

Toimintasuunnitelman laatiminen Suomen alamäkiluisteliitolle

Mirko Lahti

Tekijä Mirko Lahti	
Koulutusohjelma Liikunnan ja vapaa-ajan koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi Toimintasuunnitelman laatiminen Suomen alamäkiluisteluliitolle	Sivu- ja liitesivumäärä 33+7
Tämä opinnäytetyön toimeksiantajana oli Suomen alamäkiluisteluliitto. Suomen alamäkiluisteluliitto toimii Suomessa alamäkiluistelun kattojärjestönä ja sen tehtävänä on kehittää ja ylläpitää alamäkiluistelutoimintaa Suomessa. Opinnäytetyöprosessin tuloksena syntyi toimintasuunnitelma Suomen alamäkiluisteluliitolle. Toimintasuunnitelma on tehty kaudelle 2018/2019. Tavoitteena on, että toimintasuunnitelma on käytännöllinen apuväline liiton toiminnalle ja sitä käytetään kaiken toiminnan pohjana liitossa myös tulevaisuudessa. Projektin suunnittelu aloitettiin kesällä 2018 yhdessä liiton henkilöiden kanssa. Projektin aikana mietittiin liiton tulevaisuutta ja tavoitteita tarkemmin. Toimintasuunnitelmaan sisällytettiin kauden tärkeimpiä tavoitteita ja toimenpiteitä sekä toiminnan kannalta tärkeitä asioita. Opinnäytetyö sisältää Suomen alamäkiluisteluliiton toimintaan liittyviä aiheita. Niitä ovat johtaminen, tapahtumanjärjestäminen sekä markkinointi ja viestintä. Sen lisäksi tässä opinnäytetyössä käsitellään alamäkiluistelua lajina. Lajiin liittyvää tietoutta on kerätty muun muassa alamäkiluistelun sääntökirjasta ja kansainvälisen alamäkiluisteluliiton johtohenkilöitä haastattelemalla. Opinnäytetyön lopussa käsitellään koko opinnäytetyöprosessia. Se sisältää projektin tavoitteet, toteutuksen, tulokset ja arvioinnin. Projektin kokonaisuus nivotaan yhteen pohdinnassa.	
Asiasanat Toimintasuunnitelma, alamäkiluistelu, Suomen alamäkiluisteluliitto, organisaatiotoiminta, johtaminen	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Alamäkiluistelu	2
2.1	Alamäkiluistelukilpailut.....	2
2.1.1	Aikalaskut	3
2.1.2	Kilpailuerät.....	3
2.2	Alamäkiluistelun säännöt.....	4
2.2.1	Osallistumisoikeus	4
2.2.2	Hylkääminen.....	5
2.2.3	Protestit	6
2.2.4	Varusteet	6
2.3	Alamäkiluistelun kehitys ja organisoituminen.....	7
2.3.1	Liittotoiminta.....	7
3	Johtaminen.....	9
3.1	Johtaminen urheiluorganisaatiossa	9
3.2	Toimintasuunnitelman laatiminen	10
3.3	Vapaaehtoisten johtaminen	12
4	Tapahtuma	13
4.1	Tapahtumalajit.....	13
4.2	Tapahtuman järjestäminen	14
4.2.1	Suunnittelu.....	15
4.2.2	Toteutus.....	16
4.2.3	Jälkimarkkinointi.....	16
5	Viestintä	17
5.1	Sisäinen viestintä	17
5.2	Ulkoinen viestintä	18
6	Markkinointi	19
6.1	Markkinointimix.....	20
6.2	Markkinointiviestintä	20
6.3	Sosiaalinen media	22
6.4	Sponsorointi	22
7	Projekti	24
7.1	Tavoitteet	24
7.2	Toteutus	24
7.3	Tuotos	26

7.4	Arviointi	27
8	Pohdinta	29
	Lähteet	31
	Liitteet.....	34
	Liite 1. Suomen alamäkiluisteluliiton toimintasuunnitelma	34

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön aiheena oli laatia toimintasuunnitelma Suomen alamäkiluisteluliitolle. Suomen alamäkiluisteluliitto toimi siis opinnäytetyöprojektin toimeksiantajana. Liitto toimii Suomessa alamäkiluistelun kattojärjestönä ja toiminnan tavoitteena on kehittää alamäkiluistelutoimintaa Suomessa. (Suomen alamäkiluisteluliitto 2018.)

Alamäkiluistelu on uusi ja pieni laji, mutta se kasvaa jatkuvasti. Radat sisältävät erilaisia hyppyjä ja pudotuksia ja siinä kilpaillaan siitä, kuka luistelee sen nopeimmin alas. Kilpailuja käydään ympäri maailmaa eri tasolla. Maailmanmestaruudesta taistellaan erikseen nuorten, naisten ja miesten sarjoissa.

Suomen alamäkiluisteluliitolla ei ole aiemmin ollut kirjattua toimintasuunnitelmaa, joten sen tekemiselle oli tarve. Opinnäytetyöprosessin tavoitteena oli luoda liitolle selkeä suunnitelma 2018/2019 kaudelle, jonka avulla toiminnasta tulisi entistä johdonmukaisempaa. Toimintasuunnitelman on tarkoitus toimia pohjana liiton toiminnalle ja ohjata toimintaa liitossa. Siinä asetetaan tavoitteet ja toimenpiteet toiminnalle. Jatkossa toimintasuunnitelma päivitetään vuosittain uudelleen.

Tässä opinnäytetyössä kerrotaan laajasti alamäkiluistelusta lajina. Alamäkiluistelusta ei ole tietokirjallisuutta, joten alamäkiluisteluun liittyvä teksti tässä työssä pohjautuu kansainvälisen alamäkiluisteluliiton sääntökirjaan, kansainvälisen- ja Suomen alamäkiluisteluliiton nettisivujen teksteihin sekä Red Bullin artikkeleihin. Tämän lisäksi on haastateltu kansainvälisen liiton johtohenkilöitä.

Työssä käsitellään myös liiton toimintaan liittyviä aiheita tarkemmin. Siinä perehdytään syvemmin johtamiseen, tapahtumiin sekä markkinointiin ja viestintään. Nämä aiheet esiintyvät oleellisena osana liiton toimintaa.

Työn lopussa kerrotaan miten opinnäytetyöprojekti toteutettiin. Projektia ja toimintasuunnitelmaa käsitellään tavoitteiden, toteutuksen, tuotoksen ja arvioinnin avulla. Pohdinta nivoo projektin loppuksi yhteen ja siinä tarkastellaan opinnäytetyötä kokonaisuutena.

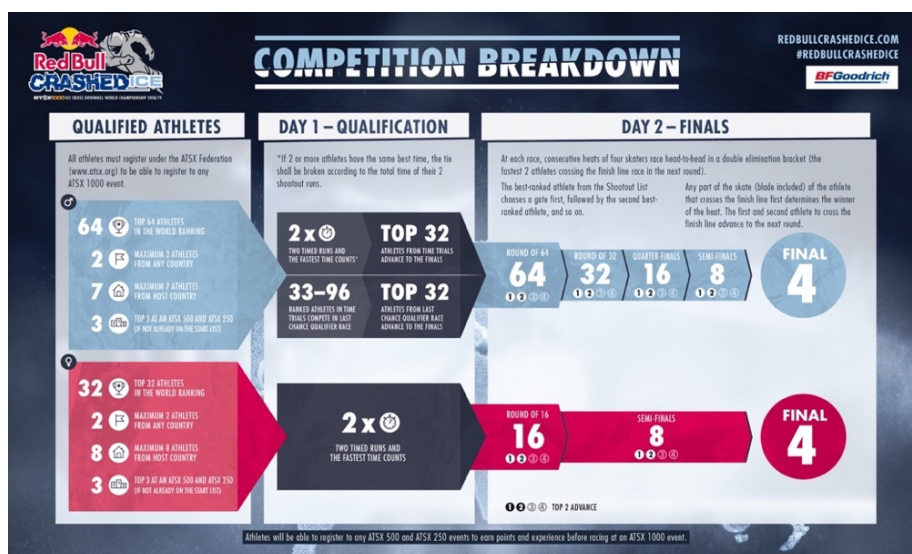
2 Alamäkiluistelu

Alamäkiluistelu on suhteellisen uusi ja pieni talviurheilulaji. Siinä luistellaan alas jäistä mäkeä suojavarusteet päällä. Lajissa yhdistyy elementtejä muun muassa motocrossista, laskettelusta ja luistelusta. Luistelijoiden suojavarustus on niin ikään yhdistelmä näistä lajeista. Alamäkiluisteluradat sisältävät erilaisia muotoja, kuten hyppyjä, pudotuksia sekä kaarteita ja niiden pituus vaihtelee 300 metristä 600 metriin. Huippunopeudet liikkuvat radasta riippuen noin 50 km/h:n ja 80 km/h:n välillä. Suomessa on tällä hetkellä alamäkiluisteluratoja Laajiksen laskettelukeskuksessa Jyväskylässä, urheilupuiston alueella Rautalammilla ja laskettelukeskuksessa Köykkyrissä. Aiemmin ratoja on ollut Saariselällä, Tahkolla ja Serenassa. Harrastusmahdollisuudet ratojen osalta eivät ole kovin rikkaat, mutta asiassa mennään jatkuvasti eteenpäin. (Suomen alamäkiluisteluliitto 2018.)

2.1 Alamäkiluistelukilpailut

Alamäkiluistelukilpailuissa radalla luistelee samaan aikaan neljä luistelijaa. Kilpailu perustuu siihen, kuka luistelee radan nopeimmin alas. Kilpailusarjoja on kansallisella ja kansainvälisellä tasolla ja luokkia on miehille, naisille ja junioreille. (Red Bull Crashed Ice 2018.)

Red Bull Crashed Ice- kilpailutapahtumat (Kuva 1) alkavat aina tutustumislaskuilla ja harjoituksilla. Ne ovat yleensä aina torstai iltana. Toiset harjoitukset luistellaan perjantai-aamuna, jonka jälkeen jatketaan heti aikalaskuihin. Perjantai-illalla luistellaan junioreiden finaalit sekä Last chance qualifier-kilpailu. Lauantaiaamu alkaa miesten ja naisten harjoituksilla ja heidän finaalit luistellaan lauantai-illalla päätapahtumassa. (Red Bull Crashed Ice 2017, 15.)



Kuva 1. Competition breakdown (Red Bull Content Pool.)

Alamäkiluistelukilpailuissa jokaisella kierroksella kaksi ensimmäisenä maaliviivan ylittänyttä luistelijaa selviytyvät seuraavalle kierrokselle. Kilpailun finaalinelikko saa lopullisen kilpailun sijoituksensa suoraan finaalin maaliintulojärjestyksen perusteella, mutta kaikki muut luistelijat sijoittuvat sen mukaan millä kierroksella he ovat pudonneet ja onko heidän eräsijoituksensa ollut kolmas vai neljäs. Esimerkiksi, kun semifinaalin kierroksella jäljellä on enää kahdeksan luistelijaa, sen kierroksen kolmannet päätyvät sijoille viisi ja kuusi ja neljänneksi tulleet sijoille seitsemän ja kahdeksan. Se, kumpi luistelijaa erien kolmanneksi tulleista sijoittuu viidenneksi ja kumpi kuudenneksi, määräytyy aikalaskun perusteella. Aikalaskut vaikuttavat siis aina myös lopulliseen sijoitukseen. (Red Bull Crashed Ice 2017, 20.)

2.1.1 Aikalaskut

Aikalaskujen avulla selvitetään luistelijoiden järjestys kilpailua varten. Aikalaskut luistellaan rankingin mukaan käänteisessä järjestyksessä niin, että rankingin paras luistelijaa suorittaa aikalaskun viimeisenä. Jokaisella luistelijalla on yleensä kaksi aikalaskua, joista parempi tulos jää voimaan. Tietyissä tapauksissa aikalaskut voidaan laskea myös niin, että jokaisella on vain yksi. Silloin yleensä jää on erittäin huonossa kunnossa tai syynä on jokin muu aikalaskuja häiritsevä tilanne. Aikalaskujen perusteella urheilijat järjestyvät nopeimmasta hitaimpaan. Miesten kilpailussa nopeimmat 32 luistelijaa pääsevät suoraan lauantain finaaleihin, mutta sijoituksilla 33-96 olevat luistelijat joutuvat "Last chance qualifier"- kisaan (kuva 1). Sen perusteella toiset 32 parasta selviytyvät lauantain finaaleihin. Last chance qualifier-kisa luistellaan samalla tavalla, kuin normaali miesten kilpailu. 64 luistelijaa karsivat kaikki erät läpi niin, että finaalinelikko on jäljellä. 32 nopeinta luistelijaa aikalaskuista ja 32 parasta Last chance qualifier-kilpailusta muodostavat 16 neljän hengen laskuerää lauantain finaaleihin. Naisten kilpailussa nopeimmat 16 selviytyvät finaaleihin suoraan aikojen perusteella. Nuorten sarjassa 32 luistelijaa pääsevät aikojen perusteella kilpailuun. (Red Bull Crashed Ice 2017, 16-17, 19.)

