

SELVITYS FLOW FESTIVALIN MERKITYKSESTÄ
HELSINGILLE JA HELSINKILÄISILLE

Satu Silvanto

23.9.2015

Sisällys

Mitä festivaalit ovat?	3
Tapahtumakaupunki Helsinki	4
Flow Festivalin kehitys	6
Festivaalien merkitys – esimerkkinä Flow Festival Helsinki	9
Sosiaalinen merkitys	9
Kulttuurinen merkitys	11
Taloudellinen merkitys	13
Festivaalin järjestämisen taloudellinen vaikutus	13
Yleisön kulutukseen liittyvät talousvaikutukset	15
Imagovaikutukset	18
Innovaatioverkostojen rakentuminen	21
Moniulotteinen taloudellinen merkitys	24
Yhteenveto	25
Lähteet	27

Mitä festivaalit ovat?

Festivaalit ovat vahvasti ajankohtainen ilmiö. Puhutaan kaupunkien 'tapahtumaistumisesta', jopa 'hyperfestivalisaatiosta' (Richards 2015), kun yhä useammat tapahtumat houkuttelevat kaupunkilaisia osallistujikseen. Vaikka tapahtumat ovat väliaikaisia luonteeltaan, niissä muodostuneet yhteisöt ja verkostot elävät ja kasvavat ympäri vuoden. Samalla kaupungin lukuisat tapahtumat muodostavat jatkumon, joka saa aikaan jatkuvan, joskin epätasaisen, liiketoimintavirran tapahtumaklusterin yrityksille (Kaupunkitutkimus TA 2012, 23).

Ajankohtaisuudestaan huolimatta festivaalit eivät ole vain nykyajan ilmiö, vaan niiden juuret ovat muinaisissa riiteissä ja ne ovatkin aina olleet keskeinen osa inhimillistä kanssakäymistä (ks. esim. Silvanto 2007). Ihmisten sosiaalisuus ja ihmisten tarve tehdä asioita yhdessä ovat tapahtumien ydin (Picard & Robertson 2006). Toisin kuin ehkä ajateltiin, Internet ei ole korvannut ihmisten kasvokkaisia kontakteja, vaan pikemminkin lisännyt fyysisen yhteen kokoontumisen ja läsnäolon tarvetta ja arvostusta (Richard 2015). Tällöin myös festivaalien rooli urbaanin sosiaalisuuden näyttämöinä korostuu.

Sosiaalisen vuorovaikutuksen edistämisen lisäksi festivaaleilla on tärkeä merkitys myös ihmisten kiinnittymisellä paikkaan (ks. esim. Dooghe 2015, Richards 2015, Winkelhorn 2015).

Parhaimmillaan festivaalit onnistuvat luomaan tilan, jossa paikallisuus ja globaalit virtaukset yhdistyvät kiinnostavaksi vuorovaikutussuhteiden verkostoksi, jolla on merkitystä niin esiintyjille, yleisöllekin kuin sille kaupungillekin, jossa tapahtuma järjestetään (Sassatelli 2015, 36).

Festivaalit asettuvat osaksi monenlaisia verkostoja. Ne yhdistävät erilaisia ja eri puolilta maailmaa tulevia taiteilijoita, eri asukasryhmiä, paikallisia ja kauempana toimivia yrityksiä sekä muita sidosryhmiä. Ne myös synnyttävä uudenlaisia yhteistyöverkostoja ja kerryttävät osaamispääomaa (Kaupunkitutkimus TA 2012, 8), mitä voidaan hyödyntää monissa uusissa yhteyksissä.

Festivaaliorganisaatiot ovat itsessäänkin verkosto-organisaatioita, jotka ovat vastuussa kokonaisuuden suunnittelusta, mutta ostavat paljon palveluja ja osaamista muilta yrityksiltä. Henkilökunnan määrä vaihtelee vuodenvaihteen mukaan, parhaimmillaan mukana on jopa satoja talkoolaisia (ks. esim. Autissier 2015). Tällaisen organisaation johtamisessa korostuvat taloussuunnittelun lisäksi taiteellinen näkemys sekä kiinnostus uusien yleisöjen rekrytoimiseen (Jordan 2015).

Tapahtumakaupunki Helsinki

Helsingissä järjestetään vuosittain arviolta noin 1800 tapahtumaa eli keskimäärin viisi tapahtumaa päivässä. Suuri osa alueen tapahtumista on kävijämäärältään pieniä alle 1000 henkilön tapahtumia, mutta mukaan mahtuu myös kävijämäärältään suuria yli 25 000 kävijän tapahtumia. Jälkimmäisiä ovat jotkin säännöllisesti järjestettävät festivaalit, kuten Suomen suurin festivaali Helsingin juhlat viikot, Maailma kylässä -tapahtuma ja Flow Festival. Suuria yksittäisiä tapahtumia ovat tähtiartistien konsertit, esimerkiksi Madonnan konsertti Jätkäsaarella vuonna 2009, suuret urheilutai kulttuuritapahtumat, kuten Gymnastrada-voimistelufestivaali vuonna 2015 ja Euroviisut vuonna 2007 sekä messut ja muut ammattitapahtumat. Tämän lisäksi kaupungissa järjestetään paljon pienimuotoisempia festivaaleja, kaupunginosatapahtumia, konsertteja ja esimerkiksi urheilutapahtumia. (ks. Kaupunkitutkimus TA 2012, 4)

Tapahtumaklusteriin kuuluvilla yrityksillä oli Helsingissä vuonna 2009 yhteensä 6 140 toimipaikkaa, joiden henkilöstömäärä on 27 200 ja liikevaihto 4 100 miljoonaa euroa. Klusterin osuus Helsingin yritystoiminnasta on 15 % toimipaikoista, 11 % henkilöstöstä ja 7 % liikevaihdosta. Tapahtumaklusteri on sekä koko maan että Helsingin seudun tasolla keskittynyt vahvasti Helsinkiin. Tapahtumaklusteri koostuu pääasiassa mikroyrityksistä. (Kaupunkitutkimus TA 2012, 10)

Tapahtumaklusterin kulttuurinen ydin, taidefestivaalikenttä on voimakkaasti riippuvainen julkisesta tuesta. Suurin osa festivaaleista järjestetään pienillä resursseilla ja suurella innolla. Vain harva onnistuu vakiinnuttamaan toimintansa siten, että pystyy esimerkiksi palkkaamaan vakituista henkilökuntaa. Näillä noin kymmenellä festivaalilla on ensiarvoisen tärkeä merkitys helsinkiläiselle taidekentälle ja sen kehitykselle, mutta myös monet pienemmän festivaalit tuovat kaupunkiin tärkeitä tuulahduksia maailmalta vaikuttavista kulttuurivirtauksista.

Helsingin kaupungin tilaamassa tapahtumatutkimuksessa on löydetty neljä tekijää, jotka ovat kriittisiä tapahtuman menestykselle. Nämä ovat:

1. Saavutettavuus – sijainti, helppous saapua paikalle, ilmaiset tapahtumat
2. Verkostot – alihankkijat, yhteistyökumppanit, vapaaehtoiset
3. Laatu – laadukasta ohjelmaa
4. Erottautuminen muista

(Kaupunkitutkimus TA 2012, 49–50)

Saman tutkimuksen johtopäätöksissä todetaan, että

”Rakennemuutokseen sopeutuminen edellyttää elinkeinorakenteen monipuolistumista ja uusia kasvualoja. Tapahtumataloudesta on kehittynyt viimeksi kuluneen vuosikymmenen aikana kasvava klusteri, joka on Suomessa ja Helsingin seudulla erityisesti keskittynyt Helsinkiin. Tapahtumaklusteri on erittäin voimakkaasti riippuvainen urbaanin ympäristön ja Helsingin kaupungin organisaation tarjoamista edellytyksistä sekä seudun asukkailta tulevasta paikallisesta kysynnästä. Jos edellytykset ja kysyntä kehittyvät suotuisasti, klusterilla on vahva kasvupotentiaali myös tulevana vuosina.” (Kaupunkitutkimus TA 2012, 56)

Kaupungilla on tärkeä rooli tapahtumasektorin edellytysten rakentajana. Erityishuomioina tutkimuksessa todetaan, että Helsinkiin tarvitaan uusia paikkoja keskisuurten ja suurten tapahtumien

järjestämiseen. Tapahtumapaikkojen pitäisi olla hyvin saavutettavia joukkoliikenteellä, pyörillä ja jalkaisin. Edelleen niissä pitäisi olla hyvät logistiset yhteydet sekä perusrakenne (sähkö, vesi, viemäri). (Kaupunkitutkimus TA 2012, 54)

Flow Festivalin kehitys

Flow Festival on onnistunut kasvamaan pienimuotoisemmasta, muun työn ohessa järjestettävästä taidetapahtumasta yhdeksi Suomen suurimmista festivaaleista, jolla on vakituinen organisaatio ja työntekijät. Huolimatta suuremmista puitteista tekemisen lähtökohtana on silti vahvasti edelleen taiteellinen laatu ja yksittäisen kävijän festivaalikokemus. Rytmimusiikkiohjelmisto on laajentunut useiden eri taidemuotojen esittelyyn, puhe- ja lastenohjelmaan. Miljöön rakentamisella kauniiksi ja viihtyisäksi muun muassa valosuunnittelun avulla on keskeinen rooli tapahtuman tuottamisessa.

