ovat sellaisia, joita myös katsojat pääsevät paikan päälle seuraamaan. Elektronisessa urheilussa on nykypäivänä kuitenkin varsin yleistä, että tapahtumat pelataan finaaleja lukuun ottamatta internetin välityksellä. (Alanen. 2017).

ELEKTRONISEN URHEILUN TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMISEN

Elektronisen urheilun tapahtuman järjestäminen on prosessina käytännössä samanlainen, kuin urheilutapahtuman järjestäminen. Järjestäjien täytyy ottaa huomioon turvallisuusasiat, tilat ja puitteet sekä verkko- ja laitehankinnat. Myös pelaajista pitää huolehtia. Henkilökuntaa täytyy olla tarpeeksi niin yleisesti, kuin turnaustoiminnan ja mahdollisen mediatuotannon kannalta. (Kapiainen, J. 2017).

Turvallisuusasioiden suhteen tulee ottaa huomioon tapahtuman mahdolliset ilmoitukset paikalliselle poliisille. Tapahtuman koosta riippumatta järjestyksenvalvoja täytyy olla paikalla pitämässä yllä järjestystä ja ennaltaehkäisemässä mahdollisten rikosten tai onnettomuuksien syntyminen. Tapahtumaan pitää olla myös suunniteltu pelastussuunnitelma, joka käydään läpi paikallisen pelastuslaitoksen kanssa.

Hyvänä lisäyksenä Miisa Nuorgam (2017) kertoo haastattelussa seuraavaa:

”Turnausten suhteen päätetään peli/pelit, sekä kuinka isoja turnauksia järjestetään. Tämä vaikuttaa turnauksen kestoon, esimerkiksi kahdeksan joukkueen turnaukseen käy kaksi päivää. Seuraavana tulee päättää, miten kilpailevat joukkueet/pelaajat valitaan.

Suomessa perinteinen tyyli on, että puolet kutsutaan ja puolet otetaan karsinnoista. Kutsuja on joukkueiden haettava erikseen ja niissä katsotaan silloisen kokoonpanon aktiivisuutta, pitkäikäisyyttä ja yleistä menestystä. Monesti myös yksilösaavutukset vaikuttavat ja tämän vuoksi osaan turnauksista myönnetään kutsu myös niin kutsutuille ”mix-tiimeille”.

Aikataulullisesti turnauksen järjestäminen vie noin 4-6 kuukautta.”

YHTEISTYÖKUMPPANEIDEN HANKINTA

Jere Alanen (2017) antoi haastattelussa seuraavan vastauksen yhteistyökumppaneiden hankinnasta:

”Ensimmäiseksi pitää saada selvitettyä vähän taustaa tapahtuman tilastoille, eli miten tapahtuma saa julkisuutta/seuraajia sosiaalisessa mediassa ja esimerkiksi suoratoistolähetyksissä. Minkälaisen näkyvyyden siis saadaan sponsoreille. Onko kiinnostavia joukkueita/pelaajia? Tämän jälkeen lähdetään markkinoimaan tapahtumaa yrityksille, että ”X-sopimuksella saatte x-näkyvyyden”. Suomessa on kuitenkin suhteellisen rajallinen halukkaiden yritysten määrä, Jimms PC-Store muun muassa on lähes jokaista suomalaista LAN-tapahtumaa tukemassa esimerkiksi laitteiston osalta.”

YHTEISTYÖKUMPPANEIDEN/SPONSOREIDEN OSALLISTUMINEN PALKINTOIHIN

Yhteistyökumppaneille esitellään yleensä niin sanottuja paketteja, joita heille myydään. Tällaisia ovat esimerkiksi pääsponsori, sponsori ja yhteistyökumppani. Yritys voi näistä paketeista valita haluamansa sen mukaan, minkälaisen näkyvyyden se haluaa. Sopimuksessa määritetty osa yrityksen tuesta mennee palkintopottiin ja loput taustasioiden hoitamiseen. (Alanen. 2017).

Tapahtumissa on yleistä, että joku yritys haluaa sponsoroida nimenomaan tiettyä kilpailua tai turnausta. Hyvänä esimerkkinä vuosittaisesta Assembly-tapahtumasta on Counter-Strike: Global Offensive -turnaus, joka on nimetty ASUS-turnaukseksi ASUS-yrityksen sponsoroinnin myötä. Kyseinen yritys antaa suuren panostuksen turnaukseen ja saavat niin sanotusti nimikkoturnauksen. Tämän lisäksi he tukevat tapahtumaa muullakin tavalla. (Kapiainen. 2017).

TAVARA- TAI RAHAPALKINTOJEN JAKAMINEN ERI TURNAUSTEN JA PALKINTOSIJOJEN VÄLILLÄ

Suosituimpien pelien turnauksiin panostetaan rahapalkintojen muodossa, mikä houkuttelee tunnettuja osallistujia. Pienemmällä prioriteetilla olevissa turnauksissa nähdään pienempiä rahapalkintoja tai pääasiassa tuotepalkintoja. (Kapiainen, J. 2017). Yleisenä käytäntönä on, että rahapalkinnoista noin puolet menee voittajille. Loput potista jaetaan tasaisesti loppujen palkintosijojen osalta. (Alanen. 2017).