2.1.2 Kilpailuerät

Kilpailuerät jaetaan siten, että nopein, hitain sekä kaksi keskimmäistä ovat samassa erässä, jolloin aikalaskujen perusteella parhaimmalla sijoituksella on teoriassa eniten hyötyä kilpailussa (Taulukko 1). Kilpailueriä luistellaan aina niin kauan, kunnes neljä parasta luistelijaa ovat finaalissa. Jokaisesta luisteluerästä aina kaksi nopeinta selviytyvät seuraa-

valle kierrokselle. Kilpailuerissä lähtöportin saa valita ensimmäisenä aina kunkin erän nopeimman ajan omaava luistelijä. Aikalaskujen tulosten mukaan loput erän luistelijat valitsevat portin nopeusjärjestyksessä. (Red Bull Crashed Ice 2017, 18-19.)

Taulukko 1. Naisten kilpailuerät (mukaillen Red Bull Crashed Ice 2017, 18)

Erä	Nopeimmat	Keskimmäiset	Keskimmäiset	Hitaimmat
1	1	8	9	16
2	4	5	12	13
3	2	7	10	15
4	3	6	11	14

2.2 Alamäkiluistelun säännöt

2.2.1 Osallistumisoikeus

Alamäkiluistelukilpailuihin osallistumiseen on erilaisia vaatimuksia eri sarjoissa. Kansalliset kilpailut, kuten SM-kilpailut ovat yleensä aina avoimia kaikille. Kilpailuun osallistuminen vaatii yleensä kansallisen liiton lisenssin tai kausimaksun. (Suomen alamäkiluisteliitto 2017.) Riders Cup- kilpailuihin osallistuminen on myös kaikille avointa. Riders Cup kilpailut ovat kuitenkin kansainvälisen alamäkiluisteliiton alla järjestettäviä tapahtumia ja tällöin osallistuessaan näihin kilpailuihin, tulee luistelijan ostaa kansainvälisen alamäkiluisteliiton lisenssi. Riders Cup-kilpailuihin osallistuu myös lajin kärkeilijöitä, sillä Riders Cup osakilpailuja luistellaan osana MM-sarjaa ja heidän tulee kiertää myös niitä kilpailuja kerätäkseen pisteitä maailmanmestaruustaistoon. (AT SX 2017.)

Red Bull Crashed Ice kilpailuihin osallistuminen vaatii lisenssin lisäksi tarpeeksi ranking-pisteitä. Sen lisäksi luistelijan tulee olla tarpeeksi korkealla sijoituksella edustamansa maan tilastoissa. Osallistumisoikeus miesten Red Bull Crashed Ice-osakilpailuihin on 64:llä rankingin mukaan parhaalla luistelijalla. 64 luistelijan joukossa ei kuitenkaan saa olla kuin seitsemän parasta luistelijaa jokaisesta osallistujamaasta. Näiden seitsemän parhaan luistelijan lisäksi jokaisen maan liitto valitsee kaksi lisäluistelijaa seuraavaan Red Bull Crashed Ice osakilpailuun. Red Bull Crashed Ice-osakilpailun järjestäjämaalla on lisäksi mahdollisuus valita toiset seitsemän luistelijaa kotimaan osakilpailuun. (Red Bull Crashed Ice 2017, 4.)

Riders Cup osakilpailuiden rankingin ja edellisen vuoden tuloksilla voi myös lunastaa osallistumisoikeuden Red Bull Crashed Ice-osakilpailuun. Jokaisen Riders Cup-osakilpailun jälkeen kolme parasta luistelijaa, joilla ei ole osallistumisoikeutta seuraavaan Red Bull Crashed Ice-osakilpailuun, saavat sinne mahdollisuuden osallistua. Samoin myös Riders Cupin avulla edellisen vuoden Riders Cupin rankingin mukaan parhaat 15 luistelijaa, joilla ei ole paikkaa Red Bull Crashed Ice kilpailuun saavat osallistumisoikeuden kahteen ensimmäiseen Red Bull Crashed Ice-osakilpailuun. (Red Bull Crashed Ice 2017, 4.)

Naisten Red Bull Crashed Ice-osakilpailuihin pääsee rankingin mukaan parhaat 16 luistelijaa. Kuitenkin yhdestä maasta voi osallistua maksimissaan viisi luistelijaa. Jokaisen edustajamaan liitto saa valita naisten kilpailuun yhden lisäluistelijan. Kotimaassa järjestettävään Red Bull Crashed Ice-osakilpailuun järjestäjää saa valita kahdeksan lisäluistelijaa naisten sarjaan. (Red Bull Crashed Ice 2017, 5.)

Nuorten MM-sarjan kaikkiin osakilpailuihin osallistumisoikeus on edellisen kauden rankingin 30:llä parhaalla luistelijalla. Kansallisen liiton kautta urheilija pystyy hakemaan osallistumisoikeutta nuorten MM-sarjan osakilpailuihin. Järjestäjää saa valita myös nuorten sarjaan kahdeksan lisäluistelijaa. Nuorten MM-sarjasta on mahdollista saada osallistumisoikeus miesten tai naisten Red Bull Crashed Ice-osakilpailuihin samalla tavalla kuin Riders Cupin avulla. Nuorten sarjan edellisen kauden parhaat kymmenen luistelijaa saavat osallistumisoikeuden kahteen ensimmäiseen Red Bull Crashed Ice-osakilpailuun miesten tai naisten sarjaan. Mikäli luistelijalla on vielä juniori-ikäinen, tulee hänen päättää, kilpaileeko hän edelleen nuorten sarjassa vai siirtykö hän aikuisten sarjaan. Jos luistelijalla on jo paikka miesten tai naisten sarjassa Red Bull Crashed Ice-osakilpailuissa, voi hän kilpailla molemmissa sarjoissa. (Red Bull Crashed Ice 2017, 5-6.)

2.2.2 Hylkääminen

Kaikki tahallinen häirintä, kiinnipitäminen, taklaaminen tai lyöminen on alamäkiluistelussa kiellettyä. Sääntöjen rikkominen johtaa kilpailutilanteessa hylkäämiseen. Tahaton kontakti toisen luistelijan kanssa on sallittua tilannekohtaisesti. Laskuerässä tapahtunut hylkäys ilmoitetaan heti maalissa laskun jälkeen. Hylätty luistelijalla on automaattisesti sen erän viimeinen ja lopullinen sijoitus määräytyy sen mukaan millä kierroksella luistelijalla hylätään. Hylätyn luistelijan lopullinen sijoitus on kierroksen huonoin. Suoraan hylkäykseen johtavia rikkeitä ovat myös varaslähtö ja maaliviivan yli heittäytyminen. Varaslähdön jälkeen kyseinen erä luistellaan uudestaan ilman varaslähdön tehnyttä urheilijaa. (Red Bull Crashed Ice 2017, 24-25.)

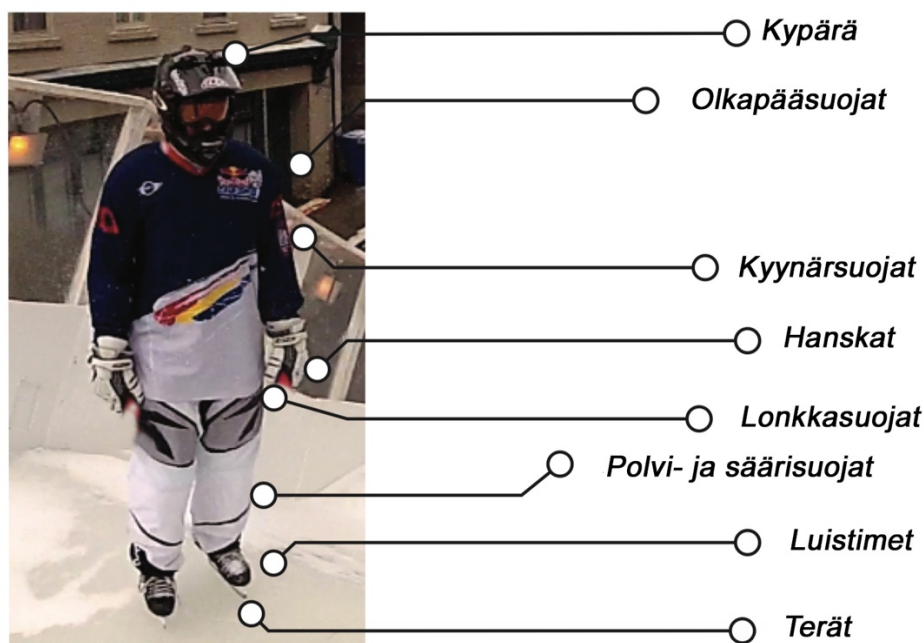
2.2.3 Protestit

Luistelijoilla on mahdollisuus tehdä protesti, mikäli hän kokee, että toinen luistelija on rikkonut häntä. Protesti tulee tehdä maalialueella heti erän jälkeen maalituomarille. Kilpailutuomaristo käy videolta tilanteet läpi ja tekee päätöksen sen perusteella. Mikäli protesti menee läpi, protestin tehnyt luistelija nousee yhden sijoituksen erän tuloksissa ja rikkomuksen tehnyt luistelija hylätään. Jos protesti ei mene läpi, protestin tehnyt urheilija joutuu maksamaan 100€ sakon protestista. (Red Bull Crashed Ice 2017, 25.)

2.2.4 Varusteet

Alamäkiluistelussa pakollisia varusteita ovat kypärä, olkapääsuojat, kyynärsuojat, lonkka-suojat, polvi- ja säärisuojat, hanskat ja luistimet sekä terät (Kuva 2). Lisäksi suositeltavaa olisi myös pitää kaulasuojaa, niskatukea, selkäpanssaria ja hammassuojia. Ratavalvojat voivat tarkistaa urheilijoiden varusteita haluamanaan ajankohtana. Varusteiden tulee noudata sääntökirjan mukaisia säädöksiä ja niiden tulee olla päällä joka kerta radalla ollessa. Varusteiden pitämättä jättäminen voi johtaa hylkäämiseen tai muihin toimenpiteisiin. (Red Bull Crashed Ice 2017, 27-28.)

Tarvittavat varusteet



Kuva 2. Tarvittavat varusteet (muokattu Red Bull Crashed Ice, 2017)

2.3 Alamäkiluistelun kehitys ja organisoituminen

Ensimmäinen alamäkiluistelukilpailu järjestettiin vuonna 2001 Tukholmassa. Vuodesta 2010 eteenpäin lajissa on kilpailtu virallista MM-sarjaa. Sarja on kulkenut nimellä Red Bull Crashed Ice, mutta sen ympärille on tullut useita muita sarjoja. Suomessa alamäkiluistelu sai ensikosketuksen vuonna 2007, kun Crashed Ice-osakilpailu järjestettiin Helsingissä Tähtitorninmäellä. (Red Bull Crashed Ice 2018.)

Ensimmäisestä alamäkiluistelutapahtumasta tähän päivään, laji on kehittynyt todella paljon. Yksittäiset show-tapahtumat ovat muuttuneet ajan saatossa kilpailusarjoiksi. Samalla myös radat ovat muuttuneet teknisimmiksi. Uusiin ratoihin panostetaan paljon ja sitä myöten myös uusia, jopa pelottavia hyppyjä ja pudotuksia rakennetaan kilpailuradoille. Radat haastavat luistelijoina koko ajan enemmän, mikä ajaa myös heidän harjoitteluaan eteenpäin. (Whiting 7.9.2018.)

Kaudella 2018/2019 kansainvälisen liiton alaisuudessa kilpaillaan kolmea eri sarjaa. Red Bull Crashed Icen ja Riderscupin lisäksi ensi kaudella kilpaillaan uutta sarjaa nimeltä ATSX500. Siinä osakilpailun voittajalle on jaossa 500 pistettä. Uusi sarja on osa MM-kieruetta ja kaikkien luistelijoiden on kierrettävä myös niitä kilpailuja kerätäkseen pisteitä MM-sarjan lopputulokseen. (Red Bull Crashed Ice 2018.) Uusi ATSX500-sarja on murrosvaiheessa ensi kaudella ja sarjaa kilpaillaan kaksi osakilpailua talvella 2019. Se tuo lisää monipuolisuutta kansainvälisiin kilpailuihin ja vie lajia myös eteenpäin. (Aufschnaiter 11.10.2018.)

2.3.1 Liittotoiminta

Kansainvälinen alamäkiluisteluliitto on perustettu vuonna 2015 ja tällä hetkellä sen alaisuudessa olevia kansallisia alamäkiluisteluliittoja on ympäri maailmaa (ATXS 2017). Kansalliset alamäkiluisteluliitot tekevät lajin eteen tärkeää työtä. Kaikki liitot ovat perustettu viimeisen kolmen vuoden aikana ja niiden toiminta on jo laajentunut huomasti. Suurin osa toimii täysin talkoovoimin, mutta lajin kehittyessä myös liitot todennäköisesti kehittyvät eteenpäin ja myös rahaa alkaa liikkumaan taustalla. (Whiting 7.9.2018.)

Red Bullin osuus lajin parissa pienenee, mutta he tulevat silti olemaan lajin mukana myös tulevaisuudessa. Kansainvälinen liitto toimii tällä hetkellä lajin kattojärjestönä ja päättää viimekädessä kaikista alamäkiluistelun asioista. Kansainvälisen liiton johtokunta neuvottelee jatkuvasti uusista kilpailuista ja liittotoiminnasta käydään keskusteluja eri maissa. Tällä

hetkellä keskustelua käydään muun muassa Kiinan ja Korean kanssa. Jotta lajia saataisiin isommin esille uusiin maihin, on uusia kilpailukonsepteja ja näytöksiä suunnitteilla. (Aufschnaiter 11.10.2018.)