Flow Festival sai alkunsa Helsingin juhlatuokkien Huvila-teltassa järjestetyn Nuspirit Helsinki -kollektiivin keikan jälkimainingeissa, kun Juhlaviikkojen silloinen johtaja pyysi kollektiivia järjestämään seuraavana vuonna laajemman kokonaisuuden. Flow – Nuspirit Helsinki Festival järjestettiin Makasiineilla vuosina 2004–2005, jolloin tapahtuma houkutteli parhaimmillaan 5 000 kävijää. Vuonna 2006 Flow Festivalin konsertit järjestettiin sisäpihalla Kuudennen linjan ja Taiteen talon välissä ja klubit Valkoisessa salissa. Soitto piti lopettaa sisäpihalla jo kello 22, eikä hajautettua rakennetta pidetty muutenkaan toimivana. Festivaalin kävijämäärä kuitenkin lähes kaksinkertaistui, kun vieraita oli 9 500.

Flow Festivalin tekemät kyselyt näyttivät, että yleisöpotentiaalia olisi tätäkin enemmän. Tarvittiin suurempi ja toimivampi tila, mikä löytyikin Suvilahdesta. Järjestäjät ihastuivat ensi sijassa voimala-alueen pihaan, viereistä kenttää ei vielä ollut olemassakaan. Vuoden 2008 festivaalin tekemiseen hankkeen keskeiset henkilöt, Tuomas Kallio, Suvi Virtanen (nykyään Suvi Kallio) ja Toni

Rantanen, keskittyivät jo ammattimaisesti. Riskinotto kannatti, sillä festivaali keräsi jälleen ennätysyleisön, 13 000 kävijää. Suvilahden alue mahdollisti erilaisten tilaratkaisujen kokeilun ja yleisökapasiteetin kasvattamisen. Vuonna 2008 yleisöä oli jo 23 000, mistä se on edelleen kasvanut 70 000 kävijään vuonna 2015.

Flow Festivalin kävijät

2004	4 500 (2 pvää)
2005	5 000 (2 pvää)
2006	9 500 (3 pvää)
2007	13 000 (3 pvää)
2008	23 000 (3 pvää)
2009	41 000 (4 pvää)
2010	50 000 (3 pvää)
2011	50 000 (3 pvää)
2012	63 000 (4 pvää)
2013	61 500 (4 pvää)
2014	57 500 (3 pvää)
2015	70 000 (3 pvää)

Vuoden 2004 festivaalin budjetti oli 91 000. Reilut kymmenen vuotta myöhemmin Flow Festival on 5,5 - 6,0 miljoonan euron liikevaihdon yritys. Flow'n kasvua on tukenut Helsingin kaupungin vuodesta 2005 ja opetus- ja kulttuuriministeriön vuosina 2010–2014 myöntämä avustus. Nykyään kaupungin kirjasto- ja kulttuurilautakunnan festivaalille myöntämä tuki, 30 000 euroa, kattaa noin puolet festivaalin kaupungille maavuokrina maksamista kuluista. Suurin osa festivaalin tuloista muodostuukin lipunmyynnistä (70%) sekä yritysysteistyöstä (18%) ja myyntituotoista (11%) kuten ruoka- ja juomamyynnin vuokrista ja provisioista.

Kulttuurin kentällä julkinen tuki on usein eräänlainen siemenraha ja laadun tae, mikä auttaa muun rahoituksen keräämisessä. Näin on ollut myös Flow Festivalin kohdalla. Harvassa ovat kuitenkin ne esimerkit, joissa kulttuuritapahtuma tai muu alan organisaatio olisi onnistunut Flow'n tavoin kasvamaan pois apurahariippuvuudesta kannattavaksi liiketoiminnaksi. Vaikka kaupungin tuki on vain 0,5 % festivaalin nykyisestä budjetista, Flow Festivalin järjestäjät kokevat ensiarvoisen tärkeäksi sen, että kaupunki on sen tukija ja yhteistyökumppani – tavalla tai toisella.

Flow'ssa toteutuvat edellä mainitut festivaalin menestystekijät. Festivaali on helposti saavutettava sijaintinsa ja liikenneyhteyksiensä puolesta. Lähes kaikki Flow-kävijät saapuvat paikalle kävelen (35 % kävijöistä), pyöräillen (18 %) tai julkisilla kulkuneuvoilla (52 %) (Flow Festivalin suomenkielinen kävijäkysely 2015). Festivaali panostaa laadukkaisiin yhteistyökumppaneihin esimerkiksi ravintolapalveluissa, sponsorihankinta on ollut onnistunutta ja festivaali on houkutellut paljon vapaaehtoisia ja pitää heistä hyvää huolta. Verkostot ovat kunnossa siis. Taiteellisen ohjelman, mutta myös palvelujen, laatu on toiminnan kulmakivi, minkä lisäksi festivaali on panostanut alusta lähtien esimerkiksi selkeästi erottuvaan visuaaliseen ilmeeseen. (Ks. tarkemmin Silvanto 2015)

Suvilahden alue on myös keskeinen osa festivaalin visuaalista identiteettiä ja esteettinen, teollisuusrakennusten ympäröivä ja niitä hyödyntävä tapahtumapaikka erottaa festivaalin monesta kilpailijasta myös kansainvälisestä katsantokannasta (ks. Imagovaikutukset alla).

Edellä mainittujen menestystekijöiden lisäksi myös vahva yhteys paikallisyhteisöön on tutkimuksissa todettu festivaalin elinehdoksi pidemmällä aikavälillä (esim. Quinn 2005, Watermann 1998). Flow on alusta lähtien houkutellut paljon lähialueen asukkaita, vaikka yleisöä tulee nykyään paljon kauempaakin. Festivaali on ollut edelläkävijä myös festivaaliyhteisön luomisessa sosiaalisen median välityksellä (ks. Silvanto 2015).

Festivaalien merkitys – esimerkkinä Flow Festival Helsinki

Festivaalien vaikutuksia voidaan arvioida monesta eri suunnasta. Eniten tapahtumia on viime aikoina tutkittu taloudellisesta näkökulmasta, mutta myös niiden sosiaalinen ja kulttuurinen merkitys on syytä huomioida. Seuraavassa käydään läpi toisaalta festivaaleihin yleensä liittyvää tutkimusta ja toisaalta Flow Festivalin vaikutuksia näistä kolmesta eri näkökulmasta.

Sosiaalinen merkitys

Festivaalit ovat tärkeitä kaupunkilaisille; ”ilman festivaaleja stadi ei olisi stadi”, kuten eräs pääkaupunkiseudun asukkaille vuonna 2006 tehdyn kyselyn vastaajista totesi. Kaikkiaan yhdeksän kymmenestä (89 %) vastaajasta piti festivaalien järjestämistä kaupungissa hyvänä asiana. Joka neljäs pitää niitä myös tärkeinä itselleen. Heistäkin, joille festivaalit eivät ole niin tärkeitä, 91 prosenttia katsoi niiden olevan hyväksi kaupungille, tuovathan ne ”mainetta ja mammonaa”. (Linko & Silvanto 2007)

Iso osa vastaajista kokee siis festivaalien olevan olemassa nimenomaan kaupunkilaisia varten. Ne ”antavat mahdollisuuden saman alan harrastajille kokoontua yhteen” ja ”luovat yhteisöllisyyttä”. Parhaimmillaan ”ihmiset kokevat festivaaleilla kollektiivisesti tunteita”. (Linko & Silvanto 2007). Myös festivaalitutkija Greg Richards (2015) painottaa festivaalien tärkeyttä nimenomaan ”emotionaalisen energian” synnyttäjinä. Tämä tiiviin fyysisen yhdessäolon mahdollistama energia on hänen mukaansa keskeisessä roolissa ajallemme tyypillisen sosiaalisen vuorovaikutuksen rakentumisessa. Kaupunkilaiset kokevat tapahtumissa yhteisöllisyyden aiheuttamia tunnetiloja, kuten onnea, iloa ja hyväksyntää (Richards 2014 Mikkolan 2015, 16 mukaan).

