

# HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

## OPINNÄYTETYÖ

### **Tapahtuman tuotannolliset erot erikokoisissa kaupungeissa**

Case Stand up -ilta Somero

*Eeva-Kaarina Pettersson*

Kulttuurituotannon koulutusohjelma 240 op

5/2010

## Kulttuurituotannon koulutusohjelma TIIVISTELMÄ

<b>Työn tekijä</b> Eeva-Kaarina Pettersson	<b>Sivumäärä</b> 30 ja 5 liitesivua
<b>Työn nimi</b> Tapahtuman tuotannolliset erot erikokoisissa kaupungeissa Case Stand up -ilta Somero	
<b>Ohjaavat opettajat</b> Irina Niemimäki, Minna Hautio	
<b>Työn tilaaja</b> Someron kulttuuri ry. ja Someron Seurahuone	
<b>Tiivistelmä</b> <p>Opinnäytetyössä käsitellään pienen, keskisuuren ja ison kaupungin eroja tapahtuman tuotannossa ja tapahtuman aikana. Stand up -ilta Somero -tapahtumaa tuottaessa nähtiin, miten uusi tapahtuma otetaan vastaan pienessä kaupungissa. Haastattelujen kautta saatiin kuva siitä, millaista stand upia on tuottaa isompiin kaupunkeihin; Turkuun ja Vaasaan. Työssä käsitellään myös syitä stand upin suosiolle nykypäivänä.</p> <p>Opinnäytetyön kautta käsitellään myös sitä, miten tapahtuman järjestäminen pikkukaupungissa eroaa vastaavanlaisen tapahtuman järjestämisestä suuressa tai keskisuuressa kaupungissa. Tutkimus on toiminnallinen, haastattelu- ja tapaustutkimus.</p> <p>Syy, miksi päädyin tuottamaan stand upia ja tarkastelemaan juuri sitä oli, ettei kotipaikkakunnassani Somerolla ollut vielä aikaisemmin tuotettu stand upia. Halusin samalla opinnäytetyöni kautta elävöittää Someron kulttuuritarjontaa ja katsoa, olisiko stand upille mahdollisesti jatkossakin kysyntää. Stand up viihteen lajina Suomessa on vielä melko uusi. Halusin opinnäytetyöni kautta nähdä myös, miten uudehkon viihdelajin lanseeraaminen onnistuu kulttuurituottajalta pienellä paikkakunnalla. Saman tuotantoprosessin ovat käyneet läpi myös Vaasan ja Turun stand up -tapahtuman järjestäjät. Heidän tuotantokokemusten pohjalta vertailin tapahtuman järjestämistä erikokoisissa kaupungeissa.</p> <p>Stand up -ilta Somero onnistui tuotannollisesta näkökulmasta katsottuna paremmin kuin osasin odottaa. Tapahtuma sai paljon näkyvyyttä mediassa, sponsoreita lähti mukaan tavoiteltu määrä, yhteistyökumppanit olivat heti kiinnostuneita olemaan osana tapahtumaa, ja kävijämäärä oli odotuksiin verrattuna kaksinkertainen.</p> <p>Yhtenä suurimpana syynä stand up -ilta Somero -tapahtuman suosioon voi pitää medianäkyvyyttä. Pienessä kaupungissa näkyvyyttä saa paremmin kuin isossa kaupungissa, sillä isojen kaupunkien kulttuuritarjonta on laajempi ja yksittäisten tapahtumien on vaikeampi erottua joukosta. Yhtenä syynä suosioon voidaan nähdä myös tapahtumatarjonta. Pienellä paikkakunnalla tapahtumia on harvemmin kuin isoissa. Tästä syystä pienessä kaupungissa ihmisten mielenkiinto osallistua tapahtumaan on suuri. Nimekkäillä esiintyjillä voi myös katsoa olevan iso merkitys tapahtuman onnistumiselle. Pienellä paikkakunnalla ei juuri näe julkisuuden henkilöitä, ja silloin kun he esiintyvät siellä, ihmiset haluavat nähdä julkisuuden henkilön pelkästä uteliaisuudesta. Toisaalta taas isossa kaupungissa on enemmän ihmisiä, joten maksimaalinen kävijämäärä paikalliseen tapahtumaan on suurempi. Kävijöitä myös riittää tapahtumaan helpommin vaikka se järjestettäisiin useammin.</p> <p>Ei voida selvästi päätellä, minkä kokoiseen kaupunkiin tapahtuma on kannattavinta järjestää. Itse olen kuitenkin sitä mieltä, että pienet paikkakunnat ovat vielä joidenkin tapahtumien suhteen valloittamatta ja juuri siitä syystä tapahtumatuottaminen pieniin kaupunkeihin on kannattavaa.</p>	
<b>Asiasanat</b> stand up, tapahtuma, tuottaminen, maaseutupaikkakunta	

**HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**  
**Name of the Degree Programme**

**ABSTRACT**

<b>Author</b> Eeva-Kaarina Pettersson	<b>Number of Pages</b> 30 + 5
<b>Title</b> Comparing the Process of Event Production in Towns of Different Sizes Case Stand up -evening Somero	
<b>Supervisor</b> Irina Niemimäki, Minna Hautio	
<b>Subscribers</b> Someron Seurahuone, Someron Kulttuuri ry	
<b>Abstract</b> <p>In my thesis I discuss how event production as a process differs in small, medium-sized and large towns. When producing the <i>Stand up evening Somero</i> event I gained first-hand knowledge of how a new event was accepted in a small town. An overall understanding of producing a stand up event in medium and large sized cities, Vaasa and Turku, was gained through interviewing producers of such events. In my thesis I also discuss the reasons for the success of stand up today.</p> <p>The reason why I decided to produce and analyze the process behind producing a stand up event, was that it had never been done before in Somero, a town where I grew up. I also wanted to spice up the cultural supply in Somero and to see whether there would be a demand for such events in the future. Stand up as a form of entertainment is fairly new in Finland. Through my thesis I wanted to see how people accept this kind of introduction of a new form of entertainment in a small town. The similar production processes were carried out by the producers of Turku and Vaasa stand up events. The comparisons between the towns of different sizes were made by using their experiences and results from producing their events and those of my own as a producer of the Somero stand up event.</p> <p>From the production point of view the event exceeded all expectations. Visibility is easier to achieve in a small city where you don't need to compete with other cultural or similar events. One reason for the success can be the general lack of cultural events in a small city which makes the interest for the event grow bigger. Big part of the success can also be the well-known and famous performers who are rarely seen in small towns and therefore can raise an extra curiosity for the event. On the other hand, in bigger cities the size of the potential audience is bigger because of the larger quantity of people. This also makes it possible to produce this kind of events more often in bigger cities.</p> <p>It can't clearly be defined what size of a city is the most potential for this kind of an event. In my opinion, smaller towns are yet to be conquered when it comes to certain types of events and therefore event production can be seen as profitable in small towns.</p>	
<b>Keywords</b> stand up, happening, producing, country town	

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 STAND UP TUOTTEENA	6
2.1 Stand upin historiaa	7
2.1.1 Stand upin historia Suomessa	9
2.2 Stand upin suosio	10
3 TAUSTATIETOA TUTKIMUSKOHTEISTA	13
3.1 Somero	13
3.2 Turku	14
3.3 Vaasa	15
4 AINEISTON KÄSITTELY	17
4.1 Yhteistyökumppanit	17
4.2 Esiintyjien hankkiminen	20
4.3 Sponsorit	21
4.4 Tiedotus	22
4.5 Markkinointi	22
4.6 Kustannukset	23
4.7 Tapahtuman tavoitteet ja niiden onnistuminen	24
5 LOPPUYHTEENVETO	26
LÄHTEET	31
LIITTEET	32
Liite 1 Tiedote	
Liite 2 Sponsorikirje	
Liite 3 Juliste	
Liite 4 Esite	
Liite 5 Lehtileikkeet	

## 1 JOHDANTO

Tuotin toiminnallisena opinnäytetyönä stand up -illan kotipaikkakunnalleni Somerolle. Paikkakuntana Somero tuntui luonnolliselta vaihtoehdolta, sillä 20 vuotta Somerolla asuneena tunnen pienen kaupungin kulttuuritarjonnan ja osaan hahmottaa sen puutteet. Halusin opinnäytetyöni kautta elävöittää Someron kulttuuritarjontaa ja samalla kehittyä itse tuottajana.

Stand up -ilta Somero järjestettiin 13. maaliskuuta 2010. Tapahtumapaikkana toimi paikallinen ravintola Someron Seurahuone. Tapahtumaan odotettiin noin kahtasataa kävijää, mutta loppujen lopuksi tapahtumaan osallistuneita oli yli 400. Tapahtuman pääyhteistyökumppaneina toimivat Someron Seurahuone ja Someron Kulttuuri ry. Esiintyjinä olivat Ismo Leikola, Pirjo Heikkilä ja Jani Rantanen.

Tutkimukseni on toiminnallinen tapaus, - ja haastattelututkimus. Haastateltavina olivat Humanistisesta ammattikorkeakoulusta kulttuurituottajiksi valmistuneet Paula Kempainen ja Silja Leppänen. Paula Kempainen tuotti Stand up, Vaasa! -tapahtuman vuonna 2008 ollessaan työharjoittelussa Turussa toimivassa stand up -komiikkaan erikoistuneessa tuotantoyhtiö Wickström & Thibblin Comedy Ab:ssa (W&T Comedy). Silja Leppänen tuotti toiminnallisena opinnäytetyönään Stand Up, Turku! -festivaalin vuonna 2006 yhdessä opiskelutoverinsa Taru Suokkaan kanssa. He kehittivät ideaa festivaalista ja W&T Comedy tarjosi mahdollisuuden tapahtuman toteuttamiselle yrityksen kautta. Heidän haastattelujen pohjalta vertailen eroja tapahtuman tuotannossa erikokoisissa kaupungeissa.

