

Elina Sipilä

# **Tapahtuman laadun varmistaminen tuottajalle luodun oppaan avulla**

Manuaali Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen

Opinnäytetyö

Syksy 2019

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Kulttuurituottaja (AMK)

**SeAMK** 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Kulttuurituottaja (AMK)

Suuntautumisvaihtoehto: Tapahtumatuotanto

Tekijä: Elina Sipilä

Työn nimi: Tapahtuman laadun varmistaminen tuottajalle luodun oppaan avulla –  
Manuaali Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen

Ohjaaja: Satu Lautamäki

Vuosi: 2019

Sivumäärä: 47

Liitteiden lukumäärä: 1

---

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli laatia Manuaali Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen, opaskirja tapahtuman tuottajan avuksi. Kesää Kauppakadulla on Lapuan kaupungin kulttuuripalveluiden joka kesä tuottama tapahtumasarja, joka tarjoaa koko perheelle sopivaa ohjelmaa kaikille kaupunkilaisille. Tapahtumamanuaali laadittiin, jotta Kesää Kauppakadulla -tapahtumaan liittyvä perustieto ja ohjeet tapahtuman järjestämiseen olisivat koottuna yhteen ja jotta olisi olemassa työkalu tämän tiedon siirtämiseen uusille tuottajille.

Opinnäytetyön teoreettisen viitekehyksen muodostaa tapahtuman laatu ja sen arviointi. Onnistuneen tapahtuman elementtejä käsitellään strategisten ja operatiivisten kysymysten avulla, mikä mahdollistaa kutakuinkin kaikkien tapahtuman tuotantoprosessin vaiheiden läpikäynnin. Työssä pohditaan myös tapahtuman laadun muodostumista ja sen mittaamiseen käytettäviä menetelmiä. Tuottajan avuksi laaditun tapahtumamanuaalin todetaan olevan eräs keino tapahtuman laadun varmistamiseen.

Manuaalin Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen tausta-aineistona käytettiin opinnäytetyön toimeksiantajana toimineen Lapuan kaupungin kulttuuripalveluiden edustajien haastattelua. Haastattelun perusteella päätettiin manuaalin otsikot ja sisällön rajaus. Tapahtumamanuaalin kirjoitusprosessissa hyödynnettiin myös viimeisintä Kesää Kauppakadulla -tuotantoa ja sen aikana syntynyttä aineistoa.

Manuaali Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen laadittiin tapahtuman onnistumisen varmistamiseksi ja lopulta myös sen laadun parantamiseksi. Manuaaliin kootut pohjatiedot varmistavat tapahtuman peruslaadun ja että tapahtuman tärkeimmät elementit tulee huomioida tuotannossa. Manuaali toimii tapahtumasuunnitelman pohjana, jolloin tuottaja voi käyttää suunnittelussa säästyneen ajan yksityiskohtien viimeistelyyn ja tapahtuman kehittämiseen.

Avainsanat: tapahtumamanuaali, opas, tapahtumatuotanto, laatu, laadunarviointi

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## Thesis abstract

Faculty: SeAMK School of Business and Culture

Degree programme: Cultural Management

Specialisation: Event Management

Author/s: Elina Sipilä

Title of thesis: Ensuring the quality of an event with a guide for the producer – A manual for the production of the Kesää Kauppakadulla event

Supervisor(s): Satu Lautamäki

Year: 2019

Number of pages: 47

Number of appendices: 1

---

The aim of this thesis was to write a guide to help the producer of the Kesää Kauppakadulla event. The end result was a written manual. Kesää Kauppakadulla is a family-friendly event arranged by the Cultural Services of the City of Lapua every summer. The event manual was written to put together all the basic information about the Kesää Kauppakadulla event and its production, and to transfer that information to new producers.

The theoretical framework of the thesis consists of the quality of an event and its assessment. The elements of a successful event are considered through strategic and operative questions, which makes it possible to cover almost every stage of an event production. The thesis also reflects the factors behind a successful event and the methods used when measuring them. A guide written to help the producer is found to be a tool for ensuring the quality of the event.

The Cultural Services of the City of Lapua was the commissioner of this thesis, and their representatives' interview was used as background material for the event manual. The interview helped determine the titles of the manual and define its content. Moreover, the latest Kesää Kauppakadulla event production and the information collected during it was made use of in the writing process.

'A manual for the production of the Kesää Kauppakadulla event' was written to ensure the success of the event and, eventually, to improve its quality. The basic information compiled in the manual ensures the solid quality of the event and that the most important elements of the event are taken into account in its production. The event manual is the basis of an event plan, which leaves more time for the producer to polish the details and to improve the event.

Keywords: event manual, guide, event production, quality, quality assessment

## SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ .....	4
1 JOHDANTO.....	6
1.1 Opinnäytetyön toimeksianto .....	6
1.1.1 Lapuan kaupungin kulttuuripalvelut .....	6
1.1.2 Kesää Kauppakadulla -tapahtuma .....	8
1.2 Opinnäytetyön tavoitteet ja rakenne .....	9
2 ONNISTUNEEN TAPAHTUMAN ELEMENTIT .....	11
2.1 Strategiset kysymykset .....	11
2.1.1 Tapahtuman tavoite .....	11
2.1.2 Tapahtuman kohderyhmä .....	12
2.1.3 Tapahtuman lähtökohdat: tapahtuma-aika ja -paikka .....	14
2.2 Operatiiviset kysymykset.....	15
2.2.1 Tapahtumaprosessi: suunnittelu, toteutus ja jälkimarkkinointi .....	15
2.2.2 Tapahtuman ohjelmasisältö .....	17
2.2.3 Tapahtumaorganisaatio .....	19
2.2.4 Budjetointi .....	20
2.2.5 Markkinointiviestintä.....	23
2.2.6 Tapahtumaturvallisuus .....	25
3 TAPAHTUMAN LAADUN ARVIOINTI .....	26
3.1 Tapahtuman laadun määrittelemineen .....	26
3.2 Onnistumisen mittaamisen menetelmät.....	27
3.2.1 Palautteen kerääminen kyselyillä ja haastatteluilla.....	28
3.2.2 Auditointi ja mitattavat tunnusluvut .....	29
3.2.3 Tuottajan oma arvio tapahtuman onnistumisesta .....	29
3.3 Tapahtumamanuaali laadun varmistajana.....	30
4 MANUAALI KESÄÄ KAUPPAKADULLA -TAPAHTUMAN TUOTTAMISEEN .....	33
4.1 Haastattelu manuaalin tausta-aineistona.....	33

4.2 Tapahtumamanuaalin kirjoitusprosessi .....	35
4.3 Tapahtumamanuaalin sisältö ja rajaus .....	36
<b>5 PÄÄTÄNTÄ.....</b>	<b>39</b>
5.1 Tapahtumamanuaalin onnistuminen .....	40
5.2 Tapahtumamanuaalin kehityskohdat.....	41
5.3 Pohdinta.....	42
<b>LÄHTEET .....</b>	<b>44</b>
<b>LIITTEET .....</b>	<b>47</b>

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Opinnäytetyön toimeksianto

Lapuan kaupungin kulttuuripalvelut järjestää joka kesä kaikille lapualaisille tarkoitettuna kesätapahtuman Kesää Kauppakadulla. Tapahtuman tuottajana toimii kesätyöntekijä, jolle tapahtuma voi olla entuudestaan täysin tuntematon. Lapuan kaupungin kulttuuripalveluilla heräsikin tarve laatia käsikirja itsenäisen tuottajan ensisijaiseksi oppaaksi ja avuksi, jotta hän ymmärtäisi syvällisesti, mistä Kesää Kauppakadulla -tapahtumassa on todella kysymys. Ajatuksena oli laatia tapahtumamamuaali, joka sisältäisi tapahtuman perustietojen lisäksi muun muassa vinkkejä tuotannon aikatauluttamiseen, ohjelman suunnitteluun ja markkinointiin sekä valmiita pohjia suunnitelmille ja sopimuksille.

### 1.1.1 Lapuan kaupungin kulttuuripalvelut

Lain kuntien kulttuuritoiminnasta (166/2019) mukaan kunnan tehtävänä on järjestää kulttuuritoimintaa ja tämän tehtävän täyttämiseksi kunnan on muun muassa edistettävä kulttuurin yhdenvertaista saatavuutta sekä kulttuuria osana asukkaiden hyvinvointia ja paikallista ja alueellista elinvoimaa. Lapuan kaupungin kulttuurin peruspalveluista huolehtii kaupungin kulttuuripalvelut.

Lapulla on paljon aktiivista kulttuuritoimintaa. Suurin osa tästä toiminnasta keskittyy Kulttuurikeskus Vanhan Paukun alueelle. (Kulttuurikeskus Vanha Paukku a, [viitattu 21.10.2019].) Vanha Paukku on muutettu kulttuurikeskukseksi entisen Lapuan Patruunatehtaan vahoista tehdaskiinteistöistä 1990-luvun puolivälin jälkeen. Kulttuurikeskuksen alueella toimivat nykyään muun muassa Lapuan kaupunginkirjasto, musiikki- ja kansalaisopisto, teatteri, elokuvateatteri sekä eri alojen yrityksiä. Myös Lapuan kaupungin kulttuuripalveluilla on omat tilat Vanhassa Paukussa. (Kulttuurikeskus Vanha Paukku d, [viitattu 21.10.2019].)

Lapuan kaupungin kulttuuripalveluiden tehtävänä on edistää Lapuan kehittymistä monimuotoiseksi asuin ympäristöksi ja kiinnostavaksi vapaa-ajanviettopaikaksi.

Tämä tapahtuu muun muassa tarjoamalla kaupunkilaisille monipuolista museo- ja näyttelytoimintaa sekä erilaisia tapahtumia ja tilaisuuksia. (Kulttuurikeskus Vanha Paukku a, [viitattu 21.10.2019].) Kulttuuripalvelut työllistävät tapahtumien, museoiden ja matkailun pariin kokopäiväisesti kuusi ihmistä (Kulttuurikeskus Vanha Paukku e, [viitattu 21.10.2019]).

Lapuan kaupungin kulttuuripalveluiden piiriin kuuluvat kaupungin omistamat ja ylläpitämät museot ja näyttelytilat (Kulttuurikeskus Vanha Paukku a, [viitattu 21.10.2019]). Yksi näistä museoista on Vanhaan Paukkuun entisen Lapuan patruunatehtaan pintakäsittelylaitoksen tiloista kunnostettu Lapuan Taidemuseo. Loka-kuussa 2006 näyttelytoimintansa aloittanut Lapuan Taidemuseo esittelee laaja-alaisesti kuvataidetta kolme kertaa vuodessa vaihtuvissa näyttelyissään. Paikallisesti ja maakunnallisesti tärkeän kulttuuripalveluiden tuottajan Taidemuseosta tekee sen asema Alajärvellä sijaitsevan Nelimarkka-museon lisäksi ainoana Etelä-Pohjanmaan aluetaidemuseona. (Lapuan Taidemuseo, [viitattu 21.10.2019].)

Lapuan Taidemuseon lisäksi Vanhassa Paukussa sijaitsevat Lapuan Patruunatehtaan museo, Lapuanliikkeen museo ja Pyhälahden Valokuvaamomuseo sekä Patruunagallerian ja Pohjanmaan valokuvakeskuksen näyttelytilat. Lapuan Patruunatehtaan museo, Lapuanliikkeen museo ja Pyhälahden Valokuvaamomuseo muodostavat yhdessä Vanhan Paukun kulttuurihistoriallisten museoiden kokonaisuuden. (Kulttuurikeskus Vanha Paukku a, [viitattu 21.10.2019].) Patruunagalleria taas tarjoaa eri taiteenlajien vaihtuvia näyttelyitä ja Pohjanmaan valokuvakeskuksen näyttelytila esittelee pohjanmaalaista valokuvataidetta (Kulttuurikeskus Vanha Paukku c, [viitattu 21.10.2019]). Kaikkien edellä lueteltujen lisäksi Lapuan kaupungin kulttuuripalvelut tekee yhteistyötä Lapua-Seuran ja sen ylläpitämän Ränkimäen talomuseon kanssa (Kulttuurikeskus Vanha Paukku a, [viitattu 21.10.2019]).

Museo- ja näyttelytilojen lisäksi Lapuan kaupungin kulttuuripalvelut järjestää erilaisia tapahtumia ja tilaisuuksia, kuten konsertteja ja teatteriesityksiä kouluille ja päiväkoteihin. Yksi tärkeimmistä kulttuuripalveluiden tapahtumista on joka kesä järjestettävä Kesää Kauppakadulla. Kulttuuripalvelut toimii myös yhteistyökumppanina monissa kaupungin tapahtumissa. (Kulttuurikeskus Vanha Paukku a, [viitattu 21.10.2019].)

Lapuan kaupungin kulttuuripalvelut pitää huolen myös kaupungin matkailupalveluista, sillä Vanhan Paukun infopiste toimii muiden tehtäviensä lisäksi kaupungin matkailutoimistona. Kulttuurikeskus Vanhan Paukun alueella järjestetään ryhmille maksuttomia opastettuja kierroksia, joissa tutustutaan Vanhan Paukun museoihin, yrityksiin ja muihin palveluihin sekä alueen historiaan. (Kulttuurikeskus Vanha Paukku b, [viitattu 21.10.2019].)

### **1.1.2 Kesää Kauppakadulla -tapahtuma**

Kesää Kauppakadulla on Lapuan kaupungin kulttuuripalveluiden vuodesta 2013 alkaen järjestämä kesätapahtuma. Kesää Kauppakadulla järjestetään viitenä kesäheinäkuun tiistai-iltana klo 18–20. Tapahtumapaikkana toimii Pyhälahden aukio Kauppakadun varrella, Lapuan keskustassa. Tapahtuman ohjelma on suunniteltu sopimaan koko perheelle ja tapahtumaan on vapaa pääsy. (Lehto 2018.)

Kesää Kauppakadulla -tapahtuman edeltäjänä toimi Kulttuurikeskus Vanhassa Paukussa järjestetty Kesää Vanhassa Paukussa -tapahtuma, mutta kesäksi 2013 se haluttiin siirtää lähemmäs keskustaa. Siirron taustalla olikin halu elävöittää Lapuan keskustaa ja tarjota lisää tapahtumia kaikenikäisille lapualaisille sekä turisteille. Siirron myötä myös tapahtuman nimi vaihtui. Aluksi tapahtuma järjestettiin kuutena tiistai-iltana klo 19–21, mutta vuodesta 2016 iltoja on ollut enää viisi ja tapahtuma-aika aikaistui tunnilla. (Lehto 2018.)

