

Finlandia-hiihdon kilpailukanslian ja Expo- alueen kehittämissuunnitelma

LAB-ammattikorkeakoulu

Restonomi (AMK)

2024

Heta Huhtaniska, Niko Paananen

Tiivistelmä

Tekijä(t) Niko Paananen Heta Huhtaniska	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 39	Valmistumisaika 2025
Työn nimi Finlandia-hiihdon kilpailukanslian ja Expo-alueen kehittämissuunnitelma		
Tutkinto ja koulutusala Restonomi (AMK), matkailu ja tapahtumaliiketoiminta		
Toimeksiantajaorganisaatio (jos opinnäytetyöllä on toimeksiantaja) Finlandia-hiihto, Markku Levanen		
Tiivistelmä <p>Tämä opinnäytetyö toteutettiin toimeksiantona Finlandia-hiihdon tapahtumapäällikkö Markku Levaselle. Työn tavoitteena oli kehittää tapahtuman kilpailukanslian ja Expo-alueen kokonaisuutta. Kehittämissuunnitelman tarkoituksena oli parantaa alueiden visuaalista ilmettä, toiminnallisuutta ja osallistujakokemusta. Näiden osa-alueiden kehittämisellä toivottiin vaikuttavan positiivisesti tapahtuman kävijämääriin ja yleiseen houkuttelevuuteen.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä käytettiin toimintatutkimusta, jossa hyödynnettiin laadullisia menetelmiä, kuten teemahaastatteluja, havainnointia ja benchmarkingia. Haastatteluihin osallistui sekä tapahtumanorganisaation edustajia että tapahtumaan osallistuneita hiihtäjiä. Lisäksi havainnointia tehtiin vuoden 2024 tapahtumassa, ja tutkimuksessa hyödynnettiin myös tekijöiden omaa kokemusta Finlandia-hiihdon järjestämisestä Event Manager -kurssin yhteydessä.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella havaittiin sekä kilpailukanslian että Expo-alueen toiminnassa oli kehittämistarpeita erityisesti visuaalisen ilmeen, opastuksen ja tilankäytön osalta. Kehittämissuunnitelmissa esitettiin muun muassa jonotusmenetelmien selkeyttämistä, lahjakassien jakelun uudelleenjärjestystä sekä visuaalisten elementtien, kuten brändimateriaalien ja somistusten lisäämistä. Kehittämissuunnitelman myötä pyritään parantamaan tapahtuman käytännön sujuvuutta sekä osallistujien viihtyvyyttä ja kokemusta.</p> <p>Opinnäytetyö esittää konkreettisia ja toteutuskelpoisia kehitystoimenpiteitä Finlandia-hiihdolle kilpailukanslian ja Expo-alueen parantamiseksi sekä tarjoaa pohjan tuleville Finlandia-hiihdoille.</p> <p>Tutkimuskysymykset tähän työhön olivat: Millainen kehittämissuunnitelma tukisi parhaiten Finlandia-hiihdon kilpailukanslian ja Expo-alueen toimivuutta ja vetovoimaisuutta sekä mitkä tekijät vaikuttavat niiden houkuttelevuuteen ja toimivuuteen?</p>		
Asiasanat Finlandia-hiihto, Kilpailukanslia, Expo-alue, Kehitysehdotukset		

Abstract

Author(s)	Type of Publication	Published
Niko Paananen	Thesis, UAS	2025
Heta Huhtaniska	Number of Pages	
	39	
Title of Publication		
Finlandia-hiihto (ski)		
Development plan for the competition office and Expo area		
Degree, Field of Study		
Restonomy (UAS), tourism and event management		
Organisation of the client (if the thesis work is commissioned by another party)		
Finlandia-hiihto, Markku Levanen		
Abstract		
<p>This thesis was commissioned by the Finlandia- hiihto Event Manager Markku Levanen, with the aim of developing the event's competition office and Expo area. The objective of the development plan was to improve the visual identity, functional, and participant experience of these areas, to increase visitor numbers and enhance the overall appeal of the event.</p> <p>The study was conducted as action research using qualitative research methods, including thematic interviews, observation, and benchmarking. Interviews were conducted with members of the organizing team and participants of the event. Additionally, we authors drew our own experience from participating in the 2024 Finlandia-hiihto as part of Event Manager course, during which we conducted systematic observation</p> <p>The results revealed development needs in the visual layout and guidance in both the competition office and Expo-area. The development plan aims to enhance both the operational flow and overall experience for participants.</p> <p>This thesis presents concrete and feasible suggestions for improving the competition office and Expo area from Finlandia-hiihto and provides a foundation for future development projects related to the organization</p>		
Keywords		
Finlandia-hiihto, Expo area, Competition office, development plan		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Finlandia-hiihto	2
2.1	Finlandia-hiihdon historia	2
2.2	Finlandia-hiihto nykyhetkessä	4
2.2.1	Finlandia-hiihto uudistukset.....	5
2.2.2	Finlandia-hiihto 2025	6
3	Kehittämissuunnitelma	9
3.1	Kehittämissuunnitelman luominen ja tavoitteet.....	9
3.2	Kilpailukanslia ja Expo-alue ennen	9
4	Tutkimuksen tavoitteet ja menetelmät	12
4.1	Tutkimusmenetelmät	12
4.2	Benchmarking.....	13
4.3	Euroloppet Jyväskylä Ski Marathon ja Worldloppet Finlandia-hiihto.....	15
5	Haastattelut	17
5.1	Organisaation haastattelut	17
5.2	Kisaajien haastattelut	20
6	Kehitysehdotukset.....	23
6.1	Kilpailukanslian kehitys.....	23
6.2	Mitä olisi 2025.....	25
6.2.1	Kehitysideoiden esiin tuominen.....	27
6.2.2	Havainnointi	28
	Pohdinta.....	34
	Lähteet	36