TAPAHTUMASSA JÄRJESTETTÄVÄT TURNAUKSET

Amatööriturnaukset ovat niin sanottuja BYOC-turnauksia. Kyseisiin turnauksiin osallistuvat LAN-tapahtuman kävijät, jotka ovat hommanneet konepaikan ja pääsevät taistelemaan pienemmistä palkinnoista, kuin ammattilaisturnauksissa. Amatööriturnaukset ovat huomattavasti helpompi järjestää ja ne vaativat vähemmän resursseja. Pääsääntöisesti muutama henkilö vastaa turnauksen järjestämisestä. (Nuorgam, M. 2017).

Ammattiturnaukset ovat niin sanottuja NON-BYOC-turnauksia. Ammattilaisturnauksiin osallistujat tuovat itse omat oheislaitteet (näppäimistö, hiiri, hiirimatto, headset ja nap-pikuulokkeet). (Nuorgam. 2017).

Ammattilaisturnauksissa mediatuotanto on lisäksi keskeisessä osassa, mikä myös lisää merkittävästi tarvittavien taustahenkilöiden määrää. Turnausten aikataulu pohjautuu suurimmaksi osaksi mediatuotantoon, jotta turnauksille saadaan mahdollisimman suuri mediahuomio ja näkyvyys. (Kapiainen. 2017).

TURNAUKSIIN OSALLISTUVIEN JOUKKUEIDEN VALINTA

Amatööriturnauksiin pääsee periaatteessa kuka tahansa, jos on paikan päällä LAN-tapahtumassa (Kapiainen. 2017). Ammattilaisturnausten osalta Suomessa tyylinä on ollut kutsua puolet joukkueista ja puolet pääsevät karsintojen kautta. Joukkueiden täytyy laittaa hakemus mahdollisen kutsun saamiseksi, jolloin järjestäjät katsovat joukkueiden aktiivisuutta, pitkäikäisyyttä ja saavutuksia. Joskus tunnettujen pelaajien yksilösaavutukset vaikuttavat kutsujen antamiseen, jolloin niin kutsutut sekajoukkueet pääsevät turnauksiin mukaan ilman karsintoja. (Nuorgam. 2017).

Kansainvälisellä tasolla tästä kaavasta poiketaan esimerkiksi Major-turnausten osalta. Major-turnauksien kahdeksan parasta ansaitsevat Legenda-statusen, jonka myötä kyseiset joukkueet saavat automaattisesti kutsun seuraavaan Major-turnaukseen. Loput joukkueet selvitetään perinteisesti karsintojen kautta, joita kutsutaan usein Minor-turnauksiksi.

KARSINTOJEN JÄRJESTÄMINEN

Yleensä online-karsinnoissa järjestetään ilmoittautuminen jonkin reaaliaikaisen viestihjelman kautta, kuten IRC tai Discord. Ilmoittautumisen jälkeen ottelukaaviosta etsitään vastustajajoukkue, jonka kanssa sovitaan ottelun pelaamisesta. Kun turnausta valvova henkilökunnan jäsen on antanut luvan, ottelu voidaan aloittaa. Pääsääntöisesti otteluiden alku- ja lopputilanteista tulee ottaa kuvakaappaus ja jokainen pelaaja tallentaa ottelut omasta näkökulmastaan. Kuvien ja tallenteiden perusteella voidaan ratkaista mahdolliset kiistatilanteet. Tällaisissa tilanteissa henkilökunnan jäsen katsoo pelaajien tallennuksia, ja mahdollisesti menee jopa pelipalvelimelle seuraamaan ottelua tarpeen mukaan. (Nuorgam. 2017).

Online-karsintojen järjestämiseen on internetissä monia järjestelmiä, joiden avulla ne on helppo järjestää. Hyvänä esimerkkinä Faceit. (Alanen. 2017).

LAN-karsinnoissa on käytännössä samat toimenpiteet ja periaate, kuin online-karsinnoissa, mutta järjestetään paikan päällä ja pienemmällä kapasiteetilla (Nuorgam, M.

2017). Palkintojenkin puolesta muutoin sama, kuin mikä tahansa turnaus, mutta rahattai tuotepalkintojen sijaan palkintona paikka suurempaan turnaukseen (Alanen, J. 2017).

TAPAHTUMAN JÄLKITOIMENPITEET

Järjestäjätaho käy keskenään tapahtuman läpi, varsinkin jos tarkoituksena on järjestää tapahtumaa myös tulevaisuudessa. Näin voidaan käydä läpi asioita, kuten mikä oli hyvää ja mitä pitää muuttaa tulevaisuudessa. Myös pelaajilta pitää tehdä palautekysely, mitä pitäisi tehdä nykypäivänä enemmän. Tapahtuman jälkeen pelaajat saattavat tuoda jonkin ongelmakohtan liiton (SEUL ry) tietoisuuteen, jolloin liitolla on velvollisuus tutkia ongelmaan liittyvät tapahtumat. (Kapiainen. 2017).

Lisäksi järjestäjätahon täytyy huolehtia tapahtumapaikan tyhjentämisestä ja siivoamisesta. Monesti sponsorit haluavat tilastotietoja tapahtumasta ennen palkintojen toimittamista. Tällaisissa tapauksissa järjestäjätaho toimittaa tilastot sponsoreille, minkä jälkeen sponsorit toimittavat palkinnot järjestäjän kautta pelaajille. (Alanen. 2017).