

DADAA VAI TUKKIJOKEA

Kesäteatterikävijän valintaprosessiin
vaikuttavat tekijät Suomessa

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Musiiin koulutusohjelma
Muusikko amk / Musiikkiteatteri
Opinnäytetyö
Syksy 2017
Juha Pihanen

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Musiikki- ja draamainstituutti

PIHANEN, JUHA: Dadaa vai Tukki-Jokea – kesäteatterikävijän valintaprosessiin vaikuttavat tekijät Suomessa

Opinnäytetyö, 41s. Marraskuu 2017

Teatterikävijöitä on tutkittu Suomessa ja maailmalla vaihtelevasti. Viime vuosina tutkimustyö on keskittynyt kävijöiden lisäksi teatterissa käymättömiin. Tutkimus on kuitenkin keskittynyt joko kävijöiden sosioekonomisiin tekijöihin tai teatterikokemukseen, valintaprosesseihin harvemmin. Olemassa olevat tutkimukset kattavat lisäksi vain ”talvikauden” teatterit, jotka ovat ammattiteattereita. Kesäkauden monimuotoinen tarjonta on jäänyt lähes vailla huomiota.

Koska itse tuotan ammattikesäteatteria, kiinnostukseni asiakkaan päätöksentekoprosessiin on vahva. Lahden uusi kesäteatteri on tehnyt kattavaa asiakastutkimusta olemassa olevista asiakkaistaan, mutta sen pohiessa tulevaisuuttaan, tarvetta oli selvittää myös asiakaskenttää laajemmalti.

Tein alan kotimaista ja kansainvälistä tutkimusta selvitettyäni survey-kyselyn, jolla monivalinta- ja liukuasteikkokysymyksiin selvitettiin erilaisia esityksen valintaan ja asiakkaan arvoihin liittyviä kysymyksiä. Selvityksen luonteesta johtuen avoimia kysymyksiä ei käytetty.

Kyselyyn vastasi SurveyMonkey-palvelussa 1121 henkilöä. Tutkimuksessa todettiin, että kokonaisuutena valintapäätökseen vaikuttaa lukuisia eri tekijöitä, vahvimpana itse teos. Asiakasryhmissä oli löydettävissä selkeitä eroavaisuuksia, aina siitä, suosiiko hän ammattivai harrastajateatteria hänen matkustusalttiuteensa ja rahankäyttönsä saakka.

Tutkimus vahvisti yleistä käsitystä siitä, että harrastajateatteria suosivat käyttävät vähemmän rahaa, mutta odottavat myös eri asioita kuin ammattiteatteria suosivat. Samoin vahvistui käsitys siitä, että kesäteatteriasiakas haluaa hauskaa ja helppoa eskapismia, ei ajatuksia herättävää ja haastavaa teatteria. Musiikki on suurimmalle osalle bonus, ei vaatimus.

Ammattikesäteatterille tutkimus antoi käsityksen siitä, että asiakasmassasta löytyy riittävän suuri segmentti, joka on valmis matkustamaan jopa yli tunnin teatteriin ja kuluttamaan lippuunsa reilusti yli 20, jopa yli 30 euroa. Tämä segmentti vaatii laatuviihdettä hyviltä tekijöiltä säältä suojassa.

Yllättävän suuri näyttekoko antaisi mahdollisuuksia paljon laajempaankin analyysiin kuin tämä suppea opinnäytetyö on. Samalla se herättää paljon uusia kysymyksiä ja selvityskohteita, aina aluetaloudellisista vaikutuksista kaupunkikuvaan ja yleiseen harrastuneisuuteen.

ASIASANAT: Kesäteatteri, asiakastutkimus, kulttuurituotanto, viihdeteollisuus

LAHTI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Institute for Music and Drama

JUHA PIHANEN: Dada or The Log Ride – factors affecting the decision process of
Summer Theatre goers in Finland

Dissertation, 41 p., November 2017

Theatre goers have been examined variably both in Finland and abroad. In recent years, research has focused both on goers and non-goers. However, a lot of research has been socio-economic in nature or customer surveys of existing customers, rarely on their selection and decision-making processes. Research almost entirely covers regular theatres, which are professional repertoire or single-production theatres, not Summer theatres.

As a Summer theatre producer, I am extremely interested in its clients and their decision-making. Lahti New Summer Theatre has conducted thorough customer surveys of existing clients, but as it is pondering its future, there was need to research the client base further.

After going through domestic and international research, I decided to create a survey, which using multiple-choice and slider questions, dwelled into the values and decision-making processes of Summer theatre goers. No open-ended questions were used.

A total of 1,121 net answers were collected. The main realization was that there are a plethora of individual factors affecting the decision, strongest of which the performance itself. Major differences were found in customer segments, from their preference of professional or amateur theatres to their willingness to travel or the amount of money spent.

The results confirmed that people preferring amateur theatre tend to use less money, but also expect different things from people preferring professional theatre. It was also confirmed that Summer theatre goers want easy and fun escapism, not thought-provoking and challenging theatre. For most, music is a bonus, not mandatory.

For a professional theatre the research proved that there is a vast enough segment ready to travel up to 60+ minutes and to spend over 20, even over 30 euros a ticket. This segment demands quality entertainment, well protected from the elements.

A surprisingly large data sample would merit a more thorough analysis than this small dissertation contains. It also raises more questions and topics for study, from economic impacts to city image to social studies.

KEYWORDS: Summer theatre, customer survey, culture production, entertainment

SISÄLLYS

1. JOHDANTO	1
2. TUTKIMUSONGELMA	2
3. AIHETTA SIVUAVA TUTKIMUS	3
4. AIHEEN JA KOHDERYHMÄN RAJAUS	6
5. NÄYTE, EI OTANTA	8
6. KYSYMYKSENASETANTA	9
6.1. KÄYNTIIN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT	9
6.2. MATKAAN KÄYTETTY AIKA JA LIPPUIHIN KÄYTETTY RAHA	13
6.3. TARKENTAVAT KYSYMYKSET LIUKUASTEIKOLLA	14
6.4. TAUSTAKYSYMYKSET	16
7. KYSELY JA VASTAAJAT	17
8. TULOKSET KAIKKIEN VASTAAJIEN OSALTA	19
8.1. PÄÄTÖKSEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT (2a ja 2b)	19
8.2. RATKaisevaa vaikutusta	22
8.3. LIPUN HINTA JA MATKA-AIKA	23
8.4. ARVOSTUSKYSYMYKSET	24
8.5. TEATTERIIN LIITTYVÄT TAUSTAKYSYMYKSET	28
8.6. MUUT TAUSTAKYSYMYKSET	30
9. TARKEMPI ANALYYSI AMMATTITEATTERIN NÄKÖKULMASTA	31
9.1. AMMATTITEATTERI VAIKUTTAVANA TEKIJÄNÄ	31
9.2. KORKEAN KIPUKYNNYKSEN ASIAKKAAT	35
9.3. PARI POIMINTAA MATKAN JA LIPUN HINNAN VAIKUTUKSESTA	37
10. LOPPUPÄÄTELMÄT	38
11. LÄHTEET	41
12. LIITTEET	43

SISÄLLYS

1. JOHDANTO	1
2. TUTKIMUSONGELMA	2
3. AIHETTA SIVUAVA TUTKIMUS	3
4. AIHEEN JA KOHDERYHMÄN RAJAUS	6
5. NÄYTE, EI OTANTA	8
6. KYSYMYKSENASETANTA	9
6.1. KÄYNTIIN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT	9
6.2. MATKAAN KÄYTETTY AIKA JA LIPPUIHIN KÄYTETTY RAHA	13
6.3. TARKENTAVAT KYSYMYKSET LIUKUASTEIKOLLA	14
6.4. TAUSTAKYSYMYKSET	16
7. KYSELY JA VASTAAJAT	17
8. TULOKSET KAIKKIEN VASTAAJIEN OSALTA	19
8.1. PÄÄTÖKSEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT (2a ja 2b)	19
8.2. RATKAISEVAA VAIKUTUSTA	22
8.3. LIPUN HINTA JA MATKA-AIKA	23
8.4. ARVOSTUSKYSYMYKSET	24
8.5. TEATTERIIN LIITTYVÄT TAUSTAKYSYMYKSET	28
8.6. MUUT TAUSTAKYSYMYKSET	30
9. TARKEMPI ANALYYSI AMMATTITEATTERIN NÄKÖKULMASTA	31
9.1. AMMATTITEATTERI VAIKUTTAVANA TEKIJÄNÄ	31
9.2. KORKEAN KIPUKYNNYKSEN ASIAKKAAT	35
9.3. PARI POIMINTAA MATKAN JA LIPUN HINNAN VAIKUTUKSESTA	37
10. LOPPUPÄÄTELMÄT	38
11. LÄHTEET	39
12. LIITTEET	41

1. JOHDANTO

Suomalainen kesäteatteri on erikoinen eliö, kansainvälisessä mittapuussa ainutlaatuinen. Kesäteattereja löytyy laidasta laitaan – ammattiteattereita, harrastajateattereita, puoliammattiteattereita, musiikkiteattereita, komediateattereita, puheteattereita, paikallaan pysyviä ja kiertäviä teattereita.

Tuottamani Lahden uusi kesäteatteri Laukes on toiminut nyt viisi kesää (ja yhden talven). Olemme tehneet tarkkaa asiakastutkimusta alusta alkaen ja tiedämme jotakuinkin tarkkaan mitä nykyiset asiakkaamme toivovat ja ajattelevat. Sen sijaan emme oikein tiedä, mitä potentiaaliset asiakkaamme haluavat. Ja sillä on väliä niin ohjelmiston ja roolituksen kuin markkinoinninkin suunnittelussa. Ympäri maailman näitä päätöksiä tehdään pitkän kokemuksen tuomalla varmuudella, mutta asiakastutkimusta tehdään jopa yllättävän vähän.

Suomalainen kesäteatteri asettaa vielä monimuotoisuudessaan oman haasteensa. Vakiintunut käsitys on, että asiakkaat odottavat kesäteatterikokemukseltaan muuta kuin mitä talvikauden teatterikokemukselta. Saatetaan puhua eri asiakaskunnasta, mutta varmasti eri kriteereistä. Mitä on laatu? Nähdäänkö eroa ammattiteatterin ja harrastajateatterin välillä? Mennäänkö teatteriin vain tavan vuoksi vai hakemaan uusia elämyksiä?

Kesä 2017 oli Laukesille haastava. Se muutti neljänteen kotipaikkaansa ja teki musikaalin naisten äänioikeustaistelusta. Kesä oli säiltään huonoin miesmuistiin ja katsojamäärä romahti edellisvuodesta. Nyt on siis aika myös katsoa, löytyykö ohjelmistovalintojen perusteeksi ajatuksia kesäteatterikävijätutkimuksesta. Kun Laukes jälleen kerran pohtii elämän ja kuoleman kysymyksiä ja mahdollista muuttoa uuteen paikkaan, on aiheellista pysähtyä pohtimaan, millainen kesäteatterin kävijäkunta on. Ja sitä, löytyykö korkeatasoiselle musikaaliteatterille, joka ei nojaa televisiosta tuttuihin tähtiin, sen kokoinen markkina, että laajeneminen valtakunnalliseksi toimijaksi on mahdollista.

Tahdon tässä vaiheessa kiittää kaikkia tämän selvityksen teossa auttaneita ja erityisesti Lahden uutta kesäteatteria, Lahden kaupunginteatteria ja Helsingin kaupunginteatteria – ensimmäistä taustamateriaalista ja jälkimmäisiä vastaajille jaettavista arpajaispalkinnoista.

2. TUTKIMUSONGELMA

Teatterin kuluttajia on tutkittu ja tutkitaan paljon. Yksittäiset teatterit Suomessa ja ulkomailla tekevät omia asiakastutkimuksiaan, lisäksi teatterialan organisaatiot Suomesta Broadwaylle, yliopistot ja korkeakoulut tekevät omiaan. Viime vuosina on alettu tutkimaan myös teatterin potentiaalisia asiakkaita sekä niitä jotka eivät teatterissa käy.

Tutkimuksin on selvitetty miksi teatterissa käydään ja miksi siellä ei käydä. On selvitetty, millaisiin asiakassegmentteihin kävijät jaetaan ja mihin muuhun kuin teatteriin he rahaansa teatterimatalla käyttävät. Sen sijaan hyvin vähän on selvitetty sitä, miten asiakas valitsee juuri sen teoksen, jonka valitsee. Kokemukseen perustuvaa mutu-tietoa tuottajilla on paljonkin, mutta tutkimukseen ei. Broadwayllä asiaa tutkitaan, mutta esimerkiksi Lontoossa ei.

Lahden uusi kesäteatteri Laukes on tehnyt toimintansa alusta saakka kyselytutkimusta asiakkaistaan. Tuo tutkimus antaa kuitenkin vain kuvan lipun jo ostaneista asiakkaista ja heidän teatterikokemuksestaan. Laukeskaan ei ole kysynyt, miksi asiakas tuli juuri Laukesin esitykseen, eikä mennyt katsomaan jotain muuta alueen lukuisista muista näytöksistä.

Juuri tähän kysymykseen haluan pureutua: Miksi tänään juuri tänne? Aikaisemmat tutkimukset ovat valottaneet, miksi asiakas lähtee teatteriin. Nyt haluan vastauksen, miksi juuri tähän tiettyyn teatteriin? Millä tekijöillä on merkitystä päätöstä tehtäessä ja millä tekijöillä on siinä erityisen ratkaiseva merkitys?

Lisäksi tahdon testata yhden hyvin yksityiskohtaisen hypoteesin. New Yorkin Commercial Theater Institute'n kolmipäiväisessä tuottajaworkshopissa toukokuussa 2007 kerrottiin yleisenä totuutena, että asiakas haluaa nähdä joko tutun teoksen tai tutun tähden. Tässä kyselyssä haluan kysyä, kumpi näistä kahdesta on vielä tärkeämpi tekijä. Tai onko teoksen tai näyttelijäkaartin tuttuudella yleensäkin suurta merkitystä?

3. AIHETTA SIVUAVA TUTKIMUS

En löytänyt suoralta kädeltä yhtään nimenomaisesti kesäteatterien asiakkaiden päätöksentekoprosessia koskevaa tutkimusta. Olemassa oleva tutkimus käsittelee varsinaisen teatterikauden (joka toki voi olla jossain ympärivuotista) asiakkaita. Siksi joudun paneutumaan aihetta sivuavaan, en aihetta käsittelevään, tutkimukseen. En tässä opinnäytetyössä referoi tavanomaista teatterien asiakastutkimusta tai muuta alan tutkimusta kuin lyhyesti ja kursorisesti. Teatterikävijän syitä mennä tai olla menemättä teatteriin on selvitetty laajalti ja monesta eri perspektiivistä.

Pyrin huomioimaan ensisijaisesti 2010-luvulla tehdyt tutkimukset – Internet ja esimerkiksi VOD-palvelut ovat muuttaneet markkinapaikkaa siinä määrin voimakkaasti, että esim. monet ajankäyttötutkimukset ovat auttamatta vanhentuneita. Samoin kilpailu vapaa-ajasta ja ihmisten huomiosta on muuttunut rajusti. Esimerkkinä, Facebookin käyttäjien määrä on nelinkertaistunut ja Twitterin kymmenkertaistunut kuluvan vuosikymmenen aikana (Statista 2017). Viimeksi mainitut ovat vaikuttaneet myös viestintä- ja markkinointikanaviin sekä ns. ”puskaradion” saavuttavuuteen.

Juuri tietyn esityksen valintaan vaikuttavat monet asiat. The Broadway Leaguen teatterivuotta 2015-16 koskevan tutkimuksen mukaan asiakkaan päätökseen vaikuttivat mm. Henkilökohtainen suositus (51,5% vastaajista), pidetty musiikki (25,8%), teoksen saamat kritiikit (20,3%) ja puhenäytelmien osalta tuttu tähti (22,6%) (The Broadway League 2016, 38-41). Broadway edustaa kuitenkin pientä ja hyvin kaupallista suurten, yli 500-paikkaisten, teatterien ryhmää. Yleisesti ottaen tutkimus lienee hyvin sovellettavissa myös pienempiin teattereihin: Theatre Development Fundin tutkimus vuonna 2008 totesi myös, että puskaradio - ”word of mouth” - oli tärkein yksittäinen valintaan vaikuttava tekijä (TDF 2008, 32). TDF edustaa koko New Yorkin teatterikenttää.

Ticketmaster tutki Ison Britannian teatterikävijöitä 2013 ja sai Broadwaystä poikkeavia tuloksia: Tärkeimmät ensisijaiset kriteerit olivat esityksen sisältö (51%), maine (16%), hinta (13%) ja paikka (8%) (Ticketmaster 2013, 19). Vertailua vaikeuttaa se, että Ticketmaster tutki vain ensisijaista syytä, kun Broadway League kysyi useampia.

Ben Walmsley tutki aktiivisten teatterikävijöiden motiiveja kahdessa teatterissa, West Yorkshire Playhouse ja Melbourne Theatre Company, osana laajempaa tutkimusta. Walmsleyn mukaan teatterikävijät hakevat ensisijaisesti joko pakoa todellisuudesta tai jotain uutta kokemusta (edutainment) (Walmsley 2011). Tästä on pääteltävissä, että esityksen sisältö on ensisijainen tekijä teosta valittaessa.

Jeffrey Simonoff ja Lan Ma tutkivat Broadway-esityksiä vastakkaisesta suunnasta. He yrittivät löytää selitystä pitkäkestoisten hittiesitysten menestykselle. Ensinnä he huomioivat, että alkuvaihe on esitykselle kriittisin aika – lehtikritiikit ja palkintoehdokkuudet vaikuttavat ratkaisevasti siihen, miten teos lähtee myymään. Musikaalin elinkaari on sen luonteesta ja speaktaakkelimaisuudesta johtuen pidempi, samoin sen todennäköisyys menestyä. (Simonoff and Ma 2011, 143-149). Simonoff ja Ma eivät kuitenkaan mitenkään huomioineet esimerkiksi ”puskaradion” merkitystä, heidän lähestymistapansa oli tämän tutkimuksen - ja ehkä käytännönkin - kannalta liian teoreettinen.

Sini Salo tutki Tampereen yliopiston Pro Gradu-työssään mahdollisia uusia teatterikävijöitä, keskittyen laitosteattereihin. Hänen mukaansa kulttuuritapahtuman houkuttelevuuteen vaikuttivat sen aihe tai teema (67%), siitä saatava taidenautinto (52%), sopiva ajankohta (50%), vastaajalle tutut esiintyjät (47%) ja tuttavien suositus (37%). Lisäksi vastaajista 72% piti tärkeänä nimenomaan viettää tapahtumassa yleensä ja teatterissa erityisesti aikaa perheen tai ystävien kanssa. Syventävissä kysymyksissä seuraa pidettiin erityisen tärkeänä. (Salo 2014, 71-73)

Salon mukaan kulttuurikohteen helppo saavutettavuus oli tärkeää 65%:lle vastaajista. Salo pohtii tutkimuksessaan myös laadun merkitystä päätöksenteossa. Hänen kyselynsä vastanneista 68% pitää korkeaa laatua tärkeänä tai erittäin tärkeänä kriteerinä. Kulttuurikokemuksen laatu ja itse esityksen laatu eivät kuitenkaan välttämättä ole sama asia. Salo toteaaakin yllätykseksen, että ”itse teatteriesitys saa olla myös heikko, mikäli kaikki muu esityksen ympärillä tapahtuva toiminta on erityisen onnistunutta”. Teatteriesitys on siis vain osa teatterikokemusta, johon liittyvät ystävät sekä mahdollisesti muut elämykset (ravintolassa käynti jne). Tätä tukee myös se, että 77% kyselyyn vastanneista piti tärkeänä irtiotta arjesta. (Salo 2014, 66-77)

Heli Metsäpelto tutki Sibelius-Akatemian taidehallinnon Pro Gradu -työssään nuoria aikuisia jotka eivät käy teatterissa. Myös hänen tutkimuksessaan korostui valintakriteerinä esityksen elämyksellisyys ja sosiaalinen aspekti. Teatterissa käynti on irtiotto arjesta, mieluiten ystävien seurassa. Siihen liittyy myös oheistoimintaa, kuten ravintolailta. Pääsylipun hinta on toissijainen, kun paketti muuten on kunnossa. (Metsäpelto 2010, 77-84)

Lahden uusi kesäteatteri Laukes on tehnyt määrämuotoista asiakastutkimusta sen jokaisesta tuotannosta aina kesän 2013 esikoisteoksesta lähtien. Tutkimuksessa on mm. kysytty tekijöitä, jotka ovat vaikuttaneet ostopäätökseen. Tutkimus rajoittuu tietystikin vain Laukesin asiakkaisiin, ei laajempaan joukkoon teatteriyleisöä. Laukesin voi todeta olevan ammattimaisena musiikkiteatterina enemmän poikkeus kuin sääntö ns. tyypillisestä suomalaisesta kesäteatterista. Vuoden 2017 kyselyssä tärkeimmät lipun ostopäätökseen vaikuttaneet tekijät olivat Laukesin aiemmat tuotannot (43%), sukulaiset ja ystävät (41%), edelliskesän teos Mökkinaapurit (29%) ja Facebook (28%). Facebook on merkittävä Laukesin viestintä- ja mainoskanava. Lisäksi tekijöinä mainittiin lehtijutut (20%), Lehtimainokset (17%) ja teatteriarvostelut (17%). Vastaavat tekijät eri painotuksilla toistuvat myös aiempien vuosien kyselyissä. (Laukes 2017, 6-7 sekä Laukes 2013-16)

	2013	2014	2015	2016	2017
Edellinen tuotanto		44 %	50 %	60 %	29 %
Muut edelliset			28 %	48 %	43 %
Sukulaiset ja ystävät	43 %	51 %	48 %	37 %	41 %
Facebook	39 %	37 %	39 %	40 %	28 %
Lehtijutut	28 %	22 %	16 %	13 %	20 %
Teatteriarvostelut	18 %	18 %	20 %	12 %	17 %
Mainokset	11 %	14 %	14 %	17 %	18 %

KUVA 1: Lahden uuden kesäteatterin kävijöiden päätökseen eniten vaikuttavat tekijät 2013-17 (Laukes 2017)

4. AIHEEN JA KOHDERYHMÄN RAJAUS

Rajaan tutkimuksen kattamaan kesäteatteria ja kohderyhmän kattamaan henkilöitä, jotka ovat käyneet katsomassa kesäteatteriesityksen viimeisen kahden vuoden (2016-17) aikana.