1 Johdanto

Finlandia-hiihto tunnetaan yhtenä Suomen suurimmista ja perinteikkäimmistä massahiihtotapahtumista. Se houkuttelee vuosittain tuhansia osallistujia ympäri maailmaa. Tapahtuman onnistumisen kannalta on tärkeää, että kilpailukanslian ja Expo-alueen toiminta on sujuvaa, visuaalisesti näyttävää ja tapahtuman teemaan sopivaa. Tällä hetkellä kilpailukanslian visuaalinen ilme on hajanaista, ja yhtenäisen identiteetin puute saattaa vaikuttaa negatiivisesti osallistujien kokemukseen.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kehittää Finlandia-hiihdon kilpailukansliaa ja Expo-aluetta sekä visuaalisesti että toiminnallisesti. Tavoitteena on myös varmistaa, että tapahtuma vastaa nykyaikaisen tapahtumatuotannon vaatimuksia. Lisäksi kehittämissuunnitelmalla pyritään parantamaan osallistujakokemusta, lisäämään tapahtuman houkuttelevuutta ja luomaan visuaalinen ilme, joka tukee Finlandia-hiihdon brändiä.

Opinnäytetyön tutkimus on toteutettu toimintatutkimuksena, jossa on hyödynnetty laadullisia tutkimusmenetelmiä. Aineistonkeruumenetelminä käytettiin haastatteluja, havainnointia sekä olemassa olevaa lähdemateriaaleja. Haastattelut kohdistettiin tapahtuman aikana osallistuneille hiihtäjille sekä ennen tapahtuman alkua tapahtuman järjestäjälle, Markku Levaselle, ja kilpailukansliapäällikkö Hannu Ojalalle. Haastattelujen tavoitteena oli muodostaa kokonaiskuva kilpailukanslian ja Expo-alueen nykytilanteesta sekä kehittämistarpeista. Havainnointi puolestaan tarjosi käytännön näkökulmia tapahtuman sujuvuudesta, palveluista ja visuaalisesta ilmeestä.

Opinnäytetyö toteutettiin yhteistyössä Finlandia-hiihdon tapahtumapäällikön Markku Levaselle, joka toimi työn toimeksiantajana. Levasen kokemus ja näkemykset ovat olleet merkittävässä roolissa kehittämissuunnitelman muotoilussa ja niiden toteuttamiskelpoisuuden arvioinnissa.

Työssä käsitellään ensin Finlandia-hiihdon taustaa ja tapahtuman merkitystä suomalaisessa hiihtokulttuurissa. Tämän jälkeen esitellään kilpailukanslian ja Expo-alueen nykytila, havaittuja haasteita sekä kehittämisehdotuksia. Ehdotukset pohjautuvat tutkimuksen tuloksiin, ja lopuksi esitetään konkreettisia toimenpiteitä, joiden avulla kilpailukansliaa ja Expo-aluetta voidaan kehittää visuaalisesti ja toiminnallisesti.

Opinnäytetyö tarjoaa konkreettisia kehitysehdotuksia ja uusia näkökulmia Finlandia-hiihdon järjestämiseen. Hyödynsääjinä ovat erityisesti tapahtuman järjestäjät, osallistuvat hiihtäjät sekä yhteistyökumppanit. Työ luo myös pohjaa tuleville tutkimuksille ja kehityshankkeille, jotka liittyvät massatapahtumien palveluiden ja visuaalisen ilmeen kehittämiseen.

2 Finlandia-hiihto

2.1 Finlandia-hiihdon historia

Hiihtomuseon mukaan Finlandia-hiihdon tarkoituksena on alusta alkaen ollut kuntoliikunnan edistäminen suomalaisessa yhteiskunnassa. Finlandia-hiihdon alkuperäinen tavoite ei ollut kilpaurheilullinen, vaan sen haluttiin olevan elämyksellinen, hauska, päivän mittainen tapahtuma hiihdon ja ladun parissa. Nykyään tapahtuma on kuitenkin kasvanut kansainväliseksi kilpailuksi, joka tuo Suomeen vuosittain tuhansia osallistujia ja urheilun ystäviä. Finlandia-hiihto onkin jo yli 50 vuoden ajan ollut yksi Suomen tunnetuimmista talviurheilutapahtumista Salpausselän kisojen ohella.

Finlandia-hiihdon historia ylettyy aina vuoteen 1973, jolloin tapahtuma jouduttiin perumaan vähäisen lumimäärän vuoksi. Samana vuonna tapahtuma sai viralliseksi nimekseen Finlandia-hiihto, Jean Sibeliuksen Finlandia-hymnin mukaan. Vasta seuraavana vuonna 1974 Finlandia-hiihdon ensimmäinen kilpailu sai alkunsa, kun tapahtumalle olennainen lumimäärä oli suotuisa. Tuolloin reitti kulki Hämeenlinnan Katumajärven jäältä Lahden hiihtostadionille ja sen pituus oli 75 kilometriä, kun nykyään päämatka on 62 kilometriä.



Kuva 1 Finlandia-hiihdon alku vuonna 1974, Finlandia-hiihto

Ilmastonmuutoksen seurauksena sääolosuhteet, kuten vesisateet, loskakelit ja vähäinen lumimäärä, ovat pakottaneet tapahtuman muuttamaan reittejään 1970-luvulta alkaen. Esimerkiksi vuonna 1975 lähtö jouduttiin siirtämään Vesijärjen jälle, ja reitti kiersi alkuperäisen Salpausselän kisojen 50 km hiihtoreitin (Hiihtomuseo 2024). Vuonna 1999 Hämeenlinnasta Lahteen hiihrettiin viimeisen kerran ja vuonna 2000 tehtiin lopullinen päätös Finlandia-hiihdon pysyvästä reitistä Lahti-Hollola-Lahti (Hiihtomuseo 2024). Päätös perustui pysyvään ilmaston lämpenemiseen ja siihen, että vanhaa reittiä ei voitu enää ylläpitää luotettavasti.