Festivaalitunnelma on yksi tärkeä syy festivaaleille osallistumiseen. Tunnelma syntyy esiintyjien ja yleisön välisestä vuorovaikutuksesta ja näin ollen festivaalikävijät luovat ainutkertaisen festivaalin

yhdessä esiintyjien kanssa (ks. esim. Linko & Silvanto 2007, Négrier 2015, Richards 2015). Festivaalien monipuolisissa vuorovaikutusverkostoissa taiteilijat, yleisö ja muut osallistujat asettuvat yhä uudenvuorovaikutussuhteisiin keskenään ja ympäröivän maailman kanssa. Festivaaleja kuvataankin usein kohtaauspaikkoina, joissa rakentuu siltoja erilaisten ihmisten, ihmisryhmien ja maailmojen välille (ks. esim. Newbold 2015). Uusien, osin kansainvälisten sosiaalisten yhteyksien luomisen lisäksi festivaalit vahvistavat paikallisidentiteettiä (ks. esim. Winkelhorn 2015).

Festivaalikokonaisuus ja hyvä tunnelma ovat tärkeimpiä syitä tulla Flow Festivalille, kun jopa 95/88 prosenttia festivaalin kävijöistä kertoo niiden vaikuttaneen paljon tai melko paljon festivaalille osallistumiseen. Seuraavaksi eniten mainintoja saavat tietyt esiintyjät, ruoka- ja juomatarjoilut sekä sosiaaliset tekijät/ystävät. (Flow Festivalin kävijäkysely 2014) Flow on näin ollen kaupunkilaisten kokoontumispaikka, jossa hyvässä tunnelmassa nautitaan musiikista, ruoasta ja juomasta yhdessä laajennetun ystäväpiirin kanssa. Tapahtuman sosiaalinen luonne on järjestäjien taholta huomioitu myös siten, että Suvilahden alueen rakennuksiin ja niiden lomaan on rakennettu erilaisia paikkoja, joissa festivaalin tarjonnasta voi nauttia porukalla istuen, seisten, tanssien tai jopa leppoisasti makoillen.

Osaksi festivaaliyhteisöä voi päästä monella tavalla. Aktiivisimmat osallistuvat jollain tavalla järjestämiseen ja toiset saapuvat yleisöksi paikan päälle, mutta festivaalitunnelmaan voi päästä myös median välityksellä (ks. Silvanto 2008).

Esimerkiksi Flow Festivalia seuraa erilaisten sosiaalisen median kanavien kautta huomattava joukko ihmisiä niin Suomessa kuin ulkomailla. Flow'n nettisivuilla on parhaimpina päivinä kaikkiaan lähes 65 000 käyntiä (istuntoa) ja noin neljännes klikkauksista tulee ulkomailta. Vuoden aikana käyntejä www.flowfestival.com-sivustolla on yli miljoona ja uniikkeja eri kävijöitä noin 560 000. Facebookissa Flow'sta tykkää yli 56 600 henkilöä, joista noin kolmannes on ulkomailta.

Tämän lisäksi FB:n venäläisessä vastineessa VK:ssa tapahtumalla on yli 51 000 seuraajaa. Twitterissä seuraajia on yli 28 000 ja Instagrammissakin noin 10 000.

Kaikki nämä luvut osoittavat huomattavaa kasvua edellisvuoteen verrattuna ja kertovat festivaalikäyntejä laajemmasta kiinnostuksesta. Festivaali palvelee yleisöään myös tuottamalla omaa lehteä ja esimerkiksi videoita Youtubeen. Flow'n omien medioiden lisäksi festivaalista puhutaan paljon niin kotimaisissa kuin kansainvälisissä printtilehdissä, verkkoareenoilla ja radiokanavilla (ks. tarkemmin Imagovaikutukset alla).

Median ohella festivaalien huippuhetket saattavat välittyä kävijöiden tarinoiden välityksellä eteenpäin jopa seuraaville sukupolville ja uusille mantereille, jolloin festivaali saa oman ”muistojen yleisönsä” (ks. Lacy 1995, Silvanto 2008). Laajimmin tunnettu esimerkki tästä on Woodstockin festivaali vuonna 1969; kaikkihan siitä ovat kuulleet. Ainakin kansainvälisen lehdistön mukaan myös Flow Festival voi synnyttää tarinoita seuraaville sukupolville jaettaviksi: ”If you're looking for those unforgettable experiences to tell your grand-kids about then look no further”, kirjoitetaan yhdysvaltalaisen Huffington Post -verkkolehden Iso-Britannian ”painoksessa” 20.6.2014.

Kulttuurinen merkitys

Festivaaleilla taidetta kehitetään, esitetään ja siihen osallistutaan (Inkei 2005, 6). Festivaalit muokkaavat kulttuuria, mutta myös festivaalipaikkaa, joka saa tapahtumien myötä uusia merkityksiä (Harris 2007, Winkelhorn 2015). Kärjekkäimpien näkemysten mukaan tilaa ei ole olemassakaan ennen kuin jokin tapahtuma tekee sen näkyväksi (Tschumi Harrisin 2007 mukaan).

Yleisölle festivaalien kulttuurinen arvo liittyy mahdollisuuksiin löytää uutta, oppia ja keskustella samanhenkisten – tai erilaisten – ihmisten kanssa ja parhaimmillaan festivaalit luovatkin kulttuurista yhteenkuuluvuuden tunnetta hyvin erilaisista taustoista tulevien ihmisten välille.

Festivaaleilla yleisö on valmiimpi ottamaan riskejä, kuin muun kulttuuritarjonnan parissa, jolloin heille myös tarjotaan sellaista, mihin muualla ei välttämättä törmää. (Faivre d'Arcier 2015, Gordziejko 2015) Festivaaleilla on näin ollen myös eräänlainen taidekasvatuksellinen ulottuvuus.

Helsingissä festivaaleilla on tärkeä kulttuurinen merkitys kaupungin taidetarjonnan rikastajina (ks. esim. Raitaranta 2007, Mulari 2007). Ilman festivaaleja monet kansainväliset huippuvierailut klassisesta musiikista nykytanssiin jäisivät toteutumatta. Rytmimusiikin saralla Flow Festival tuo Helsinkiin taiteilijoita, joilta Helsingin keikka jäisi hyvin todennäköisesti muuten väliin. Suomi on kaukana, markkinat pienet ja sisäkonserttitiloista puutetta, jolloin Flow'n kaltaisten tunnelmallisten tapahtumien merkitys esiintyjien houkuttelemisessa Helsinkiin korostuu. Laajan yleisön lisäksi paikallisille taiteilijoille on tärkeää päästä seuraamaan oman alansa huippujen työskentelyä ja oppimaan siitä.

Taiteilijoille festivaalit ovatkin tärkeitä verkottumis- ja oppimisympäristöjä. Roberta Comunianin (2015) tutkimuksen mukaan festivaalit rohkaisivat taiteilijoita yrittäjämäiseen toimintatapaan taiteen tuotannossa ja esittämisessä. Ne edistävät oman brändin luomista mahdollistamalla taiteilijalle näkyvyyden ja uskottavuuden lisäämisen tuottajien ja yleisön keskuudessa. Festivaalien tarjoamat keskustelut muiden taiteilijoiden kanssa tukevat oman työn harjoittamista vahvistamalla taiteilijaidentiteettiä ja tarkoituksen tunnetta. Festivaalit voivat toimia myös laukaisualustana tuntemattomuudesta upealle uralle. Taiteilijat voivat testata ja kehittää niillä omia töitään.

Suomalaisen musiikin vientiin keskittyneen Music Finlandin kansainvälistymistiimin johtaja Sami Häikiö (16.9.2015) näkee, että suomalaiset bändit panostavat Flow-keikkoihinsa erityisen paljon, sillä he tietävät kansainvälisen median ja musiikkialan olevan tilaisuudessa läsnä. Flow tarjoaa näin tilaisuuden kokeiluihin ja oman brändin kehittämiseen sekä mahdollisuuden nousta kansainvälisen yleisön tietoisuuteen. Oma merkityksensä on myös sillä, että suomalaiset pääsevät esiintymään

samoilla lavoilla kansainvälisten tähtien kanssa, jolloin avautuu mahdollisuus myös yhteisiin keskusteluihin backstagella.

Festivaalit voidaan näin nähdä eräänlaisina taidehautomoina, joissa syntyvät ideat tai koettu menestys voivat kantaa hyvinkin pitkälle taiteilijan uralla. Festivaalit asettuvat laajemman taiteentuotannon ekosysteemin olennaiseksi osaksi (Comunian 2015) ja kiinnittyvät tätä kautta ympärivuotiseen kulttuurialan kehitystyöhön. Festivaalit vaikuttavat näin välitöntä tapahtumaaikaansa huomattavasti laajemmin.