Tulevaisuuden tavoitteena on pyrkiä saamaan myös olympiastatus alamäkiluistelulle. Sen saavuttamiseksi kansainvälinen liitto pyrkii saamaan pitkäaikaisia kumppaneita rahoituksen puolelle. Niiden avulla liiton toimintaa pystytään kehittämään monella osa-alueella ja työntekijöitä saadaan enemmän. Yksi tärkeä kehityskohde on saada pysyviä ratoja ympäri maailmaa, jolloin harrastajia saadaan lajin pariin lisää. (Aufschnaiter 11.10.2018.) Pysyvien ratojen avulla ihmisiä saadaan kokeilemaan lajia enemmän ja ymmärtämään, että se ei ole niin vaarallista, mitä moni voi olettaa (Whiting 7.9.2018).

3 Johtaminen

Hiltunen (2011, 33) kertoo johtamisen olevan ihmisten ohjaamista johonkin tiettyyn, johtajan tahtomaan suuntaan. Tavoitteena on saada ihmiset toimimaan johtajan vaatimalla tavalla, jonkin tietyn asian hyväksi. Tarkoituksena voi olla esimerkiksi yrityksen tai organisaation uudelleen organisointi tai jokin muu tärkeä päämäärä. Johtamisen perimmäinen tarkoitus siis ohjaa toimintaa johonkin isompaan muutokseen, jonka ihmiset pystyvät tekemään. Tavoitteeseen pääseminen vaatii vuorovaikutteisuutta ja sen toimivuuden perusteella pystyy määrittelemään johtamisen laadukkuutta.

Työyhteisön tehtävien toimivuus pystytään varmistamaan johtamisen avulla. Usein hyödynnetään erilaisia työtapoja, jotta työympäristöstä saataisiin mahdollisimman tehokas. Jokainen johtaja on erilainen ja heidän oma persoonansa vaikuttaa heidän toimintatapoihinsa ja tyyliin johtaa ihmisiä. Johtajan tulisi kuitenkin pystyä pitämään yllä tasapainoa itsensä ja johtajan roolin kesken. Johtajuutta pystyy aina kehittämään eri tavoilla. Itsetuntemuksen lisääminen auttaa usein siihen, että pystyy ymmärtämään, miten vaikuttaa työyhteisöön. Johtajan asemassa ei saisi ajautua liian syvälle tiettyyn aihepiiriin vaan pitäisi pystyä tarkastelemaan työtä kokonaisuutena. Sen takia toiminnan ympärille luodaan strategioita, jotka johdattelevat koko toimintaa päämäärää kohden. (Kaski & Kiander 2007, 51-53.)

Johtajan oman toiminnan pohtiminen suhteessa koko työyhteisöön on itsetuntemuksen kannalta erittäin tärkeää. Kaikki työyhteisössä tehtävä toiminta on yhteistyötä ja vuorovaikutusta, joten johtajan tulee olla tietoinen, miten hän vaikuttaa alaisiinsa ja reagoi eri tilanteisiin. Hyvä yhteistyö vaatii molemminpuolista luottamusta ja sen vuoksi johtajan täytyy pohtia miten hän toimii tämän suhteen ylläpitäjänä. (Kaski & Kiander 2007, 105.)

3.1 Johtaminen urheiluorganisaatiossa

Somerikiven (2011, 16) mukaan julkiseen tai yksityiseen sektoriin verrattuna järjestöillä ja organisaatioilla on omia erityisiä ominaisuuksia tai tehtäviä. Näitä ovat muun muassa vapaaehtois- ja vertaistukitoiminta. Toiminnassa tärkeitä elementtejä ovat yhteisöllisyys ja luottamus. Toiminnan lähtökohtina ovat usein aatteellisuus, identiteetti, moraali sekä arvot. Johtajan työtehtävät ovat usein monipuolisia ja monesti johtaja ohjaa koko organisaation toimintaa. Sen lisäksi toimenkuvaan kuuluu myös työntekijöiden ja talouspuolen hallintaa.

Johtajan tavoitteena on saada organisaatiossa kaikki resurssit tehokkaasti käyttöön tehtävien asioiden eteen. On tärkeää ottaa organisaation ohjaaminen haltuun. Samalla johtajan tulee kuitenkin ymmärtää oma asemansa ja valtansa. Liika autoritäärisyys ja valta heikentävät ilmapiiriä samoin kuin liiallinen arkuus johtamisessa. Organisaation johtajuuteen vaikuttavat myös sen hetkinen tilanne sekä sisäinen kulttuuri. (Somerkiivi 2011, 50.)

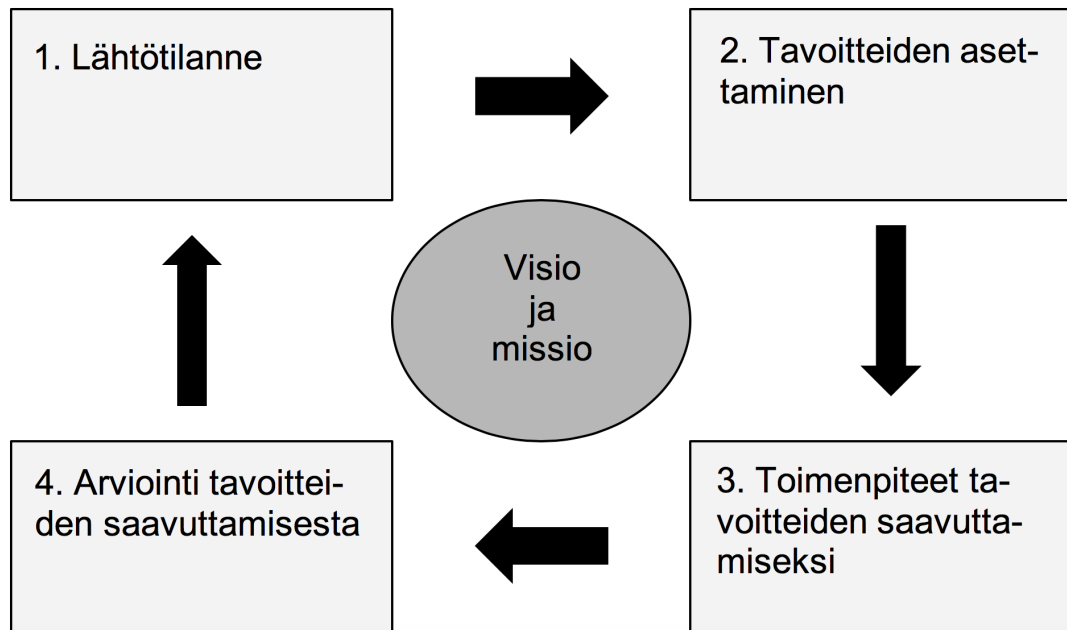
Organisaatiossa johtajana toimivan henkilön yksi tärkeimmistä tehtävistä on myös kehittää itseään. Johtajan merkitys voi olla joskus todella suuressa asemassa. Hyvä johtaja voidaan määritellä jokaisessa järjestössä ja organisaatiossa eri tavalla. Usein hyvänä johtajana pidetään kuitenkin henkilöä, joka on itsevarma, mutta samalla nöyrä. Häneltä odotetaan joustavuutta ja huumoria sekä paineensietokykyä. Hyvä johtaja pystyy suunnittelemaan tulevaisuutta ja olemaan tehokas työssään. Johtajan työssä vaaditaan monipuolisesti eri taitoja ja niitä pystyy kehittämään jatkuvasti. (Somerkiivi 2011, 72.)

Urheiluorganisaatioiden johtaminen on kehittynyt valtavasti viimeisten vuosikymmenten aikana. Urheilun laajeneminen ja kasvaminen kansainvälisesti sekä urheilutapahtumien kaupallistuminen ovat alkaneet vaatia myös organisaatioiden ja niiden työntekijöiden kehittymistä. Urheiluorganisaatioissa toimivat henkilöt ovat tekemisissä monien eri tahojen kanssa nykyään, joten monipuoliset taidot ovat heille tärkeitä. (Hoye, Smith, Nicholson, Stewart & Westerbeek 2009, 7.)

3.2 Toimintasuunnitelman laatiminen

Tärkeä osa organisaation johtamista on strategian ja toiminnan suunnittelu (Hiltunen 2011, 47). Koko organisaation toimintaa ja johtamista ohjaavat yhdessä luodut visio ja missio (Kuva 3). Niiden tulee kulkea käsikädessä myös organisaation arvojen kanssa. Visio on pitkän aikajänteen tavoite, jonka organisaatio pyrkii saavuttamaan. Missio kuvastaa pääpiirteittäin sitä, miten organisaatio pyrkii saavuttamaan visionsa. (Robinson & Palmer 2011, 54.)

Toimintasuunnitelmaa laatiessa tulee aluksi tarkastella, mikä on organisaation sen hetkinen tilanne. Organisaation kannattaa pohtia omaa historiaa, kilpailijoita ja mahdollisia kumppaneita. Hyvä työkalu organisaation tilanteen tarkasteluun on SWOT-analyysi. Siinä määritellään organisaation vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Sen avulla on pysty kartoittamaan kokonaiskuvaa organisaatiosta ja pohtimaan tulevaisuutta helpommin. (Robinson & Palmer 2011, 57-61.)



Kuva 3. Strategisen johtamisen prosessi (Muokattu Robinson & Palmer 2011, 54)

Tavoitteet ovat toimintasuunnitelmassa merkittävässä roolissa. Niillä organisaatio päättää, mitä se haluaa tehdä. Vision ja mission tulisi olla sellaisia, jotka ohjaavat organisaation toimintaa ja tavoitteiden pitäisi tukea myös niitä. Tavoitteita voi asettaa myös SWOT-analyysin perusteella, jolloin tavoitteena voisi olla esimerkiksi parantaa organisaation heikkouksiin luokittelemia asioita. Tavoitteiden tulisi olla mahdollisimman selkeitä ja realistisia, jolloin niihin pääseminen on myös todennukaisempaa. (Robinson & Palmer 2011, 61-63.)

Kun tavoitteet on määritelty on tärkeää suunnitella toimenpiteet, miten tavoitteisiin päästään. Toimenpiteinä voi olla esimerkiksi urheilutapahtumia, joiden avulla pyritään saavuttamaan jokin tietty organisaation määrittelemä tavoite. Toimenpiteiden tulisi olla mahdollisimman täsmällisiä, kuten tavoitteidenkin. (Robinson & Palmer 2011, 63-64.)

Kun toimintasuunnitelma on laadittu, se tulee hyväksyttävä organisaation johtajilla. Sen jälkeen se otetaan käyttöön ja organisaatio alkaa työskennellä sen mukaan. Toimintasuunnitelmaan kirjattuihin tavoitteisiin tulee sitoutua ja toimenpiteitä tehdä niiden toteutumiseksi koko toimintakauden ajan. Viimeinen vaihe strategisen johtamisen prosessissa on arvioida tavoitteiden saavuttamista. Organisaatio tarkastelee toimintakauden päätteeksi toimenpiteitään ja vertaa niitä tavoitteisiinsa. Arviointi on tärkeä osa prosessia ja sen avulla nähdään, mitkä toimenpiteet ovat toimineet tavoitteiden saavuttamiseksi. Myös tavoitteiden laatua ja realistisuutta pystytään arvioimaan toimintakauden päätyttyä. Arvioinnin

avulla seuraavaa toimintakautta ja suunnitelmaa pystytään kehittämään paremmaksi. (Robinson & Palmer 2011, 65-67.)

Urheiluorganisaatioiden strategian suunnittelussa ja toimintasuunnitelman laatimisessa tulee löytää tasapaino eri asioiden suhteen. Milloin on hyödyllistä panostaa huippu-urheiluun ja menestymiseen enemmän, kuin ruohonjuuritasoon ja uusien urheilijoiden mukaan saamiseen. Organisaation sisällä pitää olla selkeä suunta, jonka eteen kaikki panostavat. Johtajan tulee ohjata toimintaa sitä kohden ja myös itse työskennellä sen eteen. (Hoye, Smith ym. 2009, 88.)

3.3 Vapaaehtoisten johtaminen

Vapaaehtoisuuden määrittelemisen on usein hankalampaa, kuin ajattelisi. Sen määrittelyssä on ollut useita eri mielipiteitä, mutta neljä asiaa selventävät sitä: työn tekeminen omasta vapaasta tahdosta, palkkaa ei ole tai se on erittäin pieni, rakenne voi olla virallinen tai epävirallinen ja hyödynsaajana voivat olla tuntemattomat, ystävät ja vapaaehtoinen myös itse. Puhtaasti vapaaehtoistyö on tarkemmin rajattu näistä neljästä suunnasta. Vapaa tahto osallistua työhön, ei palkkiota tai taloudellista mielenkiintoa työtä kohtaan, johdettu virallisen organisaation toimesta, ei yhteyttä vapaaehtoistyön hyödynsaajiin. (Cuskelly, Hoye & Auld 2006, 4-5.)

Voittoa tavoittelemattomissa urheiluorganisaatioissa vapaaehtoisten rekrytointi on usein haastavaa, sillä vapaaehtoiset eivät saa rahallista hyötyä työstään. Myös oikeiden henkilöiden löytäminen voi olla haastavaa. Tietyissä projekteissa vapaaehtoisilta vaaditaan myös erilaisia taitoja ja osaamista. Vapaaehtoisille pitäisi pystyä kertomaan heidän saamansa hyödyt osallistumisestaan, jolloin se toisi lisää mielenkiintoa osallistua vapaaehtoistyöhön. (Robinson, Chelladurai, Bodet & Downward 2012, 160.)