Vuonna 1986 Finlandia-hiihdossa sallittiin uutena hiihtotekniikkana niin sanottu vapaa tyyli, joka tunnetaan paremmin nimellä luistelutyyli (Hiihtomuseo 2024). Tämä muutos mahdollisti sen, että nykyään Finlandia-hiihdossa on kaksi tapaa hiihtää, joko perinteisellä tai vapaalla tyylillä. Muutoksella oli kuitenkin myös kielteisiä vaikutuksia: seuraavana vuonna, 1987, osallistujamäärä laski merkittävästi. Osallistujamäärän laskun vuoksi Finlandia-hiihdossa päädyttiin vakiinnuttamaan perinteinen hiihtotapa päämatkan tekniikaksi ja jäädyttämään vapaan hiihtotyylin salliminen, jolla saataisiin osallistujamäärää jälleen nousuun. Hiihtomuseon sivuilla mainitaan, että vuosituhaten vaihteessa osallistujamäärä lähti nousuun tapahtumassa ja pitkään tauolla ollut vapaa hiihtotyyli palautettiin osaksi tapahtumaa vuonna 2007. Nykyään molemmat hiihtotyylit ovat sallittuja, eikä niiden välillä ole merkittävää vaikutusta osallistujamääriin.

Finlandia-hiihto on ollut perinteisesti suuri tapahtuma hiihtoharrastajille, ja sen rinnalle on vuosien varrella syntynyt useita erillisiä teemahiihtoja. Näihin kuuluvat muun muassa Kuutamoinen-Finlandia, Lasten Finlandia-hiihto ja Reppu-Finlandia.

Reppu-Finlandian syntyä vuonna 1985 vain päivää ennen Finlandia-hiihtoa. Tapahtuma tarjosi mahdollisuuden osallistua hiihtoon niille, jotka eivät mahtuneet mukaan viralliselle kisapäivälle. Reppu-Finlandiassa hiihtäjille tarjottiin vain välttämättömät huoltopisteet ja muutamia juottoasemia. Säännöt olivat yksinkertaiset: hiihto suoritettiin reppuselässä. Tapahtumaa järjestettiin yhteensä 14 kertaa, ja viimeinen Reppu-Finlandia hiihrettiin vuonna 1999.

Kuutamoinen-Finlandia suunnattiin kokeneimmille hiihtäjille ja elämyksiä etsiville osallistujille. Vuonna 1989 järjestettävässä Kuutamoinen-Finlandiassa tavoitteena oli hiihtää perinteinen 75 kilometrin reitti kuun loisteessa, ja matkaan arvioitiin kuluvan 7–11 tuntia. Keli vuoksi reitti jouduttiin kuitenkin lyhentämään 50 kilometriin, jolloin matka-aika oli 4,5–7 tuntia (Hiihtomuseo 24). Osallistujat saivat itse valita hiihtovauhtinsa mukaan ryhmän, jossa hiihtivät. Ryhmässä toimi opas, jonka tahdissa hiihto eteni, ja osallistujien oletettiin pysyvän yhdessä. Taukopaikalla ryhmää sai halutessaan vaihtaa nopeampaan tai hitaampaan. Sääolosuhteet

huomioitiin myös varustuksessa: mikäli kuu ei näkyisi, osallistujille jaettiin otsalamput, jotka loivat lisäjännitystä ja turvallisuutta yö hiihtoon.

Vaikka tapahtuma on kokenut monia huippuvuosia, siihen on mahtunut myös haasteita. Ensimmäistä kertaa Finlandia-hiihto jouduttiin perumaan vähäisen lumitilanteen vuoksi vuonna 2020. Seuraavana vuonna 2021 tapahtuma peruttiin jälleen, tällä kertaa COVID-19-pandemian vuoksi (Yle 2021). Kahden peräkkäisen vuoden peruuntumiset vaikuttivat merkittävästi tapahtuman taloudelliseen tilanteeseen, mutta vuonna 2022 Finlandia-hiihto päästiin jälleen järjestämään normaalisti.

2.2 Finlandia-hiihto nykyhetkessä

Vuosi 2023 oli Finlandia-hiihdolle sekä muisto- että tapahtumarikas vuosi, kun Suomen suurin massahiihtotapahtuma juhli 50-vuotiaista taivaltaan. Juhlavuoden kunniaksi Finlandia-hiihdon ohjelmaan oli suunniteltu historiallisia reittejä ja kilpailuja. Näihin kuului muun muassa Perinne-Finlandia, jonka 75 kilometrin reitti olisi kulkenut alkuperäistä Hämeenlinna-Lahti reittiä pitkin. Valitettavasti Perinne-Finlandia jouduttiin kuitenkin perumaan vähäisen lumen ja lauhan sään vuoksi (Floor 2023.)

Myös pitkään tauolla ollut Kuutamo-Finlandia tuotiin takaisin osaksi vuotuista tapahtumaa, jolloin osallistujat pääsivät hiihtämään talvisessa yössä. Lisäksi veteraaneille järjestettiin oma ohjelmakokonaisuus, kun pitkien matkojen SM-hiihdot olivat mukana osana juhlata-
pajumaa.