Festivaalit voidaan nähdä myös solmukohtina luovien ja muiden alojen välillä ja niissä voidaan kehittää myös muiden alojen toimintatapoja. Esimerkiksi Flow Festival on ollut osaltaan synnyttämässä Helsinkiin katuruokakulttuuria, kun se on alusta lähtien panostanut myös ruokakulttuuriin ja tarjonnut ravintoloitsijoille mahdollisuuksia kehittää yksinkertaisen ja helpon mutta samalla herkullisen ruokatarjonnan konseptejaan. Flow'n puheohjelma Flow Talks kerää puolestaan yhteen eri alojen ammattilaisia pohtimaan ja kehittämään kaupunkikulttuuria. Kaikella tällä kulttuurisesti merkittävällä toiminnalla on myös vahva taloudellinen ulottuvuus (ks. Innovaatioverkostot alla).

Taloudellinen merkitys

Festivaalin järjestämisen taloudellinen vaikutus

Tapahtuman aluetaloudellisten vaikutusten kannalta lähtökohtana on se, että tapahtuma luo joukon kertaluontoisia ja määräaikaista taloudellisia impulsseja, joita ei syntyisi, jos tapahtumaa ei järjestettäisi. Paikallinen kysyntä on perusedellytys merkittäviä aluetaloudellisia vaikutuksia aikaansaavien ulkopuolisten vieraiden ja yhteistyökumppaneiden tulolle ja heidän rahavirroilleen. Helsingissä paikallista kysyntää on runsaasti. Tämän lisäksi koko maan tapahtumaklusterin yritystoiminta on keskittynyt vahvasti Helsinkiin, mistä johtuen Helsingissä järjestettävien

tapahtumien vaikutukset leviävät etenkin vaikutusketjun alkupäässä Helsingissä toimiviin yrityksiin. (Kaupunkitutkimus TA 2012, 16, 23)

Festivaalien talousvaikutuksista voidaan erottaa suorat, epäsuorat ja tulkinnalliset ulottuvuudet.

Suorat talousvaikutukset syntyvät välittömästi ja konkreettisesti festivaalin toteutukseen liittyvistä toiminnoista, esimerkiksi tapahtuman järjestäjien ja paikallisen liike-elämän välisestä vuorovaikutuksesta (henkilökunnan palkkauksesta, vuokrista, paikallisista hankinnoista, ostoista, investoinneista jne.). (Kainulainen 2007)

Vuonna 2015 Flow Festival Oy käytti tapahtuman järjestämiseen Helsingissä noin 4,8 miljoonaa euroa. Tämän lisäksi artistien agentuurien tuotantokulut festivaaliin liittyen olivat noin 300 000 euroa ja muiden yhteistyökumppanien tuotanto- ja markkinointikulut arviolta noin 900 000 euroa. Tällöin tapahtuman järjestäminen poiki Helsinkiin välittömästi noin 6 miljoonan euron rahaliikenteen.

Tästä näkökulmasta huomionarvoista on, että Flow Festival on kokonaan kotimainen yritys toisin kuin monet muut Helsingissä toimivat isojen konserttien järjestäjät. Lisäksi festivaali toimii yhteistyössä hyvin monen paikallisen yrityksen kanssa. Tällöin myös tapahtumajärjestämisestä koitua taloudellinen hyöty ei valu ulkomaille, vaan käytetään toiminnan kehittämiseen Helsingissä. (vrt. Kaupunkitutkimus TA 2012, 19) Flow Festivalin toimesta on myös laskettu, kuinka suuri on festivaalin työllistävä vaikutus huomioon ottaen erilaiset alihankkijat. Tuloksissa on päädytty noin tuhanteen työntekijään vuosittain (Mikkola 2015, 14).

Yleisön kulutukseen liittyvät talousvaikutukset

Epäsuorat talousvaikutukset muodostuvat tapahtumassa vierailevan yleisön kulutuksesta, joka kohdistuu paikallisiin yrityksiin ja palveluihin. Paikkakunnan ulkopuolelta tulevien kulttuurimatkailijoiden tuoma raha on rinnastettu vientituloihin, koska tietyn tapahtuman ansiosta paikkakunnan ulkopuolelta tulevan rahavirran osuus kasvaa. Kulttuurivieraiden kulutus tuo lisätuloja paikalliseen elinkeinoelämään, kotitalouksiin ja julkiselle sektorille. Siitä hyötyvät välittömästi lähinnä majoituspalveluja ylläpitävät yritykset, ravintolat, vähittäiskauppa ja kuljetuksia sekä liikennöintiä hoitavat yrittäjät. Kerrannaisvaikutusten myötä osa tästä rahasta jää kiertämään paikallistalouteen, osa suuntautuu alueen ulkopuolelle. (Kainulainen 2007)

Myös paikallisten asukkaiden rahankäytön on havaittu kulttuuritapahtumien aikana suuntautuneen tavallista enemmän omalle alueelle, mikä on puolestaan rinnastettu tuonnin korvaamiseen. (Kainulainen 2007) Taloudellisesti hankalina aikoina festivaalikäyntien mahdollistamat pienet irtiotot kotikaupungissa ("holidays at home") yleistyvät (ks. Newbold ym. 2015).

Kun festivaalien suorat taloudelliset vaikutukset kiinnittyvät parhaimmillaan vahvasti paikalliseen toimintaympäristöön, epäsuorien taloudellisten vaikutusten saavuttamiseksi kansainvälinen toimintatapa on tärkeä. Suomalaisista kulttuuritapahtumista kuitenkin vain pieni osa panostaa esimerkiksi kansainväliseen markkinointiin (Pasanen & Hakola 2009, 89), jolloin myös kansainvälisiä kävijöitä joutuu tapahtumista etsimällä etsimään (ks. Eronen & Ruoppila 2009, 3, 54).

Flow Festival sen sijaan satsaa kansainväliseen markkinointiin vahvasti. Erilaisten Internet-kanavien monipuolisen hyödyntämisen lisäksi Flow Festival Helsinkiä on mainostettu myös järjestämällä sisartapahtumia esimerkiksi Ljubljanassa ja Lontoossa. Festivaali onkin kerännyt

suorastaan ylistäviä arvioita kansainvälisessä mediassa (ks. lisää alla) ja onnistunut kasvattamaan kansainvälistä kävijämääräänsä. Jatkossa Flow pyrkii houkuttelemaan yhä enemmän ulkomaisia vieraita festivaalille ja samalla Helsinkiin. Tämä lisää Flow'n aluetaloudellista vaikuttavuutta (ks. Kaupunkitutkimus TA 2012, 19).

Festivaalialueen ulkopuolella kansainväliset Flow-kävijät käyttivät festivaalin aikana rahaa keskimäärin 681,69 euroa paikallisiin palveluihin, kuten majoitukseen paikallisliikenteeseen, ravintoloihin ja kahviloihin sekä ostoksiin (Flow Festivalin englannin- ja venäjänkieliset kävijäkyselyt 2015). Kun myös lippujen osto (kansainvälisten kävijöiden osuus 676 000 euroa) ja osallistujien kulutus festivaalialueella (kansainvälisten kävijöiden osuus 286 184 euroa) huomioidaan, kansainväliset Flow-vieraat toivat vuonna 2015 helsinkiläiselle palveluelinkeinolle tuloja noin 3,5 miljoonaa euroa. Koska kyse on ulkomaalaisten Suomen tuomasta rahasta, summa voidaan rinnastaa vientituloihin.

Pääkaupunkiseudun ulkopuolelta tulevat festivaalivieraat toivat Flow Festivalin houkuttelemina alueelle rahaa kaikkiaan 3,8 miljoonaa euroa. Summa sisältää festivaalilippujen oston, ruoan ja juomat festivaalialueella sekä majoituksen ja muun kulutuksen Helsingissä (Flow Festivalin suomenkielinen kävijäkysely 2015). Kaiken kaikkiaan muualta tulevat festivaalivieraat jättivät siis Helsinkiin kulutuksensa myötä yhteensä 7,3 miljoonaa euroa.

Tämän lisäksi pääkaupunkiseudun asukkaat kuluttivat festivaalilla ja sen aikana Helsingissä rahaa yhteensä 6,3 miljoonaa euroa. Tällöin Flow-yleisön kulutus Helsingissä festivaalilla ja sen aikana nousee yhteensä 13,6 miljoonaan euroon.