Tutkimukseni hypoteesina toimii väite siitä, että tapahtumalla on tuotannollisia eroja riippuen kaupungin koosta. Tutkimuskysymyksenäni on selvittää, onko näitä eroja, ja jos on niin millaisia ne ovat.

## 2 STAND UP TUOTTEENA

Tässä kappaleessa käsitellään stand upin luonnetta viihteen muotona ja verrataan sitä tavalliseen teatteriin.

”Stand up -koomikko on yksin yleisön edessä seisova mies tai nainen, joka kertoo katsojille jotakin saadakseen nämä nauramaan. Koomikko ei esitä ketään, ei ole pukeutunut miksiäkään/keneksikään, ei käytä rekvisiitaa eikä esiinny valmiin käsikirjoituksen mukaan. Hän esiintyy omana itsenään ja puhuu suoraan yleisölle.” (Wickström 2005, 151.)

Vaikka edellä mainittiin, ettei stand up -esitys etene käsikirjoituksen mukaan, esityksellä on kuitenkin sellainen. Stand up -esitys etenee käsikirjoituksen mukaan, mutta se on samalla hyvin avoin improvisaatiolle. Suurin osa koomikoista kirjoittaa itse esityksensä rungon. Vaikka esitys on valmiiksi käsikirjoitettu, stand up on perinteisesti laji, jonka onnistuminen edellyttää esiintyjän improvisaatiokykyä ja kommunikointia yleisön kanssa. Stand up -esiintyjän on aina kuultava ja aistittava yleisöä ja hyödynnettävä sen reaktiota vitseissään tilanteen mukaan. Tämä on yksi syy siihen, miksi stand up on haastavaa. (Toikka & Vento 2000, 18–19.)

”Yksi stand up- ja teatteriesityksen suurimmista eroista on, että stand up -lavalla haluan yleisön reagoivan puheisiini, eli nauravan. Tarvitsen naurua voidakseni jatkaa. Monologia taas voisin jatkaa ihan rauhassa, vaikka yleisö ei reagoisi siihen mitenkään. Stand up -esitys ei siis ole koomikon ”monologi”, vaan pikemminkin dialogi - koomikon ja yleisön hilpeä vuoropuhelu.” (Wickström 2005, 35–36.)

Näyttelijään verrattuna stand up -koomikolla ei lavalle astuessaan ole suojanaan kirjoitettua roolia, johon transformoitua. Toisaalta taas stand up -koomikon roolin voidaan nähdä syntyvän hänen asennoitumisestaan maailmaan, aiheisiinsa ja yleisöön sekä mahdollisesti ulkoisesta olemuksesta. (Wickström 2005, 116.)

Stand up -koomikon aiheet eivät pohjaudu mihinkään tiettyyn ideologiaan. Avainsanana stand up -komiikassa on ajoitus, kyky sanoa juuri oikeat sanat täsmälleen oikealla hetkellä. Koomikko voi vitsailla mistä vain, mutta jotta vitsi olisi hauska, tilannetajua on oltava. Komiikkaa on kaikkialla, ja sen ilmenemismuodot vaihtelevat eri kulttuureissa. Riippuen esiintyjän tyylistä, vitsin voi saada aikaiseksi esimerkiksi arkipäi-

vään liittyvistä asioista, kaupunkikulttuuri- tai sukupuolieroista. (Wickström 2005, 197,200, 202.)

## 2.1 Stand upin historiaa

Stand up -komiikan edeltäjiä löytyy lukuisista eri kulttuureista. Sen juuret katsotaan olevan eurooppalais-juutalais-amerikkalaiset. (Toikka & Vento 2000, 75–78.)

Yksi stand up -koomiikan esi-isistä on juutalaisen perinteen badhan -hahmo. Badhanin tehtävä on ollut viihdyttää muita julkisissa tilaisuuksissa ja erilaisissa juhlissa. Varsinkin häissä badhanit ovat pilailleet morsiamen isän ja kunnia-arvoisten vieraiden kustannuksella. Ortodoksijuutalaisten keskuudessa perinne on yhä voimissaan. (Wickström 2005, 18.)

Eurooppalainen huumori ja komiikka siirtyivät Amerikkaan siirtolaisuuden myötä. Maahanmuuttajien mukana tuli muun muassa englantilaista satiiria ja nokkeluutta, sekä juutalaista arkipäivän havainnointia ja ironiaa. Siirtolaiset muokkasivat mukanaan tuomaa kulttuuria vastaamaan sen hetkisen elämänsä tarpeita. (Toikka & Vento 2000, 75–76.)

Toisenlainen stand up -koomikon esi-isä on varietee- ja vaudeville-juontaja. Englantilainen poliitikko ja sotapäällikkö, sekä valtionpäämies Oliver Cromwell kielsi 1640 -luvun alussa kaikki teatteriesitykset Englannissa. Kuningas Kaarle II päästi parikymmentä vuotta myöhemmin teatterin pannasta, mutta vain kaksi teatteria sai luvan esittää puhenäytelmiä. Tämän seurauksena syntyi uusi viihteen laji: englantilainen varietee, jossa lyhyet näytelmät vuorottelivat musiikin, sirkustemppeujen ja tanssinumeroiden kanssa. Ohjelmanumeroiden välillä näyttelijöiden piti ehtiä muun muassa vaihtamaan vaatteita, joten tarvittiin joku, joka piti esitystä kasassa sen aikaa; puhui suoraan yleisölle, kertoi vitsejä ja piti tunnelmaa yllä. Myöhemmin varietee-esityksiä rakennettiin myös pelkästään yhden miehen show'ta varten (Wickström 2005, 18–19.)

Varietee-teatteri siirtyi pikkuhiljaa Amerikan mantereelle ja syrjäytti siellä toisen hyvin

suositun viihteen muodon, minstrel-show'n. Minstrel-show oli ensimmäinen alkupe-  
rältään amerikkalainen viihdemuoto. Sen ideana oli valkoisten ihmisten esiintyminen  
mustissa. Valkoiset pukeutuivat ja maskeerasivat itsensä mustiksi ja puhuivat, lauloi-  
vat, tanssivat ja kertoivat vitsejä ”mustina”. Näin he myös loivat ja ylläpitivät stereoty-  
pioita. Minstrel sisälsi seksuaalisesti värittynyttä materiaalia. Miesesiintyjät esittivät  
myös naisia. Minstrel-show't suunnattiin tavallisista ihmisistä kootulle kansanosalle,  
mistä syystä se asettui teatterin elitismiä vastaan. (Toikka & Vento 2000, 79–80.)

1890 -luvulla vaudeville syrjäytti minstrel -show'n ja osoitti paikkansa suosituimpana  
viihdemuotona. Vaudeville -esitykset näyttivät epäyhtenäiseltä kokoelmalta yhteen-  
kuulumattomia näytöksiä, joihin sisältyi laulua, tanssia, monologeja, elementtejä  
minstrel -huumorista ja sirkuksesta. Esitykset olivat kuitenkin suunniteltu erittäin pik-  
kutarkasti, aivan kuten stand up -komiikassakin. Vaudeville -esitykset olivat luonteel-  
taan kovia ja esitystapa aggressiivista. Niissä pilkattiin ajan sivistynyttä yhteiskuntaa.  
Tämän tyyppistä huumoria esittävät koomikot luokiteltiin uuden huumorin harjoittajik-  
si, myöhemmin heitä alettiin kutsua stand up -koomikoiksi. Vuosisadan alussa vau-  
devillella oli vaikutusta amerikkalaisten moraalikäsitteisiin ja mielipiteisiin. Siihen si-  
sältyvä etninen huumori toimi kahdella tavalla, aivan kuten tämän päivän stand upis-  
sa. Käsitellessään amerikkalaisen yhteiskunnan tapoja se antoi niistä tietoa ja näin  
ollen mahdollisuuden omaksua ne. Toisaalta se piti yllä stereotyyppisiä käsityksiä,  
mitkä eivät aina olleet totuuden mukaisia. Tässä näkyy komiikan ja huumorin ristiriit-  
aisuus sen arvostellessa kohdetta, mutta samalla pitämällä sen elossa muuttumat-  
tomana. (Toikka & Vento 2000,80–81.)

Vaudevillen rinnalla suosittu esitysmuoto 1800 -luvun lopulla Yhdysvalloissa oli bur-  
leskiteatteri. Burleski siirtyi bordelleista ja kapakoista teattereihin 1870 -luvulla. Bur-  
leskin yleisö oli kouluttamatonta työväenluokkaa ja esityksen ilmapiiri kova ja rivo.  
Burleski -esitykseen sisältyi musiikkia, rivoa huumoria ja striptease-esityksiä. Näiden  
välillä esiintyi pellemäisesti näytteleviä, loukkauksia ja solvauksia viljeleviä stand up -  
koomikoita. (Toikka & Vento 2000, 82.)

Vaudevillen ja burleskin suosioden laskettua 1930 esiin tulivat konserttinäytökset.  
Niitä nähtiin yökerhoissa, joihin otettiin ainoastaan ammattimaisia koomikoita. Esityk-  
siltä vaadittiin nopeaa tempoa ja lyhyitä vitsejä. Konserttinäytösten aikana myös radio



tarjosi tilaisuuksia stand up -koomikoille aina 1950 -luvulle asti. Sen jälkeen vuoroon tuli televisio. (Toikka & Vento 2000, 85–86.)

1960 -luvulla perustettiin stand up -klubeja, joiden kautta esiintyjien oli helppo tehdä itseään tunnetuiksi. Palkka oli kuitenkin huono ja niinpä koomikot menivät lakkoon vuonna 1979. Lakon seurauksena stand up -komediasta tuli palkallinen ammatti. 1980 -luvulle tultaessa stand up -klubien määrä kasvoi kymmenestä yli kolmeen saataan ja siitä lähtien laji on kasvattanut suosiotaan entisestään. (Toikka & Vento 2000, 88, 94.)