Tällä hetkellä Finlandia-hiihdossa voi valita kolmesta eri reittivaihtoehdosta: 20 km, 32 km tai 62 km, jotka voi hiihtää joko perinteisellä tai vapaalla tyylillä. Myös lapsille oli suunniteltu oma kilpailu nimeltä Kids Race, mutta se jouduttiin valitettavasti perumaan vuonna 2024. Finlandia-hiihdon verkkosivujen mukaan vuonna 2025 tapahtumassa nähdään uusi kilpailuvuoto, viestihiihto. Viesti tullaan hiihtämään kolmen hengen joukkueissa, ja sen reittinä toimii Finlandia-hiihdon pisin, 62 kilometrin mittainen latu. Viestissä on kolme osuutta, ja vaihdot on suunniteltu tapahtuvaksi Hälvälässä ja Heinsuolla. Viestin lähtö tapahtuu muiden matkojen tavoin Lahden urheilukeskuksen hiihtostadionilta (Hirvonen 2024).

Finlandia-hiihdon ensimmäisessä palaverissa käsiteltiin vuoden 2025 Finlandia-hiihdon perinteisen 62 kilometrin reitin uudistuksia. Tavoitteena on lisätä lumivarmuutta ja samalla luopua reitin osista, jotka kulkevat avoimien peltoalueiden läpi. Nämä alueet on koettu haasteellisiksi, sillä tuuli, sade ja suojakeli sulattavat tai kuljettavat lumen helposti pois. Uudistuksen myötä Savistenpään peltoalueet jäävät pois reitiltä, ja uusi reitti keskittyy enemmän Geoparkin läheisyyteen. Näin saadaan yhdistettyä alueen geologiset kohteet ja maisemat

osaksi tapahtumaa, mikä voi lisätä kiinnostusta Salpausselän alueeseen ja tarjota hiihtäjille visuaalisesti elämyksellisemmän kokemuksen.



Kuva 2 Osallistujien matka kohti kisan aloitusta, Finlandia-hiihto

Finlandia-hiihto kasvaa ja kehittyy vuosi vuodelta. Tapahtuman verkkosivujen mukaan Finlandia-hiihto on saanut sopimuksen myötä Ski Classics Challengers -statuksen, mikä vahvistaa sen vetovoimaa niin kunto- ja massahiihtäjien kuin myös kotimaisten ja kansainvälisten kilpahihtäjien keskuudessa. Tämä näkyvyys voi tulevaisuudessa kasvattaa tapahtuman kansainvälistä tunnettuutta, mikä puolestaan voi lisätä kävijä- ja osallistujamääriä.

Challengers -sarjassa Finlandia-hiihdon molemmat 62 kilometrin matkat, perinteinen ja vapaa tyyli, tullaan laskemaan mukaan kilpailuun. Näistä suorituksista on mahdollista kerätä pisteitä myös tulevaa Pro Tour -sarjaa varten (Hirvonen 2024). Finlandia-hiihdon tapahtumajohtajan Markku Levasen mukaan tämä kehitys voi tulevaisuudessa viedä tapahtumaa kohti Pro Tour -statusta, jota pidetään Finlandia-hiihdon näkökulmasta arvokkaana ja tavoiteltavana saavutuksena.

2.2.1 Finlandia-hiihto uudistukset

Vuonna 2025 Finlandia-hiihdossa tullaan tuotepalkintojen lisäksi jakamaan lähes 8000 euron arvosta rahapalkintoja eri sarjoissa. Tavanomaisesta poiketen eri ikäryhmät tullaan palkitsemaan erikseen (Virtanen 2024). Uudistukset, kuten rahapalkintojen käyttöönotto ja kuuluminen Ski Classics Challengers -sarjaan, ovat herättäneet suurta kiinnostusta ja lisänneet ennakoilmoittautumista yli 60 prosentilla verrattuna aiempien vuosien osallistujamääriin. Tämä on merkittävä kasvu, ja onkin virkistävää nähdä, kuinka tapahtumaa voidaan kehittää ja uudistaa entistä houkuttelevammaksi.

Viime vuosien aikana Finlandia-hiihto on solminut useita yhteistyösopimuksia erilaisten brändien kanssa, kuten HB Promotionin, Rentan, Noshtin ja Vitamin Wellin kanssa. Osa yhteistyökumppaneista on ollut mukana useiden vuosien ajan, kun taas osa on jäänyt osaksi Finlandia-hiihdon monimuotoista historiaa. Yhteistyökumppanit vahvistavat tapahtuman tunnelmaa erityisesti Expo-alueella, mikä puolestaan näkyy positiivisesti tapahtuman myyntiluvuissa, kävijä- ja osallistujamäärissä. Näkyvä brändiyhteistyö lisää tapahtumaan osallistumisen mielekkyyttä sekä kävijöiden että hiihtäjien näkökulmasta.

Expo-alueen kehittäminen ja oikeiden yhteistyökumppaneiden löytäminen ovat keskeisiä tekijöitä, mikäli tapahtumaa halutaan kehittää nuoremmalle kohderyhmälle kiinnostavamaksi. Tapahtumapäällikkö Markku Levasen mukaan Finlandia-hiihdon osallistujien keski-ikä on tällä hetkellä 40–50 vuoden välillä. Ylen artikkelin mukaan Levanen toteaa, että tapahtumaa halutaan kehittää niin, että se puhuttelee paremmin nuoria hiihtäjiä ja tuo tapahtumaan tuoretta näkökulmaa.

Tällä hetkellä uusiksi yhteistyökumppaneiksi ovat liittymässä Hart Sport ja Puhdas+. Lisäksi Finlandia-hiihto ottaa ensi kertaa askeleen kohti lehtimainontaa ja on solminut yhteistyösopimuksen Suomen ainoan maastohiihtolehden, Hiihto-lehden kanssa (Hirvonen 2024.) Tavoitteena on lisätä tapahtuman näkyvyyttä mahdollisimman laajalle yleisölle.