Kesää Kauppakadulla -tapahtuman ohjelmassa on monipuolista, koko perheelle sopivaa kesäistä tekemistä ja kokemista. Tapahtumapaikkana toimivan Pyhälahden aukion lavalla on tähän mennessä esiintynyt muun muassa kuoroja, soitinyhtyeitä, taikuri ja teatteriryhmiä. Lisäksi aukiolla on nähty esimerkiksi muotinäytös, tanssia, keppihevostanssit ja tukkilaisnäytös. (Lehto 2018.) Kesää Kauppakadulla -tapahtuman ohjelman suunnittelussa on oleellista, että joka kesä tapahtuu jotain uutta, vaikka musiikki yhdistääkin jokaista tapahtumailtaa. Myös yhteistyö lapualaisten yritysten, yhteisöjen ja kylien kanssa on tärkeää. (Mäki-Oversteyns 2019.)



Kesää Kauppakadulla -tapahtuman halutaan tarjoavan kaikenikäisille sopivaa, niin lapualaisia, turisteja kuin kesäasukkaitakin viihdyttävää ohjelmaa. Tapahtuman kohderyhmä on siis laaja, mutta eniten tapahtumassa voidaan sanoa käyvän kaupungin senioriväestöä sekä lapsiperheitä. (Mäki-Oversteyns 2019.) Kesää Kauppakadulla onkin lapualaisten keskuudessa suosittu tapahtuma. Parhaimmillaan tapahtumavie-raita on ollut paikalla Pyhälahden aukiolla arviolta 400 henkilöä, huonoimpana iltana taas vain kymmenen. Keskimääräinen kävijämäärä yhtenä tapahtumailtana on kuitenkin 150–200 henkeä. Eniten kävijämäärään vaikuttaa kesän vaihteleva sää: jos sataa vettä, osallistujamäärä jää pieneksi. (Lehto 2018.)

Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuotannosta vastaa Lapuan kaupungin kulttuuripalvelut ja tapahtumaa varten palkattu oma tuottaja. Lapuan kaupungin kulttuuripalveluiden henkilöstöstä mukana ovat tuottajan lisäksi kulttuuripäällikkö Susanna Mäki-Oversteyns sekä myyntisihteeri Ruut Lehto. Kulttuuripäällikkö ja myyntisihteeri toimivat tuottajan apuna ja tapahtuman vastaavina tuottajina hallitessaan tapahtumabudjettia. Mäki-Oversteyns ja Lehto myös valmistelevat tuotantoa talven aikana, kunnes kesäksi palkattava tuottaja jatkaa tapahtuman järjestelyjä alkukevästä alkaen. (Mäki-Oversteyns 2019.)

## 1.2 Opinnäytetyön tavoitteet ja rakenne

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on pohtia ja arvioida tapahtumaoppaan roolia tapahtuman laadun varmistamisessa. Työn toiminnallisen osion tavoitteena on laatia Manuaali Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen (jatkossa myös tapahtumamanuaali tai manuaali). Tapahtumamanuaaliin halutaan koota Kesää Kauppakadulla -tapahtumaa koskevat perustiedot, jotta mitään ei unohtuisi. Samat ihmiset eivät välttämättä aina ole tekemässä tapahtumaa, mutta tapahtuman hengen ja perusidean halutaan silti säilyvän kesästä toiseen. Manuaali Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen luodaan tukemaan tulevien kesien tapahtumien onnistumista ja lopulta myös tapahtumasarjan laadun parantamista.

Työn teoreettisessa osuudessa tarkastellaan tapahtumien laatua ja laadun mittaamista. Tapahtuman onnistuminen voidaankin määrittää monella tavalla. Esimerkiksi Vallo ja Häyrinen (2016, 121) määrittelevät onnistuneen tapahtuman strategisten ja

operatiivisten kysymysten kautta. Toiset taas arvioivat tapahtuman onnistumista sen mukaan, sisältääkö se kaikki elementit, jotka he itse vaativat onnistuneelta tapahtumalta, esimerkiksi tietyn määrän kävijöitä tai sujuvan ohjelman. Toisinaan onnistuneesta tapahtumasta riittää kertomaan se, että ihmisillä on ollut hauskaa.

Tapahtuman laadun arviointiin on mittareita ja mittaustapoja, mutta ne vaihtelevat tuottajan, tapahtuman ja tapahtuman tavoitteen mukaan. Mitään yksiselitteistä, kaikkiin tapahtumiin sovellettavaa mittaristoa ei ole. Kaikkia tapahtumia kuitenkin yhdistää se, että tuottaja haluaa sen onnistuvan. Tässä opinnäytetyössä keskitytään yhteen tapahtuman onnistumista edistävään työkaluun, sen tuotantoa varten laadittuun ohjeistukseen.

Tämä opinnäytetyö jatkuu toimeksiannon ja työn tavoitteiden esittelyn jälkeen onnistuneen tapahtuman elementtien käsittelyllä. Onnistunutta tapahtumaa tarkastellaan Vallon ja Häyrisen (2016, 121) määrittelemien strategisten ja operatiivisten kysymysten avulla. Tämän jälkeen pohditaan tapahtuman laatua ja miten tapahtuman onnistumista voidaan mitata. Opinnäytetyön neljännessä luvussa käsitellään työn tuloksena syntyneen Manuaalin Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen laadintaprosessi: tausta-aineistoksi toteutettu toimeksiantajan haastattelu, kirjoitusprosessi sekä manuaalin sisältö ja rajaus. Työ päättyy tapahtumamanuaalin arviointiin ja pohdintaan.

## 2 ONNISTUNEEN TAPAHTUMAN ELEMENTIT

Tässä opinnäytetyön luvussa käydään läpi onnistuneen tapahtuman elementtejä. Onnistuneessa tapahtumassa on Vallon ja Häyrisen (2016, 121) mukaan kohdallaan sekä tunne että sisältö. Onnistuneessa tapahtumassa on siis onnistunut ohjelma, mutta tapahtumavieraat myös nauttivat tapahtuman tunnelmasta. Tässä luvussa käsitellään Vallon ja Häyrisen (2016, 121) määrittelemiä strategisia ja operatiivisia kysymyksiä, joihin vastaaminen tapahtuman suunnitteluvaiheessa vie tuottajaa lähemmäs sekä onnistuneen tapahtumasisällön että tavoitellun tunnelman saavuttamista.

### 2.1 Strategiset kysymykset

Vallon ja Häyrisen (2016, 121) tapahtumaan liittyvät strategiset kysymykset kehoittavat tuottajaa pohtimaan tapahtuman tavoitetta ja viestiä eli miksi tapahtuma järjestetään, sen kohderyhmää sekä lähtökohtia. Strategisiin kysymyksiin vastaamalla selviää usein tapahtuman idea ja/tai teema. (Vallo & Häyrinen 2016, 121–123.)

#### 2.1.1 Tapahtuman tavoite

Vallon ja Häyrisen (2016, 121–122) mukaan onnistuneella tapahtumalla on tavoite ja syy, miksi se järjestetään. Tapahtumaorganisaation tulee miettiä, mitä se haluaa tapahtumallaan osallistujille viestiä ja mitä tapahtumalla halutaan saavuttaa. Tämä tavoite on myös pidettävä tiukasti mielessä koko suunnitteluprosessin ajan. (Momentum 2017; Vallo & Häyrinen 2016, 121–122). Myös Catani (2017, 19) mainitsee onnistuneen tapahtuman elementiksi tavoitteellisuuden. Tapahtumalla ei välttämättä tarvitse olla liiketoiminnallisia tavoitteita, mutta ihmisten paikalle kutsumiseen tulee olla syy. Syyksi riittää kuitenkin esimerkiksi hauskanpito. (Catani 2017, 19.)

Usein tapahtuman suunnittelu aloitetaan toteutuksen ideoinnista. Aluksi mietitään tapahtumapaikkaa ja ohjelmaa, vaikka hyvän tapahtuman suunnittelu alkaa aina ta-

voitteesta. (Ruostetsaari 2016, 24.) Jos tavoitetta ei ole mietitty ja tapahtuma järjestetään vain tavan takia tai koska joku muukin järjestää, on lopputuloksena usein hyvin epämääräinen tilaisuus (Vallo & Häyrinen 2016, 132–133).

Tapahtuman tavoitteet voidaan jakaa esimerkiksi laadullisiin ja määrällisiin. Laadullisia tavoitteita voivat olla asiakaskokemukseen ja vuorovaikutuksen laatuun liittyvät tavoitteet. Näitä mitataan esimerkiksi kysymällä asiakkailta palautetta tapahtumasta ja tarkkailemalla keskusteluita sosiaalisessa mediassa. Tapahtuman määrälliset tavoitteet liittyvät usein osallistujamääriin: kuinka paljon yleisöä tapahtumassa oli tai kuinka paljon kävijöitä sen nettisivuilla. (Ruostetsaari 2016, 24–25.)

Tapahtumaa, jolla ei ole tavoitetta, ei kannata järjestää. Tapahtumalla on kuitenkin kaksi osapuolta: järjestäjän lisäksi myös yleisöllä on tavoitteita tapahtuman suhteen. Osallistujan tavoitteita voivat olla uusien ihmisten tapaaminen, hyvästä musiikista nauttiminen tai uuden kokeminen. Parhaassa tapauksessa sekä järjestäjän että osallistujan tavoitteet kohtaavat. Vaikka tavoitteet eivät olisi identtisiä, voivat ne täydentää toisiaan ja tapahtuma onnistua. Esimerkiksi elokuvan ensi-illan järjestäjä haluaa tapahtumaansa katsojia ja osallistuja taas nähdä elokuvan, jolloin tapahtumajärjestäjän ja osallistujan tavoitteet täydentävät toisiaan. (Hollmén 2019; Ruostetsaari 2016, 28.)

Tavoitteen lisäksi tapahtumaorganisaation tulisi pohtia, minkä viestin se haluaa tapahtumalla tai tapahtumassa välittää. Tapahtuman välittämä viesti, kertoi se sitten ekologisuudesta, laadukkuudesta tai yhteisöllisyydestä, kuvaa järjestävää tahoja paljon. Viesti on helpompi välittää, kun se on selvitetty oman organisaation lisäksi myös muille tapahtuman järjestelyihin osallistuville tahoille ja yhteistyökumppaneille. (Vallo & Häyrinen 2016, 140–142.)

### **2.1.2 Tapahtuman kohderyhmä**

Tapahtuman kohderyhmä eli kenelle tapahtuma tehdään, vaikuttaa tapahtuman suunnitteluun huomattavasti. Tuottajan on tunnettava tapahtuman kohderyhmä osatakseen suunnitella juuri heitä kiinnostavan ja juuri heidän näköisensä ja kokoisensa

tapahtuman. (Vallo & Häyrinen 2016, 145.) Tapahtumayleisö tulee kuitenkin paikalle, koska haluaa saada sieltä jotain ja tähän tarpeeseen on myös vastattava: tapahtuman tulee tarjota osallistujalle jotain, mistä hän hyötyy. (Ruostetsaari 2016, 27.) On oleellista muistaa, että tuottaja toteuttaa tapahtumaa aina ennalta määritellylle kohderyhmälle, ei itselleen. Yhtä tärkeää on myös tuottaa jokainen tapahtuma yhtä laadukkaasti ja kohderyhmä huomioiden. (Vallo & Häyrinen 2016, 148.)

Ennen tapahtuman suunnittelua, tulee tuottajan selvittää kohderyhmästään mahdollisimman paljon tietoja ja pohtia, mitä yleisö odottaa tapahtumalta ja miten se suhtautuu tapahtuman tavoitteeseen tai viestiin. Tarkemman kuvailun helpottamiseksi kohderyhmän voi jakaa alaryhmiin, joista kaikki eivät ehkä lopulta kuulukaan tuotettavan tapahtuman kohderyhmään. Esimerkiksi yritystapahtumaan kutsuttavat asiakkaat voi jakaa kanta-asiakkaisiin ja uusiin asiakkaisiin, joista jälkimmäinen määrittellään tapahtuman tarkemmaksi kohderyhmäksi. (Van Der Straeten 2013, 19–20.)

Jotta tapahtuman tuottaja saisi selville, miten hänen tapahtumansa tavoittaisi ihmisiä ja houkuttelisi heitä paikalle, on hänen hyödyllistä profiloida tapahtumansa kohderyhmän edustajia. Profiilien laatimiseen käytettäviä tunnuspiirteitä voivat olla esimerkiksi ikä, sukupuoli, perhetilanne, ammatti, mielenkiinnonkohteet, ostotottumukset ja sosiaalisen median käyttötottumukset. Mitä tarkemmin tuottaja pystyy näiden tekijöiden avulla tapahtuman kohderyhmää kuvailemaan, sen parempi. (Van Der Straeten 2013, 22.)

Tapahtuman kohderyhmän ominaisuuksia ei tarvitse pelkästään arvailla. Kohderyhmän määrittämisen apuna voi käyttää saman tapahtuman aiempia osallistujia ja heiltä kerättyä palautetta. Hyvä palaute viestii, että sen jättäneet ovat olleet oikea yleisö tapahtumalle. Jos tapahtumaa ei ole aiemmin järjestetty tai sen kävijöistä ei ole tietoa, voi muista samanlaisista tapahtumista olla apua. Esimerkiksi kilpailevien tapahtumien nettisivut, viestintätyyli ja markkinointikanavat kertovat heidän kohderyhmästään. (Nielsen 2019.)

### 2.1.3 Tapahtuman lähtökohdat: tapahtuma-aika ja -paikka

Tapahtuman lähtökohdiksi luetaan Vallon ja Häyrisen (2016, 167) mukaan tapahtuma-aika ja -paikka sekä se, minkälaista tapahtumaa ollaan järjestämässä. Tapahtumapäivää päätettäessä kannattaa pohtia, onko tilaisuus järjestettävä jonain tietynä päivänä, kuten jonain juhlapäivänä. Toisaalta pitää huomioida myös juhlapaikan, pääesiintyjän sekä tapahtumajärjestäjän aikataulut. (Catani 2017, 42.) Yritystilaisuuksiin osallistuminen on varmempaa aamupäivisin työpäivinä, epävarminta se on maanantaiaamuisin ja perjantai-iltapäivisin. Vapaa-ajan tapahtumat taas kannattaa järjestää nimenomaan vapaa-aikana, eli iltaisina ja viikonloppuisin. (Vallo & Häyrinen 2016, 174–175.)

Samaan aikaan toteutettava toinen tapahtuma voi olla etu tai haitta: Jos samalla paikkakunnalla järjestetään samoihin aikoihin toinen tapahtuma, jolla on sama kohderyhmä, voivat tapahtumat turhaan viedä toisiltaan kävijöitä. Toisaalta taas tapahtumat voivat tukea toisiaan tuoden toisilleen lisäarvoa. (Catani 2017, 43.) Muita huomioitavia tai hyödynnettäviä päällekkäisyyksiä luovat koululaisten loma-ajat, hirvenmetsästyskaudet ja muut vastaavat, maanlaajuisesti ihmisten aikatauluihin vaikuttavat ajanjaksot (Vallo & Häyrinen 2016, 175).