### 2.1.1 Stand upin historia Suomessa

Suomessa stand up -komedia on tullut tutuksi 1990 -luvulla. Tosin amerikkalaiset stand up -ohjelmat näkyivät televisioissa jo 1980 -luvulla. Myös suomalaisesta esityksiperinteestä löytyy stand up -komiikalle ominaisia piirteitä, ja henkilöitä joiden voidaan katsoa esittäneen eräänlaista stand upia. Muun muassa Esa Pakarinen ja Reino Helismaa näkyvät vahvasti suomalaisen viihteen historiassa ja heidän esiintymistyylistään voi nähdä stand upille ominaisia piirteitä. (Toikka & Vento, 2000, 105.)

Ensimmäiset stand up -klubit Suomeen perusti suomenruotsalainen Stan Saanila. Häntä voidaan myös pitää henkilönä, joka toi lajin Suomeen. (Wikström, 2005, 214.)

Klubb Viirus ei ollut pelkästään stand uppiin keskittynyt, vaan ideana oli esittää yleisölle kaikkea levotonta, kuten masokistishow'ta. Suosio ylitti kaikki odotukset. Klubi oli aina loppuunmyyty ja esityksistä tehtiin myös radiolähetyksiä. Työtahdin kiristyesä lipun hintoja olisi pitänyt nostaa. Myös tekniikan kanssa tuli ongelmia ja niinpä klubb Virus päätettiin lakkauttaa. Vuonna 2000 Andrei Wickström nosti klubb Viiruksen uudestaan esille ja jalosti siitä kokonaan stand uppiin keskittyvän klubin. (Wickström 2000, 26–27.)

Television merkitystä stand upin nousussa ei voi vähätellä. Muun muassa W-tyyli, Get Up Stand Up, Komiikkatehdas, Club Act!One ja Hupiklubi ovat nostaneet stand upin yleisön tietoisuuteen. (Savola, Heli, 2006.)

Nykyään stand upia näkee eri puolilla Suomea jo monen teatterin lavalla sekä etenkin pääkaupunkiseudulla usealla klubilla. Tällä hetkellä stand up klubeja on Suomessa 58. Klubit ovat pääosin isoissa kaupungeissa. (Koomikot.com, 2010.)

Näin ollen lajin ei voi vielä katsoa pysyvästi juurtuneen varsinkaan pieniin kaupunkeihin ja niinpä voidaan vielä toistaiseksi puhua stand upista melko uutena viihteen lajina, jolla on vielä alueita valloittamatta. Tämä ilmeni muun muassa siten, että Stand up -ilta Somerossa oli useita kävijöitä, jotka näkivät stand upia ensimmäistä kertaa. He olivat kuitenkin kiinnostuneita tulemaan katsomaan stand up -esityksiä ja osa kävijöistä toivoi vastaavanlaista tapahtumaa järjestettävän jatkossakin.

## 2.2 Stand upin suosio

Tällä hetkellä stand up -klubeja on Suomessa 29 eri kaupungissa yhteensä 58 (koomikot.com, 2010). Vuonna 2000 julkaistussa Kirjassa Ala naurattaa Stan Saanila pitää Suomessa ongelmana sitä, että meillä ei ole stand up -klubeja.

”Ilman niitä esiintyjät joutuvat jatkuvasti hakemaan esityspaikkoja tai esiintymään teatteriravintoloissa. Klubit vaikuttaisivat myös lajin jatkuvuuteen ja loisivat kasvualustaa uusille koomikoille. Stand up -komedia ei saisi olla pelkkä täytenumero, vaan oman aikansa ja paikkansa ansaitseva viihteen laji. Suomesta puuttuu myös yksinomaan stand up -koomikoiden välittämiseen erikoistunut ohjelmatoimisto”. (Toikka & Vento 2000, 106.)

Tästä voidaan päätellä lajin hurja kasvuvauhti Suomessa. Kuten edellä mainittiin, Suomessa on tällä hetkellä stand up -klubeja. Lisäksi W&T Comedy toimii stand up -koomikoiden välittämiseen erikoistuneena ohjelmatoimistona. Kymmenessä vuodessa laji on tullut yhä tutummaksi ja itse koen sen kasvattavan suosiotaan yhä enenevässä määrin nyt ja lähitulevaisuudessa. Tämän voi mielestäni päätellä muun muassa siitä, että Stand up -ilta Somero -tapahtumassa oli henkilöitä, jotka näkivät ensimmäistä kertaa stand upia, mutta vakuuttivat haluavansa nähdä sitä uudestaan. Stand up -klubi-iltoja ja muita aiheeseen liittyviä tapahtumia järjestetään isoissa kaupungeissa, mutta pienemmät paikkakunnat ovat vielä pääosin valloittamatta.

Niin ikään stand up koomikko Andrei Wickström uskoo 2005 ilmestyneessä kirjassaan stand upin olevan pysyvä viihdemuoto.

”Joskus minulta kysytään, onko suomalainen stand up ohimenevä ilmiö vai onko stand up -komiikka tullut tänne jäädäkseen. Vastaan kysyjille yleensä, että jos tapaat jonkun, joka saa sinut nauramaan, haluat varmasti tavata hänet uudestaan. Sama koskee stand up -komiikkaa. Jos koomikko onnistuu naurattamaan katsojia, he haluavat nähdä hänet uudestaan. Tässä siis vastaus teille kaikille: stand up on tullut jäädäkseen” (Wickström 2005, 31.)

Koen stand upin suosion perustuvan siihen, että siinä on vielä lajina uutuuden viehätystä. Huumorilla ja tietynlaisella arvaamattomuudella on myös iso rooli sen suosiossa. Stand up -esitys ei ole koskaan samanlainen, sillä koomikon on käytettävä hyödykseen yleisöltä saatu kontakti ja heitettävä vitsejä tilanteen mukaan. Muun muassa näistä syistä näkisin lajin kestävän myös sen jälkeen kun se on menettänyt uutuuden viehätöksensä ja tullut enemmän ihmisten tietoisuuteen.

Avner Ziv on määritellyt tutkimuksessaan *Personality and Sense of Humour* (1984) huumorin päätehtävät. Nämä päätehtävät ovat mielestäni myös syitä stand upin suosiolle. Zivin mukaan huumorin päätehtävät ovat seuraavat:

#### 1. Sosiaalisten tabujen tuulettaminen

Huumori on alue, jossa sivistynyttä yhteiskuntaa mahdollisesti uhkaavat impulssit (näihin liitetään useimmiten seksuaalisuuteen ja aggressiivisuuteen liittyvät ajatukset) voidaan laukaista kontrolloidusti. (Mykkänen 2006, 16–17 > Wilson 1984, 130 > Ziv 1984.)

#### 2. Sosiaalinen kritiikki

Satiiri on huumorin muoto, jossa sosiaalisia ja poliittisia instituutioita sekä julkisuudenhenkilöitä inhimillistetään ja tehdään naurunalaisiksi. Tämä voi olla joko jännityksenlaukaisukeino, joka tukee asioiden vallitsevaa tilaa tai johtaa järjestelmän muutokseen. (mt, 130.)

### 3. Ryhmän jäsenyyden vahvistaminen

Nauru ja hymy liittyvät yleensä leikkiin ja ilmenevät enimmäkseen sosiaalisessa kontekstissa. Huumorista tulee siis sosiaalisen yhtenäisyyden tärkeä perusta, sisäpiirinyhteinen kieli. Nauraessaan ihmiset vahvistavat yhteisiä arvoja tai ennakkoluuloja ja osoittavat samoja asenteita. Nauru voi myös olla ikään kuin rangaistus tai naurettavaa ihmisryhmää uhriuttava tekijä: naurajat vastaan muu maailma. (mt, 130.)

### 4. Pelolta ja ahdistukselta suojautuminen

Nauramalla pelottaville asioille saamme ne hallintaan ja teemme niistä vähemmän uhkaavia. Hirtehishuumori, musta huumori ja katastrofivitsit toimivat eräänlaisena puolustus tai suojamekanismina. (mt, 130.)

### 5. Älyllinen leikki

Älyllinen huumori antaa meille hetkellisen vapautuksen loogiseen ajattelun tyrannias- ta. Älyllinen huumori väistää analyyseja ja antaa meidän paeta todellisuuden rajoista sekä päästää valloilleen kykymme omaperäisyyteen ja luovuuteen. (mt, 130.)

Stand up -esityksen seuraaminen antaa luvan nauraa asioille, joille ei yleensä naureta. Kiellettyjen asioiden käsitteleminen huumorin kautta ison ryhmän sisällä antaa luvan poistua arjesta ja on ehkä juuri siitä syystä niin vapauttavaa. Stand up -koomikon kertoessa pelottavista tai vakavista asioista humoristisesti, kuitenkin ke- tään loukkaamatta, ne antavat katsojalle mahdollisuuden tarkastella arkipäivän asioi- ta rennommin.

### 3 TAUSTATIETOA TUTKIMUSKOHTEISTA

Tapahtuman onnistumiseen vaikuttavat monet eri asiat. Kaupungin asukasluvun ollessa pieni, tapahtuman kävijämäärän ei aina voi olettaa olevan yhtä suuri kuin isoissa kaupungeissa, joissa asukkaita on enemmän. Toisaalta taas pienen kaupungin kulttuuritarjonta on vähäisempää ja juuri siitä syystä ihmiset saattavat eri tavalla lähteä mukaan tapahtumaan. Maantieteellinen sijainti on myös yksi tekijä, minkä voidaan katsoa vaikuttavan kävijämäärään. Esimerkiksi Turkuun voi olettaa saapuvan kävijöitä naapurikunnista, sillä se on isompi kuin lähialueen muut kaupungit. Palveluiden ja tapahtumien tarjonta on laaja ja monipuolisempi kuin muissa lähialueen kaupungeissa. Näin ei aina ole samankokoisten kaupunkien välillä. Samankokoisten kaupunkien ollessa naapurikuntia, syntyy kilpailua siitä, kumman kaupungin tarjonta on parempaa.

Seuraavaksi käyn läpi muun muassa edellä mainittuja asioita Someron, Vaasan ja Turun kaupunkien kesken.