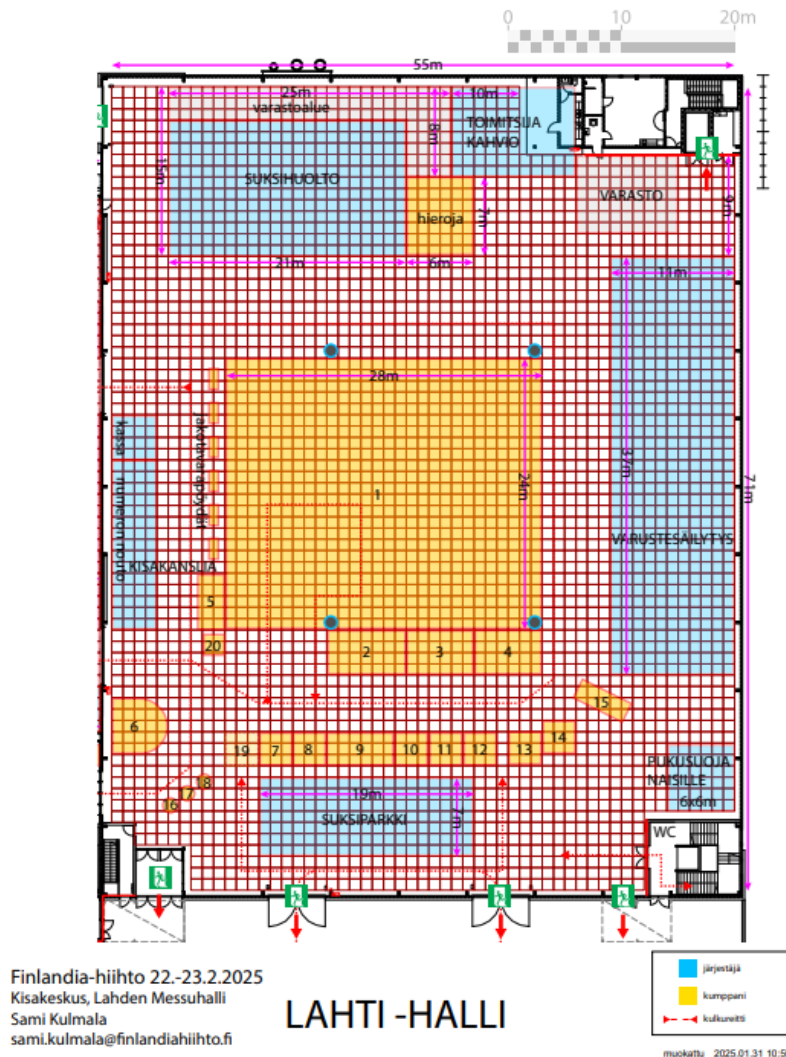
2.2.2 Finlandia-hiihto 2025

Finlandia-hiihdon järjestelytoimikunnan kokouksessa 30.1.2025 käsiteltiin tapahtuman tilannekatsausta. Palaverissa esiin nousivat kilpailukanslian ja Expo-alueen sijoittelu, tapahtumaan osallistuvat yhteistyötahot sekä heidän ständien suunniteltu sijainti. Kokouksessa vahvistettiin, että Lahti-halli toimii sekä kilpailukanslian että Expo-alueen pääasiallisena tapahtumapaikkana. Yhteistyökumppaneiden sijoittelu Lahti-hallin kumppanialueelle tullaan toteuttamaan Kuvan 3 mukaisesti vuoden 2025 tapahtumassa.

Kuten kuvasta 3 nähdään, Lahti hallin sisäänkäynnin läheisyydessä sijaitsee ensimmäisenä Karamella (21), joka tarjoaa kävijöille herkullisia makeisia ja muita tuotteita. Seuraavana sisäänkäynnin läheisyydessä on Vitamin Well (6), jonka valikoimaan kuuluu urheilijoille suunnattuja vitamiinijuomia sekä aikaisempina vuosina heillä on ollut myynnissä Barebells-proteiinipatukoita.

Vitamin Wellin vastapuolelle on sijoitettu Kymiring Triple (16), Forssan Suvi-ilta (17) ja Salpausselän kisat (18). Nämä edustavat Lahden alueen tulevia tapahtumia ja tuovat esiin alueellista tapahtumakulttuuria Finlandia-hiihdon yhteydessä.

FINLANDIA-HIIHTO 2025



Kuva 3 Finlandia-Hiihdon vesijärvi hallin tilan suunnittelu 2025, Kulmala

Edellä mainittujen palvelupisteiden jälkeen Expo-alueella sijaitsee Wild and Berg (19), jonka vieressä on HartSport (7) (ks. kuva 4). HartSport tarjoaa urheilijoille suunnattuja ravintotuotteita, kuten palautusjuomia ja elektrolyyttivalmisteita. Lähellä näitä pisteitä on myös Vauhti/OneWay (8), joka esittelee voitelutuotteita ja hiihtovälineitä.

Vauhti/OneWay jälkeen alueella sijaitsevat HB Promotion (9) ja ReMax (10). Näitä seuraavaksi Kotivuori Sport (11) sekä Hollolan kunta (12). Jokaisella toimijalla on oma osuutensa tapahtuman tunnelman rakentamisessa ja osallistujien palvelukokemuksen rikastuttamisessa.