Tapahtuman järjestämisaika voi olla mikä tahansa: oma tai vuokrattu, tapahtumatilaksi suunniteltu halli tai käyttöön muokattavissa oleva huone, tapahtumaa varten rakennettava pop-up tila, ulkotila tai virtuaalinen alusta. Tapahtumatilan valitseminen on tärkeää, sillä hyvä tila vahvistaa tapahtuman tunnelmaa ja parhaassa tapauksessa tukee tapahtuman tavoitteita. (Catani 2017, 45–47.) Paikkaa valitessa pitääkin ottaa huomioon tapahtuman luonne sekä osallistujat. Arvokas gaala vaatii tapahtumatilalta toisenlaisia asioita kuin rock-konsertti. (Vallo & Häyrinen 2016, 169.)

Hyvä tuottaja vierailee valitussa tapahtumatilassa hyvissä ajoin ja varmistaa, että se soveltuu juuri tuotannon alla olevan tapahtuman käyttöön. Huomiota on syytä kiinnittää muun muassa paikan sijaintiin, kulkuyhteyksiin, esteettömyyteen, kokoon, siisteyteen ja somistusmahdollisuuksiin. Tilasta tulisi löytyä tapahtuman tarpeisiin sopivaa tekniikkaa, äänentoistolaitteet, mahdollisuudet tarjoiluiden järjestämiseen,

naulakoita sekä wc-tilat. Tapahtumapaikalla ei ole välttämätöntä olla kaikkia tapahtuman vaatimia fasiliteetteja, mikäli niiden järjestäminen tapahtumaa varten muualta on mahdollista. (Vallo & Häyrinen 2016, 170.) Jos tapahtumaorganisaatio on pieni, helpottaa tapahtuman toteuttamista tila, jossa tapahtuman vaatimat ominaisuudet ovat jo valmiina. Tilan vuokra voi olla isompi, mutta aikaa ja vaivaa säästyy. (Catani 2017, 45–46.)

## **2.2 Operatiiviset kysymykset**

Vallon ja Häyrisen (2016, 125) operatiiviset kysymykset liittyvät tapahtuman toteuttamiseen. Tuottajan tulisi miettiä tapahtumaprosessia eli miten tapahtuma toteutetaan, tapahtuman ohjelmasisältöä sekä tapahtuman vastuuhenkilöitä (Vallo & Häyrinen 2016, 125–126). Catanin (2017, 19) mukaan onnistuneessa tapahtumassa on vieraita kiinnostavan sisällön lisäksi myös realistinen budjetti, ammattimaiset järjestelyt ja sen parissa tehdään selkeää viestintää. Lisäksi tapahtuman kannalta ehdottoman tärkeä elementti on turvallisuus.

### **2.2.1 Tapahtumaprosessi: suunnittelu, toteutus ja jälkimarkkinointi**

Tapahtumaprosessi alkaa suunnittelusta, mutta siihen kuuluvat myös kaikki muut vaiheet toteutuksen kautta jälkimarkkinointiin (Vallo & Häyrinen 2016, 125). Vallon ja Häyrisen (2016, 191) mukaan suunnittelu on onnistuneen tapahtuman kannalta ratkaisevan tärkeää. Tapahtuman suunnittelu tulee aloittaa riittävän ajoissa, sillä se on tapahtumatuotannon vaiheista usein pisin ja aikaa vievin. Mitä isompaa tapahtumaa ollaan tuottamassa, sitä aikaisemmin suunnittelu tulee aloittaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 191.)

Tapahtuman suunnittelu on ajatustyötä. Suunnitteluvaiheessa tuottajan on osattava kuvitella jokainen tapahtuman vaihe, koko tapahtuman kaari alusta loppuun. Näin hän havaitsee toiminnot ja tilanteet, jotka vaativat huomiota tai järjestelyjä tapahtuman aikana. Esimerkiksi paikat, joihin voi muodostua jonoa ja miten se vaikuttaa tiettyjen tapahtuman elementtien sijoitteluun. (Vallo & Häyrinen 2016, 191.)

Catanin (2017, 34) mukaan suunnittelua auttaa yksityiskohtien ja aikataulujen kirjaaminen esimerkiksi Excel-tiedostoon. Kun listalla on joka ikinen pienikin tapahtumaan liittyvä yksityiskohta, ei minkään niistä toteuttaminen unohdu. Samalla lista toimii tuottajalle dokumenttina siitä, miten tuotanto on edennyt, mitkä asiat ovat toteutuneet ja mitkä taas eivät. (Catani 2017, 34.) Tapahtuman hahmottaminen pieninä, helpommin hallittavina yksityiskohtina suuren kokonaisuuden sijaan auttaa konkretisoimaan työtehtäviä ja tekemään tapahtumatuotannon kokonaisuudesta helpommin hahmotettavan koko tapahtumaorganisaatiolle (Bladen ym. 2012, 36).

Tapahtuman aikataulusuunnitelmaan kannattaa kirjata kaikki: mitä tapahtuu, missä, mihin aikaan ja kuka siitä on vastuussa. Aikataulun suunnittelu varmistaa esimerkiksi, että tapahtumapaikka rakennetaan ja puretaan loogisessa ja aikaa sekä rahaa säästävässä järjestyksessä, tapahtumassa työskentelevien ei kenenkään tarvitse odottaa toimeettomana vuoroaan ja lopulta itse tapahtumassa kaikki toimii sujuvasti. (Catani 2017, 34–35.) Tapahtuman sujuvuus onkin osa sen laatua. Laadukkaassa tapahtumassa esimerkiksi narikassa on tarpeeksi henkilökuntaa eivätkä jonot vessaan tai baaritiskille veny kohtuuttoman pitkiksi. (Vallo & Häyrinen 2016, 197.) Osansa tapahtuman sujuvuuteen tekee sen rytmitys. Tarvittaessa yleisölle on annettava mahdollisuus pitää taukoa asiaohjelmasta ja aikataulutettava viihdetapahtuman ohjelmanumerot esimerkiksi tapahtuman etenemisen ja yleisön mielenkiinnon kannalta järkevästi. (Vallo & Häyrinen 2016, 203–204.)

Tapahtuman toteutusvaihe tekee suunnitelmista todellisia. Toteutusvaihe itsessään voidaan jakaa vielä rakennusvaiheeseen, itse tapahtumaan sekä purkuvaiheeseen. Tapahtuman rakentaminen tarkoittaa muun muassa tapahtumapaikan kalustamista ja somistamista sekä tekniikan pystyttämistä. Tapahtuman aikana tuottajan on pidettävä huolta tapahtuman toteutumisesta suunnitelmien mukaan sekä aikataulun pitävyydestä. Hänen on myös oltava valmiina reagoimaan mahdollisiin muutoksiin ja tehtävä niiden mukaisia ratkaisuja. (Vallo & Häyrinen 2016, 198–199, 202.) Tapahtuman toteutus päättyy purkuvaiheeseen, jossa tapahtumapaikka palautetaan samaan tilaan, missä se oli rakennusvaiheen alkaessa. Jos purkuvaihetta aloitellaan tapahtuman ollessa vielä käynnissä, pitää se tehdä hienovaraisesti tapahtumavieraita häiritsemättä. Tuottaja lähtee kotiin vasta viimeisen vieraan poistuttua. (Catani 2017, 123.)



Tapahtuman jälkimarkkinointi on yksinkertaisimmillaan osallistujien, esiintyjien ja henkilökunnan kiittämistä ja huomioimista. Kiitokset voi välittää viestillä tai sosiaalisen median kautta esimerkiksi kuvien muodossa. Jälkimarkkinointiin kuuluu myös palautteen kerääminen tapahtumasta. Palautteen avulla tuottaja voi kehittää sekä itseään että seuraavaa tapahtumaansa. (Vallo & Häyrinen 2016, 220–221.)

## 2.2.2 Tapahtuman ohjelmasisältö

Vallo ja Häyrinen (2016, 233) kehottavat huomioimaan tapahtuman ohjelmasisällön suunnittelussa sen tavoitteen, kohderyhmän, teeman ja viestin, joka tapahtumalla halutaan välittää. Heidän mukaansa tapahtumat voidaan sisällönsuunnittelun kannalta jakaa asia- ja viihdetapahtumiin sekä näiden yhdistelmiin, mikä vaikuttaa myös tilaisuuden ohjelman valintaan.

Asiatapahtuman sisältö tulee rakentaa tapahtuman kohderyhmän mukaan eikä heitä saa yli- tai aliarvioida. Ohjelman tulisi siis olla mielenkiintoista, mutta ei liian vaikeaa tai helppoa. Tilaisuuden ohjelmaa saa rytmitettyä asiasisällön väliin sijoitettulla kevyemmällä ohjelmanumerolla. Myös viihdetapahtuman ohjelman suunnittelussa on huomioitava kohderyhmä sekä viesti, joka halutaan välittää. Esimerkiksi stand up -koomikon esiintyminen tekee tapahtumasta erilaisen kuin iskelmälaulajan konsertti. (Vallo & Häyrinen 2016, 251–252.)

Yhdistelmä tapahtumassa yhdistyvät sekä asia- että viihdeohjelma, hyöty ja huvi. Esimerkkinä voidaan pitää asiapitoista seminaaria, joka päättyy viihteelliseen ohjelmanumeroon ja vapaamuotoiseen seurusteluun. Hyödyn ja hovin suhde vain pitää osata pitää oikeana, ettei kumpaakaan olisi liikaa tai liian vähän. (Vallo & Häyrinen 2016, 253.)

Catani (2017, 22) puolestaan jaottelee tapahtumien ohjelmasisällön aistimuksellisiin, hyödyllisiin ja yhteisöllisiin. Usein tapahtumassa yhdistyvät jotenkin nämä kaikki kolme sisältöä, mutta jokin niistä korostuu. Ohjelma ja muu sisältö määrittyvät tapahtumalle asetettujen tavoitteiden mukaan. Esimerkiksi aistimuksellisessa tapahtumassa, kuten konserteissa ja urheilukilpailuissa ohjelma ja viihteellisyys ovat

korostetussa asemassa. Tapahtumavieraiden rooli on melko passiivinen heidän ollessa muiden esittämän viihteen katsojia ja kokijoita. (Catani 2017, 22–23.)

Hyötytapahtumissa, kuten seminaareissa, kongresseissa ja palkintogaaloissa on tarkoitus oppia, palkita ja verkostoitua. Hyötytapahtumien osallistujat saavat jotain enemmän kuin muut ja he myös tiedostavat omansa ja muiden tilaisuuden vieraiden tärkeyden. Siksi he ovatkin kiinnostuneempia muista osallistujista ja aistimuksellisen tapahtuman asiakkaita aktiivisempia. Hyötytapahtumissa on tarkoitus seurustella muiden kanssa ja osallistua tapahtuman kulkuun jotenkin, esimerkiksi kysymällä jotain seminaarin puhujalta. Yhteisöllisissä tapahtumissa, kuten henkilöstötilaisuuksissa ja työpajoissa aktiivisuus korostuu hyötytapahtumiakin enemmän, sillä ydin on tilaisuuden vieraiden vuorovaikutuksessa ja sosiaalisessa kanssakäymisessä. Tapahtumassa yhteisöllisyys ja me-henki ovat oleellisia ja vieraiden osallistuminen välttämätöntä. (Catani 2017, 22–24.) Catanin ohjelmasisällön jaottelua on selvennetty taulukkoon 1.

Taulukko 1. Tapahtuman ohjelmasisällön jaottelu Catanin mukaan (Catani 2017, 22–24).

Ohjelmasisältö	Esimerkkitapahtuma	Tapahtuman tavoite	Tapahtumavieraan rooli
<b>Aistimuksellinen</b>	Konsertti, urheilukilpailu	Viihtyminen	Passiivinen kokija
<b>Hyödyllinen</b>	Seminaari, kongressi, palkintogaala	Oppiminen, palkitseminen, verkostoituminen	Aktiivisempi osallistuja
<b>Yhteisöllinen</b>	Henkilöstötilaisuus, työpaja	Vuorovaikutus, sosiaalinen kanssakäyminen	Aktiivisin, osallistuminen välttämätöntä

Tapahtuman sisältö muodostuu temasta, ohjelmasta, asioista ja esiintyjistä. Laadukkaassa tapahtumasisällössä on huomioitu monipuolisesti eri aistit ja se ylittää osallistujan odotukset. Ohjelmasta ei saa siis ennakoon luvata turhaan liikoja. (Vallo & Häyrynen, 233.) Laadukkaan tapahtumasisällöstä tekee myös sen selkeys ja tarkka rajaaminen. Hyvä sisältö muodostaa yhtenäisen kokonaisuuden, jossa toteutuu tapahtuman kaari: alku, keskikohta ja loppu. Tapahtumavieraskin nauttii, kun

hän ymmärtää ohjelman sisällön, mitä tapahtuu seuraavaksi ja miten hänen odotetaan toimivan. (Catani 2017, 22; Vallo & Häyrinen 2016, 233.)

### 2.2.3 Tapahtumaorganisaatio

Tapahtumaorganisaatio on vastuussa järjestämästään tapahtumasta, jonka toteuttamiseksi tarvitaan monenlaista osaamista, niin taiteelliselta, tekniseltä kuin taloudelliseltakin puolelta. Tapahtuma on projekti, jossa johdetaan sekä ihmisiä että asioita ja siksi osaava johtaminen on tapahtuman onnistumisen kannalta välttämättömyyttä. Osaava johtaja hallitsee asiakokonaisuuksien lisäksi ihmisten sitouttamisen, kannustamisen ja innostamisen. (Kauhanen ym. 2002, 93; Vallo & Häyrinen 2016, 265.)

Tapahtuman suunnitteluvaiheessa on hyvä kartoittaa useiden tapahtumaorganisaation jäsenten mielipiteitä asioihin. Tapahtumaa toteutettaessa on sen sijaan tärkeää, että tapahtuman kullakin vastuualueella on vain yksi alueesta vastaava henkilö. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 48.) Päävastuu tapahtumasta on yhdellä henkilöllä, joka ymmärtää kokonaisuuden, tietää kaiken ja myös lopulta tekee kaikki päätökset. Tämä henkilö on tuottaja, joka vastaa tapahtuman käytännönjärjestelyistä. (Catani 2017, 32.) Tuottaja on tapahtumaprojektin projektipäällikkö ja johtaja. Hän kantaa isointa vastuuta ja päätäntävaltaa ja siksi hänen on oltava myös ehdottoman sitoutunut tehtäväänsä. (Vallo & Häyrinen 2016, 266.)