Osa paikallisten festivaalilla kuluttamasta rahasta saattaa olla pois muusta kulutuksesta seudulla, mutta yhtä lailla voidaan todeta, että summaan sisältyy ns. tuonnin korvaamista: jos Flow Festivalia ei olisi järjestetty, osa paikallisista osallistujista olisi lähtenyt hakemaan (festivaali)elämyksiä

pääkaupunkiseudun tai Suomen ulkopuolelle (vrt. Linko & Silvanto 2007). Samoin on syytä nostaa esiin, että Flow’sta hyötyvät tapahtuman aikana lähialueen yrittäjät: esimerkiksi paikallisen huoltoaseman myynti moninkertaistuu, vaikka bensahanat ovat tapahtuman aikana kiinni. Samoin lähellä toimiva ravintola on todennut, ettei sen tarvitse tulla enää festivaalille myymään tuotteitaan, kun sen myynti kasvaa huomattavasti festivaalin aikana joka tapauksessa.

Flow Festivalin voidaan katsoa suoraan synnyttäneen Helsingin seudulle rahavirtoja yhteensä noin 20 miljoonan euron arvosta toisaalta festivaalin järjestämisen ja toisaalta festivaalivieraiden kulutuksen kautta. On syytä huomioida, että tämä summa ei ole kokonaisarvio festivaalin monisysisistä taloudellisista vaikutuksista, vaan pitää sisällään ainoastaan edellä mainitut osa-alueet. Esimerkiksi kerrannaisvaikutuksia ei ole tässä huomioitu. Flow Festivalin aluetaloudellista vaikuttavuutta lisää yhtäältä se, että tapahtumajärjestämiseen osallistuvat yritykset ovat pitkälti paikallisia, ja toisaalta se, että tapahtuma houkuttelee runsaasti kävijöitä oman alueen ulkopuolelta ja ulkomailta, jolloin myös osa tapahtuman rahoituksesta tulee lipputulosten muodossa ulkomailta (ks. Kaupunkitutkimus TA 2012, 19).

Tämän selvityksen puitteissa ei ole pystytty arvioimaan tapahtumajärjestämisen ja tapahtumaan liittyvän kulutuksen kerrannaisvaikutuksia. Sen sijaan aikaisemmassa tutkimuksessa on todettu, että alueen ulkopuolelta tuleva 10 miljoonan euron suuruinen lisäys tapahtumien rahoitukseen saa aikaan kerrannaisvaikutuksineen noin 24 miljoonan euron kasvun Helsingin seudun yritysten kokonaistuotokseen (yritysten liikevaihtoon), 11 miljoonan euron tuotannon arvonlisäykseen ja 200 työvuoden lisäyksen työllisyyteen (Kaupunkitutkimus TA 2012, 24). Tätä arviota ei voi suoraan yhdistää Flow Festivalin tapaukseen, mutta se antaa osviittaa siitä, missä suuruusluokassa festivaalin taloudellisissa kerrannaisvaikutuksissa liikutaan.

Imagovaikutukset

Myös festivaalien taloudellisen merkityksen kolmas näkökulma, tulkinnalliset ulottuvuudet, vahvistuu kansainvälisen toiminnan kautta. Tulkinnalliset ulottuvuudet tarkoittavat sitä, että näkyvyydeltään merkittävät kulttuuritapahtumat lisäävät sijaintipaikkakuntien tunnettuutta, vetovoimaa ja houkuttelevuutta, mikä heijastuu epäsuorasti yritysten, asukkaiden, työntekijöiden ja matkailijoiden liikkumispäätöksiin (Kainulainen 2007). Imagojen rakentumisen ohella tulkinnalliset merkitykset liittyvät luovan, aloitteellisen ja innovatiivisen toimintaympäristön kehitykseen (Kainulainen 2007). Monien festivaalien ympärille onkin kehittynyt yhteistyöverkostoja, luovien toimintojen keskittymiä ja alueellisia tuotantoverkostoja, joista on syntynyt uusia kulttuuri-innovaatioita: festivaaleja, ohjelmistoja, tuotteita ja palveluita (Kaupunkitutkimus TA 2012, 7).

Imagojen rakentumista tutkitaan muun muassa media-analyysin. Flow Festival kerää tietoa medianäkyvyydestään kansainvälisten PR-toimistojen välityksellä englanninkielisestä, saksankielisestä ja venäjänkielisestä mediasta. Tämä aineisto osoittaa, että festivaali on saanut kansainvälisesti varsin merkittävää, positiivista huomiota. Esimerkiksi Iso-Britanniassa mediaosumia printtimediasta merkittäviin sosiaalisen median postauksiin on laskettu 17.12.2014–20.8.2015 välisenä aikana yhteensä 186 ja Venäjällä Flow on ollut esillä erilaisilla nettisivuilla 113 kertaa tammi-elokuussa 2015.

Flow Festival esiintyy erilaisilla musiikki-, elämäntyyli- ja muotoilu-sivuilla/sivustoilla, minkä lisäksi siitä on kirjoittanut useampaan otteeseen esimerkiksi yhdysvaltalainen talouslehti Forbes, jonka verkkosivuilla on maailmanlaajuisesti 27 miljoonaa kävijää kuukausittain ja printtilehdellä miljoona lukijaa. Forbes on keskittynyt Flow'n ruokatarjonnan ja kiinnostavien suomalaisten bändien esittelyyn niin verkkosivuillaan kuin lehdessäkin. Samoin yhdysvaltalainen BuzzFeed.com-verkkosivusto on esitellyt 8.5.2015 Flow'n maailman 16 uskomattomimman festivaalin listallaan. BuzzFeed.comilla on 13 miljoonaa lukijaa.

Flow-juttujen yhteydessä mainitaan poikkeuksetta Helsinki ja usein myös Suomi, kiinnittyvähän tapahtumat aina johonkin paikkaan,. Näin ollen Flow Festival osallistuu omalla, mediahuomiolla mitattuna verraten vahvalla panostuksellaan Helsingin imagon rakentamiseen. Eri viestintäkanavissa Flow nousee esiin nimenomaan kokonaiselämyksenä ja erityishuomiota saavat festivaalin huolella mietitty ruokatarjonta, ekologisuus, tapahtumapaikka ja sen muotoilu, ohjelmistosuunnittelun onnistuminen sekä festivaalitunnelma.

Festivaalista kokonaisvaltaisena elämyksenä kirjoittaa esimerkiksi brittiläinen The Guardian vuonna 2014: "A festival for all the senses and one that successfully manages to be cool and cosy at the same time." Saksalainen Frankfurt Allgemeine taas toteaa festivaalin olevan taideteos itsessään. Myös Flow'n "epäfestivaalimaisuus" saa kehuja, kun esimerkiksi Iso-Britannian parhaaksi musiikkilehdessäkin valittu DIY toteaa vuoden 2014 jutussaan: "the great thing about Flow is that it doesn't feel you're at a festival". Europe Festival Guide (Iso-Britannia) nostaa Flow'n Euroopan parhaaksi "Boutique Festivaliksi" samana vuonna. Forbes menee vuonna 2015 vielä pidemmälle kysyessään juttunsa otsikossa "Is This the World's Most Achingly Cool Festival?"

Panostus ruokatarjontaan erottaa selkeästi Flow'n monista kansainvälisistä kilpailijoista ja festivaalin ruokaa kehutaankin monella taholla. Forbesin vuonna 2014 ilmestyneen ruokajutun lisäksi esimerkiksi brittiläinen Daily Telegraph julkaisi seuraavana vuonna jutun samasta aiheesta. Record of the day -verkkolehdestä kehuutaan 19.8.2013 ruuan lisäksi palautetuista tölkeistä saatava panttia: "let's make it compulsory". Pantit ja tapahtumaansa polkupyöräilevät helsinkiläiset mainitaan myös useassa muussa, Flow'n ekologisuudelle kiitosta antavassa jutussa. Esimerkiksi BuzzFeed.com nostaa tapahtuman esiin juuri ympäristöystävällisyytensä ja hiilineutraaliutensa ansioista.

Myös festivaalipaikka, Suvilahden vanha voimalaitosalue tekee Flow'sta erityisen. Esimerkiksi palkittu (mm. Magazine of the Year 2011) brittiläinen verkkomedia Clash Magazine kehuu tapahtuma-aluetta, ”a small town of Flow”, timantiksi vuonna 2013. The Guardian taas kirjoittaa vuoden 2014 jutussaan: ”Flow is all about urban design and industrial spaces”. Festivaalialueen muotoilua ja visuaalista toteutusta kehuaan lukuisissa jutuissa. Festivaalikentälle kaivataan myös lisää Suvilahden kaltaisia tapahtumatiloja: ”the festival field needs more sites like Flow's unique power plant setting” (DIY 14.8.2014). Juttujen kuvituksessa festivaalialue näyttäytyy iltavalaistuksessaan suorastaan taianomaisena. Lähes poikkeuksetta niissä näkyy ainakin joku alueen vanhoista tehdasrakennuksista soittolavojen lisäksi.