Kuva 4 Hart Sportin piste vuoden 2025 Finlandia-hiihdossa

Seuraavaksi Hollolan Kunnan jälkeen tulee SM Sport (13) ja Hiihtocenter (14). Molemmat palvelupisteet tarjoavat urheiluun ja liikuntaan liittyviä tuotteita ja palveluita tapahtuman kävijöille. Expo-alueen päädyssä sijaitsevat Škoda (15) ja Renta (4). Renta-pisteessä vieressä on Aonach (3), jolta löytyy HartSportin kaltaisia urheiluravinteita sekä Salomon (2) ja Intersport (1). Intersportin ja Salomonin palvelupisteet toimivat yhdessä isona kokonaisuutena, jossa asiakkaat pääsivät kokeilemaan Salomonin juoksukenkiä. Kilpailukansliaa vastapäätä sijaitsee Danone (5) sekä Postimerkkikerho (20), joka myöhemmin siirrettiin sisään-tuloalaan.

Kuvan 3 mukaan kilpailukanslia sijoittuu vuoden 2025 tapahtumassa Lahti-hallin vasemmalle reunalle. Tästä pisteestä tapahtumaan osallistuvat hiihtäjät noutavat oman osallistujanumeronsa ennen kilpailua. Kilpailukansliaa vastapäätä tulee sijaitsemaan myös lahjakkassien jakelupiste, josta osallistujat saavat tuotekassinsa ennen kisan alkua.

3 Kehittämissuunnitelma

3.1 Kehittämissuunnitelman luominen ja tavoitteet

Kehittämissuunnitelma on työkalu, jonka avulla voidaan suunnitella, kirjata sekä seurata oppimista ja osaamisen kehittymistä. Suunnitelmaan yleensä merkitään kehittämistarpeet ja -tavoitteet sekä määritellään, minkälaisia taitoja tai ominaisuuksia tulisi vahvistaa. (Rediteq 2019).

Rediteqin (2019) mukaan osaamisen kehittäminen alkaa tarpeiden tunnistamisella ja selkeiden tavoitteiden asettamisella. Finlandia-hiihdon kehittämissuunnitelmassa tunnistetut tarpeet liittyvät erityisesti kilpailukanslian ja Expo-alueen asiakaskokemuksen parantamiseen sekä visuaalisen ilmeen kehittämiseen. Nämä osa-alueet olivat myös opinnäytetyömme keskeisiä tavoitteita kehittämistyötä suunniteltaessa. Kehittämissuunnitelmaan kirjataan tiedot ja osaamisalueet, joita halutaan kehittää sekä määritellään, mitä tuloksia tullaan tavoittelemaan.

Työ aloitettiin kartoittamalla Finlandia-hiihdon kehityskohteita ja tarpeita. Havainnoimme kilpailukanslian ja Expo-alueen toimivuutta ja käytännönläheisyyttä sekä vertailimme niitä muihin vastaaviin tapahtumiin, kuten Salpausselän kisoihin ja Jyväskylä Ski Marathoniin. Näiden havaintojen perusteella määriteltiin kehittämisen kohteet ja nostettiin esiin opinnäytetyömme kannalta keskeiset osaamisalueet. Nämä osa-alueet muodostavat tapahtuman ensivaikutelman ja vaikuttavat merkittävästi osallistujakokemukseen.

Kehittämissuunnitelman toteutumista tullaan arvioimaan keräämällä palautetta osallistujilta haastatteluiden avulla sekä havainnoimalla heidän käyttäytymistään tapahtuman aikana. Lisäksi suunnitelmaa tarkastellaan tapahtumaorganisaation, kuten tapahtumajohtajan ja kilpailukanslianpäällikön näkökulmasta. Saadun palautteen perusteella suunnitelmaa voidaan päivittää ja kehittää edelleen.

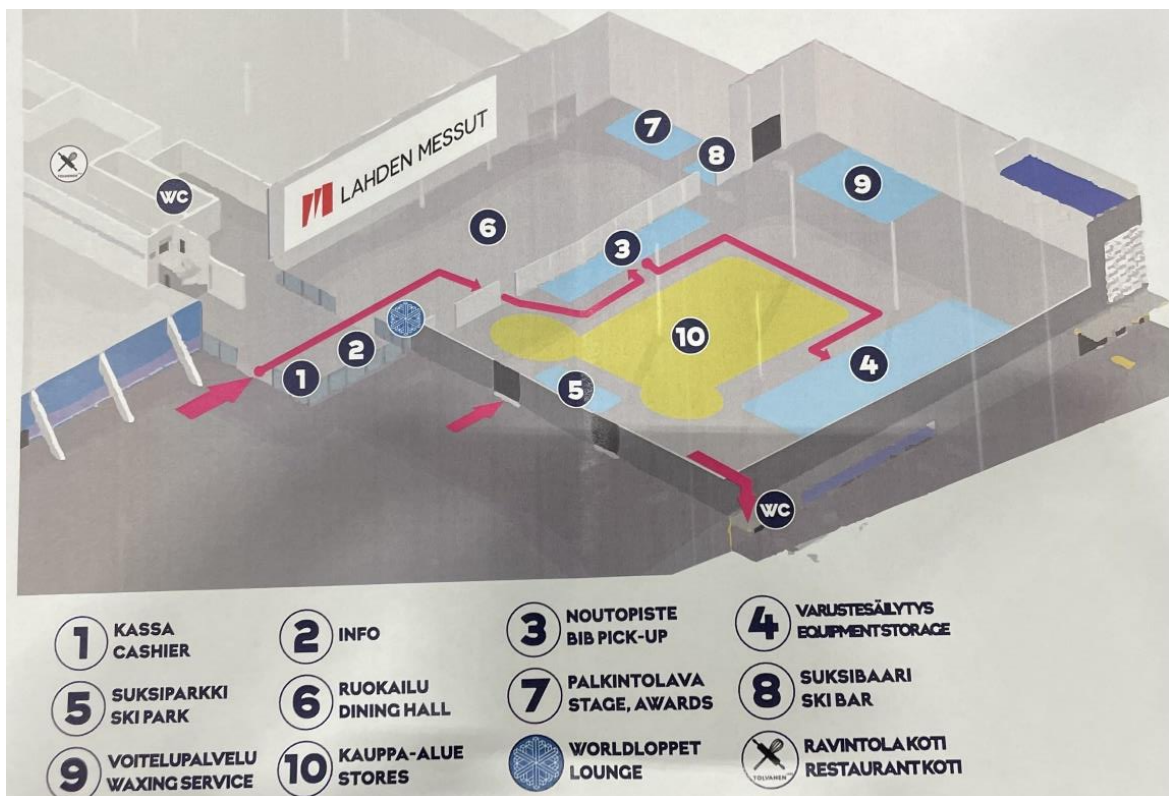
Tämä lähestymistapa mahdollistaa kehittämissuunnitelman hyödyntämisen myös tulevina vuosina. Joustava ja päivitettävä rakenne tekee siitä käyttökelpoisen työkalun Finlandia-hiihdon jatkuvaan kehittämiseen