#### 3.1 Somero

Somero on 9300 asukkaan kaupunki, joka sijaitsee Varsinais-Suomen maakunnassa. Somerolaisten pääelinkeinona toimii maatalous. Kulttuurin asema kaupungissa näkyy erityisesti yhdistystoiminnassa. Yhdistykset järjestävät tapahtumia ja viikoittaista harrastustoimintaa. Erityisesti liikuntakulttuuri on Somerolla vilkasta. Myös kirjastopalveluihin panostetaan hyvin. Someron Kulttuuri ry kehittää yhdessä kaupungin kanssa paikallista kulttuuritoimintaa. Kulttuuri ry:n jäsenenä on 17 paikkakuntalaista kulttuuriyhdistystä, jotka edustavat kulttuurin eri osa-alueita. Kulttuuri ry:n hallinnoima Kiiruun tila toimii paikkakunnan kulttuurikeskuksena. Kiiruun tilalla järjestetään nuorten kerhotoimintaa, konsertteja, taidenäyttelyjä ja muita yleisötilaisuuksia. (Rasa, Risto 2009.)

Stand up -iltoja kaupungissa ei ole aikaisemmin järjestetty.

Someron naapurikunnat ovat Jokioinen, Koski TI, Nummi-Pusula, Loimaa, Salo, Tammela ja Ypäjä. Somerolla on yläaste ja lukio (Somero, 2010).

Somerolla stand up tapahtuman lippujen hinnoittelussa ei nähty tarpeelliseksi huomioida opiskelijalippuhintoja. Yleisesti ottaen somerolla pidetyissä tapahtumissa ei ole huomioitu opiskelijahintaisia lippuja. Tällä on mielestäni selvä yhteys siihen, että Somero ei ole opiskelijakaupunki.

Somerolla suomea äidinkielenään käyttäviä on 98,1 % väestöstä. Ruotsinkielisiä 0,5 %, muita 1,4 %. Näin ollen Someron stand up tapahtumaan nähtiin aiheelliseksi ottaa ainoastaan suomenkielisiä esiintyjä. (Somero 2010.)

Someron ikäjakauma 2008

0–14-v. 15,6 %

15–64-v. 59,2 %

yli 64-v. 25,2 %.

(Somero, 2010.)

### 3.2 Turku

Turun asukasluku 2010 on 176 242, mikä tekee siitä asukasluvultaan Suomen viidenneksi suurimman kaupungin. Alue muodostaa maan kolmanneksi suurimman väestökeskittymän pääkaupunkiseudun ja Tampereen seudun jälkeen. (Turku, 2010.)

Turku on tunnettu etenkin kulttuurikaupunkina. Pitkän historiansa vuoksi se on ollut näyttämönä useissa historiallisissa tapahtumissa, ja se on vaikuttanut laajalti koko Suomen historiaan. Historiansa sekä poliittisen ja maantieteellisen asemansa vuoksi Turulla on ollut merkittävä vaikutus lähes kaikilla kulttuurin saroilla. Vuonna 2011 Turku toimii Euroopan kulttuuripääkaupunkina yhdessä Viron pääkaupungin Tallinnan kanssa. Turku on myös Suomen virallinen joulukaupunki, mikä näkyy kaupungin ohjelmatarjonnassa loppuvuodesta. (Turku 2010.)

Turussa järjestetään stand uppia Linnateatterissa, Jazzklubi Monkissa, sekä Satakuntalais-Hämäläisesessä Osakunta S-osiksella (koomikot.com, 2010).

Turun naapurikunnat ovat Aura, Kaarina, Lieto, Länsi-Turunmaa, Mynämäki, Naantali, Nousiainen, Pöytyä, Raisio ja Rusko. (Turku 2010.)

Turun ikäjakauma 2009

Alle 15 v. 15 %

15–24 v. 13 %

25–44 v. 29 %

45–64 v. 24 %

yli 65 v. 16 %

(Fennica, 2009.)

Turun kaupunki on virallisesti kaksikielinen, ja sen asukkaista puhuu äidinkielenään ruotsia 5,2 % (Turku 2010). Tämä on pitänyt ottaa huomioon esiintyjävalinnoissa ja esiintyjinä on pitänyt olla sekä ruotsin- että suomenkielisiä.

Turku on tunnettu opiskelijakaupunkina. Tämä piti huomioida lipun hinnoissa. Muuttotilastoissa näkyy selvästi, että korkeakoulut tuovat Turkuun runsaasti 18–30 -vuotiaita uusia asukkaita. Opiskelijoita on tällä hetkellä noin 35 000. (Turku 2010.)

### 3.3 Vaasa

Vaasan kaupunki sijaitsee Suomen länsirannikolla, Pohjanmaan maakunnassa. Suurin osa koomikoista asuu pääkaupunkiseudulla, joten budjetissa on huomioitava matkakustannukset, eri tavalla kuin Turun ja Someron tapahtumissa. Kaupungin asukasluku on 59 232. (Vaasa 2010.)

Teollisuudella on satoja vuosia pitkä historia Vaasassa. Kaupungin alkuaikoina Vaasa oli rannikon tervakaupan keskus. Perinteisiä vaasalaisia teollisuudenaloja olivat erityisesti laivanrakennus-, tekstiili-, elintarvike- ja metalliteollisuus. Tästä syystä

Vaasan museotarjonta on erittäin monipuolinen. Kaupungissa on 32 erilaista museota ja 13 taidegalleriaa. (Vaasan kaupunki, 2010.)

Vaasan ikäjakauma 2008

0–14-v. 16 %

15–64-v. 67,4 %

yli 64-v. 16,7 %

(Vaasa 2010.)

Vaasan yliopistoissa ja ammattikorkeakouluissa on noin 11 000 opiskelijaa (Vaasa, 2010). Opiskelijakaupunkiin järjestetyssä festivaalissa nähtiin järkeväksi huomioida opiskelijahintaiset liput.

Vaasassa suomenkielisiä on 69,8 %, ruotsinkielisiä 24,8 % sekä muita 5,4 % (Vaasa, 2010). Tämä vaikutti esiintyjävalintoihin. Aivan kuten Turussa, myös Vaasassa esiintyjinä oli sekä ruotsin, että suomenkielisiä.

Vaasassa stand upia järjestetään Kulttuurikeskus Ritzissä (koomikot.com, 2010).



## 4 AINEISTON KÄSITTELY

Tässä luvussa vertailen aihealueittain tuotannollisia eroja tapahtumien välillä. Vertailukohteina toimivat tuottamani Stand up -ilta Somero, sekä haastateltavieni tuottamat tapahtumat, Stand up, Waasa! ja Stand up, Turku!.

### **Somero**

Tuotin stand up -ilta Somero -tapahtuman toiminnallisena opinnäytetyönäni. Tapahtuma järjestettiin ensimmäistä kertaa maaliskuussa 2010 paikallisessa ravintolassa, Someron Seurahuoneella. Ilta koostui buffetpöydästä, kolmesta eri stand up -esiintyjän esityksestä ja illan päättävistä tansseista. Tapahtuman alaikärajana oli kahdeksantoista. Tapahtuma myytiin loppuun yli 400 lipulla. Tapahtuman yhteistyökumppaneina toimivat Someron Seurahuone ja Someron Kulttuuri ry.

### **Vaasa**

Stand up -Waasa! pidettiin ensimmäistä kertaa lokakuussa 2009. Koomikoita nähtiin kahden päivänä 13. Festivaalin järjestäjänä toimi W&T Comedy, tuottajana kulttuuri-tuottajaopiskelija Paula Kemppainen. Tapahtuman yhteistyötahoja olivat sanomalehti Pohjolainen, sekä Radio Vaasa, joiden kanssa tehtiin markkinointiyhteistyötä. (Kemppainen, 2010.)

### **Turku**

Stand Up, Turku! -komiikkafestivaali järjestettiin ensimmäistä kertaa vuonna 2006. Tapahtuman tuottajana toimi kulttuurituottajaopiskelija Silja Leppänen yhdessä opiskelijatoverinsa Taru Suokkaan kanssa. Tapahtuman taloudellisesta vastuusta vastasi W&T Comedy, joka on stand up -komiikan tuottamiseen erikoistunut, Turussa toimiva yritys. Vuoden 2006 jälkeen festivaali on järjestetty vuosittain kaksipäiväisenä. Vuonna 2006 esityksiä oli 13 ja kävijöitä 1300. Viime vuonna kävijöitä oli noin 3000 esityksiä ollessa 20. Vuonna 2009 festivaalilla oli yhteensä 28 koomikkoa. (Leppänen, 2010.)

## 4.1 Yhteistyökumppanit

### **Somero**

Yhteistyökumppanit lähtivät innolla mukaan. Pääyhteistyökumppanina toimi Someron Seurahuone, paikallinen ravintola, missä myös tapahtuma järjestettiin. Toisena yhteistyökumppanina toimi Someron Kulttuuri ry. Seurahuone vastasi ennakkolipunmyynnistä, sekä lipunmyynnistä tapahtuman aikana. He myös tarjosivat esiintymistilan ja vastasivat tapahtumaan liittyvistä luvista ja ravintolan työntekijöistä ja myynnistä tapahtuman aikana. Someron Kulttuuri ry:n puheenjohtaja, Someron kulttuurisihteerin kanssa ideoitiin tapahtumaa. Kulttuuri ry kustansi osan markkinointimateriaalista.

Yhtenä syynä sille, että Seurahuone ja Kulttuuri ry lähtivät yhteistyöhön vaivattomasti, voitaisiin nähdä se, että olin heille ihmisenä entuudestaan tuttu. Myös kotikutoisuudella oli varmasti iso rooli. Olen työskennellyt kaksi vuotta Someron Seurahuoneelle, joten he tunsivat minut ja luottivat minuun työntekijänä. Positiivista oli, että Seurahuone otti riskin lähtiessään mukaan tapahtumaan, sillä heillä oli rahallinen vastuu tapahtumasta. Jos tapahtuma olisi jäänyt tappiolle, Seurahuone olisi vastannut siitä. Riskin ottaessaan he luottivat muun muassa siihen, että tiedän mikä somerolla toimii, mikä taas ei. He myös osoittivat luottamustaan minua kohtaan tuottajana.