Rajaus kesäteattereihin perustuu siihen, että tämä tutkimus tehdään Lahden Uudelle Kesäteatterille heidän ohjelmistosuunnitteluun varten. Yleinen kokemukseen perustuva oletus lisäksi on, että kesäteatterikävijöiden kulutuskäyttäytymistä ohjaavat eri tekijät kuin talvikaudella. Tätä oletusta olisi mielenkiintoista testata rinnakkaisella kyselyllä kotimaisten talvikauden teatterikävijöiden päätöksentekoprosessista. Kaksi rinnakkaista kyselyä ristiin arviointineen kuitenkin laajentaisi ja syventäisi tutkimusta niin paljon, että se ei enää olisi amk-lopputyön kannalta tarkoituksenmukaista. Onkin toivottavaa, että tutkimustyö jatkuisi tästä eteenpäin ja sama kyselypohja on luonnollisesti käytettävissä tähän tarkoitukseen.

Rajaus todellisiin kesäteatterikävijöihin 2016-17 perustuu siihen, että on totuudenmukaisempaa tutkia todellisten kävijöiden todellisia perusteluja kuin mahdollisten kävijöiden mahdollisia perusteluja. On toki oletettavaa, että osa perusteluista on alitajuisia tai unohtunut, mutta todellisten tapahtumien muisteleminen on totuudenmukaisempaa kuin mahdollisten kuvittelu. Viimeisen kahden vuoden aikana toteutuneet käynnit ovat lisäksi sen verran tuoreita, että merkittävää muutosta vastaajan mieltymyksissä on tuskin ehtinyt tapahtua.

Kohderyhmää rajaa osaltaan automaattisesti se, että eläkeikäisten nettikäyttö on selkeästi muita ikäryhmiä rajatumpaa. Ikäryhmässä 65-74 enää kaksi kolmesta käyttää Internetiä ja yli 75-vuotiaista vain kolmannes, kun aikuisten muissa ikäryhmissä käyttöaste on yli 90% (Tilastokeskus 2016). Eläkeikäiset ovat kuitenkin aktiivinen kesäteatterin käyttäjäryhmä. Tämä vääristää tuloksia jossain määrin, mutta joudun ottamaan tilanteen ”annettuna”, näytteen korjausta kohdennetulla paperikyselyllä ei ole tarkoituksenmukaista tehdä. Mikäli vastaukset antavat aihetta toimenpiteisiin, esimerkiksi eläkeikäisten vastausten pois jättämiseen tai analysointiin erikseen, palataan niihin kyselyn vastausten analysoinnin yhteydessä.

Asetan kyselytutkimuksen näytekoon tavoitteeksi 400 nettovastaajaa. Tämäkin on vain ehkä promille koko kesäteatterikentän vuosittaisesta kävijämäärästä ja siten pahimmassa tapauksessa täysin tilastollisesti merkitsemätön. Mikäli kuitenkin kyselyn tulokset ovat selviä, niistä voidaan vetää tarvittavia johtopäätöksiä. Kyselyyn vastaavat kaikkein motivoituneimmat henkilöt, mutta tämä on toki totta myös tieteellisimminkin perustein toteutetuissa tutkimuksissa.

Kyselyä markkinoidaan Facebookissa (myös maksetuin kampanjoin), Twitterissä ja Instagramissa. Kollegoita, alan organisaatioita ja jopa vastaajia pyydetään jakamaan kyselylinkkiä omille seuraajilleen ja FB-kavereilleen. Lisäksi kyselystä tehdään tiedote, jonka toivotaan ylittävän uutiskynnyksen edes joissakin valtakunnan medioissa ja tuovan sitä kautta sellaisia vastaajia, joita sosiaalinen media ei tavoita.

5. NÄYTE, EI OTANTA

Vuosittaisia kesäteatterikävijöitä on vähintäänkin puoli miljoonaa. Teatterin tiedotuskeskuksen mukaan ammattikesäteattereissa kävi vuonna 2016 yhteensä 344.000 kävijää (Teatterin tiedotuskeskus 2016, 94) ja harrastajateattereille tehtyyn kyselyyn vastanneissa teattereissa kävi kesällä 2014 yhteensä 301.000 kävijää. Teatterin tiedotuskeskuksen oman arvion mukaan harrastajateatterien tilastoitu määrä on kuitenkin huomattavasti niiden todellista määrää pienempi, eli todellinen kävijämäärä voi olla jopa yli kaksinkertainen (Teatterin tiedotuskeskus 2014, 4-6). Kävijöitä ei rekisteröidä mitenkään, eikä heistä ole olemassa kattavaa luetteloa. Näin ollen minkäänlainen kontrolloidun otannan tekeminen ei ole käytännössä mahdollista.

Mikäli kohderyhmää ei voida selkeästi rajata ja sen jäseniä identifioida, siitä ei voi tehdä tilastollisesti merkittävää otantaa. Tällöin kyseessä on näyte. Nettikyselyyn vastaava näyteryhmä on ”itsevalikoitu näyte”, jonka tieteellinen ja tilastollinen arvo on kaikkein heikoin. Tässä nimenomaisessa tapauksessa muuta vaihtoehtoa ei ole, sillä kattava otanta vaatisi esimerkiksi useissa kesäteattereissa jaettavaa kyselylomaketta tai niissä tehtävää kyselytutkimusta. Se, miten näyte ja kohderyhmä vastaavat toisiaan, riippuu osittain sattumasta, osittain näytekoosta. Mitä suurempi näytekoosta, sitä todennäköisemmin se vastaa koko kohderyhmää (Taanila 2012).

6. KYSYMYKSENASETANTA

Jaan kyselyn neljään osaan. Ensimmäisessä osassa selvitetään vastaajien syitä valita se esitys, jota olivat katsomassa. Ensimmäisestä osasta tulee väkisinkin pitkä, joten sitä kompensoimaan toisessa osassa kysytään helppoja kysymyksiä kuljetusta matkasta ja lippujen hinnoista. Kolmannessa osassa pureudutaan tarkemmin muutamaan erilliskysymykseen ja neljännessä kysytään taustatietoja. Käytettävä SurveyMonkey rajaa kysymyksen asetantaa, joten kaikkia haluttuja jatkokysymyksiä ei voida esittää. Kysely on myös yritettävä pitää sen mittaisena, että vastaaja ei lopeta vastaamistaan kesken.

Ennen varsinaista kyselyä selvitän lyhyesti kyselyn tarkoituksen, kysymysten määrän ja arvion vastaamisajasta. Samalla kerron, että samalta tietokoneelta voi kyselyyn vastata vain kerran. Tämä siitä syystä, että useampaan kertaan vastaaminen tai mahdollinen kiusanteko estyisi.

6.1. KÄYNTIIN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

Ensimmäiseksi on selvitettävä, että vastaaja varmasti kuuluu kyselyn kohderyhmään. Vain vastaamalla ”kyllä” vastaaja pääsee varsinaiseen kyselyyn. Valittuaan ”Kyllä” vastaaja siirtyy varsinaiseen kyselyyn, ”Ei” vastaajat puolestaan kiitossivulle.

KUVA 2: Tutkimuksen kohderyhmäkysymys

* 1. Aluksi tahdomme tarkistaa että kuulut kohderyhmäämme. **Oletko käynyt kesäteatterissa** kahden viime vuoden (2016 tai 2017) aikana?

Kyllä

En

Varsinaisen kyselyn ensimmäinen kysymyssivu käsittelee niitä tekijöitä, jotka vaikuttavat asiakkaan päätökseen valita se teatteriesitys johon hän menee. Tekijöiden valitseminen ja rajaaminen olivat melkoinen haaste: Sekä aiemmin mainituissa tutkimuksissa että Laukesin yleisötutkimuksessa tekijöitä on tullut esiin runsaasti. On siis pohdittava sitä, mikä on oleellista. Eri tekijöillä on myös eriasteista vaikutusta. Kuten todettu, joissakin aiemmissa

tutkimuksissa on kysytty useita tekijöitä, osassa vain yhtä tärkeintä. Oma tavoitteeni oli selvittää molempia. Valitettavasti SurveyMonkey asetti rajoja sille, miten kysymyksiä saattoi esittää.

Alkuperäinen ajatukseni oli tehdä kaksiosainen kysely. Ensin olisi selvitetty, mitkä tekijät vaikuttivat päätökseen ja sen jälkeen kysytty ”mikä näistä oli ratkaiseva”. Kyselypohja ei kuitenkaan mahdollistanut mallia jossa yhden kysymyksen vastaukset olisivat olleet pohjana seuraavalle (tai ainakaan en sellaista mahdollisuutta löytänyt). Näin ollen jouduin muuttamaan suunnitelmaani.

Valitsin mallin, jossa vaihtoehtoina oli ”oli vaikutusta” ja ”oli ratkaiseva vaikutus” ja joista vain toisen pystyi valitsemaan. Jätin tarkoituksella pois vaihtoehdon ”ei ollut vaikutusta”, koska sen lisäksi olisi joutunut lisäämään vaihtoehdon ”ei koske minua tai en osaa sanoa”. Selvitin asian ohjeessa.

2 a. Muistele viimeistä tai viimeisimpiä kesäteatterikäyntejäsä. Mitkä **esitykseen liittyvät** tekijät vaikuttivat siihen, että menit katsomaan juuri sen esityksen tai ne esitykset - etkä jotain muuta? Millä tekijöillä oli ratkaiseva vaikutus päätökseesi?

Voit jättää tyhjäksi ne rivit / vaihtoehdot joilla ei ollut päätökseesi vaikutusta tai jotka eivät koske Sinua. Vaihtoehdot ovat satunnaisessa järjestyksessä.

	Oli vaikutusta	Oli ratkaiseva vaikutus
Esityksen aihe tai teema	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvää ja tuttua musiikkia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esittävä teatteriryhmä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

KUVA 3: Ensimmäinen kysymys vaikuttavista tekijöistä

Valitsin lopulta 25 tekijää, joilla voisi olla vaikutusta teoksen valintaan. Totesin, että määrä on liian suuri vastattavaksi yhtenä kysymyksenä. Jaottelin kysymykset kahteen osaan, 2a -kohdassa kysyttiin esitykseen liittyviä tekijöitä ja 2b -kohdassa muita tekijöitä. Koska vastaajilla voi olla taipumus lopettaa vastaaminen kesken, vaihtoehtojen järjestys satunnaistettiin.

Valitsin esitykseen liittyvät tekijät osin aiempien tutkimusten perusteella, osin kesäteatteritraditioon liittyvin perustein. Muista tutkimuksista peräisin olevia kysymyksiä olivat mm. teoksen aiheeseen, tekijöihin, maineeseen ja markkinointiin liittyvät vaihtoehdot. Kesäteatterin erityispiirteistä kysyin mm. vaikuttaako valintaan se, että kyseessä on ammattiteatteri tai se, että omia tuttuja on esiintymässä.

	Oli vaikutusta	Oli ratkaiseva vaikutus
Esityksen aihe tai teema	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvää ja tuttua musiikkia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esittävä teatteriryhmä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Käsikirjoittaja / Säveltäjä / Ohjaaja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lipun hinta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ammattiteatteri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ennalta tai nimenä tuttu teos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tunnettuja näyttelijöitä esiintymässä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Omia tuttuja esiintymässä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehtiarvostelut tai jutut mediassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tutuilta tai sukulaisilta kuullut kehu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esityksen ennakkomainonta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu syy (tarkenna halutessasi alla)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

KUVA 4: Esitykseen liittyvät tekijät (järjestys satunnainen)

Valitsin muut tekijät samoin osin aiempien tutkimusten ja osin muiden syiden pohjalta. Aiemmista tutkimuksista kumpusivat mm. saavutettavuuteen, teatterikokemuksen sosiaalisuuteen ja elämyksellisyyteen liittyvät kysymykset. Kesäteatterille on edelleen tyypillistä sään armoilla olo, siksi kysyin sekä säätilasta että teatterin kattamisesta. Paljon on ollut puhetta television merkityksestä, joten kysyin myös, vaikuttiko illan tv-ohjelmatarjonnan heikkous lähtöpäätökseen.

Lahden uusi kesäteatteri on viisivuotisen historiansa aikana joutunut muuttamaan kahdesti ja uusi muutto on jälleen edessä. Mutu-tuntuma on ollut, että yleisö on paikkasidonnaista. Se ei muuta esittävän ryhmän mukana vaan kulkee tottumuksesta samaan paikkaan vuodesta toiseen. Myös tätä selvitin vaihtoehdoilla ”esittävä teatteriryhmä”, ”esityspaikka”

ja ”teatterin edelliset tuotannot”. Kysymykset jaettiin siten, että ensimmäistä kysyttiin kohdassa 2a ja kahta jälkimmäistä kohdassa 2b.

	Oli vaikutusta	Oli ratkaiseva vaikutus
Esityspaikka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teatterin edelliset tuotannot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Säätila	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Katettu katsomo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lyhyt matka teatteriin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Halusin kokea jotain uutta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sukulaisia tai tuttuja lähdössä samaan esitykseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Joka kesäinen traditio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvät väliaikatarjoilut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Televisiossa ei ollut mitään kiinnostavaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Järjestetty matka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Halusin tukea paikallista teatteria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Velvollisuudentunnosta puolisoa tai ystäviä kohtaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu syy (tarkenna halutessasi alla)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

KUVA 5: Muut tekijät (järjestys satunnainen)

Kummassakin alakysymyksessä oli lisäksi kohta ”muu syy” ja sen alla laatikko avoimelle vastaukselle.

Ajatuksena oli, että vaikka nämä eri tekijät on kyselyvaiheessa jaettu kahteen alakysymykseen, analyysivaiheessa ne käsitellään pääsääntöisesti yhtenä kysymyksenä. Toki on kiinnostavaa, onko teokseen liittyvillä tekijöillä enemmän merkitystä kuin muilla tekijöillä. Kokemus on kuitenkin osoittanut, että käytännön kannalta yksittäisillä tekijöillä on enemmän merkitystä. Suurin merkitys lienee kuitenkin eri tekijöiden kombinaatioilla, mutta niiden löytäminen rajallisesta vastausmateriaalista voi olla hankalaa. Vaikka kasaan saataisiin tavoitteena olevat 400 vastausta, kovin merkittäviä korrelaatiomatriiseja ei tästä massasta uskalla luoda.

6.2. MATKAAN KÄYTETTY AIKA JA LIPPUIHIN KÄYTETTY RAHA

Kuten aiemmin todettu, halusin seuraavaksi ottaa pitkän ja ehkä raskaaksi koetun kysymyspatterin vastapainoksi kolme lyhyttä kysymystä. Kaikki sivun kysymykset olivat monivalintakysymyksiä, joissa voi valita vain yhden vaihtoehdon. Ensimmäisessä tahdottiin selvittää, kuinka pitkän matkan päähän katsojat ovat keskimäärin valmiit kulkemaan. Katsoin, että ajan kysyminen on kuvaavampaa kuin kilometrien – viiden kilometrin matka tahtuu kaupungissa aivan eri tahtiin kuin maaseudulla. Aikavaihtoehtojen lisäksi valittavana oli kohta ”kävin teatterissa muun matkan yhteydessä” sillä aina teatterissa käynti ei ole matkan päätarkoitus, vaan se voi olla esim. sukulointimatkan ”sivutuote”.

3. Kuinka pitkälle matkustit (yhteen suuntaan) katsomaan kesäteatteriesitystä? Jos näit useamman, mikä oli keskimääräinen aika?

- Alle 15 minuutin matkan päähän
- 15 - 30 minuutin matkan päähän
- 30 - 60 minuutin matkan päähän
- Yli 60 minuutin matkan päähän
- Kävin teatterissa muun matkan (työ-, ostos- tai lomamatka, sukulointi tms) yhteydessä

KUVA 6: Matkan pituus

Toisessa kysymyksessä kysyttiin, paljonko teatterilippu maksoi. Kesäteatterien lippujen hinnat vaihtelevat suuresti. Alimmillaan harrastajaryhmien peruslippu voi olla muutamia euroja, kun taas kalleimmat ammattiteatterien perusliput ylittävät reilusti 30 euroa. Lahden uuden kesäteatterin peruslippu maksoi kuluineen 28,50 euroa (Laukes 2017). Sitä on asiakastutkimuksessa pidetty laatuun nähden oikean tasoisena. Halusin kuitenkin vielä kysyä, mikä on ”ehdoton kipuraja” pääsylipun hinnassa, jos teos on muuten juuri sellainen kuin pitää. Tällä on merkitystä ohjelmisto- ja taloussuunnittelussa.

4. Kuinka paljon maksoit kesäteatteriesityksen pääsylipusta? Jos näit useamman, mitä maksoit keskimäärin?

- 0 - 10 euroa
- 11 - 20 euroa
- 21 - 30 euroa
- Yli 30 euroa

KUVA 8: Lipun hinta

5. Sivun loppuksi kysymys, joka ei koske menneitä kesiä: Kuinka paljon **olet valmis maksamaan** kesäteatterilipusta, jos esitys on juuri sellainen jonka ehdottomasti haluat nähdä?

- Alle 10 euroa
- 11 - 20 euroa
- 21 - 30 euroa
- 30 - 40 euroa
- Yli 40 euroa

KUVA 7: Lipun hinnan kipukynnys

6.3. TARKENTAVAT KYSYMYKSET LIUKUASTEIKOLLA

Seuraavaksi tahdon selvittää vastaajien mielipiteitä ja arvotuksia muutamasta kysymyksestä, jotka ponnahtavat pintaan niin keskusteluissa kuin vaikka ohjelmistoa suunniteltaessa. Kesäteatterikävijän mausta ja tarpeista on paljon kokemukseen perustuvia oletuksia, mutta niitä ei juuri ole tutkittu.

Tällä sivulla on yhteensä seitsemän kysymystä, jossa on kaksi vastausvaihtoehtoa ja niiden välissä liukuasteikko. Pohdin pitkään parasta tapaa näiden kysymysten esittämiseen, vaihtoehtoina oli useampiportainen monivalinta (kysymyksen 2a ja 2b tapaan) ja liukuasteikko. Päädyin jälkimmäiseen siitä käytännön syystä, että edellisen tekeminen SurveyMonkey -alustalla oli haastavaa. Jokainen vaihtoehto olisi pitänyt otsikoida erikseen, minkä lisäksi niitä olisi pitänyt olla 7 tai 9 – kokemus kertoo, että vastaajat hyvin

harvoin valitsevat aivan ääripäässä olevan vaihtoehdon. Liukuasteikko haastaa vastaajaa enemmän kuin monivalinta, mikä on sekä hyvä että huono asia. Pyrin auttamaan ja motivoimaan vastaajaa ohjeistuksella.

Tämän sivun kysymyksillä tahdomme tarkentaa vastauksiasi muutamaan laadulliseen seikkaan. Kysymykset voivat vaikuttaa haastavilta, mutta toivomme Sinun silti vastaavan niihin.

-

Vastaa **liu'uttamalla osoitinpallukkaa** vasemmalle tai oikealle haluamaasi kohtaan. Siirrä pallukkaa sitä lähemmäksi ääripäätä mitä vahvempi mielipiteesi asiasta on.

6 a. Pitääkö kesäteatteriesityksen olla tuttu ja turvallinen vai uusi ja yllättävä?

Tuttu ja turvallinen Uusi ja yllättävä

KUVA 9: Ensimmäinen tarkentava kysymys ohjeineen (kyselyssä "pallukka" on lähtötilanteessa keskellä)

Yksi kesäteatterista yleisesti liikkuva stereotypia on, että sen pitää olla helppoa ja hauskaa eskapismia. Toinen on, että vuodesta toiseen mennään katsomaan samoja esittäjiä esittämässä jotakuinkin samoja rooleja samanlaisessa tarinassa. Halusin testata näitä kolmella kysymyksellä. Ensiksi kysyn, ”pitääkö kesäteatterin olla tuttu ja turvallinen vai uusi ja yllättävä”. Seuraavaksi kysyn ”pitääkö kesäteatterin olla mieluummin hauska ja kevyt vai syvälinen ja ajatuksia herättävä”. Hieman myöhemmin kysyn vielä ”menetkö mieluummin katsomaan tutun kesäteatterin uutta esitystä vai etsitkö aktiivisesti uusia kesäteattereita joissa käydä”.

Kesäteatteriin liittyy usein musiikki. Musiikkinäytelmät ja musikaalit ovat suosittuja, mutta laulu-, musiikki- ja tanssinumerot sisältyvät usein myös puhenäytelmiin. Kysyn siksi myös ”pitääkö kesäteatterikappaleessa olla laulua ja tanssia”.