Pienessä tapahtumassa tuottaja voi huolehtia kaikista tapahtuman osa-alueista yksin, mutta mitä isompi tapahtuma on, sitä enemmän tuottaja tarvitsee ammattilaisia avukseen. Tuottaja voi tarvita oman osaamisensa tueksi esimerkiksi graafikon, verkkovastaavan, turvallisuusvastaavan, pitopalvelun, somistajan sekä ohjelmavastaavan. (Catani 2017, 32.) Projektiryhmään voi kuulua myös ihmisiä yhteistyökumppaneilta ja alihankkijaorganisaatioista (Vallo & Häyrinen 2016, 217). Vastuun jakaminen takaa tilaisuuden laadukkuuden joidenkin tiimin jäsenten ollessa erikoistuneita eri tapahtuman osa-alueisiin sekä toimintavarmuuden, kun tapahtuman onnistuminen ei riipu kenestäkään yhdestä ihmisestä (Van Der Straeten 2013, 25).

Tapahtumatuotannon osaamisen lisäksi tuottajalla on siis ehdottomasti oltava myös kyky johtaa ihmisiä, delegoida tehtäviä sekä tehdä päätöksiä niin asioita kuin ihmisiäkin koskien. Yksinkertaisimmillaan johtaminen tarkoittaa tapaamisia, kokouksia, suunnitelmia ja näistä muotoutuvien tehtävien delegoimista. Kun tehtävät on delegoitu, tuottajan on osattava koordinoida nämä kaikki osa-alueet toimimaan yhdessä ja oltava jatkuvasti tietoinen tuotannon alla olevan tapahtuman senhetkisestä tilanteesta. Tapahtuman vision tulisi pysyä kirkkaana mielessä ja siitä pitäisi vielä viestiä selkeästi ja vakuuttavasti myös muulle työryhmälle. Tuottajan on muistettava aina varmistaa, varmistaa ja vielä kerran varmistaa, että kaikki tietävät, mitä on sovittu ja että sovitut asiat ovat myös toteutuneet. (Vallo & Häyrinen 2016, 267, 272.)

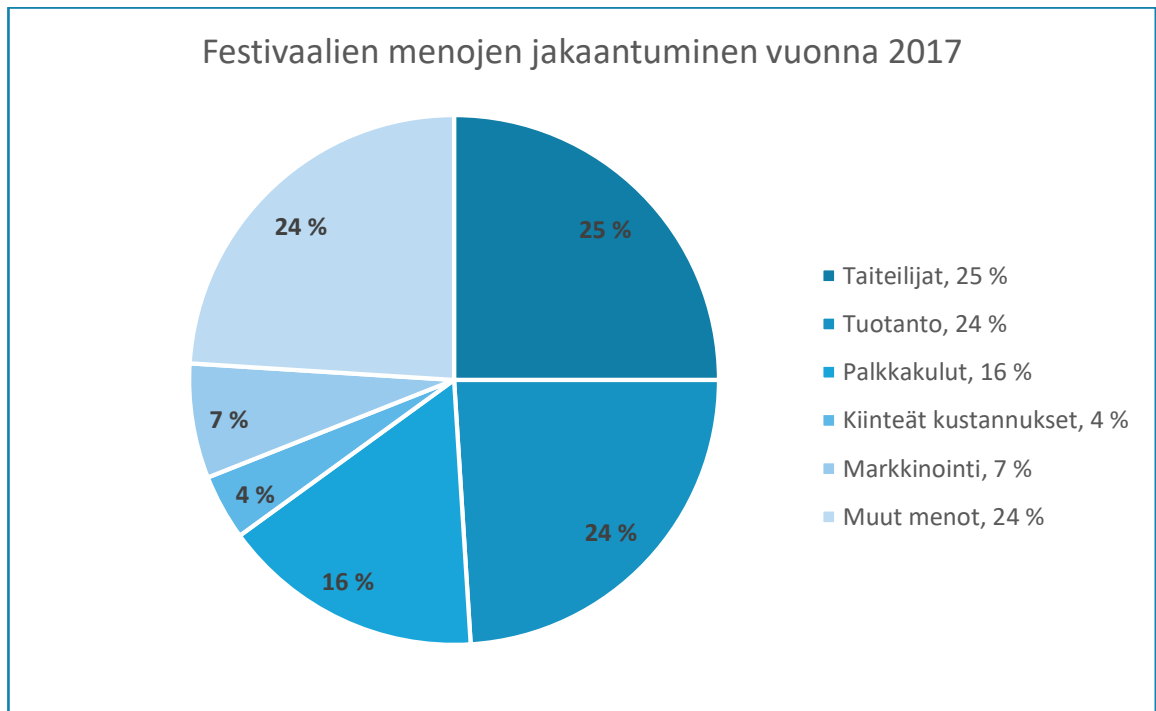
Ihmiset eivät ole vain välttämätön, tapahtuman aikaansaamiseksi käytettävä resurssi vaan avain sen onnistumiseen. Ihmiset suunnittelevat ja toteuttavat tapahtumia toisia ihmisiä varten ja he tekevät ne päätökset, joiden myötä tapahtumasta tulee juuri sellainen kuin se on, ainutlaatuinen kokonaisuus. Tapahtuman parissa työskentelevät ihmiset ovat siis oleellisina tekijöinä vaikuttamassa siihen, miten tapahtumayleisö lopulta tilaisuuden kokee. (Bladen ym. 2012, 114.)

#### **2.2.4 Budjetointi**

Tapahtuman budjetti on suunnitelma tapahtuman tuloista ja menoista ja se toimii myös työkaluna tapahtuman taloudellisen tilanteen seuraamiseen. Budjetointi kannattaa aloittaa suurpiirteisemmällä kokonaisbudjetin laatimisella ja paloitella se sitten pienempiin osiin. Pienempien kokonaisuuksien hahmottaminen on helpompaa ja kaikki yksityiskohdat tulee varmemmin huomioitua. (Liveto 2018.)

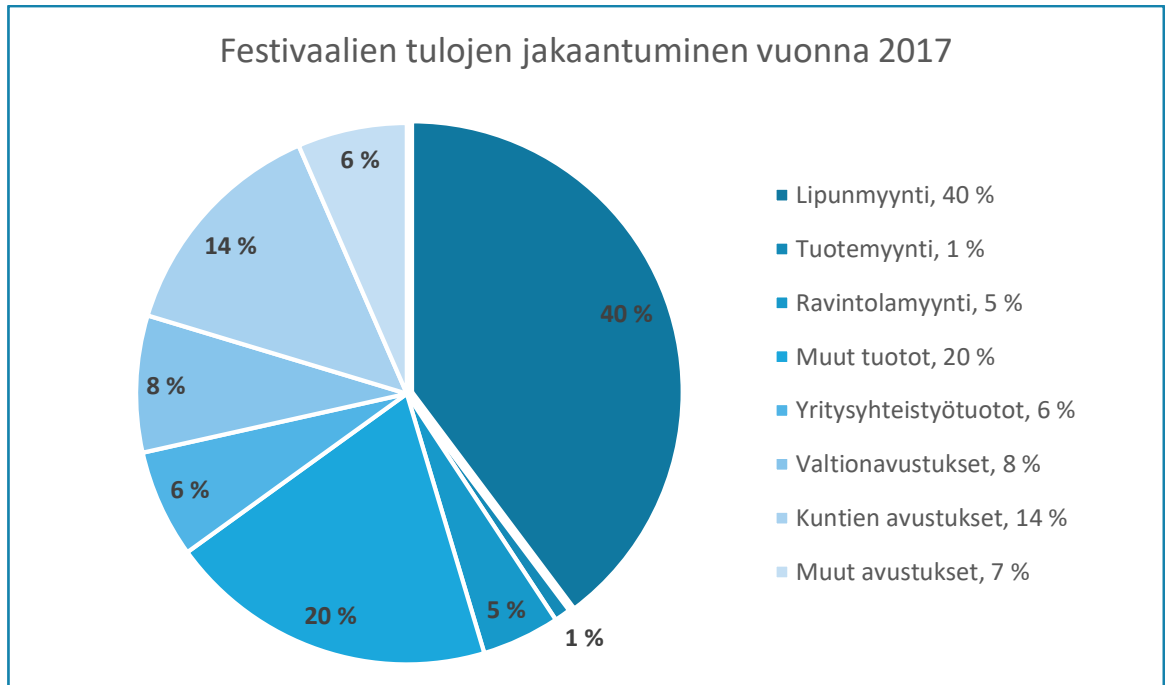
Tapahtuman budjettiin merkitään sekä sen menot että tulot. Tapahtuman menoja ovat muun muassa tilavuokra, rakennuskustannukset, somistus, tekniikka, luvat, tarjoilut, esiintyjät ja muu ohjelma sekä tapahtumaorganisaation palkat ja palkkiot. (Vallo & Häyrinen 2016, 179.) Kulujen suhde riippuu tapahtuman koosta ja luonteesta. Vuonna 2017 suomalaisten festivaalien isoin kuluerä, yhteensä lähes puolet menoista, olivat esiintyjät ja niiden tuotanto. Taiteilijoihin liittyviä kuluja oli 25 % ja tuotantoon, kuten tekniikkaan ja lavoihin liittyviä 24 %. Palkat muodostivat 16 % tapahtuman menoista ja markkinointiin upposi 7 %. Loput reilu neljännes oli kiinteitä

kustannuksia ja muita menoja. (Finland Festivals, [viitattu 24.10.2019].) Tätä festivaalien menojen jakaantumista on havainnollistettu kuviossa 1.



Kuvio 1. Festivaalien menojen jakaantuminen vuonna 2017 (Finland Festivals, [viitattu 24.10.2019]).

Jotta tapahtuma olisi tuottava, on sen saatava jostain myös tuloja. Tapahtuma voi saada tuloja esimerkiksi lipputuloista, myyntituotoista sekä sponsorituloista. (Vallo & Häyrinen 2016, 179.) Vajaa 70 % suomalaisten festivaalien tuloista vuonna 2017 tuli niiden omasta toiminnasta. Näistä omista tuloista lipunmyynnin osuus oli suurin, 40 %. Tuotemyynnistä tuli 1 % tuloista, ravintolamyynnistä 5 % ja muita oman toiminnan tuottoja, kuten vuokratuloja oli 20 %. Yritysyhteistyöllä festivaalit saivat vuonna 2017 6 % tuloistaan. Loput reilu neljännes oli avustuksia valtiolta, kunnilta ja eri rahastoista. (Finland Festivals, [viitattu 24.10.2019].) Festivaalien tulojen jakaantumista on havainnollistettu kuviossa 2.



Kuvio 2. Festivaalien tulojen jakaantuminen vuonna 2017 (Finland Festivals, [viitattu 24.10.2019]).

Tapahtuman budjetointi onnistuu, kun kaikki suunnitelmat tehdään etukäteen huolella. Tapahtuma tulee rajata tarkasti ja budjetti tehdä realistiseksi alusta lähtien. Kun tapahtumabudjettiin merkitään sekä arviot että todelliset kulut, huomataan heti, jos budjetti muuttuu alkuperäisestä. (Catani 2017, 24.) Kaikkia kustannuksia ei siltikään voi täysin ennustaa, vaikka budjetoinnin tekisi huolellisesti. Alussa tulot ja menot voivat muutenkin olla pitkälti vain arvioita, jotka tarkentuvat tapahtumatuotannon edetessä. Budjetissa pitääkin olla jouston varaa, mikäli muutoksia ilmenee. Varsinkin isoissa tapahtumatuotannoissa muutokset voivat aiheuttaa yllättäviäkin kuluja, joita varten kannattaa budjetoida jo heti alussa 5 % menoista. (Liveto 2018.)

Budjetin laatiminen ei yksin riitä taloudellisesti kannattavan tapahtuman tuottamiseen, vaan oleellista on seurata taloudellisen tilanteen kehittymistä ja reagoida tarvittaessa. Selkeä budjetti kuitenkin helpottaa seuraamista ja auttaa tunnistamaan mihin kustannuksiin tulisi reagoida. (Liveto 2018.) Bladenin ym. (2012, 146) mukaan budjetointi onkin koko tapahtuman ajan jatkuva prosessi, ei niinkään yksittäinen tehtävä suunnittelutyön alussa. Budjettipohjan laatiminen ja lukujen täyttäminen siihen sijoittuu vasta budjetointiprosessin keskivaiheille sen ollessa vain yksi jakso koko prosessissa. Bladen ym. määrittelevät budjetointiprosessiin kuuluvaksi myös muun muassa tavoitteiden määrittämisen ja resurssien tarkisteluun, vastuiden jakamisen,

budjetin hyväksymisen ja toteuttamisen sen laatimisen jälkeen sekä budjetin seuraamisen ja tarvittavan reagoinnin. Tämän jälkeen prosessi alkaa alusta tavoitteiden uudelleenmäärittämisellä (Kuvio 3; Bladen ym. 2012, 146–151.)



Kuvio 3. Budjetointiprosessi Bladenin ym. mukaan (Bladen ym. 2012, 146–151).

### 2.2.5 Markkinointiviestintä

Markkinointiviestintä tekee tapahtuman näkyväksi yleisölle. Se tuo esille tapahtuman arvot ja tavoitteet ja luo asiakkaille tiettyjä mielikuvia. Jokaisella tapahtumalla on oma pääviesti, se yksi asia, joka asiakkaan halutaan muistavan. Oli pääviestinä sitten ekologisuus, kotimaisuus tai asiakaslähtöisyys, pääviestin tulee näkyä selkeästi tapahtuman kaikessa markkinoinnissa. (Launonen 2018, 3, 11.)

Olennaista viestinnän suunnittelussa on tuntea tapahtuman ja sen myötä myös viestinnän kohderyhmä ja heille sopivat kanavat. Markkinointikanavia löytyy verkosta, sosiaalisesta mediasta ja lehdistä, joiden lisäksi markkinointia tehdään myös suoramarkkinointina sekä tiedottamalla. Myös puskaradio on tehokas kanava ihmisten leivittäessä tietoutta tulevasta tapahtumasta sosiaalisessa mediassaan tai suoraan tuttavilleen viestimällä. Puskaradioon tapahtumanjärjestäjä voi vaikuttaa vähemmän, mutta muissa kanavissa tapahtuvan viestinnän olisi oltava samansuuntaista ja tapahtuman viestiä tukevaa. (Launonen 2018, 3, 11.)

Catanin (2017, 30) mukaan onnistunut tapahtumaviestintä houkuttelee, kertoo ja keskustelelee. Houkutteleva viestintä itsestään selvästi houkuttelee, herättää kiinnostuksen ja innostaa tapahtumavieraan tulemaan paikalle. Houkutteluviestintä yhdistyy tapahtuman markkinointiin ja tekee siitä kiinnostavan niin yleisön kuin mediankin silmissä. Houkutteluviesteissä tulee kuitenkin varoa liioittelua: viestin tulee innostaa, mutta kaikki sen antamat lupaukset on myös pystyttävä toteuttamaan ja jopa ylittämään tapahtumavieraiden odotukset. (Catani 2017, 30.)