Someron Kulttuuri ry:n puheenjohtajan, Someron kulttuurisihteerin, kanssa tehty yhteistyö sujui vaivattomasti. Someron Kulttuuri ry lähti mukaan innokkaasti ehkä muun muassa siitakin syystä, että heillä ei käytännössä katsoen ollut riskiä mukaan lähdössä. Tosin sitä ei tiedetty täysin varmaksi vielä siinä vaiheessa kun yhteistyökuvioista puhuttiin. Someron kulttuurisihteerillä on entuudestaan kokemusta Somerolla järjestetyistä tapahtumista ja tämän takia oli hyvä saada tuotannollista näkökulmaa Someron tapahtumista juuri häneltä.

Vaikka tapahtuma onnistui taloudellisesti ja tuotannollisesti katsoen hyvin, tuotantoprosessin aikana ilmeni jännitystä siitä, tuleeko paikalle tarpeeksi väkeä ja jääkö tapahtuma taloudellisesti voitolle. Tämä on ymmärrettävää etenkin pääyhteistyökumppanin kohdalta, sillä pääyhteistyökumppanilla oli tapahtumasta rahallinen vastuu. Itseäni taas jännitti onnistuminen tuottajan roolissa. Pienellä paikkakunnalla sana kier-

tää helposti ja jos tapahtuma ei olisi menestynyt hyvin, se olisi ollut omalle maineelleni tuottajana huono asia. Seuraavaa tapahtumaa voisi olla huomattavasti vaikeampi tuottaa esimerkiksi sponsoriensa hankinnan kannalta, jos omalla nimelläni tuotettu tapahtuma ei olisi heti aluksi menestynyt.

Päyhteistyökumppaneiden yhtenä syynä jännitykseen oli varmasti myös se, että he eivät tunteneet minua kulttuurituottajan roolissa. He eivät tienneet mitä osasivat odottaa. Kulttuurisihteeri varoitti, että sponsoreita voi olla haastavaa saada lama-aikana. Hän myös varoitti siitä, että tapahtumien taloudellista voittoa on usein haastavaa saavuttaa etenkin silloin kun kyse on uudesta tapahtumasta, eikä voida tietää miten se otetaan vastaan.

### **Vaasa**

Vaasan stand up illan yhteistyökumppaneina toimivat Radio Vaasa ja sanomalehti Pohjalainen. Heidän kanssaan tehtiin markkinointiyhteistyötä. Yhteistyön kautta stand up ilta sai mainostilaa ja yhteistyökumppanit saivat vapaalippuja tapahtumaan. Suoraa rahallista tukea tapahtuma ei saanut, mutta sitä ei paljoa myöskään haettu. Ongelmaa aiheutti se, että tuottaja toimi Turusta käsin eikä tuntenut lainkaan Vaasaa, eikä hänellä ollut esimerkiksi suhteita paikallisiin yrityksiin, mikä olisi varmasti helpottanut yhteistyökumppaneiden hankkimista. Vaasan maantieteellinen sijainti Turusta katsottuna on niin kaukana, että tapahtuman tuottaja ei ollut Vaasassa ennen tapahtumaa. (Kempainen, 2010.)

### **Turku**

Yhteistyökumppanina Stand up, -Turku -tapahtumalla on ollut toisesta vuodesta lähtien Laitilan Wirvoitusjuomatehdas, sekä Radio Sata. Laitilan Wirvoitusjuomatehdas toimii sponsorina ja heidän tuotteitaan promotaan festivaalin yhteydessä, jolloin hyöty on molemminpuolinen. Radio Sadassa on normaalia laajempi mainoskampanja eli taajuudella kuuluu mainosten lisäksi myös promospotteja ja radiolla on myös lippukilpailu. Yhteistyökumppanit näkyvät myös esityspaikoissa. Laitilan Wirvoitusjuomatehdas lähti innolla mukaan, toisin kuin silloiset suuremmat panimot. LWT oli vuonna 2007 vielä kasvava panimo, joten Stand up, Turun tarjoama mahdollisuus päästä näkyväksi tapahtumassa tuli luultavasti tuolloin juuri oikeaan aikaan. (Leppänen, 2010.)

Ensimmäisenä vuonna 2006 yhteistyökumppanien hankkiminen oli yksi vaativimmista tehtävistä. Rahallista tukea ei ulkopuolisilta tahoilta tullut, vaikka kyselyjä tehtiin laajasti. Kyselyjä tehtiin sähköpostitse ja puhelimitse muun muassa makeisvalmistajille, hotelleille, puhelinoperaattoreille ja panimoille. Tapahtuma sai kuitenkin tukijoita. Omenahotelli antoi hyvän tarjouksen esiintyjien majoituksesta, Aurajoen Puhelin Oy tarjosi mainostilaa omista mainoksistaan. Lisäksi Aurajoen Puhelimen kautta tapahtumalle saatiin kaulanauhat tapahtumapasseihin. Salaatix tarjosi esiintyjille salaateja. Myös Free Record Shop oli tärkeä yhteistyökumppani, sillä se myi lippuja ilman välityspalkkiota. Newsprint antoi hyvän tarjouksen markkinointimateriaaleista. (Leppänen & Suokas, 2006, 12.)

## 4.2 Esiintyjien hankkiminen

### **Somero**

Stand up -ilta Someron esiintyjiin valittiin tietoisesti yksi tunnettu esiintyjä, koska sen ajateltiin toimivan vetonaulana tapahtumalle. Tapahtuman päivämäärä oli lyöty lukkoon ennen esiintyjävalintoja ja se rajoitti hieman esiintyjävaihtoehtoja. Lipun hinnaksi oli mietitty tietty summa, mikä osaltaan myös rajoitti esiintyjävalintoja. Budjetin vuoksi kaikki esiintyjät eivät voineet olla yhtä nimekkäitä.

### **Vaasa**

Vaasan esiintyjävalinnoissa oli huomioitava kaupungin kaksikielisyys. Esiintyjä oli kahden päivän kestäneessä tapahtumassa yhteensä 13. Kaksi heistä oli ruotsin kielisiä. Parhaiten viikonlopun esityksistä myivät ne, joissa oli mukana tunnettu koomikko. Myös esiintymispaikkojen välillä oli eroja, Ritzin sali myi hyvin, kun taas Skyn Auditorio todella huonosti. Tähän vaikutti myös esiintymispaikkojen tunnettavuus. Auditorio ei palautteen mukaan ole vaasalaisille tuttu esiintymispaikka, kun taas Ritzissä on useasti esityksiä. (Kemppainen, 2010.)

### **Turku**

Myös Turun esiintyjävalinnoissa oli huomioitava kaupungin kaksikielisyys. Osa esiintyjistä oli kaksikielisiä. Stand up, Turku! -tapahtumassa esiintyjä oli ensimmäisellä

kerralla 20, yhteensä viidessä eri paikassa. Jokaisessa esiintyjäpaikassa oli oltava iso nimi, jotta se houkuttelisi paikalle yleisöä.

### 4.3 Sponsorit

#### **Somero**

Lama-ajasta huolimatta sponsoreita lähti mukaan kuusi täysin erilaista yritystä. Mukana olivat parturikampaamo, autokoulu, optiikkaliike, rakennus/peltifirma, paikallislehti, sekä osuuspankki. Rahallisesti sponsoritavoitteissa onnistuttiin täysin. Pääsponsoria ei saatu mukaan, mutta sillä ei ollut enää taloudellisista syistä merkitystä. Sponsorikirje lähetettiin noin kolmellekymmenelle yritykselle. Jokaiseen tehtiin myös puhelinsoitto. Sponsorit saivat sponsoripaketista riippuen logon lehtimainokseen, julisteeseen, esitteeseen ja tapahtuman facebook -sivustolle. Yritykset saattoivat lähteä mukaan sen takia, että he näkivät tapahtuman onnistumiselle potentiaalia ja sitä kautta kokivat, että moni ihminen näkee mainoksissa heidän logonsa.

#### **Vaasa**

Vaasa ei saanut sponsoreita hankittua ja perusteli sitä muun muassa lama-ajalla ja sillä, että tuotanto tehtiin Turusta käsin. Tuottajalla ei ollut suhteita Vaasalaisiin yrityksiin ja ihmisiin, mikä vaikeutti sponsorien hankintaa. (Kemppainen, 2010.)

#### **Turku**

Turun tapahtumassa ainoana sponsorina toimi Laitilan Wirvoitusjuomatehdas, mikä lähti tapahtumaan innolla mukaan, toisin kuin silloiset suuremmat panimot. LWT lähti mukaan sponsorina jo toisena tapahtumavuotena 2007 ja vuosi vuodelta yhteistyö on syventynyt.

#### 4.4 Tiedotus

##### **Somero**

Someron stand up tapahtumasta ei nähty aiheellista pitää tiedotustilaisuutta, koska paikallislehti teki tiedotteen perusteella tapahtumasta näkyvän. Yhteensä yli kolmekymmenelle yritykselle lähti tiedotteita tapahtumasta sponsorikirjeen muodossa viisi viikkoa ennen tapahtumaa. Tiedotteita lähti myös naapurikuntien lehtiin kaksi viikkoa ennen tapahtumaa. Lisäksi Someron kaupungin tapahtumakalenterisivuilla Internetissä oli tiedote tapahtumasta.

##### **Vaasa**

Vaasan tapahtumassa ei järjestetty tiedotustilaisuutta. Tiedotus aloitettiin muun muassa sähköpostitse noin kuukautta ennen tapahtumaa. Näkyvyyttä oli paikallisissa ilmaisjakelulehdissä paria viikkoa ennen tapahtumaa. Myös alueen päivälehdessä Pohjolaisessa oli tiedotuksia juuri ennen tapahtumaa. Yhteistyökumppani Radio Vaasa haastatteli koomikoita ja lähetti niitä ulos tapahtumaviikolla. Suuremman näkyvyyden saamiseksi olisi pitänyt saada lehtiin isompia juttuja. Pohjalainen teki tapahtumasta isomman jutun vasta tapahtuma-aikaan, eli se ei hyödyttänyt enää näkyvyyttä ja myyntiä ennen tapahtumaa. (Kempainen, 2010.)