Toisin kuin repertuaariteattereita talvikaudella, monia ammattikesäteattereita markkinoidaan tähdillä, ovatpa he sitten televisiosta tuttuja näyttelijöitä ja koomikkoja tai konserttilavoilta tai levylautasilta tuttuja musikoita. Olettama on, että tähtikultti myy. Kysyn siksi ”kuinka tärkeää on, että näytelmässä on tv:stä tuttuja tähtiä tai muuten tunnettuja esiintyjä”.

Kesä on harrastajateatterien luvattua aikaa ja niiden tekemiä tuotantoja on sadoittain ympäri maata. Tilastoidutkin teatterit myyvät yhteensä saman verran lippuja kuin ammattikesäteatterit, tilastoista puuttuu lisäksi suuri osa harrastajateattereista. Lahden uuden kesäteatterin asiakastutkimusten mukaan yleisö suurelta osin vertaa sitä alueen harrastajateattereihin – kesällä eroa ammatti- ja harrastajatuotannon välillä ei ehkä nähdä samoin kuin talvella. Kysynkin ”menetkö kesällä katsomaan mieluummin ammattiteatteria vai harrastajateatteria”.

Sivun viimeinen kysymys pohjaa keväällä 2007 New Yorkissa käymääni Commercial Theatre Institutin tuottajakurssiin. Siellä eräs kokenut tuottaja totesi, että menestyäkseen esityksen täytyy olla yleisölle ennalta tuttu tai siinä täytyy olla yleisölle tuttu tähti (Commercial Theater Institute 2007). Kumpaakin näistä selvitetään aikaisemmissa kysymyksissä, mutta jäljelle jää kysymys: Jos pitää olla joko tuttu teos tai tuttu tähti, niin kumpi niistä on tärkeämpi? Viimeiseksi kysynkin ”kumman katsot mieluummin, tutun teoksen jossa tuntemattomat näyttelijät vai uuden teoksen, jossa tunnetut näyttelijät”.

6.4. TAUSTAKYSYMYKSET

Lopuksi kysyn muutaman taustakysymyksen, joista suurimman osan otan sellaisinaan Lahden uuden kesäteatterin asiakastutkimuksesta, vertailun helpottamiseksi. Tällaisia kysymyksiä ovat vastaajan sukupuoli ja ikä sekä kesä- ja talvikaudella teatterissa käynnin frekvenssi. Lisäksi kysyn viimeiseksi, onko vastaaja itse mukana jossain kesäteatterissa.

Laukesin kyselyssä asuinpaikka kysytään Päijät-Hämeen näkökulmasta. Nyt kuitenkin kysely on valtakunnallinen, joten asuinpaikka on kysyttävä toisin. Valitsen vaihtoehdoiksi ”pääkaupunkiseudulla”, ”muussa kaupungissa”, ”kuntakeskuksessa tai taajamassa” ja ”haja-asutusalueella tai maaseudulla”. Pääkaupunkiseudun valitsin omaksi vaihtoehdokseen, koska se on asukasmäärältään suuri ja koska usein oletetaan, että Kehä I:n sisäpuolelta ei ”provinssiin” lähdetä. Muuten vaihtoehdot noudattavat suht-tyypillistä kaupunki – taajama – maaseutu -akselia. Lisäsin maaseutu-kohtaan termin ”haja-asutusalue”, joka helpommin kattaa myös maaseudun asutuskeskittymät.

7. KYSELY JA VASTAAJAT

Kysely julkaistiin SurveyMonkey-palvelussa 25.10.2017. Sitä mainostettiin Facebookissa, sekä tekijän että Lahden uuden kesäteatterin sivulla, jossa sen näki noin 50.000 henkilöä. Jälkimmäisellä sitä mainostettiin myös maksullisesti, kohderyhmänä Laukesin tykkääjät ja heidän kaverinsa. Mainos tavoitti reilut 34.000 henkilöä. Lisäksi linkkiä jaettiin Facebookissa 102 kertaa. Linkkiä jakoivat mm. monet kesäteatterit, Teatterin tiedotuskeskus ja Nuorisoseurajärjestö, sekä yksityishenkilöt. Kyselyä mainostettiin myös Twitterissä. Kyselystä tehtiin lehdistötiedote, laajana jakeluna lehtien online- ja kulttuuritoimituksiin, mutta tietävästi sen julkaisi vain yksi kymenlaaksolainen pikkulehti.

Ensimmäisen vuorokauden aikana vastauksia kertyi 227, toisen 274 ja kolmannen 294. Markkinoinnin päättyessä vastauksia oli reilut 800, ja lopullinen vastausmäärä kyselyn sulkeutuessa 18.11.2017 oli 1.311. Vastausmäärä lasketaan kysymykseen 1 vastanneista. Kohderyhmään näistä ilmoitti kuuluvansa 1.282 henkilöä.

Tässä vaiheessa tapahtui sitten aluksi minua yllättänyt karsiutuminen. Kysymyksiin 2a ja 2b vastasi enää 1.119 ja 1.121 henkeä, eli reilut 160 vähemmän kuin kysymykseen 1. SurveyMonkey ei syytä tähän anna, mutta oletan kyseessä olevan samalta koneelta uudelleen kyselyyn pyrkineitä henkilöitä. Jälkikäteen voi pohtia, oliko rajoite järkevä – kuinka moni samaa konetta käyttävä puoliso joutui nyt esimerkiksi jättämään vastaamatta. Toisaalta, vaihtoehtona olisi ollut esimerkiksi mobiililaitteella vastaaminen, eli ”when there is a will, there is a way”.

Lähes jokainen kysymyksiin 2a ja 2b vastannut täytti kyselyn loppuun saakka, vain 23 (2%) jätti vastauksensa kesken, heistäkin puolet vasta taustakysymysten kohdalla. Lähdettiin siitä, että näytteen nettokoko on luokkaa 1.120.

Näytteen kokoa voi pitää hyvänä. Eri kysymys on, onko se edustava. Valtakunnallisia otantaan perustuvia gallupeja tehdään samankokoisilla otosryhmillä, joten tämä antaa jotain osviittaa. Seurasin kysymysten 2a ja 2b vastausten kertymiä säännöllisesti näytekoosta N=396 alkaen. Vastausten trendit pysyivät samoina vastaajamäärän kasvaessa, vaikka prosenttiluvut ja keskinäinen sijoitus vaihtelivatkin. Näin ollen pidän näytettä olosuhteisiin nähden luotettavana ja tuloksia vähintäänkin suuntaa antavina.

Kyselyyn vastanneista 85% oli naisia ja 15% miehiä. Tämä ei tietenkään kuvasta sen enempää valtakunnallista keskiarvoa kuin kesäteatterien kävijämääriäkään. Se vastaa kuitenkin melko tarkkaan Laukesin asiakastutkimuksiin vastanneiden jakaumaa. Myös muissa tutkimuksissa on vastaavaa trendiä. Tämä kertoo joko siitä, että naiset tekevät pääasiassa päätöksen teatteriin lähdöstä tai vain siitä, että naiset vastaavat innokkaammin kyselyihin. Henkilökohtaisessa haastattelussa olisi ollut selkeästi helpompaa pyrkiä tasapainoisempaan tulokseen.

Myös vastaajien ikärakenne poikkeaa kansan ikäjakaumasta. 40-59 -vuotiaiden osuus vastaajista on 51%, kun heidän osuutensa väestöstä on 25%. Alle 20-vuotiaiden osuus vastaajista on puolestaan vain 2%, kun heidän osuutensa väestöstä on 22%. Toki heidän kohdallaan vain ehkä yli 16-vuotiaat ovat itsenäisiä teatterikävijöitä, heitä on 5% väestöstä. 20-39 -vuotiaiden ja 50-69 -vuotiaiden osuudet 21% ja 26% vastaavat melko tarkkaan sen ikäisten osuutta väestöstä (24% ja 23%). Yli 80-vuotiaita oli vastaajista vain 4, siis 0%, mikä selittynee ikäluokan hyvin vähäisellä internetin käytöllä. Tästä puhuttiinkin jo tutkielman alussa.

Teatterien yleisöjakaumaa ei liene viime vuosina tarkemmin tutkittu. Tilastokeskuksen 2009 tekemässä vapaa-aikatutkimuksessa teatterissa oli viimeisen 12 kuukauden aikana käynyt miehistä noin kolmannes ja naisista reilu puolet. Ikäjakauma tutkimuksessa on selkeästi erilainen kuin tässä, mutta siitäkin ilmenee, että keski-ikäisten osuus on suhteellisesti muita suurempi – ei kuitenkaan niin paljon kuin tässä kyselyssä (Tilastokeskus 2009).

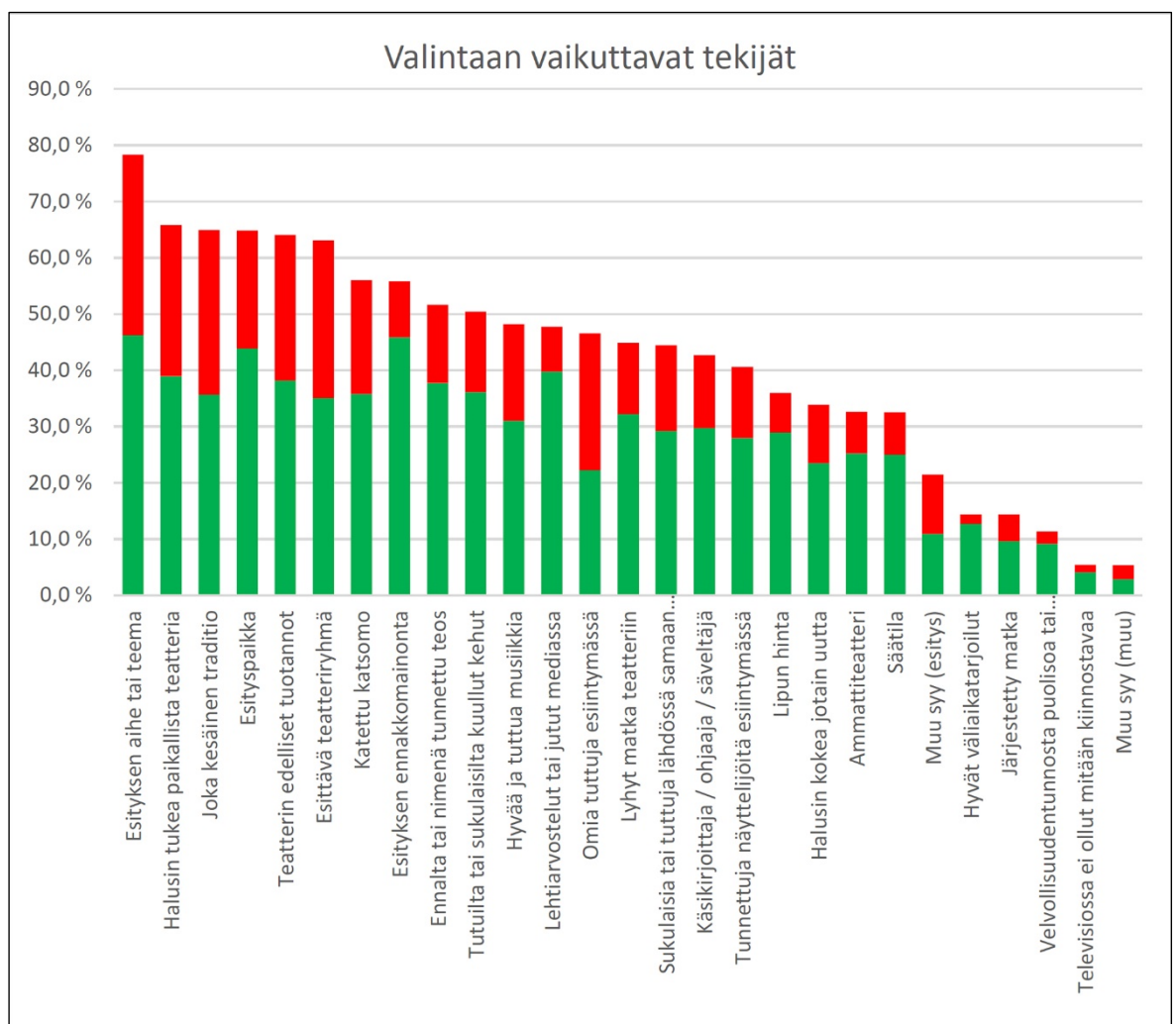
Koska kyseessä on näyte, eikä tilastollisin menetelmin tehty otanta, ei ole tarkoituksenmukaista lähteä korjaamaan vastaajaprofiilin vääristymiä kertoimin. Ikäjakaumaltaan vastaajat ovat lähempänä kokemukseen perustuvaa käsitystäni kesäteatterien katsojista, varsinkin päätöksentekijöistä. Sukupuolijakauma on kauempana todellisuudesta, sillä tilastokeskuksenkin mukaan jakauma on lähempänä 60-40 -suhdetta kuin vastaajien 85-15 -suhdetta. Käyn miehet siksi läpi omana ryhmänään ja katson, löytyykö merkittäviä eroja naisten vastauksiin.

8. TULOKSET KAIKKIEN VASTAAJIEN OSALTA

Käyn ensin läpi vastaukset koko otoksen osalta. Koska tämän kokoisessa otoksessa virhemarginaali on parin-kolmen prosenttiyksikön luokkaa, pidän vasta yli viiden prosenttiyksikön eroja merkittävinä.

8.1. PÄÄTÖKSEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT (2a ja 2b)

Koska kysymyksiin 2a ja 2b vastasi käytännössä sama määrä (1.119 ja 1.121) vastaajia, voidaan ne suoraan yhdistää. Kysymyksissä kysyttiin, mitkä tekijät vaikuttavat päätökseen mennä katsomaan po. esitys ja millä tekijöillä oli ratkaiseva vaikutus. Vaikuttavien ja ratkaisevien yhteenlaskettu vaikutus selviää alla olevasta kaaviosta.



KAAVIO 1: Esityksen valintaan vaikuttavat tekijät, kaikki vastaajat

Selkeästi tärkeimpänä esityksen valintaan vaikuttavana tekijänä pidettiin sen aihetta tai teemaa. Vastaajista 78% katsoi, että sillä on vaikutusta, heistä 32% katsoi sillä olevan ratkaisevaa vaikutusta (muistutan, että vastaaja saattoi valita ”ratkaisevaa vaikutusta” useamman tekijän osalta). Myös brittitutkimuksessa esityksen sisältö oli ehdoton ykkönen, Broadwaylla sitä ei suoraan ollut vaihtoehtona (Ticketmaster 2013, 19). Samoin Sini Salon Pro Gradu -työssä aihe tai teema oli ykkönen, sen mainitsi 67% vastaajista (Salo 2014, 71).

Seuraavaksi nousi lähes samalla prosenttiosuudella viisi tekijää: Halusin tukea paikallista teatteria (66%, josta ratkaisevaa 27%), Joka kesäinen traditio (65%, ratk. 29%), Esityspaikka (65%, ratk. 21%), Teatterin edelliset tuotannot (64%, ratk. 26%) ja Esittävä teatteriryhmä (63%, ratk. 28%). Tässä löytyikin heti selkeä ero ”talvikauden” teattereita koskeviin kyselyihin: Paikallisuus, paikkasidonnaisuus ja vakiintunut tapa. Esittävä teatteriryhmä ja paikka tulevat brittiläisessä tutkimuksessa hyvin pienillä prosenteilla, Salon tutkimuksessa ne eivät tulleet vastaan ollenkaan.

Lahden uuden kesäteatterin muuttokokemukset ovat jo antaneetkin osviittaa siitä, että kesäteatteri on enemmän sidottu paikkaan ja vakiintuneeseen tapaan kuin teatteriryhmään. Laukesista puhuttiin ensimmäiset vuodet Myllysaaren kesäteatterina ja sitten Messilän kesäteatterina – ja teatterin muuttaessa Myllysaaresta Messilään iso osa asiakkaista jäi Myllysaaressa jatkavan seuraajan asiakkaiksi. Teatterin aikaisemmillä tuotannoilla voisin kokemuksen perusteella kuvitella viitattavan enemmän esityspaikan edellisiin tuotantoihin.

Paikallisuus ja paikallisen kentän tukeminen on myös oman henkilökohtaisen kokemuksen perusteella osa kesäteatterin olemusta, kuten myös sen merkitys joka kesäisenä traditiona. Paikallisuuden käsite sen sijaan voi olla häilyvä, sillä puolet vastaajista matkusti teatteriin yli puoli tuntia suuntaansa. ”Alueellinen” voikin olla ”paikallista” kuvaavampi termi.

Kymmenen tärkeimmän tekijän joukkoon mahtuivat vielä Katettu katsomo (56%, ratk. 20%), Esityksen ennakkomainonta (56%, ratk. 10%), Ennalta tai nimenä tunnettu teos (52%, ratk. 14%) ja Tutuilta tai sukulaisilta kuullut kehut (50%, ratk. 14%). Varsinkin kesä 2017 oli kylmä ja kostea, joten katettu katsomo nousi varmasti monelle vaikuttavaksi tekijäksi tästä syystä. Tarkastelen kattamista myöhemmin tarkemmin. Esityksen tuttuus ja ystävien tai sukulaisten suosituksien tulevat esiin myös muissa tutkimuksissa. Broadway

Leaguen kyselyssä henkilökohtainen suositus oli tärkein yksittäinen valintaan vaikuttanut tekijä, Lontoon kyselyssä ”reputation” toiseksi tärkein. Laukesin katsojatutkimuksessa ”Sukulaiset ja ystävät” oli edellisten tuotantojen jälkeen toiseksi tärkein valintaan vaikuttanut tekijä. Kyselyssä ei tosin tarkenneta, onko kyse heiltä kuulluista kehuista vai esimerkiksi sovitusta yhteisestä teatterikäynnistä.

Tuttuuden ja kuultujen kehujen painoarvo on kuitenkin tässä kyselyssä pieni, ratkaisevaa merkitystä niillä oli vain 14% vastaajille. Vielä pienempi painoarvo on ennakkomainonnalla, ratkaisevaa merkitystä sillä oli vain joka kymmenennelle. Tämä vastaa esim Broadway Leaguen kyselyä, jossa vain reilu viidennes mainitsi mainonnan minkäänlaisena tekijänä teosvalinnalleen.

Seuraavaan ryhmään (40-50%) kuuluu sitten seitsemän eri tekijää: Hyvää tai tuttua musiikkia (48%, ratk 17%), Lehtiarvostelut tai jutut mediassa (48%, ratk. 8%), Omia tuttuja esiintymässä (47%, ratk. 24%), Lyhyt matka teatteriin (45%, ratk. 13%), Sukulaisia tai tuttuja lähdössä samaan esitykseen (44%, ratk. 15%), Käsikirjoittaja, säveltäjä tai ohjaaja (43%, ratk. 13%) ja Tunnettuja näyttelijöitä esiintymässä (41%, ratk. 13%).

Tästä ryhmästä on kiinnostavaa verrata keskenään tekijöitä ”Omia tuttuja esiintymässä” ja ”Tunnettuja näyttelijöitä esiintymässä”. Omat tutut esiintymässä on sekä absoluuttisesti että painoarvoltaan tunnettuja näyttelijöitä ratkaisevampi tekijä. Tämä tietysti osaltaan selittyy kesäteatterin harrastajateatteriin pohjaavalla erityisluonteella. Peräti joka neljäs pitää ratkaisevana tekijänä oman tutun näkemistä lavalla. Esiintyjä- tai tekijäanimillä vastaavaa asemaa ei koko otoksen vastauksissa ole. Syvemmässä tarkastelussa eri teatterityyppien välillä löytyy eroja, mutta siitä tuonnempana.

Loput tekijät jäävät maininnoissa kolmannekseen tai sen alle. Huomionarvoista on, että ammattiteatteri vaikuttaa tekijänä vain 33% päätökseen, ratkaisevaa merkitystä sillä on vain 7% vastaajista. Lipun hinnalla (34%, ratk. 7%) ja säätilalla (33%, ratk. 8%) on myöskin hyvin vähäinen merkitys.

Kulttuurin muutoksesta kertonee se, että järjestetty matka on vaikuttavana tekijänä vain 14% vastaajista, ratkaisevaa vaikutusta sillä oli 5%:lle. Tämä vahvistaa kokemuksen tuomaa kuvaa siitä, että teatteriretket ovat vähentyneet ja jokainen asiakas on saatava

teatteriin yksisönä, ei seuran kesäretken matkassa. Rohkaisevana pidän sitä, että vain viisi prosenttia piti television huonoa ohjelmatarjontaa vaikuttavana tekijänä. Kesäteatteri joko ei kilpaile television kanssa tai sitten vastaajat aikatauluttavat sen katselun muiden aktiviteettien kanssa.

Vaikka kysyin kummassakin alakohdassa tekijöitä ”Muu syy”, saaduista avoimista vastauksista ei sellaisia juuri löydy. Enemmänkin vastaajat ovat niissä perustelleet aiempia vastauksiaan, kuten vaikka ketä nimenomaista näyttelijää kävivät katsomassa.

Yhteenveto vastauksista löytyy Liitteestä 3.