3.2 Kilpailukanslia ja Expo-alue ennen

Vuonna 2024 osallistuimme Finlandia-hiihtoon osana Event manager-kurssia. Kurssin tarkoituksena oli opettaa esihenkilötyöskentelyä tapahtumatuotannon eri osa-alueissa, kuten aikataulutuksessa, työvuorosuunnitteluissa sekä tapahtuman aikaisessa ohjaamisessa. Kuvasta 5 selviää vuoden 2024 kilpailukanslian ja Expo-alueen sijainti. Kartta antaa hieman

harhaanjohtavan kuvan Expo-alueen koosto, sillä todellisuudessa alue oli pienempi kuin mitä kuvasta voisi päätellä. Kauppa-alueeseen kuului Nosht, Vitamin Well, Intersport ja Škoda. Näistä toimijoista Intersport oli selkeästi suurin, ja sen alue oli rajattu erikseen tapahtuma-aidoilla. Nosht ja Vitamin Wellin pisteet sijaitsivat ruokailualueen kulkureitin yhteydessä, ja Škodan ständi oli osittain integroituna Intersportin alueeseen. Kyseiset toimijat eivät kuitenkaan muodostaneet sellaista yhtenäistä ja selkeästi rajattua Expo-aluetta, joka ohjaisi asiakkaita kulkemaan kaikkien kauppa-alueen pisteiden kautta.

Tämä havainto herätti ajatuksen siitä, miten kilpailukanslian ja Expo-alueen toimivuutta sekä houkuttelevuutta voisi kehittää osallistujalähtöisemmäksi. Halusimme luoda selkeämmän ja visuaalisesti yhtenäisemmän kokonaisuuden, joka kannustaisi osallistujia tutustumaan alueen tarjontaan aktiivisesti.



Kuva 5 Vuoden 2024 Finlandia-hiihdon tapahtumakartta

Kilpailukanslian päätehtävänä on jakaa kilpailijoille henkilökohtaiset kirjekuoret, jotka sisältävät osallistujanumeron, ruokalipun, tapahtumaesitteen sekä Finlandia-hiihdolla brändätyn tuotteen, joka vuonna 2024 oli Finski-pipo. Kirjekuoren noudon jälkeen kilpailijat siirtyvät ajanottosirujen jakopisteelle, jossa sirut aktivoidaan kilpailukanslian päädyssä olevalla aktivointipisteellä. Ajanottosirun lisäksi kilpailijoille jaetaan varustesäilytyspussi sekä muut mahdolliset yhteistyökumppaneiden tarjoamat tuotteet. Näiden perustoimintojen ohella

kilpailukanslia toimii myös osallistujille tärkeänä tiedonlähteenä tapahtuman virallisen infopisteen rinnalla.

Tämän vuoksi on tärkeää, että kilpailukansliassa työskentelevät henkilöt ovat hyvin perehtyneitä tapahtuman käytännön järjestelyihin. Henkilökunnan tulisi osata antaa tietoa esimerkiksi aikatauluista, ensiavusta sekä reittimuutoksista. Hyvin toimiva kilpailukanslia edistää koko tapahtuman sujuvuutta ja parantaa osallistujakokemusta merkittävästi.



Kuva 6 Kilpailukanslia vuoden 2023 Finlandia-hiihdosta, Finlandia-hiihto

Kilpailukanslia rakentuu pääosin tapahtumaa edeltävän päivän aikana, mutta sen valmistelut voivat alkaa jo useita päiviä aikaisemmin. Valmisteluihin sisältyy muun muassa osallistujanumeroiden lajittelu ja järjestely, vapaaehtoisille suunnattujen koulutusten toteuttaminen, työvuorojen laatiminen sekä vapaaehtoisten ohjeistaminen työtehtäviinsä.

Vuoden 2023 kilpailukanslia, joka näkyy kuvassa 5, oli toteutettu yksinkertaisesti ilman erityistä visuaalista ilmettä. Sama ratkaisu toistui myös vuoden 2024 tapahtumassa, jossa kilpailukanslia sijaitsi samassa paikassa ja säilytti samanlaisen ulkoasun.

Kilpailukansliaa vastapäätä oli sijoitettu yhteistyökumppaneiden tuotteita, joista tapahtuman aikana koottiin osallistujille jaettavia tuotekasseja. Näiden käytännön havaintojen pohjalta olemme esittäneet kehitysehdotuksia, joihin palaamme tarkemmin luvussa 6.