##### **Turku**

Ensimmäisellä tuotantokerralla Turun Sanomat ja Turkulainen tekivät tapahtumasta melko ison jutun jo ensimmäisen tiedotteen perusteella. Kaupunkilehti Aamuset teki lehtijutun niin ikään ensimmäisen tiedotteen perusteella. Tiedotteiden ansiosta lippuja myytiin heti ensimmäisellä viikolla kun ne tulivat myytiin. (Leppänen, 2010.)

#### 4.5 Markkinointi

##### **Somero**

Someron tapahtumaa markkinoitiin lehtimainoksella, sekä julisteella. Julisteita jaettiin kolme viikkoa ennen tapahtumaa pitkin kaupunkia ruokakauppoihin, pankkeihin ja käytännössä joka paikkaan mihin julisteita voitiin jättää. Julisteita jaettiin kaiken kaik-

kiaan 40. Myös Saloon vietiin muutama juliste. Tapahtuman facebook -sivut aukesivat vajaa kolme viikkoa ennen tapahtumaa.

### **Vaasa**

Vaasan tapahtuman markkinointi aloitettiin kuukautta ennen tapahtumaa. Tapahtumasta tehtiin ohjelmalehti, juliste ja flyer. Paikallisissa lehdissä oli mainoksia ja paikallisessa radiossa haastateltiin koomikoita päivittäin tapahtumaviikolla. Facebook -sivustolla oli tapahtumakutsu. Tuottajan oli kuitenkin haastavaa kutsua tapahtumaan ihmisiä, koska tuottaja oli turkulainen, eikä hänellä ollut paljon kontakteja Vaasaan. Ongelmaa tuotti myös se, että ohjelmalehti ja julisteet saatiin painosta lopulta vasta noin kaksi viikkoa ennen tapahtumaa. (Kempainen, 2010.)

### **Turku**

Turun tapahtumaa markkinoitiin ensimmäisellä kerralla kotisivuilla, flajjereilla, julisteilla ja mainoksella. Markkinointi aloitettiin noin kuukausi ennen tapahtumaa. (Leppänen, 2010.)

## 4.6 Kustannukset

### **Somero**

Stand up -ilta Somero -tapahtumaan odotettiin kahtasataa kävijää. Tuolla määrällä, sekä sponsorituloilla, se olisi kattanut esiintyjäpalkkiot ja ollut taloudellisesti kannattavaa kaikille osapuolille. Kävijöitä tuli tapahtumaan kuitenkin yli 400 ja myös taloudellinen voitto oli onnistunut.

### **Vaasa**

Vaasan lipuista myytiin 60 %. Yhtenä syynä tuottaja näki tähän liian myöhäisen markkinoinnin. Markkinointi aloitettiin kolme viikkoa ennen tapahtumaa. Vaasan ko-koisessa noin 50 000 asukkaan kaupungissa markkinointi liian myöhäisessä vaiheessa ei ehdi tavoittamaan kaikkia ajoissa. Lisäksi yhtenä syynä vähäiseen lipun myyntiin voidaan nähdä se, että tapahtuma järjestettiin syyslomaviikolla, jolloin suuri osa etenkin opiskelijoista oli saattanut lähteä pois kaupungista. (Kempainen, 2010.)

## **Turku**

Suurimman osan Turun stand upin budjetista vie koomikoiden palkat. Budjetti on rakennettu pitkälti lipputulojen varaan, joten riski tapahtuman taloudelliselle onnistumiselle on melko suuri. Toisaalta tavoite on melko varovasti laskettu. Lipunhintoja on uskallettu korottaa hieman joka vuosi, koska esitykset ovat myyneet sen verran hyvin. Toisaalta myös kulut ovat kasvaneet vuosi vuodelta. Tavoitteisiin on päästy joka vuosi ja varsinkin ensimmäinen vuosi yllätti suosiollaan, koska kaikki esitykset myytiin loppuun. (Leppänen, 2010.)

### 4.7 Tapahtuman tavoitteet ja niiden onnistuminen

## **Somero**

Stand up- ilta Somero -tapahtuman tavoitteena oli viedä kaikin puolin onnistuneesti läpi uusi tapahtuma pienellä paikkakunnalla. Myös Someron kaupungin kulttuuritarjonnan elävöittäminen oli yksi tavoitteista. Pienellä paikkakunnalla kuulee usein valituksia tapahtumatarjonnan vähäisyydestä. Halusin tuottajana nähdä, onko uudelleen tapahtumalle todella kysyntää, tulevatko ihmiset paikan päälle tapahtumaan ja antavatko he siitä hyvää palautetta. Lisäksi yhtenä tavoitteena oli tuottaa tapahtuma niin onnistuneesti, että siitä voitaisiin jatkossa ajatella perinnetapahtumaa.

Tavoitteena ei tuottajan näkökulmasta niinkään ollut taloudellinen voitto, vaan ensimmäistä kertaa järjestetyn tapahtuman läpivieminen ja sen tutuksi tekeminen yleisölle. Loppujen lopuksi tapahtuma onnistui yli odotusten. Kävijämäärä oli odotuksiin verrattuna reilusti yli kaksinkertainen. Näin ollen tapahtuma jäi myös taloudellisesti voitolle. Tapahtuman kävijät olivat yleisesti ottaen tyytyväisiä tapahtumaan, samoin pääyhteistyökumppani, mikä ehdotti tapahtuman jälkeä yhteistyötä jatkossakin.

## **Vaasa**

Vaasan tapahtumassa ei tavoiteltu taloudellista voittoa vaan festivaalin tutuksi tuleamista. Lippuja oli tarkoitus myydä 60 %, mutta tavoite jäi hiukan alle. Tämä saattoi johtua lipun hinnoista, jotka osa saattoi kokea kalliiksi. Markkinointi olisi lisäksi pitänyt aloittaa aiemmin. Tavoitteena oli luoda uusi tapahtuma Vaasaan ja samalla kasvattaa stand upin kysyntää alueella. Vaikka itse tapahtuma ei taloudellisesti toteutunut toivo-



tulla tavalla, loi se stand upille toivon mukaan uusia esitysmahdollisuuksia. Festivaalin innoittamana kulttuurisali Ritzissä järjestetään kevään 2010 aikana kolme stand up -klubia. (Kemppainen, 2010.)

### **Turku**

Turun stand up -tapahtuman päätavoitteena ei myöskään ensimmäisellä tuotantokerralla ollut taloudellinen voitto vaan lähinnä tapahtuman tutuksi tekeminen yleisölle. Tavoitteissa onnistuttiin. Yleisö löysi tapahtuman ja lähes kaikki esitykset olivat loppunmyytyjä. Tapahtumaa on tehty ensimmäisestä kerrasta lähtien 2006 tähän vuoteen asti. (Leppänen, 2010.)

## 5 LOPPUYHTEENVETO

Tässä kappaleessa pohdin syitä Stand up -ilta Somero -tapahtuman menestykselle. Käyn myös läpi sitä, mitä eroja voidaan havaita tapahtumaa järjestettäessä pieneen, keskisuureen tai isoon kaupunkiin.

### **Stand upin laaja kohderyhmä**

Stand up -ilta Somero tapahtuman kautta stand upin suosion voi katsoa johtuvan siitä, että se kiinnostaa monen ikäisiä. Stand up -ilta Somerossa nuorimmat yleisöstä olivat 18-vuotiaita, vanhin 80. Tapahtumassa oli ikärajana 18 vuotta, mikä täytyy ottaa huomioon siinä, ettei voida todeta kiinnostaisiko stand up myös tätä nuorempia. Yhtenä syynä suosiolle voitaisiin nähdä myös se, että stand up -illassa oli kolme esiintyjää. Näin ollen huumoritarjonta oli monipuolinen ja katsoja tiesi jo etukäteen saavansa nauttivan kolmen erilaisen esiintyjän esityksestä. Samanlaista ikäjakaumaa tuskin olisi ollut jos kyseessä olisi ollut esimerkiksi tiettyyn musiikkilajiin kohdistunut musiikkitapahtuma, sillä musiikki jakaa vahvasti ihmisiä eri ikäryhmiin ja yhtyeet ovat segmentoituneet soittamaan omille kohderyhmilleen.

Stand up -esiintyjän aiheet koostuvat yleensä yhteiskunnallisista ja ajankohtaisista aiheista, jotka koskevat kaikkia yhteiskunnassa eläviä. Näin ollen yleisön on helppo samastua aiheisiin. Tämä antaa katsojalle myös yhteisöllisyyden tunteen. Nauramalla arkipäivään liittyville vitseille yhdessä muun yleisön kanssa katsoja kokee olevansa osa yhteisöä ja kulttuuria.

### **Esiintyjävalinnat**

Pienellä paikkakunnalla julkisuuden henkilön näkeminen on harvinaisempaa kuin isoissa kaupungeissa. Näin ollen yhtenä suosion syynä Stand up -ilta Somerolle voidaan nähdä se, että paikalliset halusivat nähdä julkisuuden hahmon kasvotusten. Pääesiintyjä Ismo Leikolaa oli esitelty paikallislehdessä ennen tapahtumaa ja tämä oli varmasti myös yksi syy miksi yleisö halusi tulla tapahtumaan paikalle. Ismo Leikola ja Pirjo Heikkilä ovat tämän päivän eturivin stand up -artisteja. Kolmas esiintyjä, Jani Rantanen on kotoisin Huittisista. Koska tapahtumaa markkinoitiin myös lehdes- sä, joka tavoitti Huittisten asukkaat, se saattoi tuoda asukkaita myös sieltä. Tästä ei

kuitenkaan voida olla varmoja, koska tapahtumassa ei esimerkiksi tuotettu asiakas-kyselyä, josta tieto olisi mahdollisesti saatu.