Kertova informaatioviestintä jakaa riittävän määrän tapahtumaan liittyvää tietoa napakasti jäsentäen esimerkiksi tapahtuman nettisivuilla tai Facebook-ryhmässä. Myös kutsuun tai tapahtumakuvaukseen liitetty sähköpostiosoite, josta tapahtumavieras voi kysyä lisätietoja, toimii kertovan viestinnän kanavana. Keskustelevalle viestinnälle taas tarkoitetaan avonaista keskusteluyhteyttä ja vuoropuhelua tapahtumavieraiden kanssa. Tapahtumavierailla tulee olla tunne, että heidän kanssaan ollaan valmiita olemaan yhteydessä niin tapahtuman aikana kuin sitä ennen ja sen jälkeenkin. (Catani 2017, 30–31.)

Tehokkain tapa koordinoida markkinointia ja kaikkia markkinointikanavia on tehdä markkinointisuunnitelma. Suunnitelman tarkoituksena on kartoittaa, miten päästään haluttuun tavoitteeseen eli saadaan välitettyä tapahtuman pääviesti kohderyhmälle ja lopulta heidät osallistumaan tapahtumaan. Markkinointisuunnitelma auttaa myös selvittämään tavoitteen kaikille, ketkä tapahtumaorganisaatiossa toimivat markkinoinnin parissa. (Bladen ym. 2012, 164–165.)



## 2.2.6 Tapahtumaturvallisuus

Jokaisen tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa on ehdottomasti huolehdittava tapahtumaturvallisuudesta (Vallo & Häyrinen 2016, 216). Se täytyy tehdä siksi, että turvallisuudesta on säädetty laissa, mutta myös siksi, että yksi onnistuneen tapahtuman edellytyksiä on, että tapahtumayleisö tuntee olonsa turvalliseksi (Ruostetsaari 2016, 62). Sen sijaan, että turvallisuudesta huolehditaan vain lain vaatimalla tavalla, on tärkeää miettiä turvallisuutta tapahtumakohtaisesti ja varautua juuri tuotannon alla olevan tapahtuman mahdollisiin turvallisuusriskeihin. Myös koko tapahtuman henkilökuntaa on tiedotettava turvallisuusjärjestelyistä ja varmistettava heidän valmiutensa toimia mahdollisessa vaaratilanteessa. Vastuu tapahtumaturvallisuudesta on tilaisuuden järjestäjällä, joten hänen on osattava myös suunnitella riskien mukaiset, riittävät toimet turvallisuuden ylläpitämiseksi. (Vallo & Häyrinen 2016, 216–217.)

Pelastuslaki (379/2011) määrää tehtävän pelastussuunnitelman yleisötilaisuuksiin ja tapahtumiin, joissa on merkittävä henkilö- tai paloturvallisuusriski yleisön suuren määrän tai muun syyn vuoksi. Valtioneuvoston asetus pelastustoimesta (407/2011) määrittää tarkemmin, että pelastussuunnitelma on laadittava, jos tapahtumassa odotetaan olevan paikalla samanaikaisesti vähintään 200 henkilöä, tapahtumassa käytetään avotulta, iletulitteita tai muita palo- tai räjähdysherkkiä kemikaaleja, kuten pyroteknisiä tuotteita. Pelastussuunnitelma on laadittava myös, jos tapahtumapaikan poistumisjärjestelyt poikkeavat tavallisesta tai tapahtuman luonne aiheuttaa ihmisille erityistä vaaraa (A. 5.5.2011/407).

Pelastussuunnitelmasta tulee selvittää tapahtuman arvioidut vaarat ja riskit ja niiden perusteella suunnitellut turvallisuusjärjestelyt. Pelastussuunnitelmaan kirjataan myös tapahtuman henkilökunnalle ja tapahtumayleisölle annettavat ohjeet, joiden avulla ehkäistään vaara- ja onnettomuustilanteita ja joiden mukaan toimitaan näiden tilanteiden mahdollisesti sattuessa. (L 29.4.2011/378.) Erillistä pelastussuunnitelmaa ei tarvitse tehdä, mikäli pelastussuunnitelman vaatimat turvallisuusjärjestelyt ja ohjeet käyvät ilmi samaa tapahtumaa varten laaditusta turvallisuus-, valmius- tai muusta vastaavasta suunnitelmasta (A. 5.5.2011/407).

### 3 TAPAHTUMAN LAADUN ARVIOINTI

Tässä luvussa pohditaan tapahtuman laatua ja miten sitä voidaan mitata. Luvun alussa käsitellään Hyattin (2008) artikkelissaan esittelemät neljää tavallista laadun määritelmää ja kuinka hyvin niitä voidaan soveltaa tapahtumien arviointiin. Luvun toinen alaluku tarkastelee menetelmiä, joilla tapahtuman onnistumista voidaan mitata: palautteen keräämistä kyselyillä ja haastatteluilla, auditointeja, tapahtuman mitattavia tunnuslukuja sekä tuottajan omaa arviota tapahtuman onnistumisesta. Luku päättyy pohdintaan siitä, miten tapahtuman tuottamisen avuksi laadittu manuaali varmistaa tapahtuman laadun.

#### 3.1 Tapahtuman laadun määritteleminen

Tapahtuman laadun arvioimiseksi pitäisi määritellä, mitä laatu on. Laadun perusmääritelmiä ovat Hyattin (2008, 170–171) mukaan vaatimustenmukaisuus, yliver-taisuus, rahallinen arvo ja asiakkaiden odotusten täyttäminen. Hänen mielestään nämä määritelmät ovat kuitenkin riittämättömiä tapahtuman laadun arvioinnissa ei-vätkä toimi tässä käytössä yksiselitteisesti.

Tapahtuman laadun määrittely vaatimustenmukaisuuden mukaan on hankalaa, sillä kaikille tapahtuman osa-alueille ei ole määritetty vaatimusten tasoa, jolle laaduk-kaan tapahtuman pitäisi päästä. Tapahtumatekniikalle on verrattain helppo määrit-tää minimivaatimuksia, mutta tapahtuman viihdyttävyydelle se on hankalampaa, sillä jokaiselle ihmiselle viihdyttävyyys muodostuu eri tavalla. Jos yliver-taisuus määritellään parhaaksi mahdolliseksi ja vain ylivertainen tapahtuma on laadukas, olisi laadukkuus hyvin hankala saavuttaa. Silloin tapahtuma, jossa rahan tai muiden re-surssien puutteen takia on tehty kompromisseja, ei voisi olla laadukas, sillä kaikki tapahtuman osa-alueet eivät olisi parhaita mahdollisia. (Hyatt 2008, 170.)

Jos laadun määritteenä käytettäisiin rahaa, voisi tapahtuman laadun mitata esimer-kiksi pääsylipun arvolla. Tapahtumaan osallistunut tuntee sen olleen laadukas, jos tapahtuma on ollut lipun hinnan arvoinen. Ongelma tulee kuitenkin pääsymaksutto-mien tapahtumien kohdalla, eivätkä ne voisi siten olla tämän määritelmän mukaan koskaan laadukkaita. Jos taas tapahtuma on laadukas vain silloin, kun se täyttää

asiakkaan odotukset, ei laadukkaita tapahtumia olisi ollenkaan. Asiakkaiden odotukset voivat olla epärealistisia tai he saattavat odottavat jotain yllättävää, mitä tapahtumaorganisaatio ei ole osannut ottaa huomioon. Eikä kaikkia voi koskaan miellyttää. (Hyatt 2008, 170–171.)

Vaikka tapahtuman laadulle on hankalaa luoda mittareita, ei laadun arvioinnista pitäisi Hyattin (2008, 171) mielestä kuitenkaan luopua. Sen sijaan jokaisen tuottajan pitäisi luoda itselleen omat laatuksiteerit, jotka ohjaavat hänen työtään. Kriteereiden luominen tapahtumien laadun tarkkailemiseksi on hankalaa, mutta se kannattaa aloittaa muuttujista ja suureista, joihin tapahtuman tuottaja voi itse vaikuttaa. (Hyatt 2008, 171.)

### **3.2 Onnistumisen mittaamisen menetelmät**

Onnistunut tapahtuma on saavuttanut tavoitteensa. Jotta tavoitteiden saavuttaminen voidaan todeta, pitää tapahtumalle suunnitteluvaiheessa asetettujen tavoitteiden olla selkeitä ja mitattavia. Tavoitteiden ja mittareiden muotoileminen on hankalaa, mutta kun ne ovat selkeät, on niiden saavuttamista helpompi arvioida. Olennaista on asettaa tarkkoja kysymyksiä tapahtuman laatuun liittyvistä asioista, joihin halutaan vastaus. (Ruostetsaari 2016, 76.)

Mittaamiseen käytettävät menetelmät ja tutkimuskysymykset vaihtelevat ja niistä tehokkaimmat valitaan käyttöön tapahtumakohtaisesti. Mittareiden ja mittaavien toimien valinta pohjautuu tapahtuman tavoitteisiin eli arviointia suoritettaessa mitataan juuri näiden tavoitteiden toteutumista. Mittaavat toimet, milloin ne tehdään, käytettävät mittarit ja mittaukset suorittava taho tulee päättää jo suunnitteluvaiheessa. (Ruostetsaari 2016, 76, 78.) Mittausmenetelmiä voivat olla esimerkiksi tapahtumaan osallistuneille tehtävät erilaiset kyselyt ja haastattelut, auditointi, mitattavien lukujen tarkastelu (Ruostetsaari 2016, 77) sekä tapahtuman arviointi Hyattinkin (2008, 171) mainitsevilla tuottajan omilla mittareilla.

### 3.2.1 Palautteen kerääminen kyselyillä ja haastatteluilla

Tapahtuman arviointi onnistuu esimerkiksi kysymällä palautetta tapahtumaan osallistuneilta. Tapahtumaan osallistuneiden mielipide siitä, miten he tapahtuman kokivat, on todella tärkeää tietää. Palautteen kysyminen myös osoittaa osallistujille, että heidän mielipidettään arvostetaan, mikä edistää tapahtumasta saatavaa myönteistä kuvaa. Saatua palautetta verrataan tapahtumalle asetettuihin tavoitteisiin. (Vallo & Häyrinen 2016, 224; Van Der Straeten 2013, 221.)

Palautetta voi kysyä tapahtumavierailta esimerkiksi kirjallisesti, joko sähköisellä tai paperisella lomakkeella. Palautelomake ei saa olla liian pitkä ja siinä tulee kysyä vain selkeitä ja tapahtuman tavoitteeseen liittyviä oleellisia kysymyksiä, jotta sen täyttämiseen ei kulu liikaa aikaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 226; Van Der Straeten 2013, 221.) Arviota kannattaa kysyä eri tapahtuman osa-alueista, kuten hinnasta tai ohjelmasta, mutta myös tapahtumasta kokonaisuutena. Kyselyn loppuun lisätystä mahdollisuudesta avoimen palautteen antamiseen voi olla erityistä hyötyä tapahtuman kehittämisessä. (Van Der Straeten 2013, 222.)

Paperisella lomakkeella kerättävä palaute on järkevää pyytää tapahtumassa sen loppupuolella. Muillakin tavoin kerätyt kävijöiden arviot tapahtumasta kannattaa kysyä viimeistään päivien sisällä tapahtuman päättymisestä, mieluiten heti seuraavana päivänä. Silloin tapahtuma on vielä hyvin muistissa ja kyselyyn vastaaminen siten vaivatonta. Mitä kauemmin tapahtumasta on, sitä epätodennäköisemmin sitä koskeviin mielipidekysymyksiin saa vastauksia. (Vallo & Häyrinen 2016, 225; Van Der Straeten 2013, 221–222.)

Pieni kannustin, kuten seuraavan vuoden tapahtuman lippujen arpominen vastanneiden kesken lisää vastausten määrää (Van Der Straeten 2013, 222). Vastausprosentin määrää lisää usein myös se, että yleisölle korostetaan palautteen antamisen tärkeyttä ja kerrotaan, että sitä todella käytetään tapahtuman laadun kehittämiseen tulevaisuudessa (Vallo & Häyrinen 2016, 226).

Tapahtumasta voi kerätä palautetta myös suullisesti, haastatteleamalla osallistujia tapahtuman aikana tai puhelimitse tapahtuman jälkeen. Haastatteluilla suullisesti kerättävä palaute kertoo tavallisesti enemmän kuin kirjallisesti annettu, sillä ihmiset

usein kirjoittavat sovinnaisemmin kuin ajattelevat tai sanovat ääneen. (Vallo & Häyrinen 2016, 225; Van Der Straeten 2013, 221.) Puhelinhaastattelussa kannattaa kysellä vain hyvin kohdistettuja kysymyksiä tietyistä tapahtuman osa-alueista, kuten ohjelmasta tai tapahtumapaikasta (Van Der Straeten 2013, 221).

### **3.2.2 Auditointi ja mitattavat tunnusluvut**

Kyselyt ja haastattelut mittaavat tapahtuman onnistumista osallistujien mielipiteitä tarkastelemalla. Ulkopuolisen asiantuntijan tekemä, tapahtuman aikaisiin havaintoihin perustuva auditointi voikin antaa kokonaisuudesta perusteellisemmän arvion. Vaikka tuottajan ja tapahtumaorganisaation on hyvä itsekin havainnoida tapahtuman onnistumista, on ulkopuolisen henkilön helpompi katsoa tilaisuutta objektiivisesti. (Ruostetsaari 2016, 77.) Kun asiantuntijalle on kerrottu tapahtuman tavoitteet jo ennen auditointia, voi hän tilaisuutta havainnoidessaan arvioida niiden saavuttamista ulkopuolisen silmin (Vallo & Häyrinen 2016, 228).

Tarkemmin mitattavissa olevia tuloksia tapahtuman onnistumisesta saadaan erilaisilla seurannoilla. Esimerkiksi tapahtumavieraiden, sosiaalisen median mainintojen ja jakojen sekä tapahtumaan liittyvän printtimedian palstamillimetrejä voidaan laskea. Eräänlainen mittari voi olla myös paikalle saapuneiden julkisuuden henkilöiden määrä. (Ruostetsaari 2016, 77–78.)