Vapaaehtoistyö auttaa huomattavasti monia organisaatioita ja yhteisöjä. Ilman vapaaehtoistyötä myös monet kuluttajat voisivat joutua maksamaan enemmän ylläpitääkseen omaa elämäntyyliään ja harrastustoimintaansa. Jos vapaaehtoistyön määrä putoaisi huomattavasti, mitä todennäköisemmin valtion verotus ja eri harrastusten ja tapahtumien hinta nousisi valtavasti. (Cuskelly ym. 2006, 2.)

4 Tapahtuma

Tapahtumia on järjestetty ihmiskunnan historian alusta saakka. Yhteen on kokoonnuttu esimerkiksi juhlien, urheilun tai musiikin kuuntelun vuoksi. Ensimmäisiä valtion sponsoimisia festivaaleja on järjestetty jo antiikin Kreikassa. Nykyisen tapahtumanjärjestämisen rungon mukaisesti antiikin tapahtumaprosessitkin sisälsivät myös suunnittelun, organisoinnin, johtamisen ja kontrolloinnin. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 14.)

Antiikista lähtien erilaiset taide- ja näytelmäfestivaalit olivat suosittuja tapahtumia. Ihmisille tarjottiin vanhan sanonnan mukaisesti leipää ja sirkushuveja. Näytelmät ja musiikilliset esitykset olivat keskiajalla suosittuja tapahtumia ja kirkkojen lisäksi järjestäjinä toimivat muun muassa ruhtinashovit. Renessanssin aikakaudella taide- ja kulttuuri alkoi laajentumaan ja 1600-luvulta eteenpäin syntyi taidelaitoksia, jotka työstivät erilaisia kulttuuri- ja taideesityksiä. Myös nykyaikaiset musiikkijuhlat ovat saaneet alkunsa renessanssin aikakaudella 1600-luvun lopulla. Kirkkomusiikilla alkanut musiikkijuhlien järjestäminen levisi muualle Eurooppaan, missä kuorolauluyhdistykset alkoivat yleistymään. Saksalaiset levittivät laulujuhlakulttuuria edelleen Baltiaan 1800-luvulla. Suomeen festivaaleja alkoi tulemaan vasta 1800-luvun loppupuolella, jolloin myös Suomen vaurastuminen auttoi levittämään kulttuuritapahtumia. (Kauhanen ym. 2002, 15-16.)

4.1 Tapahtumalajit

Tapahtumia voidaan jaotella ja luokitella monella tapaa. Ne voidaan luokitella tapahtuman sisällön mukaan tai toteutustavan mukaan. Tapahtuma voi olla esimerkiksi asiatapahtuma, viihdetapahtuma tai yhdistelmä näistä molemmista. Järjestäessä tapahtumaa tulee olla täysin tietoinen siitä, mitä ollaan järjestämässä. Vaihtoehtoja on paljon ja organisaation päätökseen vaikuttavia tekijöitä on monia. (Vallo & Häyrinen 2014, 61.)

Itse rakennettu tapahtuma on organisaation omaa käsialaa ja se vaatii hyvää sitoutumista. Projektipäällikkö pitäisikin löytyä järjestön sisältä. Ammattitaitoa ei aina välttämättä löydy organisaatiosta tapahtumaa järjestettäessä, jolloin aikaa voi kulua sen eteen paljon. Tällöin organisaatio ei kuitenkaan tarvitse erillisiä suunnittelukustannuksia ja se saa päättää tapahtuman sisällön täysin itse. (Vallo & Häyrinen 2014, 64.)

Ulkoistetussa tapahtumassa tavoitteet, budjetti sekä kohderyhmät kerrotaan tapahtumatoimistolle. Tapahtuman teeman ja toteutustavan päättää yleensä tapahtumatoimisto. Sieltä tulee myös tapahtumalle projektipäällikkö, mutta oman organisaation tulee sitoutua

tapahtumaan myös itse. Tapahtumaa ei pysty toteuttamaan täysin voimin, jos organisaatio ei itse ole mukana projektissa. Ulkoistettaessa tapahtumaa, kustannukset ovat paljon korkeammat, kuin organisaation itse tekemässä tapahtumassa. Kuitenkin organisaatio pystyy tällöin keskittymään enemmän omiin töihin ja saa tapahtuman osalta merkittävää lisäapua, josta on hyötyä. (Vallo & Häyrinen 2014, 64-65.)

Ketjutettu tapahtuma tarkoittaa sitä, kun organisaatio ostaa valmiit osat, joista linkitetään kokonaisuus tapahtumaan. Linkittämisen voi toteuttaa tapahtumatoimisto, mutta usein myös ohjelmapalveluiden tarjoajat ovat avuksi tässä. Ostetuista tapahtuman osista tehdään idean ja teeman mukaisesti tapahtumaketju. Tapahtuman kokonaisuuden toteuttaminen voi olla joskus haaste ketjutapahtumassa. Erilliset ohjelmat eivät myöskään välttämättä tue organisaation brändi mielikuvaa ja imagoa. Organisaation on kuitenkin helppo hyödyntää osia, sillä kustannukset ovat silloin heti tiedossa ja valmiit paketit lisäävät tapahtuman järjestämisen helppoutta. (Vallo & Häyrinen 2014, 65-66.)

Kattotapahtumasta puhuttaessa tarkoitetaan sitä, kun monta organisaatiota järjestävät pienempiä tapahtumia yhden ison tapahtuman sisällä. Tällöin teema ja puitteet tulevat kattotapahtuman mukana, mikä helpottaa oman tapahtuman suunnittelussa huomattavasti. Kattotapahtumaa siis hyödynnetään omaa tapahtumaa järjestettäessä. Isoimpana haasteena kattotapahtuman puitteissa on, että organisaatio ei pysty vaikuttamaan pääjärjestäjän epäonnistumisiin. On kuitenkin tärkeää tuottaa oma tapahtuma mahdollisimman hyvin, jolloin omalle organisaatiolle saadaan mahdollisimman suuri hyöty. (Vallo & Häyrinen 2014, 66-67.)

4.2 Tapahtuman järjestäminen

Vallon & Häyrisen (2014, 161) mukaan tapahtumaprosessin muodostavat suunnittelu, toteutus ja jälkimarkkinointi (Taulukko 2). Onnistuneen tapahtuman luomisessa yleensä pienin aika koko prosessille on muutama kuukausi. Lyhyemmässä ajassa tuotetussa tapahtumassa kärsii usein laatu ja toteutus. Suunnittelu tulisi aloittaa hyvissä ajoin, jolloin varmistetaan kaikki tarvittavat asiat tapahtumaan liittyen.

Taulukko 2. Tapahtumaprosessin kulku (Muunneltu Vallo & Häyrynen 2014, 161)

Suunnittelu	Toteutus	Jälkimarkkinointi
Projektin aloitus	Rakentaminen	Kiitokset
Resursointi	Tapahtuma	Materiaalien toimittaminen
Ideointi	Purkaminen	Palaute
Vaihtoehtojen tarkistaminen		Yhteydenotot ja lupaukset
Päätökset		Yhteenveto
Organisointi		

4.2.1 Suunnittelu

Tapahtuman järjestäjä käyttää tapahtuman suunnitteluun paljon enemmän aikaa kuin itse tapahtumaan. Täsmällinen tapahtumaprosessin suunnittelu paljastaa, kuinka paljon ja mitä apua siihen tarvitsee. Sen vuoksi on tärkeää löytää oikeat ihmiset projektitiimiin, jotta haluttu lopputulos saadaan aikaiseksi. (Supovitz & Goldwater 2014, 96.)

Tapahtumaprosessin alussa on tärkeää miettiä tapahtuman tavoitteita. Ideoinnin pohjalta hyvän suunnittelun avulla tapahtumalle pystytään luomaan konkreettiset tavoitteet. *Kenelle, miksi, miten*, ovat kysymyksiä joihin tavoitteiden määrittelyn tulisi vastata. Huolellisella ja ajoissa aloitetulla suunnittelulla pystytään arvioimaan tavoitteiden realistisuutta. (Iiskola-Kesonen 2004, 9.)

Suunnitteluvaiheessa luodaan usein projektisuunnitelma tapahtumalle. Sen avulla resursien käyttö ja eri toimintojen johtaminen on helpompaa ja myös ajankäyttö paranee. Projektisuunnitelman tulisi sisältää tavoitteet ja niiden mittarit, tulokset, tehtävät toimenpiteet, organisaation, aikataulun ja projektin budjetin. Projektisuunnitelmaa tehdessä on hyvä miettiä myös sen riskitekijöitä. Perinteinen SWOT-analyysi auttaa kartoittamaan tapahtuman uhkatekijät, mahdollisuudet, vahvuudet ja heikkoudet. (Iiskola-Kesonen 2004, 9-10.)

4.2.2 Toteutus

Tapahtuman toteutuksessa yksi tärkeä elementti on tapahtuma-aikataulu. Englanninkielinen nimi siitä on event rundown. Siinä selvitetään kaikki tapahtuman kulun asiat selkeästi ja tarkasti. Etenkin isommissa tapahtumissa tämänkaltaisen aikataulu on erittäin tärkeässä roolissa. Kun tapahtumassa ovat mukana isommat kulissit, televisio ja muu media on kaikki aikataulutusta oltava todella tarkkaa. (Supovitz & Goldwater 2014, 316.)

Tapahtuman ollessa käynnissä kaikki asiat pitäisivät olla hoidossa. Projektipäällikön tulisi pystyä tarkastelemaan tapahtumaa koko ajan ja ohjaamaan tarvittaessa työntekijöitä tapahtuman kulun aikana. Yleensä tapahtumissa on aina pieniä ongelmia ja tilanteita, joista selvittää pienellä työllä. Joskus kuitenkin esiin saattaa nousta isompiakin ongelmia, jolloin ne pitää erottaa pienemmistä ongelmista ja reagoida niiden vaatimalla tavalla. Tärkeää olisi, että ongelmat ja kriisitilanteet pysyisivät työntekijöiden tiedossa eivätkä leviäisi yleisölle. (Iiskola-Kesonen 2004, 11.)

4.2.3 Jälkimarkkinointi

Jälkimarkkinointi aloitetaan heti tapahtuman jälkeen. Sillä osoitetaan järjestäjän arvostus osallistujia kohtaan. Se voi olla kiitoskortti tai muu vastaavan materiaalin toimitus osallistujalle. Sen yhteydessä kerätään yleensä myös palautetta osallistujilta, jonka avulla pystytään analysoimaan tapahtumaa tarkemmin. Tapahtumaprojektin yhteenvedon avulla järjestäjä organisaatio pystyy kehittämään tapahtumanjärjestämisessä jälleen eteenpäin. (Vallo & Häyrynen 2014, 185.)

Palautteen keräämisen avulla pystytään tietämään, minkälainen asiakkaiden kokemus oli. Kyselyn tuloksista nähdään onko tavoitteisiin päästy ja mikä on ollut onnistunutta tapahtumassa ja mitkä asiat olisi voitu tehdä paremmin. Palautekysely on mahdollista tehdä kirjallisesti, sähköisesti tai puhelimitse. Usein arvonta palautekyselyyn vastanneiden kesken voi kasvattaa vastaajamäärää ja innostaa asiakkaita vastaamaan kyselyyn. (Vallo & Häyrynen 2014, 188-189.)

5 Viestintä

Lohtajan ja Kaihovirta-Rapon (2007, 12) mukaan viestinnässä on aina kaksi osapuolta, vastaanottaja ja lähettäjä. Viestintä on asia, joka koskettaa ja yhdistää kaikkia. Se on ihmisten välistä vuorovaikutusta ja sitä tapahtuu joka päivä eri ympäristöissä, kuten koulussa, töissä ja harrastusten parissa. (Honkala, Kortetjärvi-Nurmi, Rosenström & Siira-Jokinen 2017,9.)

Viestintä on osa organisaatioiden ja yhteisöjen toimintastrategiaa ja sen on tarkoitus tukea kokonaistavoitteita. Viestintää tulee suunnitella ja sen vuoksi laaditaan myös viestintäsuunnitelma tai -strategia. Siihen kirjataan viestinnän tavoitteet ja toimenpiteet niiden saavuttamiseksi. (Honkala, ym. 2017, 103.)

Yhteisöviestintä on viestintää, jota tehdään yhteisön sisällä ja yhteisön sekä sen ulkopuolen välillä. Yleinen tapa jaotella sitä, on jakaa se sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 13-14.)

5.1 Sisäinen viestintä

Honkalan ym (2017, 104) mukaan sisäinen viestintä on yhteisöllisyyden rakentamista ja siinä näkyvät yhteisön arvot. Se on myös tiedon välittämistä ja muokkaamista. Sisäiseen viestintään kuuluu kaikki yhteisön sisällä tapahtuva kirjallinen sekä suullinen viestintä.

Toimivan sisäisen viestinnän avulla voidaan parhaillaan parantaa työntekijöiden motivaatiota työskennellä (Honkala, ym. 2017, 107). Sen avulla varmistetaan, että jokainen yhteisön jäsen tiedostaa omat työtehtävänsä ja heillä on tarvittavat resurssit niihin. On tärkeää, että viestit kulkevat ongelmitta johtoportaalta työntekijöille ja heidän kesken henkilöiltä toisille. Vuorovaikutusta tapahtuu yhteisön sisällä kokouksissa, tiedotuksissa ja tapahtumissa jatkuvasti, jolloin on myös tärkeää, että yhteisön yhteishenki on toimiva. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 106-107.)