### **Stand up -ilta Someron suosio**

Somerolla ei ollut aiemmin järjestetty vastaavanlaista tapahtumaa, joten yhtenä syy-nä illan suosiolle voisi nähdä sen, että monet tulivat ensikertaa mielenkiinnosta kat-somaan stand up -esityksiä. Tapahtumaa oli markkinoitu hyvin ja uusi tapahtuma kiinnosti somerolaisia. Paikallislehti teki tapahtumasta etukäteen näkyvän. Pienellä paikkakunnalla markkinointivalttina on juuri medianäkyvyys. Koska tapahtumia on harvemmin kuin isoissa kaupungeissa, tapahtumat nostetaan helpommin esille me-diassa.

Tapahtuman suosioon vaikutti osaltaan myös omat sukulaissuhteeni somerolla. So-merolla asuu iso määrä perhettäni, sukulaisia, ystäviä ja tuttuja. Pelkästään heidän osallistuminen tapahtumaan toi sinne ison osan asiakkaita. Uskoisin, että he eivät olisi osallistuneet tapahtumaan yhtä isolla joukolla, jos juuri ”oman kylän ja suvun tyttö” ei olisi ollut järjestämässä tapahtumaa. Pienellä paikkakunnalla ihmisten ute-liaisuus on myös eri luokkaa kuin isoissa kaupungeissa. Jos kaupungissa tapahtuu jotakin normaalista poikkeavaa, kaikki haluavat olla paikalla. Isossa kaupungissa ta-pahtumia on koko ajan niin paljon, että ihmisten uteliaisuus on jo osaltaan tyydytetty.

Yritysten voitaisiin katsoa lähteneen tapahtumaan asiakkaiksi esimerkiksi siitä syystä, että yritysten työntekijöiden virkistysmahdollisuustarjonta on pienellä paikkakunnalla vähäistä. Osa sponsoreista saattoi lähteä mukaan suurimmaksi osaksi siitä syystä, että he halusivat tukea oman kaupungin kulttuuritoimintaa. Isoissa kaupungeissa sponsoriksi lähdön syy on varmasti enemmän mainoslähtöinen.

Myös edullinen lipun hinta vaikutti tapahtuman suosioon.

### **Tapahtumatuotannon erot erikokoisissa kaupungeissa**

Pienen, keskisuuren ja ison kaupungin kokoerot vaikuttavat erinäisistä syistä tapah-tuman onnistumiseen. Vertailin keskenään ainoastaan kolmea eri stand up tapahtu-maa, joten otos oli pieni. Tästä syystä ei voida tehdä yleisiä päätelmiä siitä, minkä kokoisessa kaupungissa tapahtuman tuottaminen olisi kannattavinta. Stand up -ilta

Someron tuottajana, sekä haastattelujen kautta sain kuitenkin yleiskuvaa siitä, miten tapahtuman tuottaminen eroaa erikokoisissa kaupungeissa ja mitkä syyt siihen vaikuttavat.

Yhtenä merkittävänä etuna pienellä paikkakunnalla järjestettyyn tapahtumaan voidaan nähdä medianäkyvyys. Pienellä paikkakunnalla media kiinnostuu tapahtumasta eri tavalla kuin isoissa kaupungeissa, koska tarjonta on huomattavasti pienempi.

Stand up -ilta Somero oli paikallislehdessä kaiken kaikkiaan neljä kertaa esillä. Isoin juttu oli peräti sivun kokoinen juttu aiheesta. Tapahtuman jälkeen paikallislehti kertoi tapahtumasta pääkirjoituksessaan. Tällaista suosiota ei isossa kaupungissa saada ainakaan helposti, sillä tapahtumatarjonta on niin laaja.

Pienellä paikkakunnalla myös niin sanottu kotikenttäetu on eduksi tapahtumalle. Kun tapahtuman järjestäjänä on oman kylän tyttö, se saa paikallisissa aikaan samaistumisen tunteen ja luo luotettavuutta. Yhteistyötahojen on lisäksi helpompi lähteä mukaan prosessiin, sillä he useimmiten tuntevat omasta kaupungista lähtöisin olevan tuottajan, toisin kuin vieraalta paikkakunnalta tulevan. Pienellä paikkakunnalla ihmiset tuntevat helpommin toisensa, sillä asukkaita on vähemmän. Myös tietynlainen uteliaisuus pienen paikkakunnan asukkaiden osalta tapahtumiin on eri kuin isoissa kaupungeissa. Tämä johtuu myös siitä, että tapahtumatarjonta on vähäisempää ja kun jotain tapahtuu, monella on eri tavalla mielenkiintoa olla osana tapahtumaa. Kun tarjonta on vähäisempää, paikalla halutaan olla silloin kun jotakin tapahtuu.

Pienellä paikkakunnalla tapahtumia ei voi olla joka viikonloppu, sillä kävijöitä ei riittäisi. Näin taas on isossa kaupungissa. Toisaalta tarjonta on isossa kaupungissa taas yleensä niin iso, että tapahtuman on todella erotuttava joukosta, jotta kävijöitä tulee tarpeeksi paikalle.

On myös muistettava, että tarkastelussa oli stand up, minkä voidaan katsoa olevan tällä hetkellä suosiossa. Jos tapahtuma olisi ollut esimerkiksi tietyn musiikkityylin musiikkitapahtuma, mikä rajaa ihmisiä tyyliinsä mukaan melko paljon, ikähaarukka tuskin olisi ollut yhtä laaja ja suosio yhtä suuri.

Stand up -ilta Somero onnistui tuotannollisesti katsoen hyvin. Koska tapahtuma järjestettiin ensimmäistä kertaa, ei voida tietää, minkälainen suosio sillä olisi seuraavalla kerralla. Tapahtuma on jo niin sanotusti ”viety läpi”, mutta esimerkiksi sen uutisarvo ei ole enää sama toisella kerralla. Jos tapahtuma järjestetään uudestaan, sen on tuotava mukanaan jotakin uutta, mikä herättää paitsi ihmisten, myös median mielenkiinnon samalla tavalla kuin ensimmäisellä kertaa. Tämä pätee myös muun kokoisissa kaupungeissa.

### **Oma näkemykseni tuottajan silmin**

#### **Minkä kokoiseen kaupunkiin tapahtuma on menestyksekkäintä tuottaa?**

Vaikka Stand up -ilta Somero onnistui, ei voida päätellä, että kaikki tapahtumat pienellä paikkakunnalla onnistuisivat. Myös isoon kaupunkiin tuotettu Stand up, Turku! -tapahtuma on onnistunut aina ensimmäisestä tuotantovuodesta 2006 lähtien.

Itse näen markkinarakoa tapahtumien tuottamiselle pieniin kaupunkeihin, sillä siellä ei tarvitse kilpailla tapahtuvien näkyvyydestä samalla tavalla kuin isoissa.

Tapahtuman tuottamisessa korostan markkinoinnin merkitystä. Sekä Stand up -ilta Somero että Stand up, Turku! -tapahtumassa markkinointiin panostettiin kunnolla, mikä näkyi siinä, että tapahtumat tavoittivat yleisönsä. Stand up, Waasa! -tapahtuman markkinointi aloitettiin melko myöhäisessä vaiheessa, joten sillä oli varmasti iso osa siinä, ettei tapahtuma onnistunut kävijämäärätavoitteissaan täysin odotetulla tavalla vaan jäi hieman alle odotusten. Yleisö sai tiedon tapahtumasta liian myöhään ja he olivat kenties jo varanneet muuta menoa kyseiselle viikonlopulle.

Kenties yhtä isoa roolia markkinoinnin kanssa kantaa tiedottaminen. Jos tapahtumasta ei tiedota, lehdistö ei voi osata kirjoittaa tapahtumasta juttua ennen tapahtumaa. Näin ollen ei saa myöskään yleensä hyvin toivottua medianäkyvyyttä. Kuten jo edellä mainitsin, pienellä paikkakunnalla medianäkyvyyttä saa helpommin kuin isoissa. Toisaalta taas Stand up, Turku! ja Stand up, Waasa! saivat molemmat myös medianäkyvyyttä lehdessä. Tähän voisi mielestäni olla syynä se, että kaikkiin kolmeen kaupunkiin järjestettiin uusi tapahtuma, joka erottui kaupunkien muusta tapahtumatarjonnasta.

Olisikin mielenkiintoista nähdä, miten toisen tyylinen tapahtuma, esimerkiksi musiikki-tapahtuma otettaisiin vastaan keskisuuressa tai isossa kaupungissa, missä musiikki-tapahtumia on yleensä jo entuudestaan. Suosio tuskin olisi yhtä suuri kuin stand up tapahtumalla, mikä on vielä melko uusi viihteen muoto suomessa. Pienessä kaupungissa näkisin musiikkitapahtumalle kuitenkin potentiaalia, sillä uskoisin ihmisten olevan kiinnostuneita tulemaan paikalle koska tarjontaa ei ole niin usein. Toisaalta taas juuri musiikki on laji, mikä monesti rajaa ihmisiä. 20-vuotiaat harvemmin kuuntelevat samaa musiikkia kuin 60-vuotiaat. Tämä ikäjakaumaerittely rajaa pienissä kaupungeissa myös maksimaalisen kohderyhmäluvun. Esimerkiksi vajaan 10 000 asukkaan kaupungissa on vain tietty määrä esimerkiksi 20–30 -vuotiaita, joten paikalle ei voida olettaa tulevan sen enempää, ellei tapahtumaa ole markkinoitu hyvin myös naapurikuntiin. Stand upissa ero ei tunnu samalla tavalla.

## LÄHTEET

Fennica, 2009. Väestön ikäjakauma: Turku. Viitattu 6.5.2010

<http://www.fennica.net/f/392/7.htm>

Kempainen Paula. Stand up, Vaasa! -tapahtuman tuottaja.  
Haastattelu 4.2.2010.