### **3.2.3 Tuottajan oma arvio tapahtuman onnistumisesta**

Tuottaja voi aloittaa tapahtuman onnistumisen arvioinnin tilaisuuden ollessa vielä käynnissä. Jo silloin näkee, kuinka sujuva tapahtuma on, mitä pitää seuraavaa kertaa varten parantaa ja mikä ideoista taas on toistamisen arvoinen. Tapahtuman loputtua tuottaja tietää jo, kuinka hyvin tai huonosti tapahtuma meni. (Catani 2017, 130.) Catanin (2017, 130) mielestä tärkein tapahtuman onnistumisen mittari on hauskuus. Hänen mukaansa kysymyksen ”Onko meillä hauskaa?” voi esittää tapahtumahetkellä ja siihen osaavat vastata niin tapahtumaorganisaation jäsenet kuin yleisökin ilman suurempaa miettimistä.

Ensimmäisen kuvan tapahtuman onnistumisesta antaa tapahtumavierailta saatu spontaani palaute. Jos ihmiset poistuvat tilaisuudesta kiitellen, on se silloin onnistunut. Tuottaja voi seurata tapahtuman onnistumisen mittarina myös sitä, kuinka paljon tapahtumasta puhutaan jälkeinpäin ja mihin sävyyn. Vilkas keskustelu sosiaalisessa mediassa on todiste tilaisuuden mielenkiintoisuudesta. Jos taas joku tapahtumaan osallistuneista on pitänyt kokemastaan niin paljon, että haluaa suositella järjestäjää muillekin, on tuottaja ehdottomasti onnistunut. (Catani 2017, 135, 137.)

Catani (2017, 132) arvioi omien tapahtumiensa käytännönjärjestelyiden onnistumista ohjelman, budjetin ja tekemisen näkökulmista. Ohjelman suhteen hän pohtii, miten elämyksellisyys on onnistunut ja kuinka tapahtuman tunnelma on välittynyt yleisölle. Budjetin puolesta Catani tarkastelee muun muassa kuinka hyvin siinä pyrittiin. Tekemisen näkökulmasta tutkiskelun alla hänellä ovat käytännönjärjestelyjen sujuvuus ja onnistuminen, niin oman kuin muunkin tapahtumaorganisaation näkökulmasta.

Tuottajan tulisi arvioida jokainen tuottamansa tapahtuman elementti erikseen. Toiset näistä elementeistä voi arvioida vain tapahtumaorganisaation itsensä asettamien tavoitteiden perusteella, toisten arviointiin voi käyttää myös ulkopuolisia. Esimerkiksi niin tapahtumaorganisaatio kuin yleisökin voi arvioida esiintyjien laatua yleensä, mutta vain tapahtuman järjestäjä voi pohtia täyttikö esiintyjä hänelle ennalta asetetut toiveet. (Van Der Straeten 2013, 224.)

Oli tapahtuma miten pieni tahansa, sen onnistumista ja tavoitteiden saavuttamista pitäisi jälkikäteen arvioida. Tuottajan voi olla hankala arvottaa omaa tekemistään, mutta tapahtuman onnistumiset ja epäonnistumiset kannattaa dokumentoida tulevia tuotantoja ja oman osaamisen kehittämistä varten. Arviointi auttaa löytämään tapahtuman menestystekijät, mutta myös kehityskohdat, mistä on hyötyä tulevien tapahtumien suunnittelussa. (Catani 2017, 130, 137; Van Der Straeten 2013, 220.)

### **3.3 Tapahtumamanuaali laadun varmistajana**

Manuaalilla on monta synonyymiä: opas, käsikirja, ohjekirja, käyttöohje, toimintaohje. Yhtä kaikki, ne on tavallisesti laadittu lukijansa avuksi, niiden käsittelemien

asioiden tai prosessien onnistumisen varmistamiseksi tai laadun parantamiseksi. Esimerkiksi Tampereen kaupungin tapahtumatoimiston julkaiseman, Saara Paavolan toimittaman Tapahtumajärjestäjän oppaan (2012) todetaan olevan ”tietopaketti siitä, miten järjestät onnistuneen tapahtuman Tampereella”. Tämäkin tapahtuman tuottamisen avuksi kirjoitettu käsikirja siis tavoittelee mahdollisimman onnistunutta, laadukasta tapahtumaa.

Yksittäinen tapahtumatuotanto on projekti. Projektille ominaisesti sillä on alku ja loppu eli se on kertaluontoinen ja sen laajuus on rajattu. Projektilla, kuten tapahtumatuotannollakin on määrätyt resurssit, esimerkiksi budjetti ja sillä on jokin tavoite, joka halutaan saavuttaa. Tapahtuman tuottajalta vaaditaan projektipäällikön organisointikykyä ja resurssien hallintaa: aikataulu tai budjetti eivät saa ylittyä ja lopputuloksen laadun on oltava sitä, mitä tavoiteltiin. (Saksala 2015, 169–170.)

Yksi yleinen syy projektin epäonnistumiseen on huono suunnittelu (Mäntyneva 2016, 50). Pienemmät tapahtumat onnistuvat yksinkertaisemmalla suunnittelulla, mutta suuremman kokoluokan tapahtumatuotannot vaativat onnistuakseen myös välietapit sisältävän projektinhallinnan suunnitelman (Saksala 2015, 170). Projekti onnistuu sitä todennäköisemmin, mitä paremmin projektisuunnittelu toteutetaan ja sitä myöten projektin tavoitteet saadaan välitettyä kaikille projektin parissa työskenteleville (Mäntyneva 2016, 10, 17). Projektin valmisteluvaiheessa, jo ennen itse projektin tai suunnittelun aloittamista, tehdään mahdollisesti esiselvityksiä ja hahmotellaan projektin sisältöä. Näitä esiselvityksiä käytetään apuna projektisuunnitelman viimeistelyssä. (Mäntyneva 2016, 47.)

Tuottajan oppaaksi laadittua, tietyn tapahtuman tuottamiseen kirjoitettua tapahtumamanuaalia voidaan pitää tällaisena projektin valmisteluvaiheen esiselvityksenä. Manuaali sisältää tavallisesti perustiedot tapahtumasta ja sen kohderyhmästä ja kertoo tuottajalle tapahtuman tavoitteen eli miksi sitä tuotetaan. Jokaista projektia eli yksittäistä tapahtumaa varten on luotava oma suunnitelma, mutta sen pohjana ja viimeistelyapuna voidaan käyttää tapahtumasta laadittua manuaalia.

Onnistuneessa projektissa sen tavoitteet ja perustehtävät ovat koko projektin ajan selvillä ja projekti on suunniteltu riittävän yksityiskohtaisesti (Mäntyneva 2016, 41–

42). Tapahtumaprojektin tavoitteet ja perustehtävät on koottu tapahtuman tuottamisesta laadittuun manuaaliin. Nämä tiedot löytyvät manuaalista koko projektin ajan ja tuottaja voi aina tarvittaessa palata näihin tietoihin. Tavoitteet pysyvät siis koko projektin ajan mielessä ja muuttumattomina.

Myös Vallo ja Häyrinen (2016, 191) toteavat suunnittelun olevan onnistuneen tapahtuman kannalta ratkaisevan tärkeää. Tapahtumamanuaalin tiedot toimivat itsessään tapahtuman suurpiirteisenä suunnitelmana ja auttavat siten yksityiskohtaisemman tapahtumasuunnitelman laadinnan alkuun. Manuaali mahdollistaa aikaa vapauttamalla tuottajan keskittymisen tapahtuman yksityiskohtien hiomiseen, uuden ideointiin ja tapahtuman kehittämiseen. Tapahtumamanuaali auttaa siis tapahtumasuunnitelman laadinnassa, mikä onnistuessaan johtaa laadukkaaseen tapahtumaan.



## **4 MANUAALI KESÄÄ KAUPPAKADULLA -TAPAHTUMAN TUOTTAMISEEN**

Tässä opinnäytetyön luvussa käsitellään työn tuloksena syntynyttä Manuaalia Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen. Luvun alussa käydään läpi manuaalin tausta-aineistona käytetty toimeksiantajan edustajien haastattelu. Teemahaastattelun tulokset olivat olennaisessa osassa manuaalin sisällön suunnittelussa ja rajauksessa. Luvun loppupuolella tarkastellaan tapahtumamanuaalin kirjoittamista, kirjoitusprosessin vaiheita ja sujumista sekä pohditaan manuaalin sisältöä ja sen rajausta.

### **4.1 Haastattelu manuaalin tausta-aineistona**

Tämän opinnäytetyön tuloksena syntyneen tapahtumamanuaalin kirjoittamisen tausta-aineistoksi haastateltiin Lapuan kaupungin kulttuuripäällikkö Susanna Mäki-Oversteynsia ja myyntisihteeri Ruut Lehto, jotka ovat olleet toteuttamassa Kesää Kauppakadulla -tapahtumaa monena kesänä, Lehto tapahtuman alusta asti. Haastateltavat toimivat toistaiseksi myös jatkossa Kesää Kauppakadulla -tapahtuman vastaavina tuottajina, tuottajan yhteyshenkilöinä ja neuvonantajina. Vastaavien tuottajien asemassa ja Lapuan kaupungin kulttuuripalveluiden edustajina Lehto ja Mäki-Oversteyns tuntevat Kesää Kauppakadulla -tapahtuman historian ja heillä on myös vankka ajatus siitä, millainen sen tulisi olla tulevaisuudessa. Lehto ja Mäki-Oversteyns ovat ohjanneet tapahtuman tuottajia edellisinä kesinä, joten he tietävät, millaisesta manuaalista olisi tuleville tuottajille eniten apua.

Haastattelu toteutettiin puolistrukturoituna haastatteluna eli teemahaastatteluna, joka on luultavasti käytetyin tutkimushaastattelun muoto. Puolistrukturoiduille menetelmille tyypillisesti teemahaastattelussa jokin näkökohta on määritetty tarkasti, mutta ei kaikkia. Teemahaastattelun aikana keskustellaan tietyistä, ennalta sovitusta teemoista, mutta ne voidaan käsitellä missä tahansa järjestyksessä eikä haastateltavan vastauksia ole sidottu tiettyihin vastausvaihtoehtoihin. Teemahaastatte-

lun kysymyksillä ei ole tarkkaa muotoa, kuten strukturoidun lomakehaastattelun kysymyksillä, mutta muoto ei kuitenkaan ole täysin vapaa, kuten strukturoimattomassa syvähaastattelussa. (Vilkka 2005, 101–102; Hirsijärvi & Hurme 2008, 47–48.)

Haastattelu toteutettiin heinäkuun 2019 alussa Kulttuurikeskus Vanhassa Paukussa kaupungin kulttuuripalveluiden tiloissa. Haastattelutilanteessa paikalla olivat Lehto, Mäki-Oversteyns sekä haastattelijana toiminut tämän opinnäytetyön kirjoittaja. Haastattelijalla oli laatinut haastattelun pohjaksi Kesää Kauppakadulla -tapahtumaan ja siitä tuottajan avuksi tehtävään manuaaliin liittyviä kysymyksiä, joihin haastateltavat saivat tutustua etukäteen. Haastattelijalla johti noin tunnin kestänyttä melko vapaamuotoista keskustelua, jonka pohjana kysymykset olivat.

Osa haastattelun kysymyksistä oli avoimia, kuten mitä haastateltavat odottavat valmiilta tapahtumamanuaalilta, mitä sen pitäisi sisältää, minkä Kesää Kauppakadulla -tapahtuman osa-alueista pitäisi olla joka vuosi samanlaisia, minkä taas muuttua ja mitä uuden tuottajan pitäisi ehdottomasti tietää Kesää Kauppakadulla -tapahtumasta. Osassa kysymyksistä oli luettelo vastausehdotuksista, joista haastateltavat saivat valita mielestään sopivimmat tai tärkeimmät ja halutessaan lisätä itse vaihtoehtoja. Kysymykset koskivat manuaalin teemaa, mitä otsikoita manuaaliin voisi tulla sekä mitä elementtejä, kuten kuvia, karttoja, suunnitelmia tai valmiiksi täytettyjä lupapohjia manuaali voisi sisältää. Kysymyksiin oli annettu valmiita vastausvaihtoehtoja vastaamisen helpottamiseksi ja tarkempien vastausten varmistamiseksi.

Haastattelun aikainen keskustelu oli aktiivista. Sen aikana selvisi, että Lehto ja Mäki-Oversteyns haluavat tallentaa lopputuloksena syntyvään tapahtumamanuaaliin kaiken olennaisen Kesää Kauppakadulla -tapahtumasta niin, että sen lukija ymmärtäisi syvällisesti, mistä tapahtumassa on kysymys eikä mitään unohtuisi. He halusivat manuaalista tehtävän selkeän ja jäsennellyn käytännön työkalun, joka auttaisi tuottajaa niin suunnittelu- kuin toteutusvaiheessakin. Toisaalta manuaalissa tulisi varoa uuden tuottajan liiallista rajoittamista ohjeilla, jotta hänellä olisi kuitenkin vapaus ideoida uutta ja kehittää tapahtumaa eteenpäin.

Oppaan teemasta keskusteltaessa vahvimmin saivat kannatusta projektinhallinta sekä tapahtumatuottaminen käytännössä. Muita mainittuja teemoja olivat ohjelman-

suunnittelu, palvelumuotoilu sekä asiakaslähtöisyys. Manuaalissa haluttiin käsiteltävän erityisesti ohjelman suunnittelua, markkinointia, tapahtumajärjestämisen asiakirjoja ja projektinhallintaa, mutta myös yleisön osallistamista, turvallisuutta ja tapahtumatuotannon aikatauluja. Lehto ja Mäki-Oversteyns pitivät monia haastattelukysymyksiin listattuja manuaalin mahdollisia elementtejä tarpeellisina, mutta hyödyllisimmiksi he kokivat muun muassa kartat, ohjelmaesimerkit, valmiiksi täytetyt lupapohjat, markkinointisuunnitelman pohjan ja budjettipohjan.

## **4.2 Tapahtumamanuaalin kirjoitusprosessi**

Tämän opinnäytetyön tekijä toimi kesän 2019 Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottajana. Tapahtumamanuaalin tekemisen luonnostelu alkoi jo talvella 2019, kun tapahtuman tuotannon valmistelut alkoivat ja tarve manuaalin laatimiseen ilmeni. Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuotantoa aloitettiin keväällä 2019 ja aktiivinen tuottaminen toukokuussa. Kesän viisi Kesää Kauppakadulla -tapahtumailtaa vietettiin kesä-heinäkuussa ja elokuussa oli tarvetta enää jälkituotannon tehtäville. Tapahtumamanuaalin kirjoittaminen kesän kokemusten pohjalta alkoi myöhemmin syksyllä.