8.2. RATKASEVAA VAIKUTUSTA

Hieman erilaista näkökulmaa saa, kun katsoo luetteloa kymmenestä tärkeimmästä tekijästä, jolla katsottiin olevan ratkaisevaa vaikutusta:

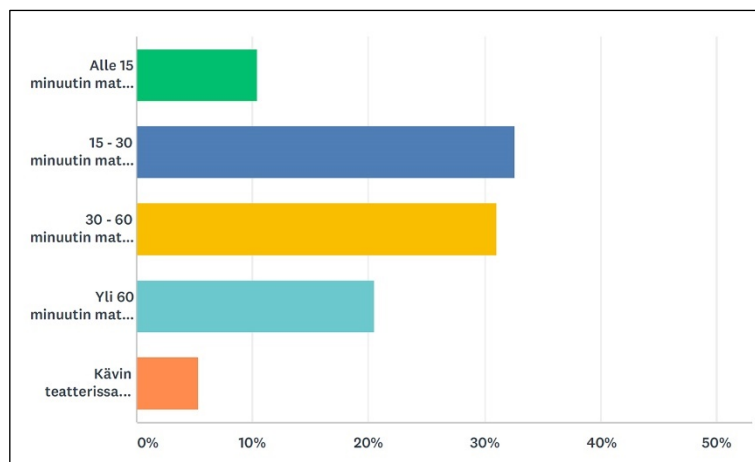


KAAVIO 2: Ratkaisevaa vaikutusta, kaikki vastaajat

Luettelo noudattaa jotakuinkin vaikuttavien tekijöiden top-10 -listaa. Merkittävänä erona on ”Omia tuttuja esiintymässä” nousu listan kuutoseksi 24% osuudella. Huomionarvoista on myös, että esittävä teatteriryhmä (28%) nousee selkeästi esityspaikan (21%) ohitse ratkaisevana tekijänä, vaikka kokonaistekijänä ne ovat samaa luokkaa.

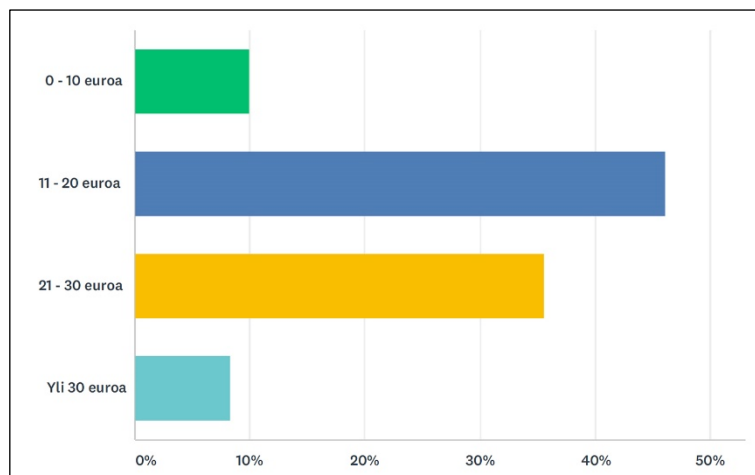
8.3. LIPUN HINTA JA MATKA-AIKA

Ehdottomasti suurin osa vastaajista kulutti yhdensuuntaiseen teatterimatkaan aikaa varttitunnista tuntiin, 15-30 minuuttia kulutti 33% ja 30-60 minuuttia 31% vastaajista. Alle varttitunnin kulutti 10% ja yli tunnin 21% vastanneista. Reilut 5% kävi teatterissa osana muuta matkaa. Tämä asettaa hieman uuteen valoon aikaisemmin mainitun syyn tukea paikallista teatteria, sillä yli 30 minuuttia matkaansa käyttäneet pitivät sitä yhtä merkittävänä tekijänä kuin kaikkien vastaajien keskiarvokin.



KAAVIO 3: Teatterimatkaan käytetty yhdensuuntainen aika, kaikki vastaajat

Lähes puolet vastaajista (46%) maksoi pääsylipusta 11-20 euroa ja reilu kolmannes (36%) 21-30 euroa. Joka kymmenes maksoi joko alle 10 euroa (10%) tai yli 30 euroa (8%).

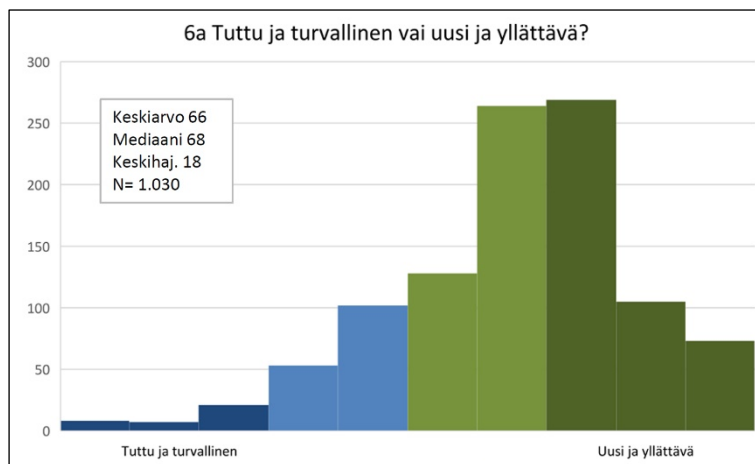


KAAVIO 4: Pääsylipusta maksettu hinta, kaikki vastaajat

Sivun loppuun kysyin hypoteettisesti, paljonko vastaaja olisi valmis maksamaan, jos esitys on juuri sellainen, jonka hän haluaisi. Tasan puolet (50%) olisi valmis maksamaan 21-30 euroa ja noin kolmannes (31%) 11-20 euroa. Vastaajista 15% olisi valmis maksamaan 31-40 euroa, kun vain 3% maksaisi yli 40 euroa ja noin prosentti 10 euroa tai alle.

8.4. ARVOSTUSKYSYMYKSET

Ensimmäisenä kysyin, tuleeko kesäteatterikappaleen olla tuttu ja turvallinen vai uusi ja yllättävä. Hieman yllättäen vaaka kallistui uuden ja yllättävän puolelle. Pidän tulosta yllättävänä, kun vertaan sitä sekä teokseen valintaan vaikuttaneisiin kriteereihin, että alempana käsittelemiini muihin kysymyksiin. Jos täysin tuttu ja turvallinen (vasen) on 0 ja täysin uusi ja yllättävä (oikea) 100, keskiarvo oli 66 ja mediaani jopa 68. Vain pieni vähemmistö edellytti teokselta tuttuutta ja turvallisuutta.

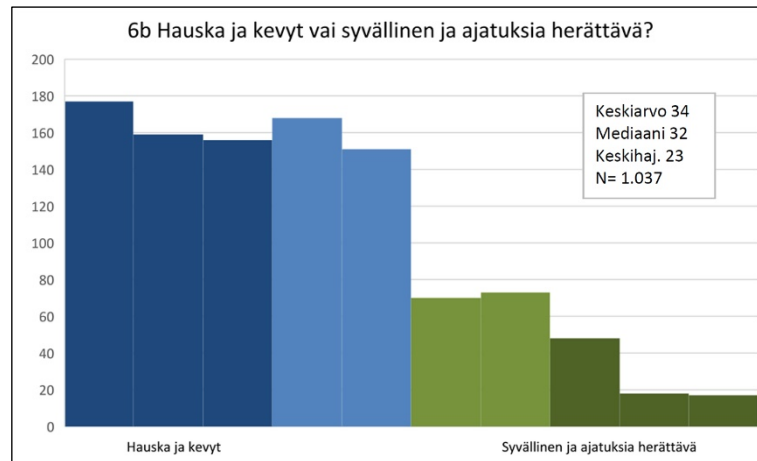


KAAVIO 5: Tuttu ja turvallinen vai uusi ja yllättävä, kaikki vastaajat (tummat palkit 0-10, 11-20 ja 21-30 sekä 71-80, 81-90 ja 91-100)

Kysyttäessä tuleeko teoksen olla hauska ja kevyt vai syvälinen ja ajatuksia herättävä, painotus oli selkeästi hauska ja kevyessä. Keskiarvo oli 34 ja mediaani 32. Tämä sopii hyvin yhteen esimerkiksi Walmsleyn tutkimusten kanssa, jossa eskapismi on hyvin merkittävä syy teatteriin menolle.

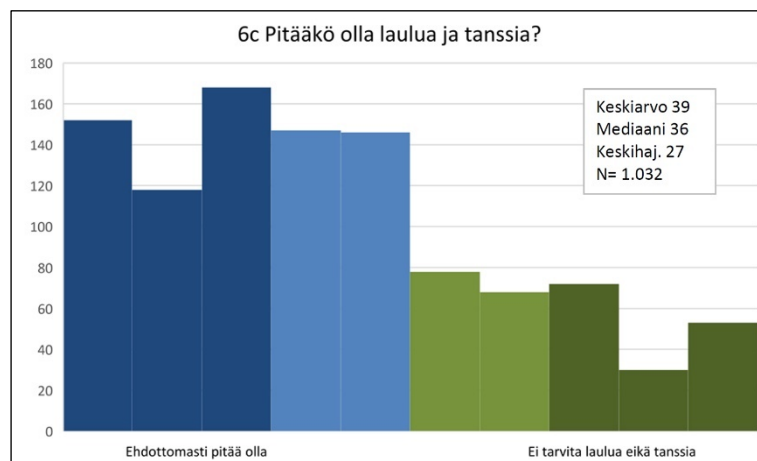
On jotenkin vaikea käsittää sitä, että yhtä aikaa halutaan sekä uutta ja yllättävää että hauskaa ja kevyttä, varsinkin kun valintaan vaikuttavana tekijänä ”halusin kokea jotain

uutta” jää aivan listan häntäpäähän (34%, ratk. 10%). Ilmeisesti minulle ja vastaajille terminologia on erilainen. Vastaajille ”uusi ja yllättävä” ja ”hauska ja kevyt” käyvät ilmeisen hyvin yhteen – ehkä halutaan tarinaltaan uutta ja yllättävää komediaa tai musikaalia.



KAAVIO 6: Hauska ja kevyt vai syvälinen ja ajatuksia herättävä, kaikki vastaajat

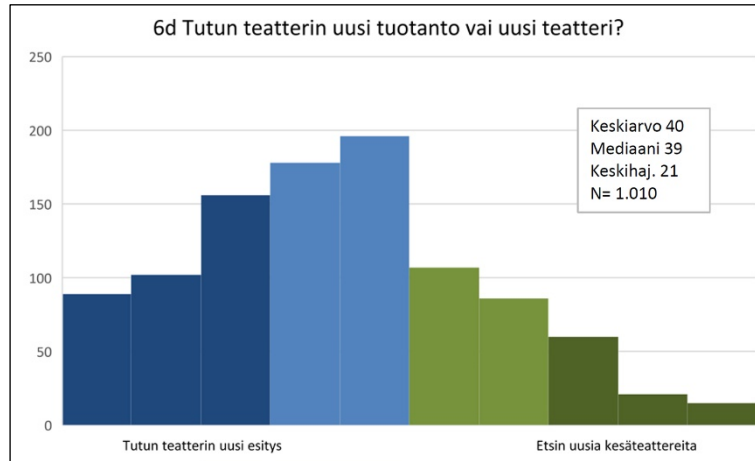
Kysyttäessä pitääkö kesäteatterikappaleessa olla laulua ja tanssia, vastausten hajonta laajeni hieman. Keskiarvo ja mediaani olivat reilusti sen kannalla, että pitää olla (keskiarvo 39, mediaani 36), vaikkakin toki oltiin jo keskiasteikon puolella. Kuitenkin 15% oli melko tiukasti sitä mieltä, että niitä ei tarvita.



KAAVIO 7: Pitääkö olla laulua ja tanssia, kaikki vastaajat

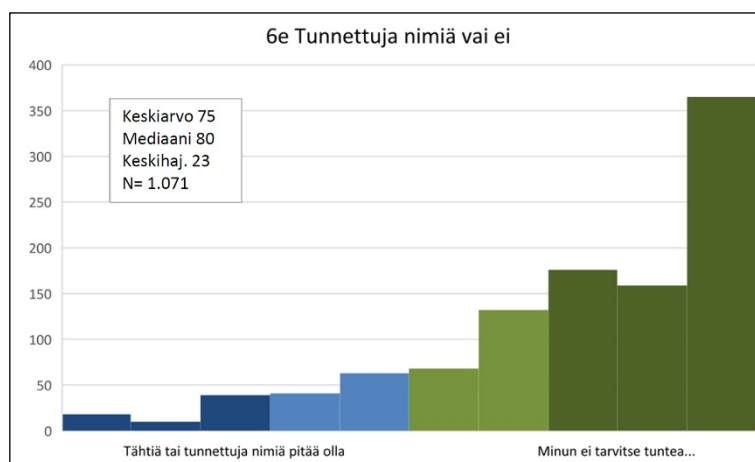
Kysymys siitä, pitääkö olla tutun teatterin uusi tuotanto vai etsiikö vastaaja uusia kesäteattereita, osoittautuikin hieman monisyisemmäksi. Vastaukset keskittyivät selkeästi

lähemmäs keskikohtaa kuin aikaisemmin, mutta paino on selkeästi tutun teatterin uusien tuotantojen puolella (keskiarvo 40, mediaani 39). Tätä tukevat luonnollisesti myös aiemmin käsitellyt valintaan vaikuttavat tekijät (teatterin edelliset tuotannot, joka kesäinen traditio, esityspaikka jne).



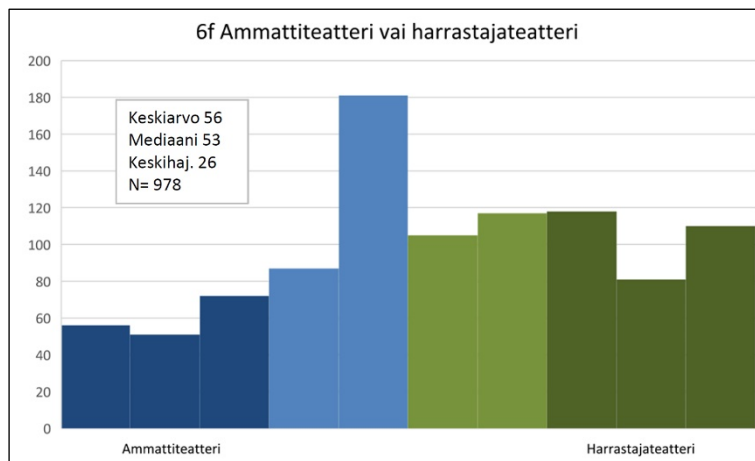
KAATIO 8: Tutun teatterin uusi tuotanto vai uusi teatteri, kaikki vastaajat

Kysyttäessä kuinka tärkeää on, että näytelmässä on tv:stä tuttuja tähtiä tai muuten tunnettuja esiintyjä, vastaajajoukolta saa melkoisen yksiselitteisen vastauksen: Ei ollenkaan tärkeää. Vastausten keskiarvo oli 76 ja mediaani peräti 80. Ero Broadwayn ja Britannian tutkimustuloksiin on melkoinen, niissä tutut näyttelijät ja tähdet ovat yksi tärkeimmistä tekijöistä yleisön houkuttelemiseksi. Tarkemmassa analyysissä meilläkin painotuseroja löytyy, mutta siitä myöhemmin. Kokonaisuutena kesäteatteriyleisö on tätä mieltä.



KAATIO 9: Kuinka tärkeää on olla tähtiä tai tunnettuja esiintyjä, kaikki vastaajat

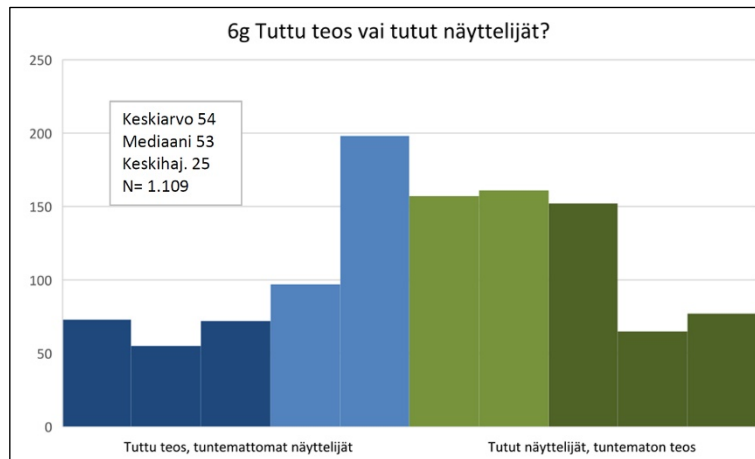
Kysymys siitä, meneekö katsoja mieluummin kesällä ammatti- vai harrastajateatteriin, jakaa mielipiteitä kaikkein eniten. Myös keskiarvo (56) ja mediaani (53) ovat aivan janan keskellä. Hienoinen paino on kuitenkin harrastajateatterin puolella. Varsinkin voimakkaasti harrastajia suosivia on reilusti enemmän kuin voimakkaasti ammattiteattereita suosivia. Tätä tulosta tukee myös ammattiteatterin vähäinen merkitys tekijänä esitystä valittaessa. Tarkastelen tätäkin kohtaa myöhemmin hieman tarkemmin, sillä eroja asiakassegmenteissä löytyy.



KAAVIO 10: Ammattiteatteri vai harrastajateatteri, kaikki vastaajat

Viimeinen kysymys lähti liikkeelle Commercial Theater Institutin tuottajakurssilta. Kysymys siitä, kumman kävijä katsoo mieluummin, tutun teoksen jossa tuntemattomat näyttelijät vai uuden teoksen, jossa tunnetut näyttelijät osoittautui vaikeaksi vastata. Vastausten keskiarvo oli 54 ja mediaani 53. Ääripäiden mielipiteitä oli jonkin verran, mutta selkeä enemmistö ei osannut vastata suuntaan tai toiseen. Pieni painotus kuitenkin on tuttuja näyttelijöiden puolella.

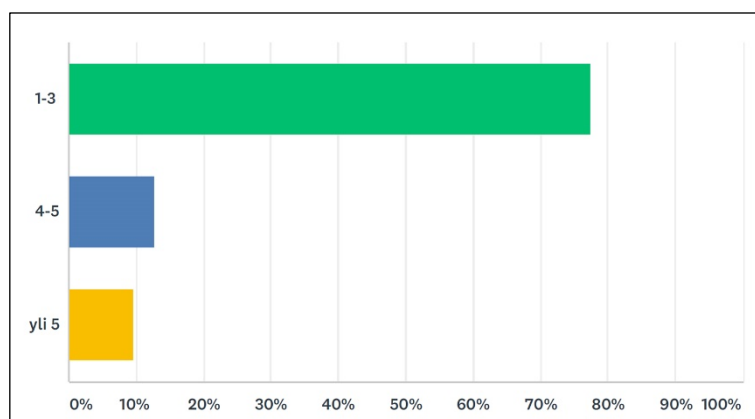
Sinällään tällä tuloksella ei ole kuin kuriositeettiä, mutta se myös haastaa esimerkiksi kysymystä tunnettujen näyttelijöiden muka-olematomasta merkityksestä. Kuten aiemmat kysymykset ovat osoittaneet, kesäteatteri on pitkälti traditioiden kyllästävä. Uusien toimijoiden haasteena on lyödä itsensä läpi markkinassa, jossa vakiintuneilla toimijoilla on selkeä etulyöntiasema. Kun markkinoinnillakaan ei aiemman valossa ole merkittävää ratkaisevaa vaikutusta, saattaa uuden toimijan turvallisimmin ase olla nimenä tuttu tähti tai paikallisesti tunnetut esiintyjät.



KAAVIO 11: Tuttu teos vai tutut näyttelijät, kaikki vastaajat

8.5. TEATTERIIN LIITTYVÄT TAUSTAKYSYMYKSET

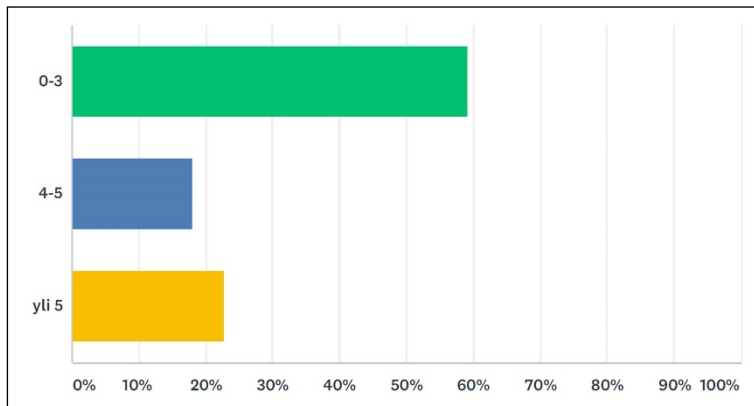
Reilut kolme neljäsosaa vastaajista (77%) käy kesäteatterissa 1-3 kertaa vuodessa, 13% käy 4-5 kertaa ja joka kymmenes (10%) useammin kuin viidesti. Tämä vastaa miltei prosentilleen Laukesin asiakastutkimusten tuloksia. Kesäteatteri on siis olennainen osa kesänviettoa, mutta vain kerran-pari kesässä. Tämä saattaa osittain selittää aikaisempia tuloksia – kun harvoin käy, esityksen on oltava juuri odotusten mukainen. Toisaalta voi miettiä, onko kesäteatteri kuin jouluhartaus: Siellä käydään, kun on aina ennenkin käyty, joulu- tai tässä tapauksessa kesämielen saamiseksi.