Johtajan työskentely on pääosin viestintää ja sisäisen viestinnän tavoitteena olisikin tukea johtamista. Johtajan viestintä työntekijöille tulee olla selkeää ja vaivatonta. Viestinnän tulee olla toimivaa myös toiseen suuntaankin, jolloin eri näkökulmat tulevat esiin ja myös ongelmatilanteisiin pystytään puuttumaan nopeammin. Avoin ja suunnitelmallinen viestintä takaa usein toimivan työnteon ja parantaa yhteisöllisyyttä. (Honkala, ym. 2017. 107.)

5.2 Ulkoinen viestintä

Ulkoinen viestintä on yhteisön viestimistä sen ulkopuolisten tekijöiden kanssa (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 14). Se on uutisten ja informaation välittämistä ulkopuolisille tahoille. Tavoitteena on myös tehdä omaa organisaatiota tai yritystä tunnetuksi ja levittää hyvää mainetta. (Honkala, ym 2017, 104.)

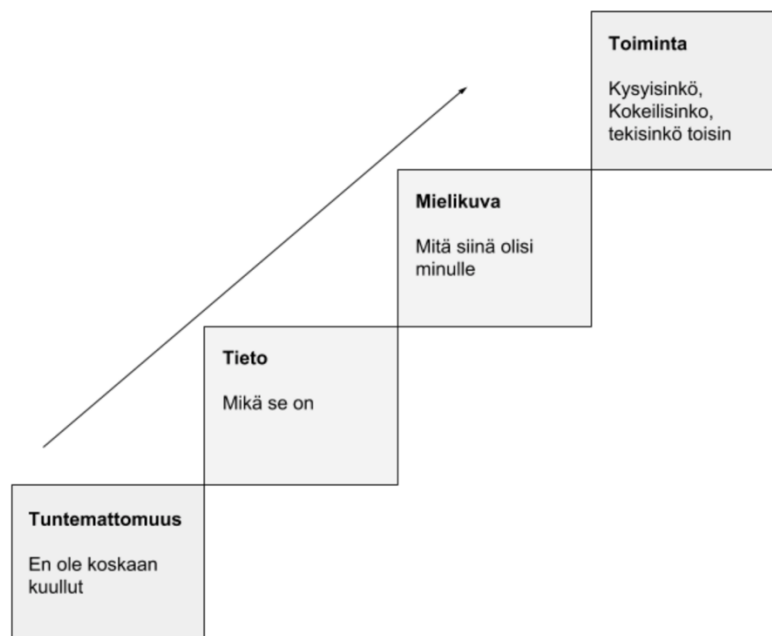
Organisaation ulkoisessa viestinnässä tärkeitä keinoja ovat henkilökohtainen vaikuttaminen ja myyntityö. Tällöin organisaation edustaja voi käydä esimerkiksi eri paikoissa kertomassa sen toiminnasta. Organisaatio pystyy vaikuttamaan myös joukkoviestinnän avulla esimerkiksi laittamalla ilmoituksen lehteen tulevista tapahtumista tai muusta toiminnasta. (Vuokko 2010, 167.)

Jotta organisaation ulkoinen viestintä on toimivaa, tulee sen sisäinen viestintä olla myös kunnossa. Markkinointi kulkee ulkoisen viestinnän kanssa käsi kädessä ja markkinointiviestintä onkin ulkoisen viestinnän tärkeimpiä muotoja. Viestintää tulee tarkastella ja kehittää kokonaisuutena, jolloin se tukee organisaation toimintaa parhaiten. (Vuokko 2010, 168-170.)

6 Markkinointi

Markkinointi perustuu yleensä siihen, että yritys tai organisaatio parantaa omien tuotteiden ja palveluiden myyntiä. Markkinoinnin välineinä voi toimia muun muassa tapahtumat, viestintä sekä erilaiset painotuotteet. (Vallo & Häyrynen 2014, 35). Organisaation markkinoima asia voi olla lähes mikä vaan heitä hyödyttävä, kuten esimerkiksi tavara, palvelu, tapahtuma tai vaikkapa urheilulaji (Bergström & Leppänen 2009, 10).

Vuokon (2010, 39) mukaan markkinoinnin avulla pyritään vaikuttamaan ja tekemään organisaatio tutuksi. Tavoitteena on pystyä luomaan kiinnostusta ja vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin. Markkinoinnissa onkin tärkeä pohtia kohderyhmää ja omia tavoitteita. Miten saadaan esimerkiksi lisää harrastajia tai mitä vaaditaan, jonkin muutoksen aikaansaamiseen.



Kuva 4. Vaikutuksen portaat (Muokattu Vuokko 2010, 40)

Yleensä asiakas tekee päätöksentekoprosessin ennen toimintaa (Kuva 4). Asiakas pyrkii etsimään vastauksia eri kysymyksiin pohtiessaan jonkin organisaation markkinoimaa asiaa. Siihen vaikuttavat muun muassa asiakkaan kokemukset ja kriteerit sekä muiden ihmisten kokemukset ja mielipiteet. (Vuokko 2010, 39.)

Asiakkaan päätöksentekoprosessi päättyy organisaation tuotteiden tai palveluiden käyttöön. Markkinoinnin suunnittelu tulee aloittaa sieltä. Suunnitellessa markkinointia täytyy

miettiä, mitä kaikkea organisaatio tarjoaa ja mitä se voisi tulevaisuudessa tarjota. Kohderyhmä tulee ottaa huomioon ja suunnitella, miten heille saa mielikuvan, että tarjontaa on juuri heille. (Vuokko 2010, 42-43.)

6.1 Markkinointimix

Bergströmin ja Leppäsen (2009, 85) mukaan erilaisia keinoja markkinointiin on useita ja ne vaihtelevat paljon eri yritysten ja organisaatioiden välillä. Markkinointimix koostuu markkinoinnin kilpailukeinoista ja se on modernin markkinoinnin parhaita konsepteja. Organisaatiot ja yritykset käyttävät markkinointimixin eri kilpailukeinoja siten, että ne saisivat mahdollisimman suuren hyödyn niistä. (Kotler, Armstrong, Harris & Piercy 2017, 49.)

Perinteisesti markkinointimix jaetaan neljään P:hen *product* (tuote), *price* (hint), *place* (saatavuus), *promotion* (viestintä). Tuotteella tarkoitetaan kaikkia yrityksen tai organisaation tuotteita ja palveluita, joita se tarjoaa. Hint on se summa, jolla asiakas saa haluamansa tuotteen tai palvelun. Saatavuus tarkoittaa tuotteiden ja palveluiden sijaintia, missä niitä voi ostaa ja käyttää. Viestinnällä taas tarkoitetaan toimenpiteitä, joiden avulla tuotteita ja palveluita saadaan asiakkaille kaupaksi. (Kotler, ym 2017, 49-50.)

Tehokkaan suunnittelun avulla organisaatio voi sekoittaa markkinointimixin keinot niin, että se saavuttaa asettamansa tavoitteet (Kotler, ym 2017, 50). Jokaisen organisaation tulee kehittää oma yhdistelmä siten, että se hyödyttää heitä. Myös kilpailijoita kannattaa seurata ja pyrkiä erottumaan omilla keinoilla. Oman kohderyhmän rajaaminen auttaa myös markkinointikeinojen päättämisessä. (Bergström & Leppänen 2009, 85-86.)

6.2 Markkinointiviestintä

Markkinointiviestinnän pohjana toimii organisaation arvot, tavoitteet ja brändimielikuva (Vallo & Häyrynen 2014, 34). Markkinointiviestinnässä kohderyhmään pyritään tekemään vaikutus viestinnän avulla. Organisaation tulee tuntea kohderyhmä hyvin markkinointiviestintää tehdessä. Minkä kanavien kautta sen tavoittaa, mitä kohderyhmä arvostaa ja mitä he tietävät jo etukäteen. Kohderyhmän tuntemuksen lisäksi organisaation tulee tietää tarkasti omat tavoitteensa sekä tilanne- ja toimintaympäristönsä. Ratkaisut tulee tehdä tavoitteiden mukaisesti, joten tavoitteiden määrittely organisaation kesken on erittäin tärkeää. (Vuokko 2009, 170-171.)

Markkinointiviestintä voidaan jakaa neljään osaan. Niitä ovat myynninedistäminen, myyntityö, mainonta sekä tiedotus- ja suhdetoiminta. Eroavaisuudet näiden välillä ilmenevät tavoitteiden, kohderyhmien ja keinojen osalta. Mainonta on tavoitteellista tiedottamista, joka on maksullista. Mainoksien avulla pyritään usein saavuttamaan vaikutusta suuriin ihmisjoukkoihin, jolloin apuvälineinä käytetään esimerkiksi sanomalehtiä, televisiota tai radiota. (Bergström & Leppänen 2009, 180.)

Tehokkain keino markkinointiviestinnässä on usein henkilökohtainen myyntityö. Sen tarkoituksena on lunastaa annetut lupaukset ja parhaimmillaan sen avulla synnytetään pitkiä asiakassuhteita. (Bergström & Leppänen 2009, 218.) Vuokon (2009, 172) mukaan se vaatii paljon henkilöresursseja ja on tärkeää, että myyjällä on siihen tarvittavia kykyjä. Henkilöllä tulee olla halua tehdä myyntityötä ja olla vuorovaikutuksessa erilaisten ihmisten kanssa sekä tietää oman organisaation asioista ja toiminnasta.

Myynninedistämisessä on kyse mainonnan ja myyntityön täydentämisestä markkinointiviestinnässä (Bergström & Leppänen 2009, 180). Myynninedistäminen muodostuu usein lyhyen aikajänteen virikkeistä, jotka rohkaisevat tuotteiden ja palveluiden ostamiseen. Myynninedistämisestä selkeänä esimerkkinä toimii *osta kaksi maksa yksi* kampanjat. Se on vain yksi esimerkki laajasta valikoimasta eri työkaluja. Myynninedistämistä käyttää hyväkseen nykyään suurin osa organisaatioista ja sen käyttö on lisääntynyt huomattavasti. Monet yritykset voivat tehdä kuitenkin myös tappiota liiallisten alennusten ja kampanjoiden takia, jolloin asiakkaat saattavat sekoittaa kampanjoita keskenään. Sen vuoksi on tärkeää, että yritys löytää itselleen sopivat työkalut myynninedistämiseksi ja asettaa toiminnalleen tavoitteet. (Kotler, ym 2017, 486.)

Suhde- ja tiedotustoiminnasta on olemassa useita erilaisia määritelmiä (Hopwood, Kitchin & Skinner 2010, 15). Sillä tarkoitetaan sisäistä ja ulkoista tiedotusta ja muuta suhdetoimintaa. Sen avulla vaikutetaan omaan henkilökuntaan ja erilaisiin ulkoisiin sidosryhmiin. Suhdemarkkinointi on oleellinen osa nykymarkkinointia ja on tärkeää, että yrityksellä on suhteita tiedotusvälineisiin sekä omiin kumppaneihin ja asiakkaisiin. Niiden avulla pyritään saamaan yritykselle myönteistä julkisuutta ja mainetta. (Bergström & Leppänen 2009, 243.)

6.3 Sosiaalinen media

Digitaalisen teknologian kasvu on muuttanut ihmisten elämäntyyliä ja heidän välistään viestintää. Arviolta noin 40% ihmisistä ympäri maailmaa ovat yhteydessä internetiin. Digitaaliset välineet ovat tulleet osaksi ihmisten elämää ja monilla ihmisillä puhelin on viimeinen asia, mihin on kosketuksissa ennen nukkumaanmenoa ja ensimmäinen asia, mihin on kosketuksissa herätessään. (Kotler, ym 2017, 21-22.)

Ihmisten jatkuva sosiaalisen median ja eri digitaalisten palveluiden käyttö on loistava mahdollisuus yrityksille markkinoida itseään. Teknologian kehittyminen ja sosiaalisen median kasvu onkin muuttanut markkinointia huomattavasti. Yritykset pyrkivätkin saavuttamaan kohderyhmäänsä eri sovellusten ja sivujen avulla. Asiakkaiden ongelmiin pyritään tehdä ratkaisuja ja saada heidät ostamaan palveluita ja tuotteita helpommin. (Kotler, ym 2017, 21-22.)

Nykyään on vaikeaa löytää yritystä tai organisaatiota, jonka nettisivuilla tai mainoksissa ei olisi linkkiä heidän sosiaalisen median kanaviin. Sosiaalinen media on kasvanut erittäin isoksi ja nykyään sen avulla omaa brändiä saa markkinoitua laajemmin. Sosiaalinen media kuuluukin nykyään osaksi markkinointisuunnitelmiin ja yritysten uskotaan lisäävän markkinointibudjetin osuutta sosiaaliseen mediaan tulevaisuudessa. Esimerkiksi Facebookin käyttäjiä on yli biljoona ympäri maailmaa, joten eri sosiaalisen median kanavien avulla pystyy tavoittamaan ihmisiä globaalisti. (Kotler, ym 2017, 22.)

6.4 Sponsorointi

Degarisin (2015, 186) mukaan sponsorointi on yhteistyösopimus sponsorin ja kohteen välillä. Se on kasvanut viime vuosien aikana huomattavasti ja ohittanut suosiollaan muita markkinoinnin keinoja. Sponsorointi erottuu perinteisestä mainonnasta ja pystyy usein luomaan tunteellisemman vaikutuksen kuluttajiin.