Manuaalin sisältöä on suunniteltu vuoden 2019 Kesää Kauppakadulla -tapahtumatuotannon alusta asti. Esikuvina manuaalille ovat toimineet muut tapahtumatuotannon käsikirjat, kuten esimerkiksi Johanna Catanin kirjoittama Onnistunut yritystapahtuma: Järjestäjän käsikirja (2017 Talentum Media). Näistä muista kirjoista on löytynyt teemoja ja esimerkkiotsikoita myös Kesää Kauppakadulla -tapahtuman manuaalin tarpeisiin. Manuaalin lähtökohtana toimivat myös oletukset siitä, mitä Kesää Kauppakadulla -tapahtuman uusi tuottaja luultavasti haluaisi siitä tietää.

Tapahtumamanuaalin tausta-aineiston keräämiseksi toteutettu Lehdon ja Mäki-Oversteynsin haastattelu sijoittui koko manuaalin laatimisprosessin puoliväliin. Haastateltavien ilmaiset mielipiteet ohjasivat manuaalin sisällön suunnittelua ja tarkensivat sen rajausta. Muu tapahtumamanuaalin sisältö, kuten markkinointisuunnitelman pohja tai tapahtumaillan esimerkkiaikataulut syntyivät kesän aikana Kesää Kauppakadulla -tapahtumatuotannon yhteydessä.

Varsinainen tapahtumamanuaalin kirjoitusprosessi käynnistyi syksyllä 2019. Kirjoitusprosessi kokosi kaiken kesän aikana opitun ja valmistellun yhdeksi kokonaisuudeksi. Manuaalin kirjoittaminen oli lopulta suhteellisen yksiselitteistä eikä suurempia vastoinkäymisiä ilmennyt. Kirjoitusprosessissa hankalinta oli rajata manuaalin sisältöä ja päättää, mikä todella on hyödyllistä tai tarpeellista ja mikä taas ei. Hieman vaikeaa oli myös arvioida, kuinka tarkkaan asiat pitäisi manuaaliin kirjoittaa. Vaikka kaikesta valmiiksi suunnitellusta on varmasti tulevaisuudessa apua, voi liika tarkkuus tuntua uudesta tuottajasta holhoavalta ja pahimmassa tapauksessa rajoittaa luovuutta ja uusien ideoiden keksimistä.

### **4.3 Tapahtumamanuaalin sisältö ja rajaus**

Manuaali Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen on suunniteltu tuottajan työkaluksi ja avuksi sen sisältäessä kaiken perustiedon Kesää Kauppakadulla -tapahtumasta ja sen tuotannosta. Osa manuaalin sisältämisestä esimerkeistä on yleistetty kesän 2019 suunnitelmista ja aikatauluista, osa taas liitetty manuaaliin sellaisenaan tulevien tuottajien sovellettavaksi.

Tapahtumamanuaalin otsikot on valittu sen perusteella, mitä asioita Lehto ja Mäki-Oversteyns kokivat siihen tarpeellisimmiksi sisällyttää ja mistä asioista kesällä 2019 tapahtuman tuottajana toimineelle, tämän opinnäytetyön kirjoittajalle oli itselleen tuotannon aikana eniten hyötyä. Haastattelussa tärkeinä manuaalin aiheina korostuivat tapahtuman ohjelman suunnittelu, tapahtumamarkkinointi sekä tapahtumajärjestämiseen liittyvät asiakirjat, kuten luvat ja sopimukset. Näiden lisäksi manuaalissa on käsitelty projektinhallintaa ja tapahtumaan liittyviä yhteistyökumppanuuksia. Manuaalin Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen sisällysluettelo on tämän opinnäytetyön liitteenä 1.

Manuaalin alussa kerrotaan lyhyesti Kesää Kauppakadulla -tapahtuman historiasta, jotta myös tulevat tuottajat tietäisivät, miksi tapahtumaa on alun perin alettu järjestää. Luku käsittelee myös odotettavissa olevia osallistujamääriä ja kohderyhmiä tapahtuman suunnittelun helpottamiseksi. Tuottajan on tärkeää tuntea myös tapahtuman arvot, jotka on mainittu luvun lopussa.

Manuaalin Projektinhallinta-luvussa käsitellään tuotannon aikatauluja, budjetointia sekä tapahtuma-alueen suunnittelua. Luku alkaa tuotannon vuosikellolla ja tehtävällälistalla, johon on koottu muun muassa tapahtuman markkinointiin, turvallisuuteen ja ohjelmaan liittyviä tehtäviä ja jäsenneily ne suositeltavan toteutusaikataulun mukaan. Ennen Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tapahtumapaikkana toimivan Pyhälahden aukion ja sen resurssien esittelyä manuaalista löytyy pohja tapahtuman budjetille. Tapahtuman budjetointia ei ole käsitelty manuaalissa tämän enempää, sillä liiketaloudellinen näkökulma ei kaupungin järjestämissä ilmaistapahtumissa korostu. Sekä tehtävällälistasta että budjettipohja ovat esimerkinomaisia, joten tulevat Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottajat voivat soveltaa niitä tarpeidensa mukaan. Luvun päättää ennen tapahtumaa varmistettavista asioista ja tapahtumapaikalle mukaan otettavista tavaroista koostuva check-lista.

Ohjelman suunnittelu -luvun alussa on lueteltu Kesää Kauppakadulla -tapahtumassa tähän mennessä nähtyjä ohjelmanumeroita sekä uusia ideoita tulevaisuuden varalle. Myöhemmin luvussa annetaan vinkkejä tapahtuman ohjelman suunnitteluun ja aikatauluttamiseen. Erityisesti manuaalissa on haluttu korostaa juontajan tärkeyttä tapahtuman tunnelmanluojana ja ohjelman rytmittäjänä.

Kesää Kauppakadulla -tapahtuman markkinoinnille on manuaalissa omistettu oma luku, sillä se koetaan erittäin tärkeäksi. Erityisesti aktiivisuus sosiaalisessa mediassa on oleellista. Luvussa on lueteltu tähän mennessä käytettyjä markkinointikanavia ja kerrottu niiden aktiivisuudesta. Luvun päättävät esimerkinomaiset aikataulusuunnitelmat markkinointiin ja sosiaalisen median päivityksille.

Luvat ja ilmoitukset -luvussa on käsitelty niistä kaikki Kesää Kauppakadulla -tapahtumaa koskevat. Lukuun on koottu valmiiksi tietoja, jotka kysytään Poliisille tehtävässä ilmoituksessa yleisötilaisuuden järjestämisestä. Lukuun liittyen löytyy manuaalin päättävistä liitteistä pohja Kesää Kauppakadulla -tapahtuman pelastussuunnitelmaa varten. Muut luvussa käsitellyt luvat ja ilmoitukset ovat maankäyttölupa, meluilmoitus ja ilmoitus elintarvikkeiden myynnistä.

Manuaalin viimeinen luku käsittelee Kesää Kauppakadulla -tapahtumaan liittyviä yhteistyökumppanuuksia ja niihin liittyviä sopimuksia. Luvun loppuun on myös kerätty

mahdollisesti hyödyllisiä paikallisten toimijoiden yhteystietoja. Manuaali päättyy liitteisiin, joita ovat muun muassa ohjelmantarjoajan sopimus pohja sekä tapahtuma-alueen kartat.

Vaikka laadittu manuaali sisältää paljon hahmotelmia ja ajatuksia Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tulevaisuudesta sekä valmiiksi täytettyjä suunnitelmapohjia, ei sen tarkoituksena ole rajoittaa tapahtuman tulevia tuottajia. Manuaalin ajatuksena on antaa tuottajalle kuva siitä, miten tapahtumaa on tuotettu edellisinä vuosina. Kaikkia suunnitelmia ei kuitenkaan tarvitse noudattaa orjallisesti vaan manuaalissa korostetaan niiden olevan tehty sovellettaviksi. Tuottaja voi siis manuaalin sisältöä lähinnä tukena käyttäen kehittää tapahtumaa jatkossa haluamaansa suuntaan.

Manuaali Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen toimitetaan uusia tuottajia varten Lapuan kaupungin kulttuuripalveluille sekä PDF-muodossa tallennettavaksi että fyysisenä kopiona. Fyysinen manuaali tulostetaan irtolehdeksi rengaskansioon, jolloin manuaalia voi tulevaisuudessa päivittää vaihtamalla uusiin ne sivut, joiden tieto on muuttunut tai lisäämällä manuaaliin aivan uutta tietoa tai muistiinpanoja.

## 5 PÄÄTÄNTÄ

Tapahtuman laatua on hankala määritellä tai arvioida, vaikka sen onnistumista voidaan tarkastella tapahtumalle asetettuihin tavoitteisiin nojaten. Nämä tavoitteet kuitenkin vaihtelevat tapahtuma- ja tuottajakohtaisesti. Yksi tuottaja vaatii samalta tapahtumalta enemmän ja erilaisia asioita kuin toinen. Lisäksi myös yleisöllä on tavoitteita ja odotuksia tapahtuman suhteen. Nämä odotukset voivat olla korkealla ja aivan erilaisia, kuin mitä tapahtuman tuottaja on tapahtuman suunnitellut ja kuvitellut täyttävän.

Tapahtumatuotanto koostuu monesta osa-alueesta, kuten ohjelmasta, markkinoinnista, budjetoinnista sekä turvallisuudesta. Näille osa-alueille ei ole määritetty yleistä vaatimusten tasoa, jolle laadukkaan tapahtuman tulisi päästä. Sen takia kukin tuottaja arvioi osa-alueiden laadun itse ja päättää, mitkä tuotannon vaiheista ovat ratkaisevia tapahtuman onnistumisen kannalta. Tämä vaihtelee myös tapahtumakohtaisesti: kaikki tapahtumat eivät esimerkiksi tarvitse juuri ollenkaan markkinointia tai turvallisuustoimenpiteitä. Silloin näiden osa-alueiden laadukkuuden ei voida myöskään antaa vaikuttaa tapahtuman onnistumisen arviointiin. Kaikkien osa-alueiden ei siis tarvitse onnistua täydellisesti ja tapahtuma voi silti olla laadukas.

Vaikka tuottajan mielestä tapahtuma on onnistunut, ei koko yleisö tai työryhmä välttämättä ole samaa mieltä. Jokainen tapahtumaan osallistuva arvioi tapahtuman onnistumista ja laadukkuutta omasta näkökulmastaan ja omiin odotuksiinsa sekä aiempiin kokemuksiinsa pohjaten. Tapahtuman laadun arviointiin ei ole kehitetty kaikkiin tilanteisiin sopivaa mittaristoa, jonka avulla tapahtuma pystyttäisiin toteamaan yksiselitteisesti laadukkaaksi tai onnistuneeksi. Mittariston olemassaolosta huolimatta laadukkuuden kokemukseen vaikuttaisivat silti tunteet ja tunne tapahtuman onnistumisesta. Tapahtuman onnistumista ei siis pystytä mittaamaan täysin rationaalisesti, minkä ei tarvitse olla huono asia. Tapahtumat ovat nimenomaan kokemuksia.

Tapahtuman epäonnistuminen voi olla helpompaa todentaa kuin onnistuminen. Syy tapahtuman epäonnistumiseen on usein huonossa suunnittelussa, jolloin tapahtuman laatu varmistetaan laatimalla hyvä tuotantosuunnitelma. Tulevien tapahtumien

suunnittelutyötä voidaan helpottaa tapahtumamanuaalilla, johon kootaan kaikki tapahtumaan liittyvä oleellinen perustieto. Tuotantoa varten laaditun oppaan rooli tapahtuman laadun varmistamisessa ja onnistumisen edistämässä saattaakin olla ratkaisevan suuri.

Manuaali Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen on laadittu tuotannon helpottamiseksi ja lopulta myös tapahtuman onnistumisen varmistamiseksi ja sen laadun parantamiseksi. Manuaaliin kootut tapahtuman pohjatiedot, kuten kävijämäärät, tapahtuman kohderyhmän ohjelmamieltymykset, tapahtuma-alueen olemassa olevat fasilitetit sekä hyväksi havaitut markkinointikanavat varmistavat tapahtuman peruslaadun ja että tapahtuman tärkeimmät elementit on otettu huomioon. Siispä sen sijaan, että tuottaja aloittaisi tapahtuman suunnittelun aivan alusta, voi hän hyödyntää manuaalin tietoja suunnittelun pohjana ja käyttää näin säästyneen ajan tapahtuman kehittämiseen, uusien ohjelmanumeroiden ideointiin ja muiden tapahtuman laatua parantavien yksityiskohtien viimeistelyyn. Kun suunnitelmalla on manuaalin myötä jo perusta, voi tuottaja keskittyä sen laadun varmistamiseen, mikä johtaa onnistuneeseen suunnitelman kautta myös onnistuneeseen tapahtumaan.

## **5.1 Tapahtumamanuaalin onnistuminen**

Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuotannosta laadittavalle oppaalle asetettiin projektin alussa tavoitteeksi toimia itsenäisen tuottajan ensisijaisena apuna ja oppaana kokoamalla yhteen kaiken tapahtumaan liittyvän perustiedon. Tässä manuaali on onnistunut. Tapahtumamanuaaliin on koottu kaikki Kesää Kauppakadulla -tapahtumaa koskevat perustiedot, jotta mitään ei unohtuisi. Tiedot siirtyvät manuaalin avulla tuottajalta toiselle myös tulevaisuudessa, vaikka tällä hetkellä tapahtumaa toteuttamassa olevat eivät jatkossa pystyisikään olemaan mukana tuotannossa. Manuaali perustietoineen perehdyttää uuden tuottajan tapahtuman tuotantoon ja varmistaa näin, että hänellä on mahdollisimman hyvät lähtötiedot tapahtumasta tuottamisen alkaessa.

Työn tuloksena syntyneen Manuaalin Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen haluttiin tukevan tulevien kesien tapahtumien onnistumista ja lopulta myös



myötävaikuttavan tapahtuman kehittymiseen ja sen laadun parantumiseen. Tämä tavoite on valmiissa manuaalissa saavutettu sen sisältäessä tapahtuman perustietojen lisäksi tuottajaa hänen työssään auttavia suunnitelma- ja sopimus pohjia ja valmiiksi täytettyjä lupahakemuksia. Vaikka tapahtuma kehittyy joka vuosi, asetettiin manuaalin tavoitteeksi kuitenkin myös säilyttää tapahtuman henki tuottajan vaihtumisesta huolimatta. Manuaaliin liitetyt kuvat tekevät toivottavasti tämän ja auttavat uutta tuottajaa ymmärtämään syvällisesti, mistä Kesää Kauppakadulla -tapahtumassa on kyse.

Manuaali Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen toimii kokonaisuutena hyvin. Tapahtumamanuaaliin on koottu valmiiksi asioita, jotka tuottajan tulee pitää mielessä eikä mitään olennaista tapahtumaan liittyvää unohdu vaan se otetaan jo suunnitteluvaiheessa huomioon. Tapahtumamanuaali tuo siis tuottajalle mielenrauhaa työskennellä ja kehittää tapahtumaa haluttuun suuntaan. Näin tapahtumasta tulee onnistunut ja sen laatu paranee myös jatkossa.