Kansainvälinen Flow-kirjoittelu pitää sisällään myös runsaasti konserttiarvioita, onhan kyseessä kuitenkin ensi sijassa musiikkifestivaali. Tarjonnan monipuolisuus nostetaan esiin ja todetaan, että Flow on onnistunut yhdistämään marginaalitarjonnan ja isot nimet toimivaksi kokonaisuudeksi. Jälleen kiitellään kuitenkin myös sitä, kuinka festivaali on tuonut kunnianhimoisesti taiteen osaksi popfestivaalia: ”Selbst als regelmäßiger Festivalbesucher hat man es selten erlebt, dass die Ambition, Kunst in ein Pop-Festival zu integrieren, so passend aufgeht” (Intro.de 18.8.2015). Myös yhteistyö taideopiskelijoiden kanssa nousee esiin.

Flow festivaalin rentoa ja kotoista tunnelmaa kehuaan. Samalla kiitoksensa saavat helsinkiläiset, jotka ovat Flow-juttujen kuvausten mukaan tyylikkäitä, kauniita ja ennen kaikkea kohteliaita – täällä ei örvelletä. Tapahtumajärjestäminenkin osataan: kaikki toimii. Detaljeihin pureutuva suunnittelu yhdistetään The Quitus -verkkolehdessä (15.8.2013) nimenomaan Helsinkiin ja Suomeen: “On top of that, the care and attention to detail that went into Flow Festival is something you suspect could only happen in Helsinki, Finland.”

Flow Festivalin kansainvälinen näkyvyys luo myös Helsingistä positiivista mielikuvaa. Helsingin kaupunki haluaa olla tunnettu muotoilustaan, ekologisuudestaan, kiinnostavasta taidetarjonnasta ja

toimivuudestaan (ks. Helsingin kaupungin strategiaohjelma 2013–2016) – kaikki nämä asioita, jotka nousevat vahvasti esiin Flow'n yhteydessä. Aiemmissa tutkimuksissa on todettu, että kansainvälinen lehtikirjoittelu Helsingissä järjestetyistä suur tapahtumista ei ole aina palvellut kaupungin etua (Kaupunkitutkimus TA 2012, 47). Flow Festivalin kohdalla voidaan kuitenkin perustellusti esittää, että Flow'n kansainvälinen julkisuus edistää myönteistä Helsinki-kuvaa. Flow Festivalilla on siis myös imagovaikutuksia.

Kaiken kaikkiaan onnistuneiden kansainvälisten tapahtumien nähdään kasvattavan Helsingin seudun ”hyvän maineen pääomaa” kansainvälisenä tapahtumapaikkana (Kaupunkitutkimus TA 2012, 46). Positiivinen huomio voi kuitenkin kääntyä myös negatiiviseksi. Flow Festival on kasvanut jo sen verran näkyväksi kansainväliseksi toimijaksi, että sen loppuminen herättäisi varmasti myös kansainvälistä mediahuomiota. Tällöin on riski, että myös Helsingin kaupunki joutuu ikävän huomion kohteeksi sadoissatuhansissa, jopa miljoonissa mitattavan kansainvälisen mediayleisön silmissä.

Innovaatioverkostojen rakentuminen

Imagovaikusten lisäksi innovatiivisen toimintaympäristön rakentaminen on osa festivaalien taloudellista, joskin vaikeasti tulkittavaa vaikutusta. Festivaalit ovat itsessään verkosto-organisaatioita ja myös synnyttävät jatkuvasti uusia verkostoja. Niiden taloudellista kehitystä generoiva voima ilmenee suuremmissa kaupungeissa, kuten pääkaupunkiseudulla, paljolti myös osaajaverkostojen synnyssä (Kainulainen 2007).

Flow Festival on toiminut eräänlaisena testi- ja kehitysalustana usean eri alan yrityksille.

Esimerkiksi ravintola-alan yritykset ovat voineet testata festivaaleilla katuruokakonseptejaan, joita ne ovat jatkossa voineet hyödyntää myös muussa liiketoiminnassaan. Muun muassa “katuruokaguruksi” nimetty ravintoloitsija Richard McCormick on tehnyt Flow'n kanssa pitkään

yhteistyötä ja kehittänyt samanaikaisesti omia ravintoloitaan ja ollut mukana perustamassa uutta festivaaliakin, Street Helsinki -katuruokatapahtumaa.

Toisaalta Flow'n tilaukset ovat mahdollistaneet yrityksille esimerkiksi kalustoinvestointeja. Tämä on mahdollistanut oman palvelun kehittämisen ja liiketoiminnan kasvun. Esimerkiksi Sun Effects Oy on kasvanut Flow'ssa hankkimansa kokemuksen ja kalustonsa myötä maan johtavaksi valosuunnitteluyritykseksi, joka vastaa esimerkiksi Lux Helsinki -tapahtuman toteutuksesta sekä Slush startup-tapahtuman tapahtumapaikan suunnittelusta. Flow otti yrityksen mukaansa myös Ljubljanaan, mikä saattaa avata sille uusia kansainvälisiä mahdollisuuksia.

Flow Festival saa jatkuvasti tiedusteluja palveluidensa toteuttajista ja festivaali myös suosittelee hyväksi todettuja yhteistyökumppaneita eteenpäin. Flow on asettanut tapahtumajärjestämisen standardit korkealle ja monet yritykset haluavatkin tehdä omista tilaisuuksistaan ”Flow'n näköisiä”. Esimerkiksi Startup-tapahtuma Slush on paljon velkaa Flow'lle, sillä sen koko toteutus on Flow'ssa kannuksensa hankkineiden alihankkijoiden käsissä. Käytännössä Flow'n henkilökunta somistajista tekniikkaan työskentelee myös Slushissa. Flow Festival on siis luonut ympärilleen vankan osaamisverkoston, jonka asiantuntemusta hyödynnetään Helsingissä ja myös muualla. Samalla alan laatuvaatimukset ovat nousseet.

Monet klustereiden muodostamisen ja verkostoitumisen hyödyt toteutuvat Flow Festivaalin ympärillä. Yritysten yhteistoiminta mahdollistaa esimerkiksi riskien ja kustannusten jakamisen, tiedon keruun, oppimisen ja kehittymisen, osaamisen vahvistamisen ja yhdistämisen uuden potentiaalin saamiseksi, laadun parantamisen sekä kilpailuvoiman kehittämisen (ks. Hakanen, Heinonen & Sipilä 2007, 25-26 ja Möller, Rajala & Svahn 2004, 8, Kaupunkitutkimus TA 2012, 8 mukaan).

Musiikin saralla Flow Festival linkittää Helsingin ja Suomen musiikkitarjonnan ajankohtaiseen kansainväliseen rytmimusiikkiskeneeseen. Sen lisäksi, että Flow tuo Helsinkiin tunnettuja esiintyjä, joita täällä ei välttämättä muuten nähtäisi, promoottorit saavat mahdollisuuden esitellä festivaalilla myös täällä tuntemattomampia esiintyjä. Artistien tultua tutuksi heille syntyy kysyntää ja samalla markkinoita tuoda heitä myös klubikeikalle Helsinkiin. Esimerkiksi vuonna 2009 Helsinki-debyyttinsä Flow’ssa tehnyt ranskalainen elokuvasäveltäjä Yann Tiersen ja vuonna 2012 täällä ensi kertaa nähty, instrumentaalista hiphopia esittävä araabMUZIK samoin kuin Flow’n vuonna 2013 esittelemät indierock-artisti Cat Power ja poppia, klassista ja elektronista musiikkia yhdistelevä Julia Holter sekä vuoden 2014 Flow’ssa esiintyneet elektronisen musiikin artistit Jon Hopkins ja Jamie xx on kaikki nähty myöhemmin Helsingissä myös klubikeikalla.