Sponsoroinnissa ei ole tarkoituksena se, että sponsori panostaa yksipuolisesti kohteeseen, vaan sponsoroitavan kohteen odotetaan myös tuottavan lisäarvoa sponsorille (Vuokko 2009, 180). Sen avulla pyritään tuomaan molemminpuolista lisäarvoa ja tavoitteena on tehdä sellainen sopimus, joka hyödyttää molempia sopijapuolia. Sponsorioiva yritys panostaa kohteeseen siinä toivossa, että se saa omaa myyntiään kasvatettua. Lopputuloksen määrittelee molempien osapuolien yhteistyökumppanuuden hyödyntäminen. (Valanko 2009, 60-61.)

Useimmat brändit pyrkivät kasvattamaan sponsoroinnin avulla omaa brändiään ja hankki-
maan oman imagonsa mukaista asiakaskuntaa. Sponsoroinnin avulla brändit pystyvät
tuomaan lisää liikearvoa itselleen. Sponsoreilla on nykyään todella paljon kysyntää eri ym-
päristöistä ja heillä on paljon pohtimista, keiden kanssa he haluavat tehdä yhteistyötä ja
millaisiin tapahtumiin osallistua. Sponsorit voivat olla mukana esimerkiksi urheilulajeissa
tai vastaavasti jonkin urheilulajin yksittäisen urheilijan tai seuran mukana. Sponsorit pyrki-
vät hakeutumaan mukaan sellaiseen, mistä heille on eniten hyötyä. (Degaris 2015, 206-
207.)

7 Projekti

7.1 Tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli luoda käyttöön otettava toimintasuunnitelma Suomen alamäkiluisteluliitolle. Aikaisempaa kirjallista toimintasuunnitelmaa liitolla ei ole ollut, joten mielestäni oli hienoa päästä kehittämään toimintaa tällä tavoin eteenpäin. Tarkoituksena on, että liitto päivittää toimintasuunnitelman joka vuosi ja tekee kaikki toimenpiteensä sen mukaisesti. Tavoitteena oli myös kehittyä projektin aikana ja oppia lisää liittotoiminnasta ja toiminnan kehittämisestä.

7.2 Toteutus

Olen suorittanut opintojani jo aiemmin Suomen alamäkiluisteluliitolla ja tehnyt heille erilaisia projekteja. Tiesin jo hyvissä ajoin, että tulen tekemään opinnäytetyöni liitolle. Halusin myös tehdä opinnäytetyöprosessin, josta olisi mahdollisimman paljon hyötyä itselleni ja työn toimeksiantajalle.

Itse liiton projekteissa mukana olleena ja paljon alamäkiluistelukilpailuja kiertäneenä, tunden lajin eri organisaatioita hyvin. Samoin myös muiden alamäkiluisteluliittojen toimintatavat lajin parissa ovat tulleet tutuksi. Mielestäni oli hyvä päästä toteuttamaan ja jakamaan myös omia ideoita toimintasuunnitelmaan ja kehittämään sitä liiton henkilöiden kanssa.

Opinnäytetyöprosessi alkoi osaltani keväällä 2018, kun aiheeksi valikoitui toimintasuunnitelman laatiminen. Päätimme aiheen yhdessä liiton henkilöstön ja ohjaavan opettajani kanssa. Toimintasuunnitelman tekeminen ilmeni järkevimmäksi ja selkeimmäksi vaihtoehdoksi, josta on myös liiton toiminnalle eniten hyötyä.

Kun aihe oli selvillä, alkoi taustatiedon keruu ja toimintasuunnitelmien tutkiminen. Kesän aikana keräsin tietoa eri liittojen toimintasuunnitelmista ja niiden sisällöstä. Myös kirjallisten lähteiden avulla perehdyin organisaatioon sekä viestintään liittyviin asioihin tarkemmin.

Kirjoitin kesällä Suomen alamäkiluisteluliitolle myös viestintäsuunnitelmaa, jonka tekeminen oli hyvää harjoitusta toimintasuunnitelman tekemistä ajatellessa. Viestintäsuunnitelmaa varten luin myös kirjallisuutta viestinnän osalta ja pohdimme SWOT-analyysin avulla liiton toimintaa viestinnän näkökulmasta. Viestintäsuunnitelma valmistui syksyllä 2018 ja

sen rakenne ja ulkoasu muistuttaa myös pääpiirteittäin liiton toimintasuunnitelmaa. Halusin, että suunnitelmat muistuttavat toisiaan ja luovat näin yhtenäisyyttä liiton kirjallisiin töihin.

Alkusyksystä kirjallisuutta tarkasteltiin syvemmin ja toimintasuunnitelmaa alettiin rakentamaan strategisen pohjan avulla. Yhdessä liiton henkilöstön kanssa luotiin visio, missio ja arvot ja ne toimivat toimintasuunnitelman strategisena pohjana. Sen jälkeen toimintasuunnitelmaa lähdettiin rakentamaan eteenpäin pohtien tärkeimpiä kehittymisen kohteita ja tavoitteita. Samaan aikaan aloitin kirjoittamaan myös opinnäytetyön teoriaosuutta.

Toimintasuunnitelmasta pidettiin palavereja liiton henkilöstön kanssa. Pääosin viestintä tapahtui Skypen välityksellä kaikkien jäsenten kanssa, mutta sen lisäksi keskustelimme ja suunnittelimme toimintasuunnitelmaa enemmän myös liiton puheenjohtajan kanssa. Ideoita toimintasuunnitelmasta jaettiin puolin ja toisin. Pysin itse tuomaan aina mahdollisimman paljon ideoita ja omia mielipiteitä esille ennen palaveria, jolloin saisin tuotua omaa näkemystäni ja luettua kirjallisuutta ja tietoutta asiasta esille omasta näkökulmasta.

Teoriaan perehdyin pääosin johtamisen, viestinnän, markkinoinnin ja tapahtumien osalta. Selkeää teoriaa toimintasuunnitelman rakentamiseen ei löytynyt vaan elementtejä eri lähteistä otettiin hyödyksi. Erityisesti johtamiseen liittyvään kirjallisuuteen perehdyttäessä löysin mielenkiintoista asiaa muun muassa strategiasta ja toiminnan suunnittelusta. Kun kirjallisuuteen perehtyi tarkemmin osasi hahmottaa kokonaisvaltaisesti projektia. Toimintasuunnitelman tekeminen noudattikin pääpiirteittäin teoriaa, johon olin perehtynyt ja sitä tuotiin sen kautta käytäntöön.

Pysin perehtyneisyydelläni tuomaan sisältöä palaveriini ja kertomaan asioita, joista otin selvää. Liiton puolelta löytyi ammattitaitoa urheilun, viestinnän, markkinoinnin, tapahtumien sekä johtamisen parista, joten heillä on vankkaa kokemusta työn aiheeseen liittyen. Erityisiä tarkkoja työkaluja ja menetelmiä, mitä toimintasuunnitelman rakentamiseen käytettiin, on vaikea rajata erilleen. Jokainen toi omalla osaamisellaan ja ammattitaidollaan lisäarvoa suunnitelman toteuttamiseen.

Toimintasuunnitelmaa laatiessa liiton toimintaa tarkasteltiin taaksepäin ja mietittiin mitä on tehty hyvin ja mikä on toiminut. Myös huonoja ratkaisuja nostettiin esille ja mietittiin, miten niitä voisi kehittää. Strategisen pohjan avulla lähdettiin miettimään tulevaisuuden suuntaa ja tavoitteita asetettiin sen ehdoilla. Yhdessä pohdittuja ideoita otettiin käytäntöön ja kaikista toimintaan liittyvistä asioista oltiin yhtä mieltä.

7.3 Tuotos

Opinnäytetyöprosessin tuloksena syntyi toimintasuunnitelma Suomen alamäkiluisteluliitolle. Toimintasuunnitelma on tehty kaudelle 2018/2019 ja se on Suomen alamäkiluisteliiton ensimmäinen toimintasuunnitelma. Toimintasuunnitelman pohjana toimivat yhdessä liiton henkilöstön kanssa päätetyt missio, visio ja arvot. Ne ohjaavat liiton toimintaa eteenpäin ja toimivat punaisena lankana tulevaisuuden tavoitteiden saavuttamisessa.

Suomen alamäkiluistelun visiona on olla kiinnostavin talviurheilulaji Suomessa. Katsojamäärät ovat jo suuria ja kilpailutapahtumat ovat erittäin suosittuja. Median vahva läsnäolo lisää lajin näkyvyyttä huimasti ja kansainvälisellä tasolla lajitietoisuus leviää kovaa vauhtia. Missiona on alamäkiluistelun kasvattaminen ja kehittäminen. Sen avulla myös lajin kiinnostavuutta saadaan kasvatettua. Arvoja Suomen alamäkiluisteluliitossa ovat yhteisöllisyys, turvallisuus ja kansainvälisyys. Pienen lajin vahvuutena on voimakas yhteisöllisyys, mikä ulottuu myös ulkomaille asti. Lajia kehitettäessä halutaan myös turvallisuuden olevan tärkeä osa sitä ja uskomme, että turvallisuus tuo parhaillaan myös uusia kasvoja lajin pariin.

Suomen alamäkiluisteluliiton toimintasuunnitelman tärkeimmiksi tavoitteiksi tulivat uusien aktiivisten harrastajien määrän kasvattaminen, lajin ja Suomen alamäkiluisteluliiton näkyvyyden lisääminen sekä nuorten ja naisten innostaminen lajin pariin. Tavoitteet tukevat liiton missiota ja visiota ja ne pyritään saavuttamaan yhdessä sovittujen toimenpiteiden avulla.

Näkyvyyden lisäämiseksi toimenpiteitä on myös viestintäsuunnitelmassa. Se on viestintää ajatellessa yksi askel eteenpäin toiminnassa. Liiton ja lajin näkyvyyden lisäämiseksi tärkeimpiä toimenpiteitä on tuoda toimintaa ja lajia mahdollisimman hyvin esille tapahtumissa ja tilaisuuksissa. Syksyn ehdottomasti tärkein tapahtuma on GoExpo Winter messut, joissa liiton toimintaa ja lajia pystyy esittelemään isolle joukolle.

Aktiivisten harrastajien määrän kasvattamiseksi olennaiseksi toimenpiteeksi nousi lajikoikeudet ja harjoittelumahdollisuudet. Talven aikana järjestetään lajikoikeuksia tasajäällä sekä radoilla. Liitto pitää huolta siitä, että ratoja pidetään kunnossa ja niillä on mahdollisuus päästä harjoittelemaan. Näiden lisäksi kesällä 2019 on tarkoitus järjestää iso pumtrack tour, jonka avulla uusia harrastajia pyritään saamaan lisää lajin pariin.

Tärkeä tehtävä on saada alamäkiluisteluun lisää nuoria sekä naisia. Toimenpiteinä heille järjestetään kilpailusarjoja kansallisiin kilpailuihin, jolloin heillä on mahdollisuus kilpailla omissa sarjoissa. Sen lisäksi alamäkiluistelukoulua pidetään talvella Jyväskylässä ja Rautilammilla, jolloin lajia pääsee kokeilemaan ja harjoittelemaan ohjauksessa. Jääkiekko ja ringette-seuroihin ollaan yhteydessä ja heidän kanssaan järjestetään taitoratoja harjoitusten yhteyteen ja houkutellaan kokeilemaan alamäkiluistelua.

Toimintasuunnitelmassa kerrotaan liiton tapahtumakalenteriin, kokouskäytänteisiin ja kilpailuihin liittyvät asiat. Myös vuosikello on tärkeässä roolissa toimintasuunnitelmassa. Sen avulla määritellään, milloin tehdään tiettyjä toimenpiteitä. Vuosikello on kuitenkin suuntaa antava ja kuukausien kohdalla olevat asiat ovat pääpainopisteinä kyseisinä kuukausina.

Talousarvio ei ole osa vuoden 2018/2019 toimintasuunnitelmaa, sillä se laaditaan erikseen opetus- ja kulttuuriministeriölle tehtävässä tukihakemuksessa. Tukihakemuksen avulla liitto pystyisi tukemaan Suomen kärkiluistelijoita ja maksamaan työntekijöille palkkoja työstä. Myös tapahtumiin saataisiin laadittua budjetti helpommin tuen avulla.

Toimintasuunnitelman toimivuutta tarkastellaan yhdessä liiton henkilöstön kanssa. Kevään kokouksessa käsitellään talvikautta ja silloin myös toimintasuunnitelmaan asetettuja tavoitteita ja toimenpiteitä käydään läpi. Vastaavasti syksyllä ennen uuden toimintasuunnitelman päivitystä tarkastellaan kesää ja sen onnistuneisuutta. Sen jälkeen uutta toimintasuunnitelmaa lähdetään muokkaamaan tarpeiden mukaan ja asetetaan uudet tavoitteet ja toimenpiteet seuraavalle toimintakaudelle.

7.4 Arviointi

Tämän opinnäytetyöprosessin tuotoksena syntynyt toimintasuunnitelma on mielestäni sisällöltään Suomen alamäkiluisteluliiton tämän hetkiseen tilanteeseen sopiva. Tavoitteet ja toimenpiteet pohjautuvat liiton visioon, missioon ja arvoihin ja ovat realistisia. Toimintasuunnitelma tuo liitolle lisää suunnitelmallisuutta toimintaan ja vie toimintaa jälleen askeleen ammattimaisempaan suuntaan.