Tällaisenaan manuaali toimii Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottajan apuna pari seuraavaa vuotta. Jotta oppaasta olisi hyötyä myös siitä eteenpäin, tulee sitä päivittää vuosittain uusilla ohjelmaideoilla ja yhteystiedoilla. Jos jollain tapahtuman osa-alueella, kuten turvallisuuslainsäädännössä tai markkinointikäytänteissä tapahtuu muutoksia, pitäisi ne kirjata ylös manuaaliin. Näin vanha tieto ei hämmennä seuraavaa tuottajaa ja tapahtumamanuaali palvelee käyttäjiään pidempään.

## **5.2 Tapahtumamanuaalin kehityskohdat**

Manuaali Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen on kattava opas tapahtumasta. Se sisältää kuvia, jotka kertovat tapahtuman uudelle tuottajalle tilaisuuden hengestä ja puitteista, sekä antaa valmiita esimerkkejä aikatauluista ja pohjia eri suunnitelmille. Nämä valmiiksi täytetyt lomakkeet ja aikataulut nopeuttavat suunnittelutyötä, mutta niitä voi käyttää myös vain esimerkkinä tai olla käyttämättä ollenkaan. Tätä manuaalissa yritetään myös korostaa. Toisaalta tätä puolta olisi voinut tähdentää enemmänkin, jotta manuaalia lukevalle tuottajalle ei tulisi oloa, että hänellä ei ole mitään vaikutusmahdollisuuksia tapahtuman sisältöön tai kulkuun.

Tapahtuman tiedot ja tuotannossa aiemmin käytetyt suunnitelmat on kirjattu manuaaliin tarkoituksella täsmällisesti. Voi kuitenkin olla, että esimerkiksi tiedot, joita kysytään Poliisille tehtävässä ilmoituksessa yleisötilaisuuden järjestämisestä, on tallennettu manuaaliin liiallisellakin tarkkuudella. Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottajat ovat tähän mennessä olleet tapahtuma-alaa opiskelevia tai alan ammattilaisiksi valmistuneita, joten tapahtumatuotannon perusasioita ei tarvitsisi selittää heille enää niin tarkkaan. Toisaalta manuaalin sisällössä on haluttu ottaa huomioon myös he, vasta alaa opiskelevat, jotka eivät ole vielä ehtineet urallaan tuottaa montaa tapahtumaa eivätkä ole ehkä koskaan ilmoittaneet yleisötilaisuuden järjestämisestä Poliisille.

Vaikka tapahtumamanuaali on kattava, puuttuu siitä myös joitain hyödyllisiä yksityiskohtia. Manuaalissa ei esimerkiksi kehoiteta tuottajaa keräämään tapahtumavierailta palautetta, joko tapahtuman aikana tai koko tapahtumasarjan jälkeen. Manuaali olisi voinut sisältää esimerkkikysymyksiä ja muita vinkkejä palautekyselyn laadintaan. Tämä kuitenkin katsottiin sellaiseksi tapahtuman osa-alueeksi, jonka tuottaja saa toteuttaa niin halutessaan ja saa aiheesta lisää tietoa helposti myös muista lähteistä. Manuaalissa ei myöskään käsitellä tapahtuman graafista ohjeistusta. Kesää Kauppakadulla -tapahtuman visuaalista ilmettä ei ole tarkoitus uusia joka vuosi, mutta siihen tai ainakin edellisen vuoden ilmeen päivittämiseen on kuitenkin mahdollisuus. Ilmeen muokkaaminen riippuu tuottajan innokkuudesta ja siitä, kuka tapahtuman visuaalisen aineiston tuottaa.

### **5.3 Pohdinta**

Vaikka Manuaali Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen on onnistunut, tulee silti ottaa huomioon sen perustuvan laatijansa yhden kesän kokemuksiin Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuotannosta. Käsikirjan pohjamateriaaliksi haastateltiin myös toimeksiantajan edustajia, mikä toi vahvaa näkemystä aiheeseen. Kun samaa tapahtumaa tekee monta vuotta, on vaarana, että sen tuottamista jatketaan samoilla, totutuilla tavoilla vuodesta toiseen, mikä estää tapahtuman kehittymisen. Tämä ei kuitenkaan ole tilanne tätä opinnäytetyötä varten toteutetun haastattelun

kohdalla, sillä toimeksiantajan edustajat Lapuan kaupungin kulttuuripäällikkö Susanna Mäki-Oversteyns ja myyntisihteeri Ruut Lehto osoittivat näkemyksensä tapahtuman kehittymisen ja uudistumisen tarpeesta. He painottivat, ettei manuaali saa suitsia uutta tuottajaa liikaa tai rajoittaa hänen luovuuttaan. Myönteisenä voidaan pitää myös sitä, että manuaalin kirjoittajalle Kesää Kauppakadulla oli vielä tuotannon alkaessa uusi tapahtuma, mikä antoi tuotantoon ja oppaan laadintaan jokseenkin ulkopuolisen perspektiivin.

Tapahtumamanuaaliin olisi varmasti tuonut lisäarvoa mielipiteen kysyminen joltain aivan ulkopuoliselta tapahtuma-alan ammattilaiselta. Hän olisi voinut katsoa Kesää Kauppakadulla -tapahtumasta kirjoitettua opasta niin sanotusti ”tuorein silmin” ja tehdä tämänhetkisiin käytänteisiin parannusehdotuksia. Tällöin tapahtuma olisi voinut kehittyä jo manuaalin laadintavaiheessa, ennen seuraavan kesän tapahtumaa. Nyt nämä parannusehdotukset jäävät seuraavan tuottajan tehtäväksi.

On hyvä pohtia myös sitä, vaikuttiko haastattelun kysymyksenasettelu haastateltujen vastauksiin ja kuinka paljon. Haastattelussa esitettiin avoimia kysymyksiä, mutta joihinkin kysymyksiin annettiin valmiita vastausvaihtoehtoja. Niiden tarkoituksena oli varmistaa tarkemmat vastaukset ja sen myötä myös suurempi hyöty tapahtumamanuaalin rakentamisen kannalta. Vaihtoehtoja oli useampia ja haastateltavat saivat vastata myös niiden ulkopuolelta. Silti on hyvä pohtia, saattoiko vastausvaihtoehtojen määrä valheellisesti johdattaa ajattelemaan, että kaikki mahdolliset vaihtoehdot olivat siinä ja olisivatko avoimet kysymykset johtaneet uusiin ideoihin ja ajatuksiin, joita haastattelijakaan ei ollut osannut huomioida ennakkoon.

Tämän opinnäytetyön tuloksena syntynyttä tapahtumamanuaalia voisi jatkossa hyödyntää paitsi Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamisessa, myös sen kehittämisessä ja tehdä työn jatkoksi Kesää Kauppakadulla -tapahtuman kehittämissuunnitelman, sillä sen tarpeesta on ollut puhetta toimeksiantajan kanssa. Suunnitelmassa voisi pohtia miten tapahtumaa voisi tulevana vuosina uudistaa kuitenkin tapahtuman pohjimmaisena ajatuksena mielessä pitäen ja kehittää uusia ideoita tapahtuman ohjelmansuunnitteluun ja markkinointiin. Kehittämissuunnitelman tavoitteena olisi pitää Kesää Kauppakadulla myös tulevana vuosina kiinnostavana, tuoreena ja kävijöitä houkuttavana tapahtumana.

## LÄHTEET

A. 5.5.2011/407. Valtioneuvoston asetus pelastustoimesta.

Bladen, C., Kennell, J., Abson, E. & Wilde, N. 2012. Events Management: An introduction. London: Routledge.

Catani, J. 2017. Onnistunut yritystapahtuma: Järjestäjän käsikirja. Helsinki: Talentum Media Oy.

Finland Festivals. Ei päiväystä. Festivaalien taloudellisia avainlukuja: Finland Festivalsin jäsenfestivaalien taloustietoja vuodelta 2017. [Verkkosivusto]. Helsinki: Finland Festivals. [Viitattu 24.10.2019]. Saatavana: <http://www.festivals.fi/wp-content/uploads/2019/03/Festivaalien-taloudelliset-avainluvut-2017.pdf>

Hirsijärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.

Hollmén, P. 21.3.2019. Tiedätkö tapahtumasi tavoitteet ja osaatko välittää ne myös osallistujille? [Blogikirjoitus]. Turku: Lyyti Oy. [Viitattu 23.10.2019]. Saatavana: <https://www.lyyti.com/fi/blogi/tiedatko-tapahtumasi-tavoitteet#>

Hyatt, C. 2008. Facilitating quality in event management. In: Mallen, C. & Adams, L. J. Sport, Recreation and Tourism Event Management: Theoretical and Practical Dimensions. Oxford: Butterworth-Heinemann. 165–179.

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

Kulttuurikeskus Vanha Paukku a. Ei päiväystä. Kulttuuripalvelut. [Verkkosivu]. Lapua: Kulttuurikeskus Vanha Paukku. [Viitattu 21.10.2019]. Saatavana: <https://vanhapaukku.fi/palvelut/kulttuuripalvelut/>

Kulttuurikeskus Vanha Paukku b. Ei päiväystä. Opastukset ryhmille. [Verkkosivu]. Lapua: Kulttuurikeskus Vanha Paukku. [Viitattu 21.10.2019]. Saatavana: <https://vanhapaukku.fi/palvelut/opastukset-ryhmille/>

Kulttuurikeskus Vanha Paukku c. Ei päiväystä. Patruunagalleria. [Verkkosivu]. Lapua: Kulttuurikeskus Vanha Paukku. [Viitattu 21.10.2019]. Saatavana: <https://vanhapaukku.fi/museot-ja-nayttelyt/patruunagalleria/>

Kulttuurikeskus Vanha Paukku d. Ei päiväystä. Vanhan Paukun historia. [Verkkosivu]. Lapua: Kulttuurikeskus Vanha Paukku. [Viitattu 21.10.2019]. Saatavana: <https://vanhapaukku.fi/historia/>

- Kulttuurikeskus Vanha Paukku e. Ei päiväystä. Yhteystiedot. [Verkkosivu]. Lapua: Kulttuurikeskus Vanha Paukku. [Viitattu 21.10.2019]. Saatavana: <https://vanha-paukku.fi/yhteystiedot/>
- L 8.2.2019/166. Laki kuntien kulttuuritoiminnasta.
- L 29.4.2011/378. Pelastuslaki.
- Lapuan Taidemuseo. Ei päiväystä. Museo. [Verkkosivu]. Lapua: Lapuan Taidemuseo. [Viitattu 21.10.2019]. Saatavana: <http://www.lapuantaidemuseo.fi/index.php?p=185>
- Launonen, J. 2018. Tapahtuman markkinointiopas. [Verkojulkaisu]. Tuulos: Hämeenraitti. [Viitattu 24.10.2019]. Saatavana: <http://www.hameenraitti.fi/wp-content/uploads/2019/01/Tapahtumien-markkinointiopas-H%C3%A4meenraitti.pdf>
- Lehto, R. 2018. Myyntisihteeri. Lapuan kaupungin kulttuuripalvelut. Dokumentteja Kesää Kauppakadulla -tapahtumasta. [Henkilökohtainen sähköpostiviesti]. 19.12.2018. Vastaanottaja: Elina Sipilä. [Viitattu 21.10.2019].
- Liveto. 20.8.2018. Tapahtuman budjetointi. [Blogikirjoitus]. Jyväskylä: Liveto. [Viitattu 24.10.2019]. Saatavana: <http://blog.liveto.io/blog/tapahtuman-budjetointi>
- Momentti. 13.4.2017. Viisi vinkkiä onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. [Verkkosivu]. Haapajärvi: Momentti. [Viitattu 23.10.2019]. Saatavana: <https://momentti.fi/ajankohtaista/viisi-vinkkia-onnistuneen-tapahtuman-jarjestamiseen/>
- Mäki-Oversteyns, S. 2019. Kulttuuripäällikkö. Lapuan kaupunki. Haastattelu 3.7.2019.
- Mäntyneva, M. 2016. Hallittu projekti: Jäntevästä suunnittelusta menestykselliseen toteutukseen. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.
- Nielsen, F. 23.3.2019. 6 parasta tapaa tunnistaa tapahtuman kohdeyleisö. [Blogikirjoitus]. Helsinki: Billetto. [Viitattu 23.10.2019]. Saatavana: <https://billetto.fi/blog/6-parasta-tapaa-tunnistaa-tapahtuman-kohdeyleiso/>
- Paavola, S. (toim.) 2012. Tapahtumajärjestäjän opas. Tampere: Tampereen kaupungin Tapahtumatoimisto.
- Ruostetsaari, A. (toim.) Evento. 2016. Tapahtuma: Tavoite, toteutus, tulos. Jyväskylä: Mediatalo Keskisuomalainen Oyj Aikakauslehtiyhtymä.
- Saksala, E. 2015. Tuottajan käsikirja. Helsinki: Like Kustannus Oy.

Seinäjoen ammattikorkeakoulu. 2019. AMK-tutkinnon opinnäytetyöohje. [Verkkopublication]. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. [Viitattu 22.10.2019]. Saatavana Seinäjoen ammattikorkeakoulun Intranetistä. Vaatii käyttöoikeuden.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus: Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 5. uud. p. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Van Der Straeten, K. 2013. Events<sup>2</sup>: How to organize a succesfull event? Kontich: Eventplanner media.

Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

## **LIITTEET**

Liite 1. Manuaalin Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen sisällysluettelo

## LIITE 1 Manuaalin Kesää Kauppakadulla -tapahtuman tuottamiseen sisällysluettelo

### Sisältö

Sisältö .....	2
Kesää Kauppakadulla .....	3
Projektinhallinta .....	5
Tapahtuman vuosikello .....	5
Tehtävälista .....	6
Budjetointi .....	8
Tapahtuma-alueen suunnittelu .....	10
Check-lista .....	14
Ohjelman suunnittelu .....	16
Pääohjelma .....	18
Oheisohjelma .....	21
Ohjelman osallistavuus .....	22
Tapahtumailtojen juontaminen .....	23
Kesää Kauppakadulla -illan kulku .....	24
Tilaa uusille ohjelmaideoille .....	26
Markkinointi .....	27
Markkinointikanavat .....	28
Markkinointisuunnitelma .....	31
Somesuunnitelma .....	33
Luvat ja ilmoitukset .....	36
Poliisille tehtävä ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä .....	36
Maankäyttölupa .....	39
Meluilmoitus .....	39
Ilmoitus elintarvikkeiden myynnistä .....	40
Yhteistyökumppanuudet .....	41
Yhteistyökumppaneiden kanssa tehtävät sopimukset .....	41
Yhteistyötahojen yhteystietoja .....	43
Liitteet .....	48