KAAVIO 12: Montako kertaa vuodessa käy kesäteatterissa, kaikki vastaajat

Kysyttäessä teatterikäynneistä talvikaudella, vastaajien frekvenssi on hieman suurempi kuin kesäkaudella. Nollasta kolmeen kertaan teatterissa käy 59% vastaajista, neljästä

viiteen kertaan 18% ja yli viisi kertaa peräti miltei neljännes kaikista (23%). Myös tämä vastaa miltei identtisesti Laukesin asiakastutkimuksen tuloksia. Mikäli vastaukset ovat olleet rehellisiä, kesäteatterikävijät ovat myös suhteellisen ahkeria teatterikävijöitä talvikaudella.



KAAVIO 13: Teatterikäynnit talvikaudella, kaikki vastaajat

Tässä kohtaa tulee kuitenkin pysähtyä ja pohtia, kuinka edustavasti näyte todella kattaa kaikki kesäteatterikävijät. Mikäli näyte edustaisi koko miljoonapäistä kesäteatterin kävijäkuntaa, en ole ihan varma, miten tämä matemaattisesti suhtautuisi noin 2,5 miljoonaan myytyyn teatterilippuun talvikaudella. Tai Tilastokeskuksen laskelmaan, jonka mukaan 43% suomalaisista käy vuosittain teatterissa – luku toki mahdollisesti kattaa myös kesäteatterit.

Suhteutettuna yli 5 kerran kävijät tarkoittaisivat jo vähintään 1,15 miljoonaa myytyä talvikauden lippua ja 4-5 kerran kävijät vähintään 720.000 kävijää tähän päälle, yhteensä 1,87 miljoonaa lippua. Kaikille muille teatterikävijöille jäisi siis alle 700.000 lippua. Mahdollista, mutta ei oletettavaa.

Todennäköistä on, että vastaajat katsovat asian jollain tavoin omakseen ja edustavat siksi kovemman luokan teatterikävijää kuin noin miljoona kävijää keskimäärin. Toisaalta, vastaajat yhtä todennäköisesti ovat perheensä päätöksentekijöitä tässä asiassa ja tuovat teatteriin mukanaan muita, vähemmän sitoutuneita, asiakkaita.

8.6. MUUT TAUSTAKYSYMYKSET

Sukupuoli- ja ikäkysymykset käytiinkin jo läpi kohdassa 7, mutta kertauksena:

Vastanneista kertoi olevansa

Naisia	930	85%
Miehiä	167	15%

Ikäjakauma oli

Alle 20 vuotta	23	2%
20-39 vuotta	225	21%
40-59 vuotta	562	51%
60-79 vuotta	283	26%
Yli 80 vuotta	4	0%

Asuinpaikan mukaan vastaajat olivat

Pääkaupunkiseudulta	146	13%
Muusta kaupungista	665	61%
Taajamasta tai kuntakeskuksesta	136	12%
Haja-asutusalueelta tai maaseud.	150	14%

Kysyin lopuksi, onko vastaaja itse mukana kesäteatteritoiminnassa

Kyllä	191	17%
Ei	902	83%

Käytän näitä tietoja ainoastaan sen arvioimiseen, miten edustava näyte on. En analysoi tässä opinnäytetyössä tuloksia erityisesti ikärakenteen tai asuinpaikan mukaan, mutta niitä voi olla kiinnostavaa käydä läpi myöhemmässä vaiheessa.

9. TARKEMPI ANALYYSI AMMATTITEATTERIN NÄKÖKULMASTA

Olen tuottanut Lahden uutta kesäteatteria vuodesta 2013. Tästä syystä oma kiinnostukseni on lähinnä ammattiteatterin puolella. Käyn siksi tarkemmin läpi kyselyn vastauksia ainoastaan tästä näkökulmasta. Pystyn lähestymään aihetta useampaa kautta: Tarkastelemalla vastaajia, jotka ilmoittivat ammattiteatterin olevan valintaan vaikuttava tekijä, vastaajia, jotka maksoivat lipuista enemmän, vastaajia, jotka ovat valmiit maksamaan lipuistaan enemmän, sekä vastaajia, jotka kertoivat arvokysymyksessä preferenssikseen ammattiteatterin. Voin verrata heitä sekä koko massaan, että vähemmän lipuistaan maksaneihin ja harrastajateatteria suosiviin.

9.1. AMMATTITEATTERI VAIKUTTAVANA KRITEERINÄ

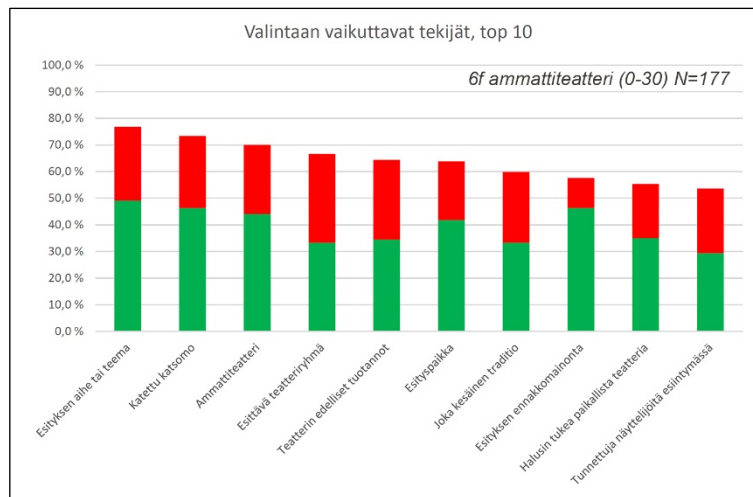
Vertaan tässä niitä vastaajia, jotka kysymyksessä 6f erityisesti painottivat ammattiteatteria (arvo 0-33) koko otokseen sekä niihin, jotka kysymyksessä 6f erityisesti painottivat harrastajateatteria (arvo 67-100). Ammattiteatteria kysyttiin tekijänä myös kysymyksessä 2. Sitä taustamuuttujana käyttäen saadut vastaukset ovat saman suuntaisia kuin kysymyksen 6f tapauksessa, joten keskityn mieluummin vertailemaan näitä kahta suoraan verrannollista ryhmää.

Esityksen valintaan vaikuttaneissa tekijöissä suurin ero ammatti- ja harrastajateattereita painottavien kesken löytyy kysymyksestä katsomon kattamisesta. Se nousee ammattiteatteria painottavilla heti toiseksi vaikuttavaksi tekijäksi esityksen teeman jälkeen ja sen mainitsi 73%. Myös ratkaisevana tekijänä sen arvo nousi (27%). Vastaavasti koko vastaajakunnasta katettu katsomo oli vaikuttava tekijä 56%:lle ja kysymyksessä 6f harrastajateatteria painottaneista vain 43%:lle.

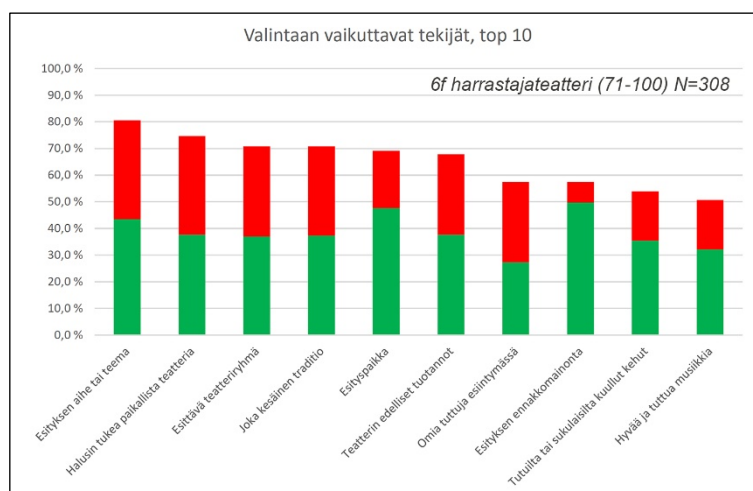
Toinen selkeästi noussut tekijä oli se, että esityksessä oli tunnettuja näyttelijöitä. Se oli vaikuttavana tekijänä 54% (ratk. 24%) kysymyksessä 6f ammattiteatteria korostavien vastauksissa ja kysymyksessä 2 sitä korostavilla jopa 70% (ratk. 24%). Kaikista vastaajista se oli tekijänä 41%:lla (ratk. 13%) ja harrastajateatteria suosivilla vain 32%:lla (ratk. 11%).

Vastaavasti ammattiteatteria painottavien osalta paikallisen teatterin tukeminen on selkeästi muuta vastaajakuntaa vähämerkityksellisempää. Kun se oli toiseksi tärkein vaikuttava tekijä kaikilla vastaajilla (66%, ratk. 27%) ja harrastajateatteria suosivilla (75%, ratk. 37%), ammattiteatteria suosivista sen mainitsi 55% ja se oli sijalla 9. Sijaluvuilla mitaten reilusti olivat pudonneet: joka kesäinen traditio, ”sukulaisilta ja tutuilta kuullut kehut sekä hyvä tai tuttu musiikki.

Vaikka sisäisessä järjestyksessä ja prosentiosuuksissa heittoja onkin, muilta osin ammattiteatteria suosivien vastaukset olivat linjassa muiden vastaajien kanssa.



KAAVIO 14: Valintaan vaikuttavat tekijät top 10, ammattiteatteria suosivat

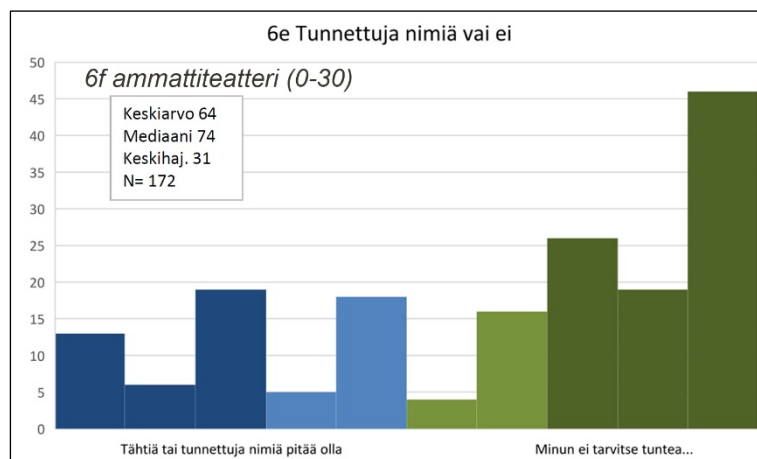


KAAVIO 15: Valintaan vaikuttavat tekijät top 10, harrastajateatteria suosivat

Matka-ajassa eroa harrastajia tai ammattilaisia suosivien välillä ei juuri ole, joskin ammattiteatteria suosivista suurempi joukko matkusti yli tunnin. Sen sijaan, pääsylippuihin käytetyssä rahamäärässä on selkeä ero. Ammattiteatteria suosivista 56% käytti pääsylippuun yli 20 euroa, kun harrastajateatteria suosivista näin teki vain 25%. Yli 30 euroa käytti ammattiteatteria suosivista 15%, harrastajateatteria suosivista 5%.

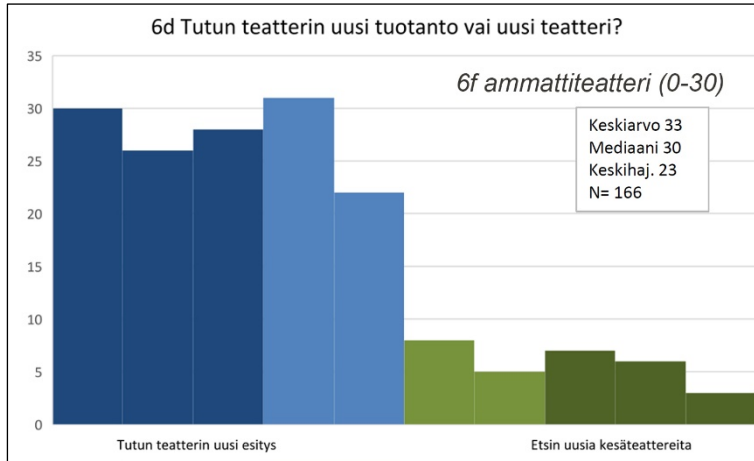
Vastaava toistuu kipukynnyksen kohdalla: Ammattiteatteria suosivista 85% olisi valmis maksamaan lipustaan yli 20 euroa, kun harrastajateatteria suosivista näin tekisi 48%. Yli 30 euroa olisi ammattiteatteria suosivista valmis maksamaan vielä 34% ja yli 40 euroa 5%, kun harrastajateatteria suosivilla samat luvut ovat 7% ja 1%. Selkeä raja kaikilla tuntuu olevan tuo 40 euroa. Realismia vastaajilla edustaa se, että edes harrastajateatteria suosivista alle 1% asettaa hintakaton kymmeneen euroon.

Arvostuskysymyksissä eroja kaikkiin vastaajiin – tai harrastajateatteria suosiviin – löytyy yllättävän vähän. Kysymyksessä 6e kysytään tähdistä tai tutuista nimistä. Heitä ammattiteatteria suosivat haluavat nähdä jossakin määrin enemmän, 22% ehdottomasti (kaikista vastaajista 6%, harrastajateatteria suosivista 2%). Pidän lukua yllättävän pienenä, ajatellen että teeveestä tutut esiintyjät kuuluvat ainakin tuottajien mielestä menestyvään konseptiin.



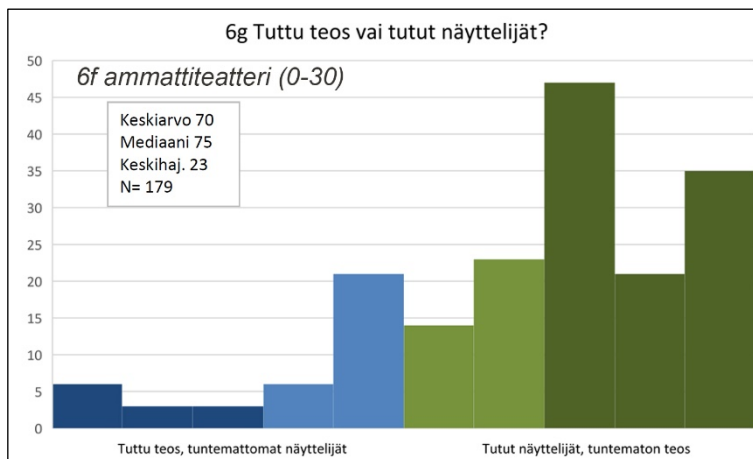
KAAVIO 16: Pitääkö olla tähtiä tai tunnettuja esiintyjä, ammattiteatteria suosivat (0-30)

Kysyttäessä, meneekö vastaaja mieluummin katsomaan tutun kesäteatterin uutta esitystä vai etsiikö hän uusia kesäteattereita, ammattiteatteria suosivat ovat jossain määrin muita vastaajia konservatiivisempia ja suosivat tuttua teatteria. Harrastajateatteria suosivien ja kaikkien vastaajien keskiarvon välillä vastaavaa eroa ei ollut.

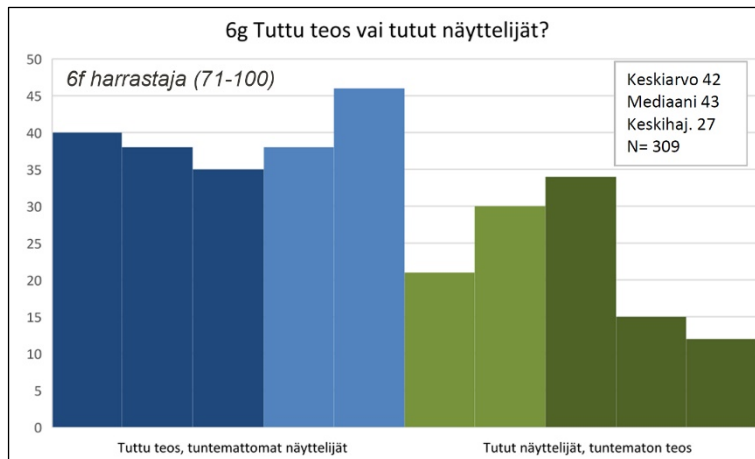


KAAVIO 17: Tutun teatterin uusi tuotanto vai uusi teatteri, ammattiteatteria suosivat (0-30)

Viimeinen kysymys kysyi, katsooko vastaaja mieluummin tunnettua teosta, jossa tuntemattomat näyttelijät vai tuntematonta teosta jossa tunnetut näyttelijät. Kysymys erotti kuvaavalla tavalla sekä ammattiteatteria että harrastajateatteria voimakkaasti suosivat keskiarvovastaajasta. Siinä missä vastaajien keskiarvo jäi keskiviivan tuntumaan, ammattiteatteria suosivat valitsivat selkeästi tutut näyttelijät ja harrastajateatteria suosivat tutun teoksen. Tämä sopii erinomaisesti yhteen kyselyn muun vastausmateriaalin kanssa. Reilusti suurimmalle osalle vastaajia esitys on tärkein ja esiintyjät toissijaisia. Lisäksi suurimmassa osassa kesäteatteriesityksiä, yleensä ammattiteattereissa, on nimiesiintyjä.



KAAVIO 18: Tuttu teos vai tutut näyttelijät, ammattiteatteria suosivat (0-30)



KAAVIO 19: Tuttu teos vai tutut näyttelijät, harrastajateatteria suosivat (71-100)

Ammattikesäteatteria suosivat käyvät hieman harvemmin kesäteatterissa kuin harrastajateatteria suosivat. Ensimmäisistä yli kolme kertaa käy 18%, kun jälkimmäisistä 28%. Kaikista vastaajista yli kolme kertaa käy 22%. Tilanne on päin vastainen talvikaudella: Ammattiteatteria suosivista 58% ilmoittaa käyvänsä teatterissa yli kolme kertaa, kun harrastajateatteria suosivien vastaava luku on 30%. Kaikkien vastaajien kohdalla luku on 41%.

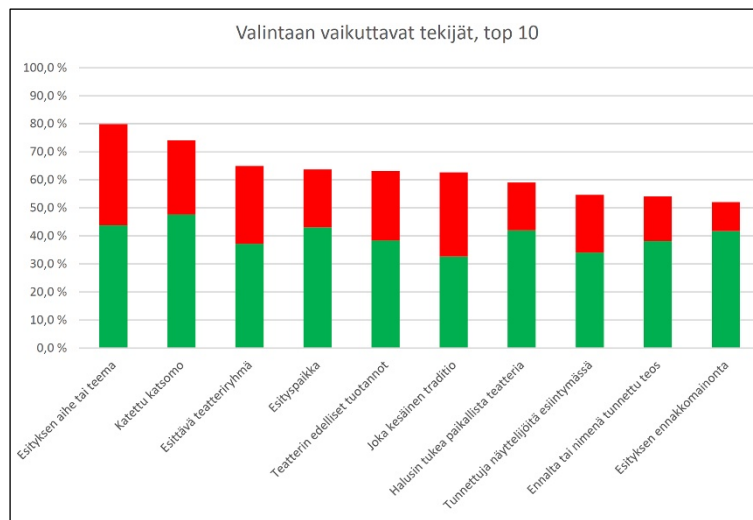
Harrastuneisuudessa on pieni ero. Ammattikesäteatteria suosivista ilmoittaa olevansa mukana jonkun kesäteatterin toiminnassa 18%, joka on miltei sama kuin kaikkien vastaajien keskiarvo 17%. Harrastajateatteria suosivista on kesäteatteritoiminnassa 23%.

9.2. KORKEAN KIPUKYNNYKSEN ASIAKKAAT

Käyn lopuksi läpi niitä vastaajia, jotka ilmoittivat olevansa valmiit kuluttamaan yli 30 euroa teatterilippuun, jos esitys on juuri sellainen jonka hän ehdottomasti haluaa nähdä.

Tarkasteltaessa kysymyksen 2 valintaan vaikuttaneita tekijöitä, vastaukset vaikuttavat hyvin samanlaisilta kuin kysymyksen 6f ammattiteattereita suosivien vastaajien vastaukset. Katettu katsomo on jälleen selkeällä kakkossijalla esityksen aiheen tai teeman jälkeen. Muihin tekijöihin on näistä matkaa kymmenkunta prosenttiyksikköä. Tunnetut näyttelijänimet ovat hieman korkeammalla, tosin painoarvoltaan samalla tasolla. Ammattiteatteria piti merkittävänä tekijänä puolet vastaajista (50%, ratk. 12%).

Painoarvoltaan merkittävä oli ”joka kesäinen traditio”, joka oli tekijänä 63%:lle vastaajista, ratkaisevana tekijänä lähes joka kolmannelle (30%).



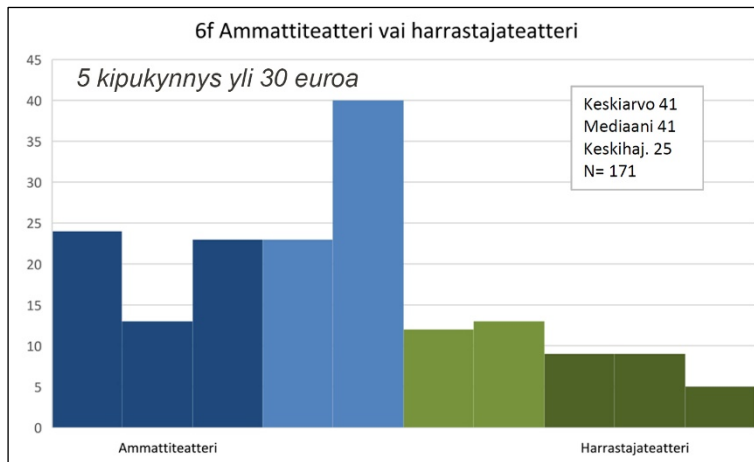
KAAVIO 20: Valintaan vaikuttavat tekijät, kipukynnys yli 30 euroa

Tämän ryhmän vastaajista 64% oli matkustanut teatteriin yli 30 minuuttia, kun kaikkien vastaajien kohdalla luku oli 51%. Heistä 80% oli käyttänyt pääsylippuun yli 20 euroa (31% yli 30 euroa), kun kaikista vastaajista näin oli tehnyt 44% (8% yli 30 euroa).