Opinnäytetyö sisältää aiheeseen liittyvää teoriataustaa, jota on hyödynnetty myös toimintasuunnitelman laatimisessa. Aikataulua ja teorian suunnittelua olisi voinut jäsentää alusta asti tarkemmin, jolloin oma työskentely olisi ollut selkeämpää. Kirjallisuuteen perehtyessä punainen lanka tuntui joskus katoavan ja tietoa tuli haalittua turhan paljon eri lähteistä ja

aikaa kului siihen perehtyessä paljon. Tavoitteisiin peilaten opinnäytetyöprosessi on mielestäni onnistunut kokonaisuus ja toimintasuunnitelma on tärkeä työkalu Suomen alamäki-
luisteluliitolle tulevaisuutta ajatellessa.

8 Pohdinta

Alamäkiluistelu on kasvava laji Suomessa ja ulkomailla. Harrastajamäärät ovat kasvaneet viime vuosien aikana todella paljon ja laji kehittyy koko ajan ammattimaisempaan suuntaan. Oma urheilu-ura alamäkiluistelun parissa on tuonut intoa myös lajin ja liiton toiminnan kehittämiseen. Urheilijana ei näe kulissien taakse, mitä kaikkea lajin parissa tapahtuu. Suomen alamäkiluisteluliiton kanssa eri projekteja tehneenä, oma tietämys lajista ja liiton toiminnasta onkin laajentunut todella paljon

Suomen alamäkiluisteluliiton toiminnassa mukana olleena olen kehittynyt eri työtehtävissä todella paljon. Opinnäytetyön tekeminen alamäkiluistelun parissa oli myös oman tulevaisuuden kannalta todella palkitsevaa ja sen myötä myös laji saa lisää näkyvyyttä Suomessa. Alamäkiluistelusta ei ole tehty yhtään opinnäytetyötä, eikä lajista löydy tietokirjallisuutta. Lajin tuominen opinnäytetyön avulla esille ja siitä laajasti kertominen tuo toivottavasti monelle lukijalle uutta näkökulmaa lajiin.

Haastattelin opinnäytetyöhön kansainvälisen liiton johtohenkilöitä. Haastattelut toivat itsellenikin paljon uutta tietoa ja oli hieno kuulla myös kansainvälisen liiton tahoilta näkemyksiä alamäkiluisteluun liittyen. Toinen haastateltavista on kansainvälisen alamäkiluisteluliiton puheenjohtaja Stefan Aufschnaiter ja toinen hallituksen jäsen Reed Whiting.

Opinnäytetyöhön hankin kirjallisuutta kaikista asioista, jotka liittyvät liiton toimintaan. Kirjallisuutta lukemalla ja siihen perehtymällä opin ymmärtämään kokonaisvaltaisesti projektia paremmin. Kirjallisuudesta oli mielestäni paljon hyötyä toimintasuunnitelman laatimisessa ja siellä esiintyneitä asioita ja toimintatapoja toin omalta osaltani esille myös liiton palaverissa. Myös muiden toimintasuunnitelmien tarkastelu auttoi selvittämään millainen rakenne olisi liiton suunnitelmalle hyvä ja mitä se pitäisi sisältää.

Opinnäytetyön ja toimintasuunnitelman tekeminen osui mielenkiintoiseen, mutta myös erittäin haastavaan vaiheeseen. Ensi kaudella alamäkiluistelussa kilpaillaan uutta kansainvälisen alamäkiluisteluliiton sarjaa. Kansainvälisellä alamäkiluisteluliitolla on ollut paljon neuvotteluja eri toimijoiden ja promootoreiden kanssa sarjasta ja sen vuoksi kilpailukalenterin julkaiseminen on venynyt myöhälle syksyyn. Liitot ympäri maailmaa ovat odottaneet pitkään kilpailukalenterin julkaisua, mikä osaltaan hankaloittaa kansallisten kilpailuiden ja eri tapahtumien järjestämistä.

Uusi sarja tuo kuitenkin jälleen lisäarvoa myös koko lajille. On jännittävä seurata, kuinka isossa roolissa Red Bull on lajin parissa tulevaisuudessa. Haastatteluiden perusteella Red Bull on myös jatkossa pääsarjan sponsorina, mutta kansainvälinen liitto kasvattaa toimintaansa jatkuvasti.

Kansainvälisen liiton kehittymisen johdosta on mielestäni tärkeää, että toimintaa viedään eteenpäin myös Suomessa. Jotta laji kasvaa on tärkeää toimia sen eteen mahdollisimman tehokkaasti. Mielestäni toimintaa tulee tehdä riippumasta siitä, miten kansainvälinen liitto kehittyy. Kun kaikki tekevät lajin eteen töitä ympäri maailmaa saadaan lajia vankemmalle alustalle ja toimintaa kehitettyä. On kiinnostavaa olla toiminnassa mukana ja pyrin olemaan kehitysprosessissa mukana mahdollisimman tiiviisti sekä myös omalla toiminnallani tuomaan lajia aktiivisesti esille.

Opinnäytetyöprosessin tuloksena syntynyt toimintasuunnitelma astuu voimaan syksyllä 2018. Tavoitteena Suomen alamäkiluisteluliitossa on edetä toimintasuunnitelman mukaan ja tehdä siinä mainittuja toimenpiteitä. Tavoitteisiin pääsyä päästään arvioimaan ensikauden jälkeen ja mielenkiinnolla odotan, kuinka hyvin tavoitteet ja toimenpiteet on suunniteltu. Ensimmäinen toimintasuunnitelma toimii jatkossa hyvänä pohjana seuraavan vuoden toimintasuunnitelmaa luodessa.

Lähteet

AT SX. Organization. Luettavissa: <http://www.atsx.org/organization> Luettu: 14.9.2018

Aufschnaiter, S. 11.10.2018. Chairman of the board. AT SX. Haastattelu.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Markkinoinnin maailma. Edita Prima Oy. Helsinki.

Cuskelly, G. Hoyer, R. & Auld, C. 2006. Working with volunteers in sport. Routledge.

Degaris, L. 2015. Sports marketing: A practical approach. Routledge. Oxon.

Hiltunen, A. 2011. Johtamisen taito: Elämänmittainen matka. Sanoma Pro Oy.

Honkanen, P. Kortet Järvi-Nurmi, S. Rosenström, A. Siira-Jokinen, S. 2017. Linkki: Työyhteisön viestintä. Edita publishing oy. Helsinki

Hopwood, M. Kitchin, P. & Skinner, J. 2010. Sport public relations and communication. Butterworth-Heinemann. Oxford.

Hoyer, R. Smith, A. Nicholson, M. Stewart, B. & Westerbeek, H. 2009. Sport management: principles and applications. Second edition. Butterworth-Heinemann. Oxford.

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumanjärjestäjille. SLU.

Kaski, S. & Kiander, T. 2007. Minä johtajana. Itsetuntemuksesta toimivaan johtajuuteen. Edita publishing Oy. Helsinki.

Kauhanen, J. Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Dark Oy. Vantaa.

Kortetjärvi-Nurmi, S. Kuronen, M. Ollikainen, M. 2008. Yrityksen viestintä. Edita Prima Oy. Helsinki

Kotler, P. Armstrong, G. Harris, L. & Piercy, N. 2017. Principles of Marketing: 7th European Edition. Pearson Education, Inc. Edinburgh.

Lohtaja, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2007. Tehoa työelämän viestintään: Puhu kuulijalle, kirjoita lukijalle. WS Bookwell Oy. Juva.

Red Bull Contentpool. Competition Breakdown. Luettavissa:

<https://www.redbullcontentpool.com/redbullcrashedice/AP-1X1Q689SN2112>

Luettu: 18.9.2018

Red Bull Crashed Ice 2017. Ice Cross Downhill World Championship. Athletes' Rulebook

2018. Luettavissa: [http://www.productionsircus.com/pdf/Rule-](http://www.productionsircus.com/pdf/Rule-book_RBCI_2017_18_WorldChamp.pdf)

[book_RBCI_2017_18_WorldChamp.pdf](http://www.productionsircus.com/pdf/Rule-book_RBCI_2017_18_WorldChamp.pdf) Luettu: 21.9.2018

Red Bull Crashed Ice 2018. Mikä on Red Bull Crashed Ice. Luettavissa: [https://www.red-](https://www.red-bull.com/fi-fi/mika-on-red-bull-crashed-ice)

[bull.com/fi-fi/mika-on-red-bull-crashed-ice](https://www.red-bull.com/fi-fi/mika-on-red-bull-crashed-ice) Luettu: 18.9.2018

Red Bull Crashed Ice 2018. Kiertue laajenee Aasiaan. Luettavissa:

http://crashedice.redbull.com/fi_FI/article/red-bull-crashed-ice-kiertue-laajenee-aasiaan

Luettu: 11.10.2018

Robinson, L. Chelladurai, P. Bodet, G. & Downward, P. 2012. Routledge handbook of sport management. Routledge. Oxon.

Robinson, L. & Palmer, D. 2011. Managing voluntary sport organisations. Routledge. Oxon.

Somerkivi, P. 2011. Johtajana järjestössä. Pirjo Somervuori. Helsinki.

Suomen alamäkiluisteluliitto. Info. Luettavissa: <http://www.fsxa.fi/info/> Luettu: 4.9.2018

Supovitz, F. & Goldwater, R. 2014. The sport event: Management and marketing playbook. John Wiley & Sons, Inc. New Jersey.

Valanko, E. 2009. Sponsorointi: Yhteistyökumppanuus strategisena voimana. Talentum Media Oy. helsinki.

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma Oy. Helsinki

Vuokko, P. 2010. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. WSOYpro Oy. Helsinki.

Whiting, R. 7.9.2018. Executive board. ATSX. Haastattelu.

Liitteet

Liite 1. Suomen alamäkiluisteluliiton toimintasuunnitelma



ESIPUHE

Suomen alamäkiluisteluliitto ry (FSXA – Finnish Skate Cross Association) toimii Suomessa alamäkiluistelun kattojärjestönä. Se on perustettu vuonna 2015 ja on kansainvälisen lajiliiton (ATSX – All Terrain Skate Cross Federation) jäsen. Suomen alamäkiluisteluliitto pyrkii jatkuvasti kehittämään lajitoimintaa Suomessa ja kasvattaa lajin tunnettua sekä harrastajamäärää. Laji on kasvanut viimeisten vuosien aikana huomattavasti ja tavoitteena on ylläpitää kasvua jatkossakin.

Kehittymisen kannalta on tärkeää suunnitella toimintaa ja asettaa tavoitteita. Tämän johdosta Suomen alamäkiluisteluliitolle tehtiin ensimmäinen toimintasuunnitelma. Tämä toimintasuunnitelma on Mirko Lahden opinnäytetyön toimeksianto alamäkiluisteluliitolta ja samalla liiton ensimmäinen ja virallinen toimintasuunnitelma. Liitto pyrkii tämän työn avulla saavuttamaan jatkossa selkeämpää linjaa toiminnalle ja tekemään toiminnasta tarkempaa.

Tällä hetkellä laji on murrosvaiheessa. Kansainvälisen liiton toimintaa pusketaan eteenpäin kovaa vauhtia ja ensikaudella lasketaan myös uutta sarjaa. Kilpailupäivämääriä ei ole kirjattu tähän toimintasuunnitelmaan, koska kansainvälisen liiton tapahtumakalenteri on edelleen varmistamaton.

Syksyn aikana tehdään myös tukihakemus, joka lähetetään opetus- ja kulttuuriministeriölle. Talousarviota ei sen vuoksi kirjata tähän toimintasuunnitelmaan vaan se selviää vasta sen jälkeen, kun tukihakemuksesta on tullut päätös. Toimintasuunnitelma otetaan käyttöön 1.11.2018. Samaan aikaan otetaan käyttöön myös liiton ensimmäinen viestintäsuunnitelma. Suunnitelmat ovat voimassa vuoden kerrallaan ennen seuraavien suunnitelmien julkaisua 1.11.2019.

Mirko Lahti
Mäntsälä 16.8.2018



SUOMEN ALAMÄKILUISTELULIITTO RY

VISIO, MISSIO JA ARVOT

VISIO

Kiinnostavin talviurheilulaji Suomessa

MISSIO

Alamäkiluistelun kasvattaminen ja kehittäminen

ARVOT

Yhteisöllisyys, kansainvälisyys, turvallisuus



SUOMEN ALAMÄKILUISTELULIITTO RY

Suomen alamäkiluisteluliiton visio on olla kiinnostavin talviurheilulaji Suomessa. Alamäkiluistelutapahtumat keräävät paljon yleisöä niin paikan päällä, kuin myös televisiossa. Uudet lajit lisäävät kiinnostavuuttaan ja liitto haluaa alamäkiluistelun olevan tulevaisuudessa kiinnostavin talviurheilulaji Suomessa.

Liiton tärkein tehtävä on kehittää alamäkiluistelutoimintaa Suomessa. Liiton missio onkin alamäkiluistelun kasvattaminen ja kehittäminen. Uusia harrastajia halutaan saada jatkuvasti lisää lajin pariin ja mukaan kilpailuihin. Suomalaisen hyvää menestystä lajin parissa pyritään tukemaan myös liiton toimesta tulevaisuudessa enemmän. Kansainvälinen menestyminen lisää myös lajin kiinnostavuutta ja voi olla monelle syy tulla kokeilemaan lajia.