Toisaalta suomalaiset esiintyjät ovat voineet esittäytyä Flow Festivalilla kansainväliselle medialle, agenteille ja promoottoreille. Median ja musiikkiteollisuuden avainhenkilöiden saaminen Suomeen ei ole helppoa, mutta Flow tapahtumana ja sen kansainvälinen ja monipuolinen ohjelmisto houkuttelee tutustumaan myös suomalaisesiintyjiin. Esiintyminen tapahtuman vaikuttavissa puitteissa ja kotiyleisön edessä saa bändit näyttämään poikkeuksellisen hyvältä kansainvälisen kykyjenetsijän silmissä. Esimerkiksi Music Finland tuo festivaaleille paljon omia vieraitaan tutustumaan tarjontaan ja keskustelemaan paikallisten taiteilijoiden edustajien kanssa. (Häikiö 16.9.2015)

Flow Festival on näin ollen myös suomalaisen musiikkiviennin keskeinen areena ja sen voidaan katsoa olleen vaikuttamassa esimerkiksi sellaisten suomalaisnimien kuten lauluntekijä-laulaja Mirel Wagnerin ja elektronista poppia tekevä Jaakko Eino Kalevin sekä jazzin saralla Timo Lassy Bandin ja The Five Corners Quintetin kansainväliseen menestykseen. Vientiä on myös se, että kansainvälinen yleisö saapuu Flow’hun suomalaista(kin) musiikkia kuuntelemaan. (Häikiö 16.9.2015)

Myös medianäkyvyydellä on tärkeä, tosin vaikeasti arvioitava rooli musiikkiviennissä. Nähtäväksi jää, miten kouvolaalatrio Have You Ever Seen The Jane Fonda Aerobics VHS? ja helsinkiläisduro Cats of Transnistrian esiin nostaminen ja linkit bändien sivuille Forbesin nettisivuilla vaikuttavat näiden nuorten tekijöiden uraan.

Moniulotteinen taloudellinen merkitys

Flow Festivalin taloudellinen merkitys on moniulotteinen. Tapahtuman järjestämiseen osallistuvat Flow Festivalin lisäksi monet muut yritykset, jolloin tapahtuma lisää myös heidän liikevaihtoaan. Flow houkuttelee paljon vieraita myös pääkaupunkiseudun ulkopuolelta. Ulkomailta tulevien festivaalivieraiden tapahtumassa ja muualla Helsingissä kuluttamaa rahaa (yhteensä 3,5 miljoonaa euroa) voidaan verrata vientituloihin. Kaiken kaikkiaan vuoden 2015 Flow Festivalin voidaan katsoa suoraan synnyttäneen Helsingin seudulle rahavirtoja yhteensä noin 20 miljoonan euron arvosta toisaalta festivaalin järjestämisen ja toisaalta festivaalivieraiden kulutuksen kautta.

Flow'n ehkä keskeisimmille taloudellisille vaikutuksille on vaikea laskea euromääräistä arvoa. Festivaali on muihin suomalaisiin tapahtumiin verrattuna poikkeuksellisella tavalla läsnä kansainvälisessä mediassa. Näin Flow on osaltaan luomassa kuvaa Helsingistä tyylikkäänä, mutta samalla kotoisana ("cool and cosy") paikkana, josta saa hyvää ruokaa ja ekologisuutta arvostetaan. Tällaista mainosta kaupungin on hyvin vaikea itse millään rahasummalla hankkia (vrt. Analysis of the Economic Benefit...2015).

Kansainvälisen esiintyjäkaartinsa ja medianäkyvyytensä ansiosta Flow on myös suomalaisen musiikkiviennin ja -tuonnin keskeisiä näyttäjäitä. Musiikkialan lisäksi festivaali kiinnittyy osaksi monta muuta osaamisverkostoa ja on ollut osaltaan vaikuttamassa usean eri alan yrityksen kehitykseen. Flow Festivalilla kaikki haluavat tehdä parhaansa ja näin ollen se on hyvä kirittäjä

kohti yhä parempia, asiakaslähtöisiä palveluja (Häikiö 16.9.2015). Voidaan painavin perustein kysyä, eikö juuri tällaisen ilmapiirin luominen ole taantuvassa Suomessa enemmän kuin paikallaan?

Yhteenveto

Tässä selvityksessä on kartoitettu Flow Festivalin kehitystä ja merkitystä sekä sitä toimintaympäristöä, minkä osaksi festivaali asettuu. Festivaalien merkitystä on tarkasteltu sosiaalisesta, kulttuurisesta ja taloudellisesta näkökulmasta. Flow Festival todetaan Helsingille ja helsinkiläisille merkitykselliseksi kaikista kolmesta näkökulmasta. Festivaalin vaikutukset ulottuvat paljon tapahtuma-aikaansa laajemmalle.

Sosiaalinen merkitys

- Yhdeksän kymmenestä pääkaupunkiseudun asukkaasta pitää festivaalien järjestämistä Helsingissä hyvänä asiana. Flow Festivalin yleisöstä valtaosa, noin 70 prosenttia, tulee tältä alueelta.
- Festivaalit luovat yhteisöllisyyttä mahdollistamalla fyysisen yhdessäolon, erilaisten ihmisten ja maailmojen kohtaamisen sekä yhteisöllisten tunteiden kokemisen. Festivaalien synnyttämät yhteisöt elävät myös niiden ulkopuolella, esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, ja niihin voi päästä mukaan, vaikka ei olisi itse tapahtumaan osallistunutkaan. Flow Festival tavoittaa tätä kautta jopa miljoonayleisön.
- Festivaaleilla yleisö osallistuu tapahtuman tekemiseen. Osallistujien yhdessä esiintyjien kanssa luoma festivaalitunnelma on tärkeimpiä syitä festivaaleille osallistumiseen, myös Flow'n kohdalla.

Kulttuurinen merkitys

- Festivaalit luovat merkityksiä tapahtumapaikalleen. Paikallistasolla Flow rakentaa kuvaa Suvilahdesta kiinnostavana kulttuurikeskittymänä ja Kalasatamasta persoonallisena

asuinalueena. Kansainvälisessä katsannossa festivaalin saamat määreet kiinnittyvät koko Helsinkiin.

- Taiteilijoille festivaalit ovat tärkeitä verkottumis- ja oppimisympäristöjä, missä he voivat testata ja kehittää omaa työtään sekä esittäytyä uusille yleisöille ja promoottoreille. Flow'n kautta maailmalle ovat ponnistaneet esimerkiksi Mirel Wagner ja The Five Corners Quintet.
- Yleisölle festivaalit tarjoavat mahdollisuuden uuden löytämiseen. Flow Festival on tuonut suomalaisen yleisön tietoisuuteen koko joukon kotimaisia ja ulkomaisia taiteilijoita. Uutta voivat oppia myös tapahtuman palveluntarjoajat ja Flow onkin osaltaan vaikuttanut helsinkiläisen katuruokakulttuurin nousuun.

Taloudellinen merkitys

- Festivaalien suorat talousvaikutukset syntyvät välittömästi festivaalin toteuttamiseen liittyvistä toiminnoista. Vuoden 2015 Flow Festival Helsingin järjestäminen poiki välittömästi noin 6 miljoonan euron rahaliikenteen.
- Epäsuorat talousvaikutukset muodostuvat paikallisiin yrityksiin ja palveluihin kohdistuvasta kulutuksesta. Kaiken kaikkiaan Flow-yleisö kulutti festivaalilla ja sen aikana Helsingissä yhteensä 13,6 miljoonaa euroa, joista kansainvälisen yleisön kulutus, 3,5 miljoonaa euroa, on verrattavissa vientituloihin.
- Festivaalin järjestäminen ja yleisön kulutus synnyttivät Helsinkiin noin 20 miljoonan euron rahaliikenteen, mikä kattaa kuitenkin vain osan festivaalin talousvaikutuksista.
- Festivaalit lisäävät sijaintipaikkakuntiansa tunnettuutta, vetovoimaa ja houkuttelevuutta sekä edistävät innovatiivisen toimintaympäristön kehittymistä. Flow Festivalin huomattava kansainvälinen medianäkyvyys luo juuri sellaista kaupunki-imagoa, mitä Helsinki haluaa itsestään rakentaa ekologisena, muotoilustaan ja kiinnostavasta kulttuuritarjonnasta tunnettuna kaupunkina. Flow myös toimii eräänlaisena testialustana usean eri alan yritykselle ja on onnistunut luomaan ympärilleen alati kehittyvän osaamisverkoston, jota hyödynnetään ja joka generoi uutta liiketoimintaa myös muualla Helsingissä.

Lähteet

Analysis of the Economic Eenefit to the City of Austin From South by Southwest 2015 (2015)

http://www.sxsw.com/sites/default/files/attachments/2015_sxsw_economic_impact_analysis.pdf?_ga=1.71617488.236452134.1442556414

Autissier, Anne-Marie (2015) Volunteering for Festivals: Why and How? Teoksessa Newbold, C., Maughan, C., Jordan, J. & Bianchini, F. (eds.), *Focus on Festivals. Contemporary European Case Studies and Perspectives*. Oxford: Goodfellow Publishers, 138–146.

Comunian, Roberta (2015) Festivals as Communities of Practice. Learning by doing and knowledge networks amongst artists. Teoksessa Newbold, C., Maughan, C., Jordan, J. & Bianchini, F. (eds.), *Focus on Festivals. Contemporary European Case Studies and Perspectives*. Oxford: Goodfellow Publishers, 53–64.