Vastaajista 25% ilmoittaa käyvänsä kesäteatterissa useammin kuin kolmesti kesässä, mikä on jopa hieman enemmän kuin osuus kaikkien vastaajien kohdalla ja reilusti enemmän kuin ammattikesäteatteria kysymyksessä 6f suosivilla. Talvikaudella yli kolme kertaa kertoo käyvänsä 56% vastaajista, mikä on miltei sama kuin ammattiteatteria suosivien vastaava ja 25 prosenttiyksikköä koko otoksen vastaavaa suurempi. Tämä ryhmä näyttäisi siis olevan teatterin suurkuluttajia sekä määrällisesti että rahallisesti.

Ryhmän jäsenten löytäminen ja yksilöiminen onkin sitten haaste, sillä se on identtinen niin ikärakenteeltaan kuin asuinpaikaltaankin muun vastaajajoukon kanssa.

Arvostuskysymyksissä tämä joukko on myös hyvin lähellä vastaajien keskihajontaa, ainoan merkittävän poikkeaman toi kysymys ammattiteatterista. Vaikka kysymyksessä 2 ammattiteatteri ei noussut kymmenen merkittävimmän tekijän joukkoon, suosii tämä ryhmä kysymyksessä 6f ammattilaisia selvästi koko otosta enemmän.



KAAVIO 21: Ammattiteatteri vai harrastajateatteri, kipukynnys yli 30 euroa

9.3. PARI POIMINTAA MATKAN JA LIPUNHINNAN VAIKUTUKSESTA

Yli tunnin matkanneiden keskuudessa ”Omia tuttuja esiintymässä” (57%, ratk. 34%) nousee tekijänä kymmenellä prosenttiyksiköllä suhteessa kaikkiin vastaajiin. Myös ”Ammattiteatteri” vaikuttavana kriteerinä nousee saman verran (42%, ratk. 11%).

Vastaavasti paikallisuuden korostus vähenee, jääden kuitenkin edelleen 50%:iin. Muuten välimatkaa ei voida selittää muilla vastauksilla.

Yli 20 euroa maksaneiden keskuudessa toiseksi merkittävimmäksi tekijäksi esityksen aiheen jälkeen nousi katettu katsomo (74%, ratk. 30%), nousua liki 20 prosenttiyksikköä. Tämä korostuu vielä enemmän, kun huomioon otetaan vain yli 30 euroa maksaneet (86%, ratk. 40%). Myös tunnettujen näyttelijöiden merkitys kasvaa, yli 30 euroa maksaneiden keskuudessa he ovat vaikuttava tekijä 65%:lle vastaajista (ratk. 27%).

10. LOPPUPÄÄTELMÄT

Kesäteatterikävijöistä on kuin onkin mahdollista löytää segmenttejä erilaisille toimijoille. Jotkut asiat yhdistävät kaikkia: Itse esitys on tärkein tekijä miltei jokaiselle teatterikävijälle, kesäteatteri on traditio ja erittäin paikkasidonnainen sellainen.

Erityisen merkille pantavaa oli, että kesäteatterikävijälle teatteri on eskapismia. Sinne tullaan viihtymään, ei etsimään syvällisiä kokemuksia tai uutta ajateltavaa. Kesäteatterin on oltava kevyttä ja hauskaa, mutta samalla uutta ja yllättävää. Tulkitsen tämän niin, että katsoja haluaa nähdä uuden kevyen ja hauskan teoksen, on se sitten uusi komedia tai uusi musiikinäytelmä. Sana uusi ei kesäteatterikävijöille merkitse uutta draamaa tai uraauurtavaa nykyteatteria.

Keskityin tässä opinnäytetyössä tarkastelemaan tarkemmin kahta kesäteatterikävijätyyppien ääripäätä, ammattiteatteria erityisesti suosivia ja harrastajateatteria erityisesti suosivia. Vaikka monilta osin nämäkin ryhmät arvostivat samoja asioita, merkittäviä erojakin löytyi.

Ammattiteatteria suosivat ovat valmiit sijoittamaan kokemukseensa enemmän rahaa. He myös vaativat kokemukseltaan enemmän. Katsomon on oltava katettu, esityksen taatusti viihdyttävä, teatterin on oltava tuttu ja esiintyjissäkin mielellään muualta tuttuja kasvoja. Ammattiteatteria suosivat ovat yllättäen vähemmän halukkaita kokeilemaan uutta, riskiä pettymyksestä ei selkeästi haluta ottaa.

Harrastajateatteria suosivat tukevat mielellään paikallista teatteria ja näkevät mielellään lavalla henkilökohtaisia tuttujaan. Sade voi rapista niskaan eikä televisiosta tuttuja tähtiä tarvita. Harrastajateatteria suosivat ovat halukkaampia kokeilemaan uutta – uusia teattereita ja uusia tekstejä.

Kiinnostavaa oli, että markkinointipanostuksilla, lehtijutuilla tai edes arvosteluilla oli suhteellisen vähän merkitystä asiakkaiden ostopäätökselle. Puskaradiolla, eli tuttujen antamalla suosituksilla oli jonkin verran merkitystä, mutta suurin vaikutus oli sittenkin itse teoksella ja sen kiinnostavuudella. Kesäteatteri on myös hyvin tapasidonnainen, asiakkaat käyvät mielellään samassa paikassa katsomassa tutun teatterin uusinta tuotantoa.

Lahden uuden kesäteatterin kannalta rohkaisevaa on, että riittävän suuri osuus kesäteatterin ystäväistä vaatii teatterikokemukseltaan enemmän. Tuo ryhmä on myös valmis matkustamaan kauemmas ja maksamaan enemmän laadukkaasta kokemuksesta.

Positiivista on myös, että vastaajien taipumus tehdä kesäteatterikäynnistään traditio voi pikkuhiljaa alkaa toimimaan eduksemme: Kun tuote on kiinnostava ja laadukas, uskollisia asiakkaita löytyy. Tämä antaa uskoa laajentaa toimintaamme ja lisätä markkinointia Päijät-Hämeen ulkopuolellekin.

Lahden uuden kesäteatterin strategiatyön näkökulmasta tutkimus ja kokemukset aikaisemmista kesistä täydentävät toisiaan. Nyt jälkikäteen on helppo huomata, miksi Laukesin kesän 2017 teos Hyvät Siskot ei ollut aikaisempien vuosien kaltainen menestys. Siinä käsiteltiin vakavaa aihetta, naisten äänioikeustaistelua. Vaikka teos oli tyypiltään musikaalikomedia ja sai yleisöltä ja kriitikoilta hyvät arvosanat, sen aihetta varmasti vieroksuttiin eikä sen uskottu olevan hauska ja viihdyttävä vaan vakava ja haastava. Toki säilyttää historiallisen huono ja sateinen kesä sekä uusi ja outo paikka olivat muita heikkoon kauteen vaikuttaneita tekijöitä.

Jatkoa ajatellen, lipputuloihin taloutensa pohjaavan teatterin on selkeästi valittava konservatiivinen tie – ainakin kunnes se on vakiinnuttanut asemansa laadukkaana ja taatusti viihdyttävänä viihdebrändinä. Teosten on oltava sekä sisällöltään että jo nimeltään sellaisia, että ne herättävät mielikuvan hauskaista ja kevyestä, mutta samalla jollakin tavoin yllättävästä, sisällöstä. Aikaisemmista Laukesin esittämistä teoksista Myllysaaren kaunis Justiina viittasi suoraan Suomi-Filmiin, Pientä lemmeleikkiä taas mainostettiin vahvasti euroviisuteemalla. Yleisö tiesi mitä odottaa ja sai juuri sitä. Kesällä 2017 teoksena oli suffragettien tarinaan pohjaava Hyvät siskot, musiikkina naisartistien sävelmät. Aihe, nimi ja musiikki olivat kaikki pohjimmiltaan epäselviä ja haastavia. Esitys oli sen nähneiden mielestä Laukesin paras, mutta aiempien vuosien tapaista yleistä innostusta ei syntynyt.

Mikäli Laukesin toiminta jatkuu 2019, ohjelmistovalintaa on mietittävä tarkasti. Teatteri on saanut suuren apurahan Toni Niemisen kasvutarinasta kertovan Toni! -musikaalin kirjoittamiseen. Vaikka tarina on sinällään ainutlaatuinen ja hieno, voi olla, että se Hyvien siskojen tapaan kuulostaa suurelle yleisölle vieraalta ja vaikealta. Yleisön odotuksiin voi tuki vaikuttaa markkinoinnilla, mutta kyselyn valossa sillä voi olla hyvinkin vähän merkitystä teoksen lopulliselle menestykselle. Käytännössäkin havaittu puskaradion

merkitys on markkinointia huomattavasti oleellisempi. Puskaradio kuitenkin alkaa toimia vasta ensi-illan jälkeen, siksi paketin on oltava muulla tavoin suurta yleisöä kiinnostava jo paljon ennen ensi-iltaa.

Lahden uuden kesäteatterin haasteena on ollut jatkuva paikan vaihto. Kyselykin antaa viitteitä siitä, että asiakkaat seuraavat enemmän teatteripaikkaa kuin siellä esiintyvää ryhmää. Laukes on onnistunut luomaan laadullaan uskollisen peruskatsojajoukon, mutta laajentuakseen sen on löydettävä pysyvä paikka johon yleisö vuodesta toiseen löytää.

Mitä tulee itse kyselyyn, voin olla siihen vallitsevissa olosuhteissa vain tyytyväinen. Tutkimusmateriaalista tuli yllättävänkin laaja ja tasalaatuinen. Voidaan kuitenkin olettaa, että vastaajat ovat keskimääräistä kesäteatterikävijöitä sitoutuneempia ja siksi liian pitkälle meneviä johtopäätöksiä pitää välttää. Olen itse tässä opinnäytetyössä keskittynyt vain yleisiin havaintoihin ja selvittänyt tarkemmin vain paria taustamuuttujaa. Tilastollisia ajoja ei ajan puutteen vuoksi tehty, eli tarkemmat korrelaatiot ja segmentoinnit odottavat edelleen tekijöitään. Annan mielelläni raakamateriaalin halukkaiden tutkijoiden käyttöön.

Kesäteatteri on yksi suurimmista suomalaisista liikuttajista. Sen kansantaloudellisia ja aluetaloudellisia vaikutuksia ei juurikaan ole selvitetty, kuten ei myöskään kävijöiden kulutustottumuksia teatterin ulkopuolella. Kuten Lontoon ja New Yorkin vaikuttavuustutkimukset osoittavat, teatterilla voi olla laajoja kerrannaisvaikutuksia ja, esimerkkinä vaikkapa Heinola, suuri merkitys paikkakunnan maineelle ja imagolle.

Kesäteatteria ei nyky maailmassa ehkä pidetä seksikkäänä, mutta Turun 90.000 ja Tampereen 75.000 myytyä ammattiteatterin lippua on pohja merkittävälle matkailutulolle ja työllistävälle vaikutukselle. Näitäkin toivoisin jatkossa selvitettävän, semminkin kun muistetaan että kesäteatteria säätelevät monin tavoin eri lainalaisuudet kuin talvikauden teatteria.

Kesäteatteritutkimus on kuitenkin käynnistetty, joten lienee paikallaan lainata Nobelin kirjallisuuspalkinnollakin palkittua Sir Winston Churchillia:

*Now this is not the end. It is not even the beginning of the end.
But it is, perhaps, the end of the beginning.*

11. LÄHTEET

Commercial Theater Institute 2007. CTI Three-Day Program. Luentosarja. New York 4.-6.5.2007.

Lahden uusi kesäteatteri Laukes. 2013-17. Asiakastutkimukset 2013-17. Sisäisiä tutkimuksia, saatu käyttöön digitaalisina kopioina.

Metsäpelto, H. 2010. Kulttuuritilaisuuksien ei-kävijät. Tarkastelussa nuorten aikuisten teatteripalveluiden käyttämättömyys. Pro Gradu tutkimus. Sibelius-Akatemia. Taidehallinto. Saatavissa: <http://ethesis.siba.fi/files/nbnfife201008312382.pdf>

Salo, S. 2014. Mahdollinen teatterikävijä – tarkastelussa potentiaalinen uusi teatteriyleisö. Pro Gradu tutkimus. Tampereen yliopisto. Viestinnän, median ja teatterin yksikkö. Draaman tutkimus. Saatavissa: <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/96509/GRADU-1418985738.pdf>

Simonoff JS and Ma L. 2003. An Empirical Study of Factors Relating to the Success of Broadway Shows. The Journal of Business, Vol. 76, No. 1 (January 2003). 135-150. Saatavissa: <http://www.jstor.org/stable/10.1086/344116>

Statista. 2017. Number of monthly active Facebook users worldwide as of 3rd quarter 2017. Saatavissa: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide>

Statista. 2017. Number of monthly active Twitter users worldwide from 1st quarter 2010 to 3rd quarter 2017. Saatavissa: <https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users>

Taanila, A. 2017. Akin menetelmäblogi. Verkkojulkaisu. <https://tilastoapu.wordpress.com>

Teatterin tiedotuskeskus. 2017. Kesäteatterilla on merkitystä: satoja esityksiä ja miljoonayleisö. Verkkootikkeli. Saatavissa: https://www.tinfo.fi/fi/Kesateatterilla_on_merkitysta_satoja_esityksia_ja_miljoonayleiso

Teatterin tiedotuskeskus 2016. Teatteritilastot 2016. Saatavissa:

<https://www.tinfo.fi/documents/teatteritilastot2016web.pdf>

Teatterin tiedotuskeskus 2014. Harrastajateatteritilastot 2014. Saatavissa:

<https://www.tinfo.fi/documents/harrastajatilastot2014.pdf>

The Broadway League. 2016. The Demographics of The Broadway Audience 2015-2016.

Toim. Karen Hauser. Digitaalinen julkaisu, ostettu verkosta.

Theatre Development Fund. 2008. Expanding Tomorrow's Audience. Understanding

Theatre's Audience and Its Place in Culture. Digitaalinen julkaisu, ostettu verkosta.

Ticketmaster, LiveAnalytics. 2013. State of Play: Theatre UK. Growing, evolving, diverse.

Saatavissa: <http://blog.ticketmaster.co.uk/stateofplay/theatre.pdf>

Tilastokeskus. 2015. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2015. ISSN 2341-8699.

Saatavissa: https://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2015/13/sutivi_2015_13_2016-12-14_fi.pdf

Tilastokeskus. 2009. Kulttuuritilaisuudet. Kulttuuri- ja liikuntaharrastukset. Verkkosivu.

Löydettävissä: http://www.stat.fi/til/akay/2009/03/akay_2009_03_2011-05-

[17_kat_002_fi.html](http://www.stat.fi/til/akay/2009/03/akay_2009_03_2011-05-17_kat_002_fi.html)

Walmsley, B. 2011. Why people go to the theatre: a qualitative study of audience

motivation. Lyhennelmä. Journal of customer behaviour, 10 (4). 335-351. ISSN 1475-

3928. Saatavissa: <http://eprints.whiterose.ac.uk/79376>

12. LIITTEET

LIITE 1	Kyselylomake, tulostettu SurveyMonkeysta
LIITE 2	Vastausyhteenveto, tulostettu SurveyMonkeysta
LIITE 3	Kysymyksen 2 vastausyhteenveto, kaikki vastaajat



Kesäteatterikysely 2017

1.

Tervetuloa vastaamaan kesäteatterikatsojille suunnattuun kyselyymme! Olet mukana kehittämässä kesäteattereita ja auttamassa niitä tekemään Sinua kiinnostavia ohjelmisto- ja palveluratkaisuja.

Tämän kyselyn tavoitteena on selvittää, miten päätät sen, mitä nimenomaista kesäteatteriesitystä menet katsomaan. Tahdomme lisäksi selvittää, millaisia odotuksia Sinulla on kesäteatteriesityksen sisällön suhteen.

Tämä kysely on osa Lahden ammattikorkeakoulun Musiikkiteatterin koulutusohjelman lopputyötä, ja sen tulokset ovat valmistuttuaan kaikkien kesäteatterien käytössä.

Kyselyssä on neljällä sivulla yhteensä kuusi kysymystä, joista kahdessa on useampia alakohtia. Lisäksi kysymme lopuksi kuusi taustakysymystä. Vastaaminen vie todennäköisesti noin 5-10 minuuttia. Tulosten analysoinnin takia toivomme, että vastaat kaikkiin kysymyksiin.

Samalta tietokoneelta voi osallistua tutkimukseen vain kerran.

* 1. Aluksi tahdomme tarkistaa että kuulut kohderyhmäämme. **Oletko käynyt kesäteatterissa** kahden viime vuoden (2016 tai 2017) aikana?

Kyllä

En



Kesäteatterikysely 2017

2. Miten valitset esityksen jonka käyt katsomassa?

Kuulut siis tutkimuksemme kohderyhmään. Seuraavilla neljällä sivulla kysymme asioista jotka vaikuttavat päätökseesi valita se esitys (tai ne esitykset) jonka menet katsomaan. **Tämä sivu on aika pitkä, mutta älä lannistu! Muut sivut ovat lyhyempiä.**

Viimeisellä sivulla kysymme muutaman taustakysymyksen. Toivomme että vastaat kaikkiin kysymyksiin.

Kaikkien viimeisellä sivulla sähköpostiosoitteensa jättäneiden kesken arvotaan kaksi 50 euron arvoista teatteriaiheista yllätyspakettia. Sähköpostiosoitettasi ei säilytetä arvonnän jälkeen eikä sitä anneta eteenpäin tai käytetä markkinointiin.

Jos Sinulla on kysyttävää tai kommentoitavaa, voit ottaa yhteyttä meihin sähköpostitse tutkimus@laukes.fi

2 a. Muistele viimeistä tai viimeisimpiä kesäteatterikäyntejäsä. Mitkä **esitykseen liittyvät** tekijät vaikuttivat siihen, että menit katsomaan juuri sen esityksen tai ne esitykset - etkä jotain muuta? Millä tekijöillä oli ratkaiseva vaikutus päätökseesi?

Voit jättää tyhjäksi ne rivit / vaihtoehdot joilla ei ollut päätökseesi vaikutusta tai jotka eivät koske Sinua. Vaihtoehdot ovat satunnaisessa järjestyksessä.

	Oli vaikutusta	Oli ratkaiseva vaikutus
Esityksen aihe tai teema	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvää ja tuttua musiikkia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esittävä teatteriryhmä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Käsikirjoittaja / Säveltäjä / Ohjaaja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lipun hinta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ammattiteatteri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ennalta tai nimenä tuttu teos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tunnettuja näyttelijöitä esiintymässä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Omia tuttuja esiintymässä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehtiarvostelut tai jutut mediassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tutuilta tai sukulaisilta kuullut kehut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esityksen ennakkomainonta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu syy (tarkenna halutessasi alla)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Muu (täsmennä)

2 b. Muistele viimeistä tai viimeisimpiä kesäteatterikäyntejäsä. Mitkä **muut tekijät** vaikuttivat siihen, että menit katsomaan juuri sen esityksen tai ne esitykset - etkä jotain muuta? Millä tekijöillä oli ratkaiseva vaikutus päätökseesi?

Voit jättää tyhjäksi ne rivit / vaihtoehdot joilla ei ollut päätökseesi vaikutusta tai jotka eivät koske Sinua. Vaihtoehdot ovat satunnaisessa järjestyksessä.

	Oli vaikutusta	Oli ratkaiseva vaikutus
Esityspaikka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teatterin edelliset tuotannot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Säätila	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Katettu katsomo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lyhyt matka teatteriin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Halusin kokea jotain uutta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sukulaisia tai tuttuja lähdössä samaan esitykseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Joka kesäinen traditio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvät väliaikatarjoilut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Televisiossa ei ollut mitään kiinnostavaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Järjestetty matka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Halusin tukea paikallista teatteria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Velvollisuudentunnosta puolisoa tai ystäviä kohtaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu syy (tarkenna halutessasi alla)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Muu (täsmennä)



3. Sitten pari kysymystä ajasta ja rahasta.

3. Kuinka pitkälle matkustit (yhteen suuntaan) katsomaan kesäteatteriesitystä? Jos näit useamman, mikä oli keskimääräinen aika?

- Alle 15 minuutin matkan päähän
- 15 - 30 minuutin matkan päähän
- 30 - 60 minuutin matkan päähän
- Yli 60 minuutin matkan päähän
- Kävin teatterissa muun matkan (työ-, ostos- tai lomamatka, sukulointi tms) yhteydessä

4. Kuinka paljon maksoit kesäteatteriesityksen pääsylipusta? Jos näit useamman, mitä maksoit keskimäärin?

- 0 - 10 euroa
- 11 - 20 euroa
- 21 - 30 euroa
- Yli 30 euroa

5. Sivun loppuksi kysymys, joka ei koske menneitä kesiä: Kuinka paljon **olet valmis maksamaan** kesäteatterilipusta, jos esitys on juuri sellainen jonka ehdottomasti haluat nähdä?