Arvot, jotka ohjaavat Suomen alamäkiluisteluliiton toimintaa ovat yhteisöllisyys, kansainvälisyys ja turvallisuus. Lajin harrastajien määrä on Suomessa kohtuullisen pieni, joten on tärkeää, että kaikki sitoutuvat toimintaan ja yhteisöllisyys on toimivaa. Yhteisöllisyys on myös kansainvälistä. Luistelijat ovat keskenään hyvissä väleissä ja eri maiden toimijat tulevat hyvin toimeen keskenään mikä on erityisen tärkeää tulevaisuuden kannalta. Myös turvallisuus on tärkeä osa liiton toimintaa ja siihen halutaan kiinnittää aina huomiota. Turvallisuus tulee ottaa huomioon kaikissa tapahtumissa, sekä ratojen ylläpidossa ja huoltamisessa. Turvalliset puitteet tuovat parhaimmillaan myös uusia aktiivisia luistelijoita lajin pariin.



LIITON HENKILÖSTÖ JA TYÖTEHTÄVÄT

Alla olevasta taulukosta ilmenevät Suomen alamäkiluisteluliiton hallituksen jäsenet, sekä jäsenten työtehtävät.

Arttu Pihlainen Hallituksen puheenjohtaja Liiton toiminnan johtaminen, yhteistyösopimukset, tapahtuma- ja kilpailupäätökset, kansainväliset suhteet ja viestintä
Max Kolu Hallituksen varapuheenjohtaja Yhteistyökumppaneiden koordinointi, kansainväliset suhteet ja viestintä, talous
Petri Virta Hallituksen jäsen Media ja viestintä
Samuel Sjöman Hallituksen jäsen Tapahtumat ja promootio



TAVOITTEET JA TOIMENPITEET 2018-2019

Suomen alamäkiluisteluliiton päätavoitteita 2018-2019 ovat: Näkyvyyden lisääminen lajille ja liitolle, aktiivisten harrastajien määrän kasvattaminen sekä nuorten ja naisten innostaminen lajin pariin. Liiton visio, missio ja arvot ovat kaiken toiminnan taustalla ja ohjaavat kohti tavoitteita ja toimenpiteitä.

TAVOITE

Näkyvyyden lisääminen lajille ja liitolle



FSXA
FINNISH SKATE CROSS ASSOCIATION

TOIMENPITEET

Viestintäsuunnitelma oli tärkeä askel eteenpäin Suomen alamäkiluisteluliiton toimintaa. Viestintä on keskeinen keino tukea näkyvyyden lisäämistä ja suunnitelman avulla sitä pystytään tekemään johdonmukaisesti. Viestinnälliset tavoitteet ja toimenpiteet on määritelty tarkemmin viestintäsuunnitelmassa.

Näkyvyyden lisäämiseksi tehtäviä toimenpiteitä ovat myös kaikki tapahtumat ja tilaisuudet. Niiden lisäksi luistelijoiden tekemää viestintää korostetaan ja tuodaan esille myös liiton toimista.

Syksyllä tärkein näkyvyyttä lisäävä tapahtuma on GoExpo Winter messut, jossa liitto on esittelemässä omaa toimintaansa ja lajia. Messuilla pyritään houkuttelemaan uusia harrastajia lajin pariin ja ihmisiä kokeilemaan lajia.

SUOMEN ALAMÄKILUISTELULIITTO RY

TAVOITE

Aktiivisten harrastajien määrän kasvattaminen



FSXA
FINNISH SKATE CROSS ASSOCIATION

TOIMENPITEET

Jotta kilpailuihin saadaan lisää osallistujia ja harrastajamäärää kasvatettua, tärkeimpiä toimenpiteitä ovat lajikokeilut ja tapahtumien isompi mainostaminen. Viime vuonna järjestetty lajikokeilu nuorille jääkiekkoilijoille herätti paljon mielenkiintoa ja ensi talvella lajikokeiluja järjestetään lisää tasajajalla sekä radoilla.

Ensi talvena varmistetaan, että kaikilla Suomen radoilla on mahdollisuuksia päästä kokeilemaan sekä harjoittelemaan lajia. Tämän edellytyksenä on, että ratoja pidetään hyvässä kunnossa ja radoilla on mahdollisuus laskea koko talven ajan. Liitto on yhteydessä radan huoltajiin ja ylläpitäjiin säännöllisesti. Myös tiedotusta kasvatetaan siitä, miten ja missä lajia pääsee kokeilemaan, koska tästä asiasta tulee liitolle eniten kysymyksiä.

Kesällä 2019 järjestetään pumtrack tour, jonka avulla pyritään saamaan uusia harrastajia lajin pariin. Sen lisäksi sillä aktivoidaan lajin parissa olevien kesäharjoittelua ja lisätään harrastajien välistä yhteisöllisyyttä.

SUOMEN ALAMÄKILUISTELULIITTO RY

TAVOITE

Nuorten ja naisten innostaminen lajin pariin



FSXA
FINNISH SKATE CROSS ASSOCIATION

TOIMENPITEET

Alamäkiluistelun tulevaisuutta ajatellen on tärkeää saada lajin pariin lisää naisluistelijointa, sekä uutta sukupolvea. Muutaman viime kauden aikana olemme huomanneet, että naisten sarja on kasvattanut suosiotaan huomasti ja myös nuoria luistelijointa tulee jatkuvasti lisää.

Tärkein toimenpide nuorten ja naisten saamiseen lajin pariin on järjestää heille kilpailusarjoja. Ensitalvena kaikissa Suomen kansallisissa kilpailuissa on sarja nuorille ja naisille. Viime vuonna ensimmäisen kerran SM-kisoissa järjestetty nuorten sarja toi todella paljon uusia luistelijointa lajin pariin ja ensi talvena pyrimme kasvattamaan nuorten ja naisten sarjan osallistujamäärää puolella.

Jyväskylässä ja Rautalammilla on järjestetty alamäkiluistelukoulua nuorille luistelijointeille ja ensi talvena liitto avustaa toimintaa lisäämällä viestintää asiasta sekä sopimalla tarkemmin toiminnasta ohjaajien kanssa.

Liitto on yhteydessä myös jääkiekko- ja ringetteseuroihin. Heidän kanssaan tehdään yhteistyössä taitoratoja tasajälle, jonka avulla innostetaan urheilijoita kokeilemaan lajia.

KOKOUKSET

Yhdistyksen vuosikokous pidetään huhtikuussa ja samaan aikaan hallituksen kokous. Lisäksi hallitus kokoontuu syksyllä sekä tarpeen mukaan useammin.

SISÄLTÖ

Syksyn kokouksessa käydään kansainvälinen kilpailukalenteri läpi ja päätetään Suomen kilpailuiden päivämäärät sekä linjataan tulevan vuoden tärkeimmät tapahtumat. Samalla hyväksytään tulevan toimintavuoden toiminta- ja viestintäsuunnitelma.

Kevään kokouksessa tarkistetaan vuoden tulot ja menot sekä käydään kaikki kilpailukauden asiat läpi. Kaudesta tehdään yhteenveto, jonka avulla pystytään suunnittelemaan muutoksia seuraavalle kaudelle. Kevään kokouksessa suunnitellaan myös kesäkauden leiri- ja harjoitustapahtumia tarkemmin. Yhteistyösopimukset käydään läpi ja mietitään mahdollisia uusia yhteistyökumppaneita.



LISENSSIT JA KILPAILUMAKSUT

Suomen alamäkiluisteluliiton lisenssimaksu kaudelle 2018-2019 on 20 euroa. Lisenssimaksu kattaa kilpailuoikeuden Suomessa järjestettäviin kilpailuihin. Se on pakollinen kaikille luistelijointeille, jotka haluavat osallistua SM-kilpailuihin. Lisenssimaksun ohjeistus löytyy liiton nettisivuilta fsxa.fi. Kilpailumaksut määrittää jokainen kilpailunjärjestäjä erikseen ja kilpailijat suorittavat maksut heille.

FSXA
FINNISH SKATE CROSS ASSOCIATION

SUOMEN ALAMÄKILUISTELULIITTO RY

SÄÄNNÖT

Suomen Alamäkiluisteluliitto noudattaa kansainvälisen liiton kaudelle 2018/2019 luomaa sääntökirjaa. Kaikki Suomessa järjestettävät kilpailut ovat Suomen alamäkiluisteluliiton alaisuudessa. Tämän johdosta kaikissa kilpailuissa noudatetaan kansainvälistä sääntökirjaa. Erityistapauksissa kilpailunjärjestäjä ja Suomen alamäkiluisteluliitto voivat yhteisymmärryksessä muuttaa tiettyjä sääntöjä.

Suomen Alamäkiluisteluliitto antaa kaikille kilpailunjärjestäjille valmiit pohjat aikalaskuja ja kilpailuja varten. Tiedostot pystyy lataamaan Suomen Alamäkiluisteluliiton nettisivuilta. Sinne julkaistaan myös kansainvälisen liiton sääntökirja, jolloin säännöt löytyvät helposti.

YHTEISTYÖKUMPPANIT JA TALOUS

Yhteistyökumppanit avustavat Suomen alamäkiluisteluliittoa taloudellisesti tai rakenteita ja tuotteita antamalla. Yhteistyökumppanit saavat näkyvyyttä tapahtumissa mainosten avulla sekä tietyissä tapauksissa luistelijoiden kilpailuasuissa. Ensikaudella liiton pääyhteistyökumppaneina toimii Superpark ja Red Bull. Keväällä 2019 liitto hakee uusia yhteistyökumppaneita ja tavoitteena on saada vähintään kaksi uutta yhteistyökumppania kaudelle 2019/2020.

Opetus- ja kulttuuriministeriöltä haetaan tukea marraskuussa 2018. Sen vuoksi tässä toimintasuunnitelmassa ei ole kirjattu ensikauden talousarviota. Tuen avulla liitto antaisi tukea Suomen parhaille luistelijaille, henkilökunnalle maksettaisiin palkkioita työstä ja tapahtumiin pystyttäisiin panostamaan rahallisesti paremmin.



SUOMEN ALAMÄKILUISTELULIITTO RY

KILPAILUT JA TAPAHTUMAT 2018-2019

MM-osakilpailut 2018-2019

Red Bull Crashed Ice Yokohama	7-8.12.2018
Red Bull Crashed Ice Jyväskylä	1-2.2.2019
Red Bull Crashed Ice Boston	8-9.2019



Kaudella 2018/2019 kilpaillaan kolme Red Bull Crashed Ice- osakilpailua. Jokaisen Crashed Ice- osakilpailun aikana tuotetaan Jään Pinnalla dokumentisarjaa YLE:lle. Siinä seurataan päätapahtumien kulussien takana Suomalaisten luistelijoiden toimintaa. Dokumentisarjan avulla laji saa Suomessa laajaa näkyvyyttä ja katsojat pääsevät seuraamaan lajia sen kautta tarkemmin.

Suomen osakilpailut 2018-2019

Riders Cup Rautalampi	19-20.1.2019
Red Bull Crashed Ice Jyväskylä	1-2.2.2019
Suomen Cup Rautalampi	Helmikuu
SM – kisat Jyväskylä	Maaliskuu

Kaudella 2018/2019 Suomessa kilpaillaan kansainvälisten kilpailuiden lisäksi kaksi kansallista kilpailua. Kansainvälisistä kilpailuista Suomen alamäkiluisteluliitto on mukana järjestämässä Riders Cup osakilpailua Rautalammissa. Red Bull Crashed Ice- osakilpailun järjestämisestä vastaavat kansainvälinen liitto, sekä Red Bull. SM-kisat järjestetään Jyväskylässä ja Suomen Cup- osakilpailu Rautalammissa. Liiton lisäksi kilpailuja on järjestämässä Liikunnan Riemu, sekä Rautalammin Urheilijoiden alamäkiluistelujaosto. Päivämäärät varmistuvat, kun kansainvälinen kilpailukalenteri on varmistunut.



SUOMEN ALAMÄKILUISTELULIITTO RY

Tapahtumat 2018-2019

GoExpo Winter 2-4.11.2018
 Syksyn treenipäivä 10.11.2018

(Kauden 2018/2019 kilpailut)

Lajikokeilut Helmi-maaliskuu

*Pääkaupunkiseutu
 Jyväskylä
 Rautalampi*

Offseason start Kevät 2019

Pumptrack tour Kesä 2019

*Tikkakoski
 Joutsa
 Kalajoki*

Syksyn treenipäivä 09.11.2019



Syksyllä 2018 Suomen alamäkiliusteluliitto on mukana GoExpo Winter messuilla, jonka jälkeen seuraavana viikonloppuna järjestetään syksyn treenipäivä. Treenipäivä kokoaa yhteen lajin harrastajat Suomessa. Vuodenvaihteen jälkeen liitto keskittyy Suomen kilpailuiden järjestämiseen yhdessä muiden kilpailunjärjestäjien kanssa. Myös lajikokeilujen organisointi ja toteuttaminen päätetään yhdessä niiden vetäjien kanssa. Kilpailukauden jälkeen keväällä ja kesällä järjestetään liiton harjoitustapahtumia. Niiden avulla tavoitellaan myös uusia harrastajia lajin pariin.



SUOMEN ALAMÄKILUISTELULIIITTO RY

VUOSIKELLO



SUOMEN ALAMÄKILUISTELULIIITTO RY