Dooghe, David (2015) Festival City – Rotterdam. Teoksessa Newbold, C., Maughan, C., Jordan, J. & Bianchini, F. (eds.), *Focus on Festivals. Contemporary European Case Studies and Perspectives*. Oxford: Goodfellow Publishers, 147–157.

Eronen, Antti & Ruoppila, Sampo (2008) *Ulkomaalaiset matkailijat suomalaisissa kulttuurikohteissa ja tapahtumissa*. Helsinki: Matkailunedistämiskeskus, MEK A: 162.

Faivre d'Arcier, Bernard (2015) The Future of Festivals. Teoksessa Newbold, C., Maughan, C., Jordan, J. & Bianchini, F. (eds.), *Focus on Festivals. Contemporary European Case Studies and Perspectives*. Oxford: Goodfellow Publishers, 285–289.

Gordziejko, Tessa (2015) Belonging and Unbelonging: The cultural purpose of festivals. Teoksessa Newbold, C., Maughan, C., Jordan, J. & Bianchini, F. (eds.), *Focus on Festivals. Contemporary European Case Studies and Perspectives*. Oxford: Goodfellow Publishers, 265–275.

Hakanen, Matti, Heinonen, Upi & Sipilä, Petri (2007) *Verkostojen strategiat – Menesty yhteistyössä*. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Harris, Hanna (2007) Post-festival – muuttuvat kulttuuritapahtumat urbaanissa tilassa. Teoksessa Silvanto, S. (toim.) *Festivaalien Helsinki. Urbanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat*, Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus & Helsingin kaupungin kulttuuriasiainkeskus, 194–199.

Häikiö, Sami (16.9.2015) Haastattelu.

Inkei, Peter (2005) Assistance to arts and culture festivals. *D'Art Topics in Arts Policy 21*. <http://www.efa-aef.eu/newpublic/upload/efadoc/11/artsfestivals%20Peter%20Inkei.pdf>

Jordan, Jennie (2015) Festival Leadership in Turbulent Times. Teoksessa Newbold, C., Maughan, C., Jordan, J. & Bianchini, F. (eds.), *Focus on Festivals. Contemporary European Case Studies and Perspectives*. Oxford: Goodfellow Publishers, 107–117.

Kainulainen, Kimmo (2007) Juureva festivaali ja vetovoimainen kaupunki. Teoksessa Silvanto, S. (toim.), *Festivaalien Helsinki. Urbanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat*, 176–181.

Kaupunkitutkimus TA (2012) *Kaupungissa tapahtuu. Tapahtumaklusterin ja tapahtumien vaikutukset Helsingissä*. http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/tapahtumien_vaiikutavuus.pdf

Lacy, Suzanne (1995) Debated Territory: Toward a Critical Language for Public Art. Teoksessa Lacy, Suzanne (toim.), *Mapping the Terrain. New Genre Public Art*. Seattle, Washington: Bay Press, 171–185.

Linko, Maaria & Silvanto, Satu (2007) “Ilman festivaaleja stadi ei olisi stadi” – festivaalit pääkaupunkiseudun asukkaiden silmin. Teoksessa Silvanto, S. (toim.), *Festivaalien Helsinki. Urbanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat*. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus & Helsingin kaupungin kulttuuriasiainkeskus, 152–165.

Mikkola, Emilia (2015) Vain kolme päivää vuodessa : Flow Festival kaupunkisuunnittelun jaloissa. Helsinki: Metropolia ammattikorkeakoulu (opinnäytetyö). <http://www.theseus.fi/handle/10024/96894>

Mulari, Pirjetta (2007) Nykytanssifestivaalien kaksi vuosikymmentä Helsingissä – mitä seuraavaksi? Teoksessa Silvano, S. (toim.), *Festivaalien Helsinki. Urbanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat*. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus & Helsingin kaupungin kulttuuriasiainkeskus, 82–91.

Möller, Kristian, Rajala, Arto & Svahn, Senja (2004) *Tulevaisuutena liiketoimintaverkot: Johtaminen ja arvonaluonti*. Helsinki: Teknoliateollisuuden julkaisuja 11/2004.

Négrier, Emmanuel (2015) Festivalisation: Patterns and Limits. Teoksessa Newbold, C., Maughan, C., Jordan, J. & Bianchini, F. (eds.), *Focus on Festivals. Contemporary European Case Studies and Perspectives*. Oxford: Goodfellow Publishers, 18–27.

Newbold, Chris (2015) Introduction. Teoksessa Newbold, C., Maughan, C., Jordan, J. & Bianchini, F. (eds.), *Focus on Festivals. Contemporary European Case Studies and Perspectives*. Oxford: Goodfellow Publishers, 160–167.

Newbold, Chris, Jordan, Jennie, Bianchini, Franco & Maughan, Christopher (2015) Introduction: focusing on festivals. Teoksessa Newbold, C., Maughan, C., Jordan, J. & Bianchini, F. (eds.), *Focus on Festivals. Contemporary European Case Studies and Perspectives*. Oxford: Goodfellow Publishers, xv–xxvi.

Pasanen, Katja & Hakola, Eva- Maria (2009) *Suomalaisten kulttuuritapahtumien matkailullinen merkittävyys ja kansainvälinen potentiaali*. Helsinki: Matkailun edistämiskeskus, MEK A:166.

Picard, David & Robinson, Mike (2006). *Remaking Worlds: Festivals, Tourism and Change*. Teoksessa Picard, D. & Robinson, M. (eds.) *Festivals, Tourism and Social Change*. Remaking Worlds. Clevedon: Channel View Publications, 1–31.

Quinn, Bernadette (2005) Art Festivals and the City. *Urban Studies* 42 (5/6), 927–943.

Raitaranta, Kirsi (2007) Elokuva festivaalien Helsinki. Teoksessa Silvano, S. (toim.), *Festivaalien Helsinki. Urbanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat*. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus & Helsingin kaupungin kulttuuriasiainkeskus, 68–73.

Richards, Greg (2015) Festivals in the Networks Society. Teoksessa Newbold, C., Maughan, C., Jordan, J. & Bianchini, F. (eds.), *Focus on Festivals. Contemporary European Case Studies and Perspectives*. Oxford: Goodfellow Publishers, 245–254.

Sassatelli, Monica (2015) Festivals, Urbanity and the Public Sphere: reflections on European festivals. Teoksessa Newbold, C., Maughan, C., Jordan, J. & Bianchini, F. (eds.), *Focus on Festivals. Contemporary European Case Studies and Perspectives*. Oxford: Goodfellow Publishers, 28–39.

Silvano, Satu (2015) How to Flow? Teoksessa Newbold, C., Maughan, C., Jordan, J. & Bianchini, F. (eds.), *Focus on Festivals. Contemporary European Case Studies and Perspectives*. Oxford: Goodfellow Publishers, 88–97.

Silvano, Satu (2008) La participation des habitants aux festivals: le cas d'Helsinki. Teoksessa Autissier, A. (ed): *L'Europe des festivals. De Zagreb à Edimbourg, points de vue croisés...* Editions de l'attribut/Culture Europe International, Toulouse/Paris.

Silvano, Satu (2007) Tervetuloa kaupunkifestivaaleille! Urbanin kaupunkikulttuurin nousu. Teoksessa Silvano, S. (toim.) *Festivaalien Helsinki. Urbanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat*, Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus & Helsingin kaupungin kulttuuriasiainkeskus, 8–15.

Watermann, Stanley (1998) Carnivals for elites? The cultural politics of art festivals. *Progress in Human Geography* 22 (1), 54–74.

Winkelhorn, Kathrine (2015) The Enchanted City: Holstebro Festive Week – an experimental and social cultural space. Teoksessa Newbold, C., Maughan, C., Jordan, J. & Bianchini, F. (eds.), *Focus on Festivals. Contemporary European Case Studies and Perspectives*. Oxford: Goodfellow Publishers, 168–179.

Aineistot

Flow Festival Helsinki Iso-Britannian PR-raportti 2015

Flow Festival Helsinki saksankielisen median seurantaraportti 2015

Flow Festival Helsinki Venäjän PR-raportti 2015

Flow Festival in the media 2013 -raportti

Flow Festival in the media 2014 -raportti

Flow Festivalin kävijäkyselyt 2013, 2014 ja 2015

Flow Festival 2015 Sosiaalisen median koonti

Social Media Report Flow Festival Helsinki: Germany, Switzerland, Austria 2015

Suvi Kallion ja Emilia Mikkosen haastattelu 1.9.2015

Suvi Kallion, Tuomas Kallion ja Emilia Mikkolan haastattelut 8.9.2015 ja 16.9.2015

Sähköpostikirjeenvaihto Flow Festivalin henkilökunnan (Suvi ja Tuomas Kallio, Emilia Mikkola, Susanna Hulkkonen) kanssa 1. - 21.9.2015