- Alle 10 euroa
- 11 - 20 euroa
- 21 - 30 euroa
- 30 - 40 euroa
- Yli 40 euroa



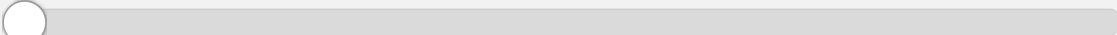
4. Seuraavaksi muutama tarkentava kysymys.

Tämän sivun kysymyksillä tahdomme tarkentaa vastauksiasi muutamaaan laadulliseen seikkaan. Kysymykset voivat vaikuttaa haastavilta, mutta toivomme Sinun silti vastaavan niihin.

Vastaa **liu'uttamalla osoitinpallukkaa** vasemmalle tai oikealle haluamaasi kohtaan. Siirrä pallukkaa sitä lähemmäksi ääripäätä mitä vahvempi mielipiteesi asiasta on.

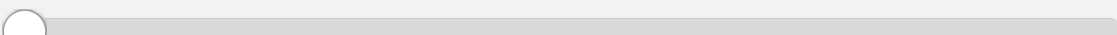
6 a. Pitääkö kesäteatteriesityksen olla tuttu ja turvallinen vai uusi ja yllättävä?

Tuttu ja turvallinen **Uusi ja yllättävä**



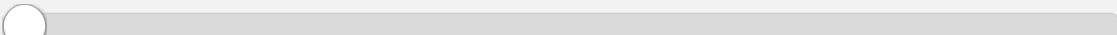
b. Pitääkö kesäteatterikappaleen olla mieluummin hauska ja kevyt vai syvälinen ja ajatuksia herättävä

Hauska ja kevyt **Syvälinen ja ajatuksia herättävä**



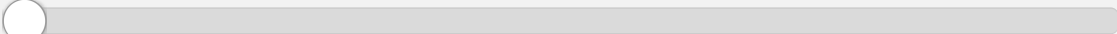
c. Pitääkö kesäteatterikappaleessa olla laulua ja tanssia?

Ehdottomasti pitää **Ei tarvita laulua eikä tanssia.**



d. Menetkö mieluummin katsomaan tutun kesäteatterin uutta esitystä vai etsitkö aktiivisesti uusia kesäteattereita joissa käydä?

Tutun teatterin uutta esitystä **Etsin uusia kesäteattereita**



e. Kuinka tärkeää on, että näytelmässä on TV:stä tuttuja tähtiä tai muuten tunnettuja esiintyjiä?

Tähtiä tai muuten tunnettuja nimiä pitää olla.

Minun ei tarvitse tuntea ketään esiintyjää ennalta.

f. Menetkö kesällä katsomaan mieluummin ammattiteatteria vai harrastajateatteria?

Ammattiteatteria

Harrastajateatteria

* g. Sivun loppuksi vähän haastavampi kysymys: Kumman katsot mieluummin, tutun teoksen jossa tuntemattomat näyttelijät vai uuden teoksen jossa tunnetut näyttelijät.

Tuttu teos, jossa tuntemattomat näyttelijät

Uusi tai tuntematon teos, jossa tunnetut näyttelijät



5. Lopuksi muutama
taustakysymys

* Oletko

- Nainen
- Mies

* Mikä on ikäsi?

- Alle 20 vuotta
- 20-39 vuotta
- 40-59 vuotta
- 60-79 vuotta
- 80 vuotta tai yli

* Missä päin Suomea asut?

- Pääkaupunkiseudulla
- Muussa kaupungissa
- Kuntakeskuksessa tai taajamassa
- Haja-asutusalueella tai maaseudulla

Kuinka monta kertaa vuodessa käyt kesäteatterissa?

- 1-3
- 4-5
- yli 5

Kuinka monta kertaa käyt teatterissa syys-, talvi- ja kevätkaudella?

- 0-3
- 4-5
- yli 5

Oletko itse mukana jonkun kesäteatterin toiminnassa?

Kyllä

En

Kiitos vastauksistasi. Jos haluat osallistua arvontaan, jossa palkintona on kaksi 50 euron arvoista teatteriaiheista yllätyspakettia, voit jättää sähköpostiosoitteesi tähän ruutuun. Sähköpostiosoitettasi ei säilytetä arvonnin jälkeen eikä jaeta ulkopuolisille.

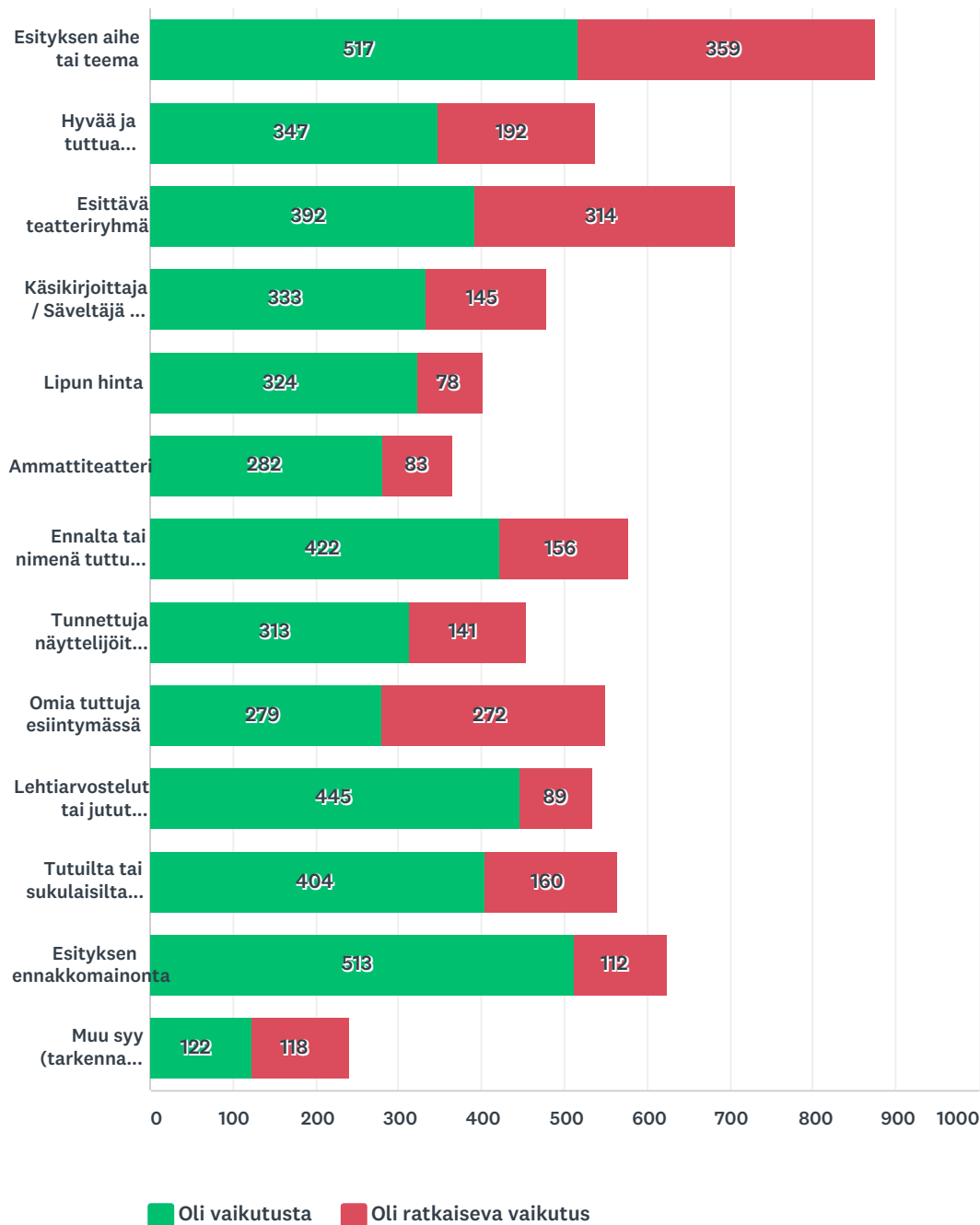
Q1 1. Aluksi tahdomme tarkistaa että kuulut kohderyhmäämme. Oletko käynyt kesäteatterissa kahden viime vuoden (2016 tai 2017) aikana?

Vastattu: 1 311 Ohitettu: 0

VASTAUSVAIHTOEHDOT	VASTAUKSET	
Kyllä	97,79%	1 282
En	2,21%	29
YHTEENSÄ		1 311

Q2 2 a. Muistele viimeistä tai viimeisimpiä kesäteatterikäyntejäsi. Mitkä esitykseen liittyvät tekijät vaikuttivat siihen, että menit katsomaan juuri sen esityksen tai ne esitykset - etkä jotain muuta? Millä tekijöillä oli ratkaiseva vaikutus päätökseesi? Voit jättää tyhjäksi ne rivit / vaihtoehdot joilla ei ollut päätökseesi vaikutusta tai jotka eivät koske Sinua. Vaihtoehdot ovat satunnaisessa järjestyksessä.

Vastattu: 1 119 Ohitettu: 192

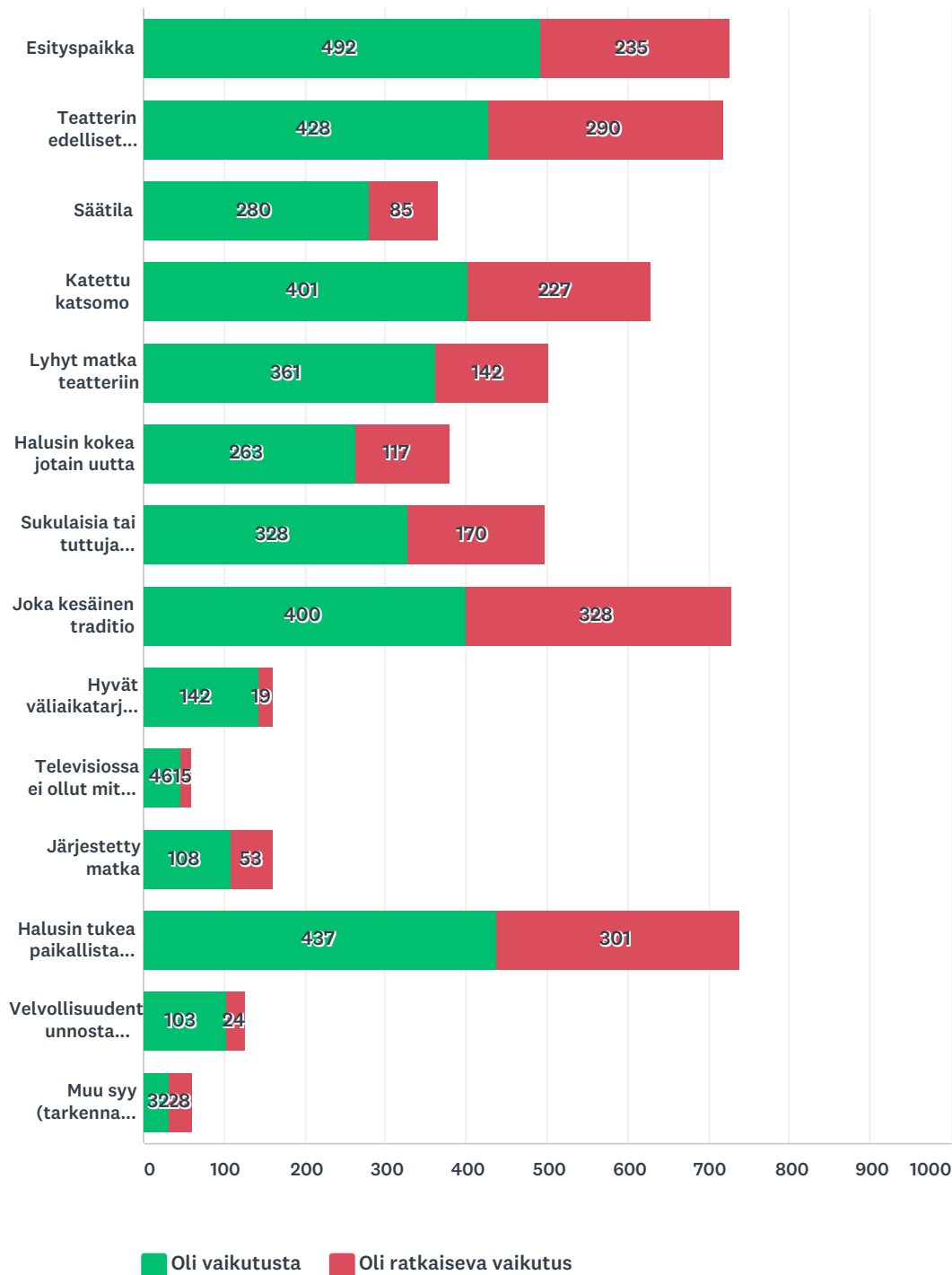


	OLI VAIKUTUSTA	OLI RATKAISEVA VAIKUTUS	YHTEENSÄ	PAINOTETTU KESKIAARVO
Esityksen aihe tai teema	59,02% 517	40,98% 359	876	1,41
Hyvää ja tuttua musiikkia	64,38% 347	35,62% 192	539	1,36

Esittävä teatteriryhmä	55,52% 392	44,48% 314	706	1,44
Käsikirjoittaja / Säveltäjä / Ohjaaja	69,67% 333	30,33% 145	478	1,30
Lipun hinta	80,60% 324	19,40% 78	402	1,19
Ammattiteatteri	77,26% 282	22,74% 83	365	1,23
Ennalta tai nimenä tuttu teos	73,01% 422	26,99% 156	578	1,27
Tunnettuja näyttelijöitä esiintymässä	68,94% 313	31,06% 141	454	1,31
Omia tuttuja esiintymässä	50,64% 279	49,36% 272	551	1,49
Lehtiarvostelut tai jutut mediassa	83,33% 445	16,67% 89	534	1,17
Tutuilta tai sukulaisilta kuullut keuhut	71,63% 404	28,37% 160	564	1,28
Esityksen ennakkomainonta	82,08% 513	17,92% 112	625	1,18
Muu syy (tarkenna halutessasi alla)	50,83% 122	49,17% 118	240	1,49

Q3 2 b. Muistele viimeistä tai viimeisimpiä kesäteatterikäyntejäsä. Mitkä muut tekijät vaikuttivat siihen, että menit katsomaan juuri sen esityksen tai ne esitykset - etkä jotain muuta? Millä tekijöillä oli ratkaiseva vaikutus päätökseesi? Voit jättää tyhjäksi ne rivit / vaihtoehdot joilla ei ollut päätökseesi vaikutusta tai jotka eivät koske Sinua. Vaihtoehdot ovat satunnaisessa järjestyksessä.

Vastattu: 1 121 Ohitettu: 190

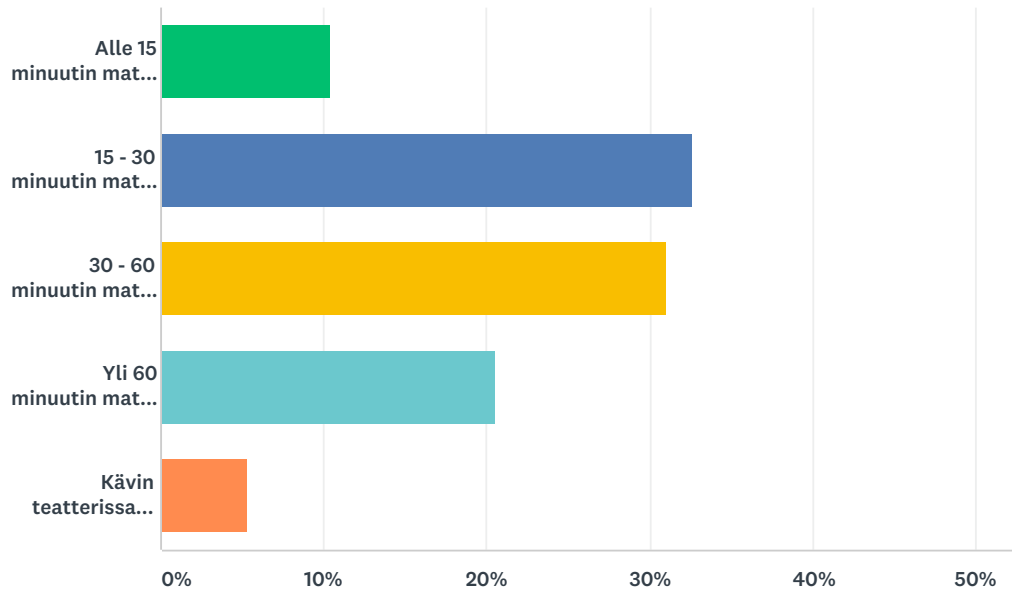


	OLI VAIKUTUSTA	OLI RATKAISEVA VAIKUTUS	YHTEENSÄ	PAINOTETTU KESKIARVO
--	----------------	-------------------------	----------	----------------------

Esityspaikka	67,68% 492	32,32% 235	727	1,32
Teatterin edelliset tuotannot	59,61% 428	40,39% 290	718	1,40
Säätila	76,71% 280	23,29% 85	365	1,23
Katettu katsomo	63,85% 401	36,15% 227	628	1,36
Lyhyt matka teatteriin	71,77% 361	28,23% 142	503	1,28
Halusin kokea jotain uutta	69,21% 263	30,79% 117	380	1,31
Sukulaisia tai tuttuja lähdössä samaan esitykseen	65,86% 328	34,14% 170	498	1,34
Joka kesäinen traditio	54,95% 400	45,05% 328	728	1,45
Hyvät väliaikatarjoilut	88,20% 142	11,80% 19	161	1,12
Televisiossa ei ollut mitään kiinnostavaa	75,41% 46	24,59% 15	61	1,25
Järjestetty matka	67,08% 108	32,92% 53	161	1,33
Halusin tukea paikallista teatteria	59,29% 437	40,84% 301	737	1,41
Velvollisuudentunnosta puolisoa tai ystäviä kohtaan	81,10% 103	18,90% 24	127	1,19
Muu syy (tarkenna halutessasi alla)	53,33% 32	46,67% 28	60	1,47

Q4 3. Kuinka pitkälle matkustit (yhteen suuntaan) katsomaan kesäteatteriesitystä? Jos näit useamman, mikä oli keskimääräinen aika?

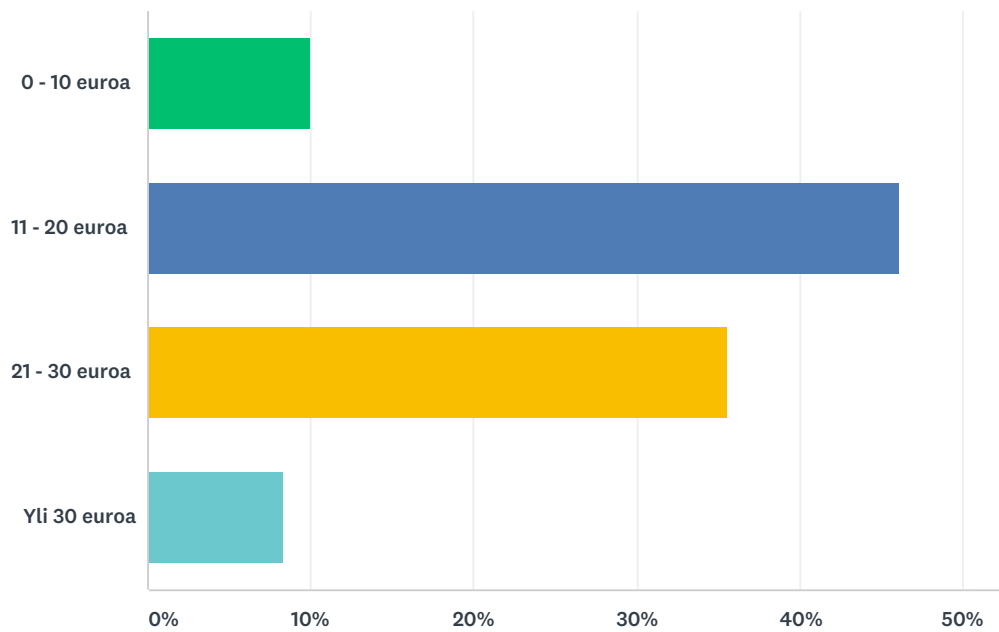
Vastattu: 1 118 Ohitettu: 193



VASTAUSVAIHTOEHDOT	VASTAUKSET	
Alle 15 minuutin matkan päähän	10,47%	117
15 - 30 minuutin matkan päähän	32,65%	365
30 - 60 minuutin matkan päähän	31,04%	347
Yli 60 minuutin matkan päähän	20,48%	229
Kävin teatterissa muun matkan (työ-, ostos- tai lomamatka, sukulointi tms) yhteydessä	5,37%	60
YHTEENSÄ		1 118

Q5 4. Kuinka paljon maksoit kesäteatteriesityksen pääsylipusta? Jos näit useamman, mitä maksoit keskimäärin?