Koomikot.com, 2010. Viitattu 6.5.2010. <http://www.koomikot.com/klubit>

Leppänen, Silja. Stand up, Turku! -tapahtuman tuottaja.  
Sähköpostihaastattelu 12.3.2010.

Leppänen, Silja, Suokas Taru-Maija, 2006. Stand up, Turku, Stand up tapahtuman tuottaminen.

Mykkänen, Suvi-Jonna Helena 2006. Naiskomiikka – Huumorista stand upiin, naurusta valtaan.

Rasa, Risto, 2009. Someron kaupunki. Viitattu 1.5.2010.

<http://www.somero.fi/palvelut/kirjastojakulttuuri/>

Savola, Heli, 2006. Nauravat ihmiset ovat kauniita. Viitattu 2.4.2008.

[http://yle.fi/uutiset/muu/2006/04/standup\\_kehityi\\_paaosin\\_yhdysvalloissa\\_202313.html?name=useFontSize&path=%2F&value=normal&redirectUrl=%2Fuutiset%2Fmuu%2F2006%2F04%2Fstandup\\_kehityi\\_paaosin\\_yhdysvalloissa\\_202313.html&refresh=null](http://yle.fi/uutiset/muu/2006/04/standup_kehityi_paaosin_yhdysvalloissa_202313.html?name=useFontSize&path=%2F&value=normal&redirectUrl=%2Fuutiset%2Fmuu%2F2006%2F04%2Fstandup_kehityi_paaosin_yhdysvalloissa_202313.html&refresh=null)

Toikka, Markku & Vento, Maritta 2000. Ala naurattaa! Stand up -komedian käsikirja. Helsinki: Like.

Vaasan kaupunki, 2010. Viitattu 6.5.2010.

<http://www.datsha.com/vaasa/elinkeino.html>

<http://www.datsha.com/vaasa/kulttuuri.html>

Wilson, Glenn D, 1994. Esittävän taiteen psykologia. London: Jessica Kingsley Publishers.

Wickström, Andre 2005. Das Humoristische Manifest. Kirja stand up -komiikasta. Helsinki: WSOY.

Ziv, Avner, 1984. Personality and sense of humor. New York: Springer.

Savola, Heli, 2006. Nauravat ihmiset ovat kauniita. Viitattu 2.4.2010.

LIITE 1

Tiedote

28.2.2010

## STAND UP TAPAHTUMA SOMEROLLA 13. MAALISKUUTA

Somerolla järjestetään Stand up-ilta Somero maaliskuun 13.päivä klo 20.00–22.00. K-18 tapahtumassa esiintyvät televisiostakin tutut Ismo Leikola ja Pirjo Heikkilä. Illan kolmantena esiintyjänä nähdään monitaituri Jani Rantanen.

Pääesiintyjä Ismo Leikola on tehnyt stand uppia päätyökseen vuodesta 2003. Hän on esiintynyt stand up klubeilla mm. Oslossa, Bergenissä, Lontoossa ja Dublinissa. Televisiosta Ismon on voinut nähdä mm. Hyppönen & Enbuske Experience - ohjelmassa sekä Komiikkatehtaassa. Omintakeinen Leikola vetää salit täyteen myös pääkaupunkiseudulla ja naurattaa yleisöä yleensä käymällä läpi arkipäivän ongelmia.

Pirjo Heikkilä on ollut televisiossa HUIPS-showssa 2007 (TV2), Get up, stand up -komiikkakilpailun kärkikolmikossa 2005 (Sub) ja tv-kuuluttajana Nelosella vuodesta 2006. Pirjo on myös yksi monista stand up -koomikoista, jotka tekevät pienen ääniroolin Disneyn animaation, Boltin, suomenkielisessä versiossa.

Illan kolmas esiintyjä, monitaituri Jani Rantanen, on viihdyttänyt yleisöä vuodesta 1998 lähtien. Huittisissa asuvan Rantasen esitykset ovat imitointipohjaista huumoria, missä yhdistyvät kitaran soitto, laulu ja hauskaakin hauskemmat tarinat.

Liput maksavat 10 euroa. Samalla lipulla pääsee myös klo 22.00 alkaen tanssiin Seurahuoneen parketilla elävän musiikin tahdissa.

Ovet aukeavat klo 18.00 ja klo 18.30 alkaen on mahdollisuus nauttia kattavan buffet-pöydän antimista (15€). Buffet-pöydän etukäteen tilaavat saavat lasin valko- tai punaviiniä (myös alkoholittomana) kaupan päälle (arvo 6 €). Buffet-pöydän sisältö: Hedelmäinen vihersalaatti + kastike, katkarapusalaatti, parilalohi, keitetyt perunat, porsaan ulkofileetä ja talon smetanakastike, kermaperunat, valkosuklaamousse, kahvi/tee.

Lippuja voi ostaa etukäteen Someron Seurahuoneelta arkisin klo 10.30–15.00 ja viikonloppuisin klo 11.00–16.00.

Tapahtuman tuottajana toimii päättötyökseen stand up tapahtuman tuottava Kulttuurituottaja-opiskelija Eeva Pettersson. Pääyhteistyökumppaneina toimivat Someron Kulttuuri ry, sekä Someron Seurahuone.

Lisätietoja  
Eeva Pettersson  
0505771872



**LIITE 2****8.2.2010****STAND UP TAPAHTUMA SOMEROLLA 13.3.2010**

Olen Humanistisen ammattikorkeakoulu Humakin viimeisen vuoden Kulttuurituottaja-opiskelija. Päättyöykseni tuotan **stand up tapahtuman** kotipaikkakunnalleni **Somerolle**. Somerolla ei ole vielä aikaisemmin tuotettu vastaavanlaista tapahtumaa ja nyt onkin korkea aika kokeilla kuinka suuren suosion stand up Somerolla saa. Stand up on suosittua monen ikäryhmän keskuudessa ja naapuripaikkakunnat ovat jo hyödyntäneet stand upia tapahtumana ja suosio on ollut huimaa.

K-18 tapahtuma järjestetään lauantaina **13.3.2010 klo 20.00–22.00 Someron Seurahuoneella**. Esiintyjinä ovat televisiostakin tutut **Ismo Leikola** ja **Pirjo Heikkilä**. Kolmantena esiintyjänä esiintyy monitaituri **Jani Rantanen**. Pääesiintyjä Ismo Leikola on tehnyt stand up komiikkaa päätyökseen vuodesta 2003. Hän on esiintynyt stand up-klubeilla mm. Lontoossa, Dublinissa, Oslossa ja Bergenissä. Televisiosta Ismon on voinut nähdä muun muassa Hyppönen & Enbuske Experience -ohjelmassa, sekä Komiikkatehtaassa. Omintakeinen Leikola vetää salit täyteen myös pääkaupunkiseudulla ja naurattaa yleisöä yleensä käymällä läpi arkipäivän ongelmia.

Tapahtuma lipun hinta on 10,00 euroa. Samalla lipulla pääsee myös tapahtuman jälkeen samassa paikassa järjestettäviin tansseihin klo 22.00-01.30 väliseksi ajaksi. Tapahtuman pääyhteistyökumppaneina toimivat Someron Seurahuone sekä Kulttuuri ry.

Tapahtumaan odotetaan noin kahtasataa kävijää. Stand up tapahtumaa markkinoidaan Somero-lehdessä sekä naapuripaikkakuntien lehdissä. Julisteita jaetaan Somerolle ja lähikuntiin ja kaupunkeihin. Tapahtumassa jaetaan esitteitä, joissa näkyvät yhteistyökumppaneiden logot. Lisäksi yhteistyökumppanilla on mahdollisuus saada näkyvyyttä logolla tapahtuman Facebook-sivuilla.

Sponsoreilla on mahdollisuus näkyä positiivisesti stand up tapahtuman yhteistyökumppaneina tukemassa Somerolaista kulttuuritoimintaa. Toivon, että Teillä on aikaa tutustua stand up tapahtuman sponsoripaketteihin.

Voitte myös ostaa lippuja stand up tapahtumaan Yrityksenne työntekijöille ja henkilökunnalle tai asiakkaille. Tasokkaan ja hauskan ohjelman lisäksi tapahtumassa on mahdollisuus nauttia myös buffet-pöydän antimista. Buffet-pöydän etukäteen tilaavat saavat lasin puna- tai valkoviiniä (myös alkoholittomana) kaupan päälle (arvo 6 €). Buffet-pöydän ja lipun yhteishinta on 25,00 € / as. Buffet-pöydän sisältö:

- Hedelmäinen vihersalaatti + kastike
- Katkarapusalaatti
- Porsaan ulkofileetä ja talon smetanakastike
- Parilalohi
- Keitetyt perunat
- Kermaperunat
- Valkosuklaamousse
- Kahvi / Tee

Lippuja ja buffetpaketteja voi ostaa etukäteen Someron Seurahuoneelta os. Vanhatie 9. Lippuja myydään arkisin klo 10.30–15.00 ja viikonloppuisin klo 11.00–16.00.

Tulen ottamaan teihin yhteyttä vielä tämän viikon aikana.

Ystävällisin terveisin,

Eeva Pettersson  
Stand up tapahtuman tuottaja

050-577 1872

[eeva.pettersson@hotmail.com](mailto:eeva.pettersson@hotmail.com)

**Pääsponsori 250 €**

- logo lehtimainoksiin
- banderolli näkyvälle paikalle tapahtuman ajaksi
- näkyvyys stand up tapahtuman Facebook-sivuilla
- logo ja maininta pääyhteistyökumppanista esitteeseen
- sponsoreista isoin logo, ja maininta pääyhteistyökumppanista julisteeseen

**Tukisponsori 1, 130 €**

- logo tapahtuman Facebook-sivuilla
- logo lehtimainoksiin
- logo esitteeseen
- logo julisteeseen

**Tukisponsori 2, 100 €**

- logo esitteeseen
- logo lehtimainoksiin
- logo julisteeseen