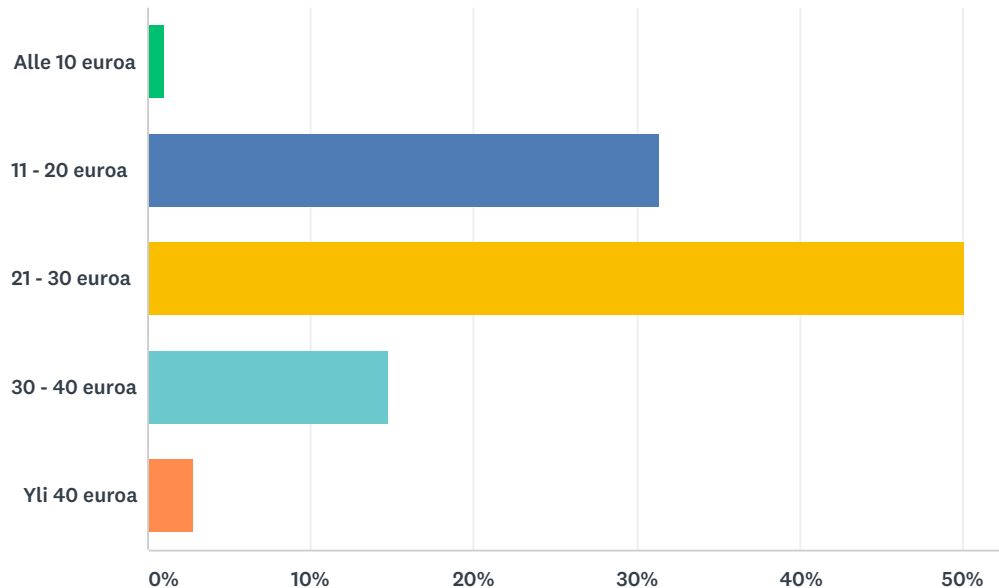
Vastattu: 1 110 Ohitettu: 201



VASTAUSVAIHTOEHDOT	VASTAUKSET	
0 - 10 euroa	10,00%	111
11 - 20 euroa	46,13%	512
21 - 30 euroa	35,59%	395
Yli 30 euroa	8,29%	92
YHTEENSÄ		1 110

Q6 5. Sivun loppuksi kysymys, joka ei koske menneitä kesiä: Kuinka paljon olet valmis maksamaan kesäteatterilipusta, jos esitys on juuri sellainen jonka ehdottomasti haluat nähdä?

Vastattu: 1 114 Ohitettu: 197



VASTAUSVAIHTOEHDOT	VASTAUKSET	
Alle 10 euroa	0,99%	11
11 - 20 euroa	31,42%	350
21 - 30 euroa	50,09%	558
30 - 40 euroa	14,72%	164
Yli 40 euroa	2,78%	31
YHTEENSÄ		1 114

Q7 6 a. Pitääkö kesäteatteriesityksen olla tuttu ja turvallinen vai uusi ja yllättävä?

Vastattu: 1 030 Ohitettu: 281

VASTAUSVAIHTOEHDOT	KESKIMÄÄRÄINEN LUKUMÄÄRÄ	KOKONAISMÄÄRÄ	VASTAUKSET
	66	68 008	1 030
Vastaajat yhteensä: 1 030			

PERUSTILASTOT				
VÄHINTÄÄN	ENINTÄÄN	MEDIAANI	KESKIARVO	KESKIHAJONTA
0,00	100,00	68,00	66,03	17,63

Q8 b. Pitääkö kesäteatterikappaleen olla mieluummin hauska ja kevyt vai syvälinen ja ajatuksia herättävä

Vastattu: 1 037 Ohitettu: 274

VASTAUSVAIHTOEHDOT	KESKIMÄÄRÄINEN LUKUMÄÄRÄ	KOKONAISMÄÄRÄ	VASTAUKSET
	34	35 404	1 037
Vastaajat yhteensä: 1 037			

PERUSTILASTOT				
VÄHINTÄÄN	ENINTÄÄN	MEDIAANI	KESKIVARVO	KESKIHAJONTA
0,00	100,00	32,00	34,14	23,14

Q9 c. Pitääkö kesäteatterikappaleessa olla laulua ja tanssia?

Vastattu: 1 032 Ohitettu: 279

VASTAUSVAIHTOEHDOT	KESKIMÄÄRÄINEN LUKUMÄÄRÄ	KOKONAISMÄÄRÄ	VASTAUKSET
	39	40 571	1 032
Vastaajat yhteensä: 1 032			

PERUSTILASTOT				
VÄHINTÄÄN	ENINTÄÄN	MEDIAANI	KESKIARVO	KESKIHAJONTA
0,00	100,00	36,00	39,31	26,64

Q10 d. Menetkö mieluummin katsomaan tutun kesäteatterin uutta esitystä vai etsitkö aktiivisesti uusia kesäteattereita joissa käydä?

Vastattu: 1 010 Ohitettu: 301

VASTAUSVAIHTOEHDOT	KESKIMÄÄRÄINEN LUKUMÄÄRÄ	KOKONAISMÄÄRÄ	VASTAUKSET
	40	40 614	1 010
Vastaajat yhteensä: 1 010			

PERUSTILASTOT				
VÄHINTÄÄN	ENINTÄÄN	MEDIAANI	KESKIVARVO	KESKIHAJONTA
0,00	100,00	39,00	40,21	21,68

Q11 e. Kuinka tärkeää on, että näytelmässä on TV:stä tuttuja tähtiä tai muuten tunnettuja esiintyjä?

Vastattu: 1 071 Ohitettu: 240

VASTAUSVAIHTOEHDOT	KESKIMÄÄRÄINEN LUKUMÄÄRÄ	KOKONAISMÄÄRÄ	VASTAUKSET
	76	80 914	1 071
Vastaajat yhteensä: 1 071			

PERUSTILASTOT				
VÄHINTÄÄN	ENINTÄÄN	MEDIAANI	KESKIVARVO	KESKIHAJONTA
0,00	100,00	80,00	75,55	23,47

Q12 f. Menetkö kesällä katsomaan mieluummin ammattiteatteria vai harrastajateatteria?

Vastattu: 978 Ohitettu: 333

VASTAUSVAIHTOEHDOT	KESKIMÄÄRÄINEN LUKUMÄÄRÄ	KOKONAISMÄÄRÄ	VASTAUKSET
	56	54 484	978
Vastaajat yhteensä: 978			

PERUSTILASTOT				
VÄHINTÄÄN	ENINTÄÄN	MEDIAANI	KESKIARVO	KESKIHAJONTA
0,00	100,00	53,00	55,71	26,48

Q13 g. Sivun loppuksi vähän haastavampi kysymys: Kumman katsot mieluummin, tutun teoksen jossa tuntemattomat näyttelijät vai uuden teoksen jossa tunnetut näyttelijät.

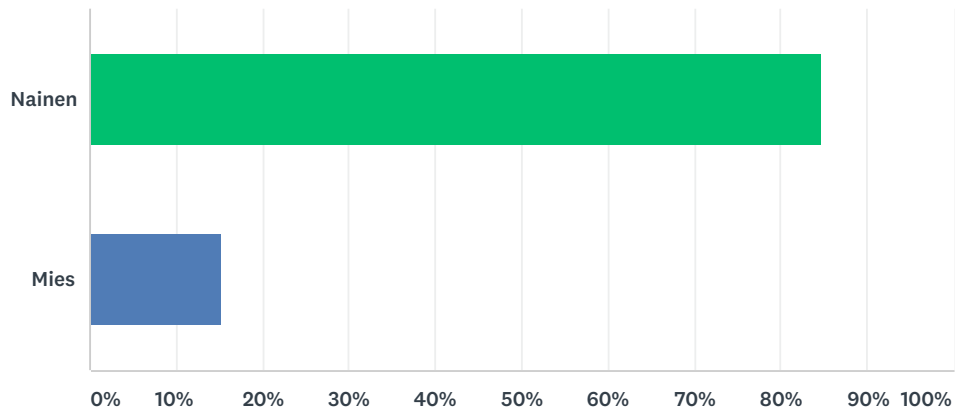
Vastattu: 1 109 Ohitettu: 202

VASTAUSVAIHTOEHDOT	KESKIMÄÄRÄINEN LUKUMÄÄRÄ	KOKONAISMÄÄRÄ	VASTAUKSET
	54	59 608	1 109
Vastaajat yhteensä: 1 109			

PERUSTILASTOT				
VÄHINTÄÄN	ENINTÄÄN	MEDIAANI	KESKIARVO	KESKIHAJONTA
0,00	100,00	53,00	53,75	24,87

Q14 Oletko

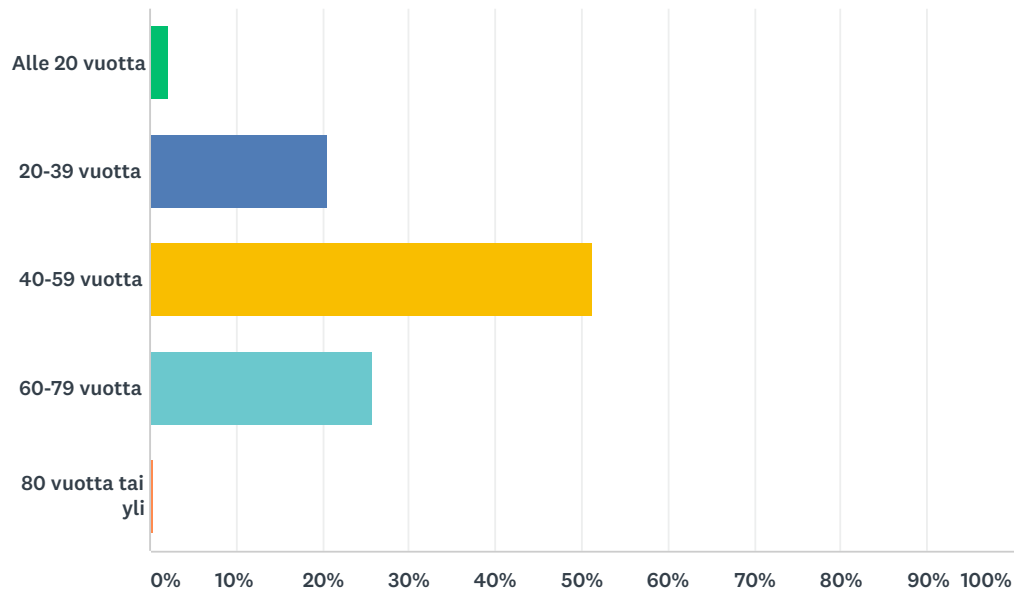
Vastattu: 1 097 Ohitettu: 214



VASTAUSVAIHTOEHDOT	VASTAUKSET	
Nainen	84,78%	930
Mies	15,22%	167
YHTEENSÄ		1 097

Q15 Mikä on ikäsi?

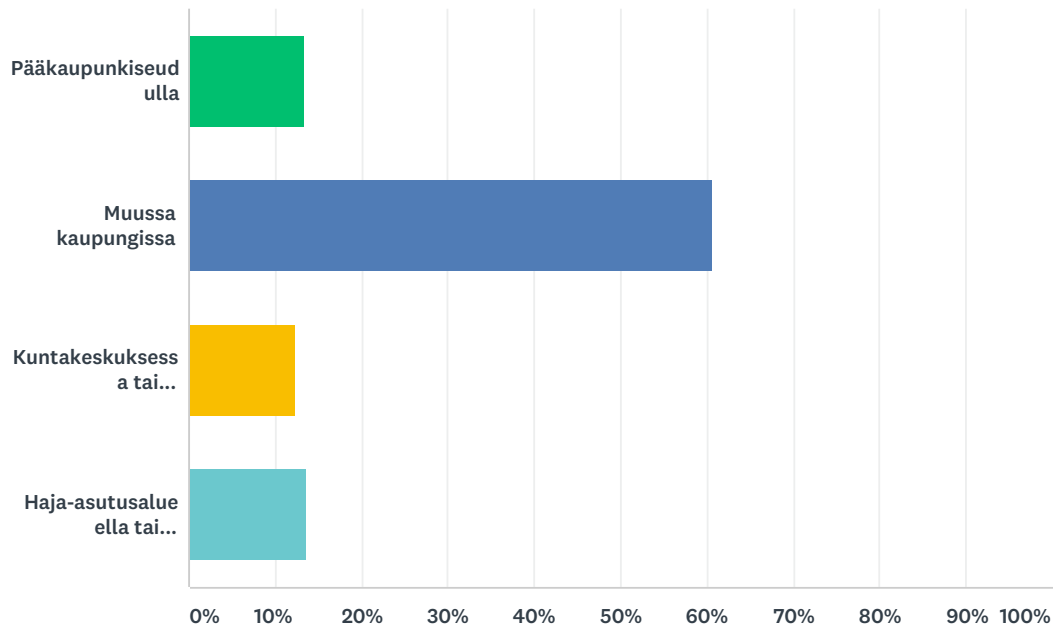
Vastattu: 1 097 Ohitettu: 214



VASTAUSVAIHTOEHDOT	VASTAUKSET
Alle 20 vuotta	2,10% 23
20-39 vuotta	20,51% 225
40-59 vuotta	51,23% 562
60-79 vuotta	25,80% 283
80 vuotta tai yli	0,36% 4
YHTEENSÄ	1 097

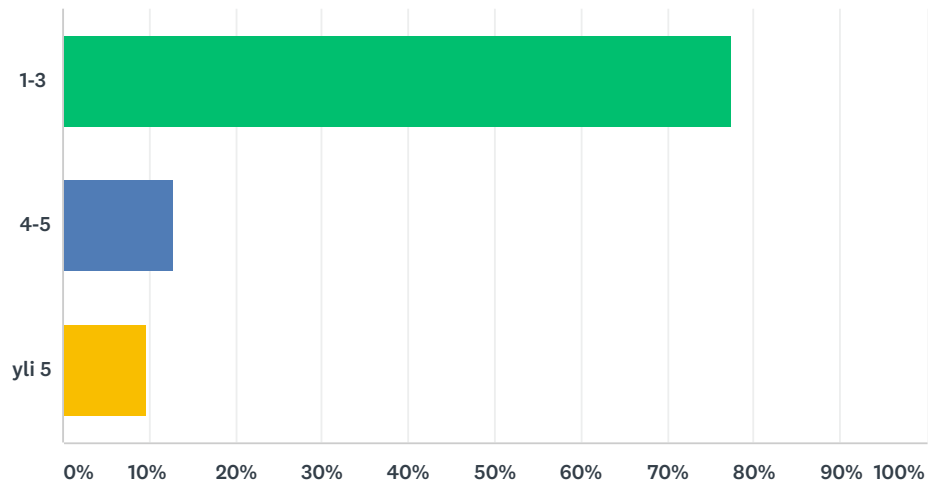
Q16 Missä päin Suomea asut?

Vastattu: 1 097 Ohitettu: 214



Q17 Kuinka monta kertaa vuodessa käyt kesäteatterissa?

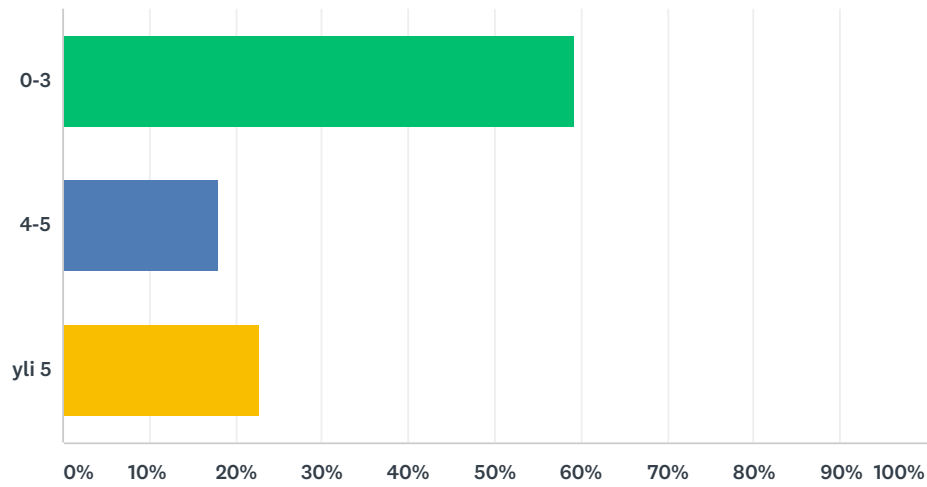
Vastattu: 1 091 Ohitettu: 220



VASTAUSVAIHTOEHDOT	VASTAUKSET	
1-3	77,45%	845
4-5	12,83%	140
yli 5	9,72%	106
YHTEENSÄ		1 091

Q18 Kuinka monta kertaa käyt teatterissa syys-, talvi- ja kevätkaudella?

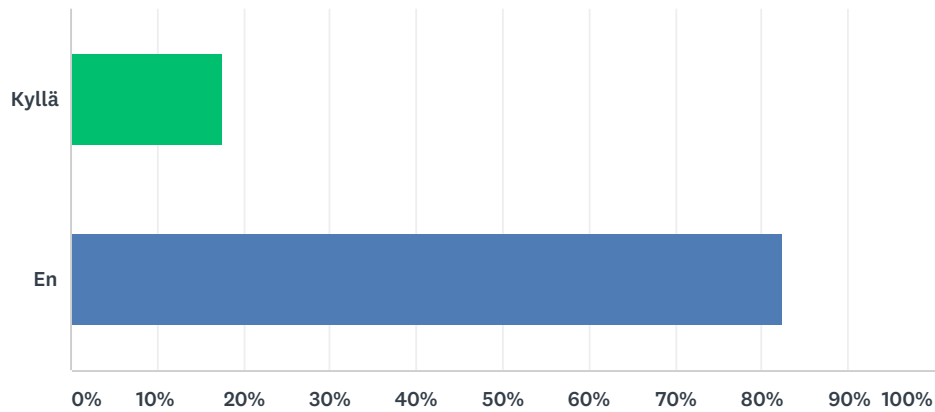
Vastattu: 1 090 Ohitettu: 221



VASTAUSVAIHTOEHDOT	VASTAUKSET	
0-3	59,17%	645
4-5	18,07%	197
yli 5	22,75%	248
YHTEENSÄ		1 090

Q19 Oletko itse mukana jonkun kesäteatterin toiminnassa?

Vastattu: 1 093 Ohitettu: 218



VASTAUSVAIHTOEHDOT	VASTAUKSET	
Kyllä	17,47%	191
En	82,53%	902
YHTEENSÄ		1 093

Q20 Kiitos vastauksistasi. Jos haluat osallistua arvontaan, jossa palkintona on kaksi 50 euron arvoista teatteriaiheista yllätyspakettia, voit jättää sähköpostiosoitteesi tähän ruutuun. Sähköpostiosoitettasi ei säilytetä arvonnän jälkeen eikä jaeta ulkopuolisille.

Vastattu: 764 Ohitettu: 547

KYSYMYS 2: PÄÄTÖKSEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

LIITE 3

KAIKKI VASTAAJAT

Kysymys / vaihtoehto	Vast N	Merk	Ratk	Ei/EOS	Merk%	Ratk%	Yht%
Esityksen aihe tai teema	1119	517	359	243	46,2 %	32,1 %	78,3 %
Hyvää ja tuttua musiikkia	1119	347	192	580	31,0 %	17,2 %	48,2 %
Esittävä teatteriryhmä	1119	392	314	413	35,0 %	28,1 %	63,1 %
Käsikirjoittaja / ohjaaja / säveltäjä	1119	333	145	641	29,8 %	13,0 %	42,7 %
Lipun hinta	1119	324	78	717	29,0 %	7,0 %	35,9 %
Ammattiteatteri	1119	282	83	754	25,2 %	7,4 %	32,6 %
Ennalta tai nimenä tunnettu teos	1119	422	156	541	37,7 %	13,9 %	51,7 %
Tunnettuja näyttelijöitä esiintymässä	1119	313	141	665	28,0 %	12,6 %	40,6 %
Omia tuttuja esiintymässä	1119	249	272	598	22,3 %	24,3 %	46,6 %
Lehtiarvostelut tai jutut mediassa	1119	445	89	585	39,8 %	8,0 %	47,7 %
Tutuilta tai sukulaisilta kuullut kehut	1119	404	160	555	36,1 %	14,3 %	50,4 %
Esityksen ennakkomainonta	1119	513	112	494	45,8 %	10,0 %	55,9 %
Muu syy (esitys)	1119	122	118	879	10,9 %	10,5 %	21,4 %
Esityspaikka	1121	492	235	394	43,9 %	21,0 %	64,9 %
Teatterin edelliset tuotannot	1121	428	290	403	38,2 %	25,9 %	64,0 %
Säätily	1121	280	85	756	25,0 %	7,6 %	32,6 %
Katettu katsomo	1121	401	227	493	35,8 %	20,2 %	56,0 %
Lyhyt matka teatteriin	1121	361	142	618	32,2 %	12,7 %	44,9 %
Halusin kokea jotain uutta	1121	263	117	741	23,5 %	10,4 %	33,9 %
Sukulaisia tai tuttuja lähdössä samaan esitykseen	1121	328	170	623	29,3 %	15,2 %	44,4 %
Joka kesäinen traditio	1121	400	328	393	35,7 %	29,3 %	64,9 %
Hyvät väliaikatarjoilut	1121	142	19	960	12,7 %	1,7 %	14,4 %
Televisiossa ei ollut mitään kiinnostavaa	1121	46	15	1060	4,1 %	1,3 %	5,4 %
Järjestetty matka	1121	108	53	960	9,6 %	4,7 %	14,4 %
Halusin tukea paikallista teatteria	1121	437	301	383	39,0 %	26,9 %	65,8 %
Velvollisuudentunnosta puolisoa tai ystäviä kohtaan	1121	103	24	994	9,2 %	2,1 %	11,3 %
Muu syy (muu)	1121	32	28	1061	2,9 %	2,5 %	5,4 %