4 Tutkimuksen tavoitteet ja menetelmät

4.1 Tutkimusmenetelmät

Tämä opinnäytetyö on toimintatutkimus, eli tutkimusmenetelmät perustuvat laadullisiin menetelmiin. Toimintatutkimuksella tarkoitetaan tutkimusta, jolla pyritään tutkimaan todellisuutta ja pyrkiä muuttamaan sitä (Jyrkämä). Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirjan mukaan toimintatutkimuksessa käytetään monipuolisesti erilaisia aineistoja ja menetelmiä. Tässä opinnäytetyössä painottuvat kvalitatiiviset aineistot, kuten osallistava havainnointia sekä yksilö- ja ryhmähaastattelut (Juhila).

Kvalitatiivisen aineiston suosiminen tarkoittaa ensinnäkin yksinkertaisesti sitä, että tutkimuksen aineistoina käytetään empiirisiä aineistoja, joita voivat olla tekstejä, keskusteluita, haastatteluita, havainnointipäiväkirjoja, kuvia tai tiloja, joissa jokin toiminta tapahtuu (Juhila).

Toisena tutkimusmenetelmänä käytettiin havainnointia. Havainnoinnin avulla kerättiin tietoa tarkkailemalla ihmisten käyttäytymistä, toimintaa ja ympäristöä joko systemaattisesti tai tarkoituksenmukaisesti. Havainnointi voi olla suoraa tai epäsuoraa. Suoralla havainnoinnilla tutkija pystyy seuraamaan tilannetta paikan päällä, kun taas epäsuorassa käytetään jälkikäteen saatavilla olevia tietoja. Tässä opinnäytetyössä havainnointia tehtiin henkilökohtaisesti ennen tapahtumaa, sen aikana ja sen jälkeen. Tämän menetelmän avulla saatiin käyttöön luotettavaa tietoa, rakentavaa kritiikkiä ja positiivista palautetta, jotka tukivat kehittämissuunnitelmaa.

Kolmantena tutkimusmenetelmänä hyödynnettiin haastatteluita, joita tehtiin sekä toimeksiantajalle että tapahtumaan osallistuneille urheilijoille. Haastattelut ovat yleinen tapa tuottaa tutkimusaineistoja, ja niiden avulla pystytään tuottamaan tietoa ja aineistoja tutkimusongelman vastaamiseksi (Hyvärinen, Suoninen, Vuori). Tässä työssä haastattelukysymykset suunniteltiin tukemaan kehittämissuunnitelmaa ja antamaan tietoa osallistujakokemuksesta. Haastattelut toteutettiin pääosin kertomushaastatteluina, jolloin vastaajilla on mahdollisimman vapaa sana.

Kertomushaastattelun tukena käytettiin teemahaastattelua, jossa keskustelut perustuvat etukäteen mietittyihin aihealueisiin, mutta kysymykset ja niiden järjestys voi vaihdella tilanteen mukaan. Teemahaastatteluiden keskeisimpiä piirteitä on ennalta valitut teemat, jotka ohjaavat haastattelua, mutta kysymykset voivat vaihdella. Samalla se takaa joustavuutta haastattelijalle, kun kysymysten järjestystä voi vaihdella ja lisätä tarkentavia kysymyksiä tarpeen vaatiessa. Lisäksi haastateltavat voivat tuoda esiin omia kokemuksiaan vapaasti, ja saadut vastaukset voidaan analysoida sisältölähtöisesti.

4.2 Benchmarking

Benchmarking tarkoittaa jatkuvaa ja systemaattista prosessia, jossa pyritään tunnistamaan, ymmärtämään ja soveltamaan parhaita käytäntöjä oman organisaation suorituskyvyn parantamiseksi (Niva & Tuominen, 2005, 5). Benchmarking ei tarkoita suoraa kopiointia, vaan parhaiten käytäntöjen mukauttamista organisaation omin olosuhteisiin ja työkuultuuriin (Niva & Tuominen, 2005, 28). Benchmarkingin avulla pystytään havaitsemaan, kuka toimii jollain osa-alueella paremmin ja kuinka sama tai jopa parempi taso voidaan saavuttaa.

Tuomisen mukaan (Niva & Tuominen 2005) benchmarking on oppimismenetelmä, joka mahdollistaa uudenlaisen oppimisen muiden ja oman toiminnan kokemusten kautta. Benchmarking-tyypit voidaan jakaa Nivan & Tuomisen (2005, 5) mukaan neljään eri tyyppiin: strateginen benchmarking, tuote-benchmarking, prosessi benchmarking sekä osaamisen benchmarking.

Näistä valitsimme opinnäytetyöhömme sopivimmaksi osaamisen benchmarkingin, sillä vaikka tapahtumien rakenteet saattavat vaikuttaa samankaltaisilta, työntekijöiden osaaminen ja toimintaprosessien yksityiskohdat voivat erota merkittävästi. Lisäksi osaamisen benchmarkingilla pystyimme vertailemaan kilpailevia organisaatioita keskenään, jossa toimintaprosessi sekä roolit markkinoilla kohtaavat.

Opinnäytetyön suunnitteluvaiheessa tutustuimme muihin massatapahtumiin ja valitsimme vertailukohteiksi Salpausselän kisat ja Jyväskylän Ski Marathon. Salpausselän kisat on suurin kansainvälinen talviurheilutapahtuma Suomessa. Vuonna 2025 kisat järjestetään jälleen maaliskuussa 1.-3.3, jossa yli satavuotinen kisainstituutio kokoaa yhteen kansainväliset tähdet kilpailemaan maailmancupin pisteistä mäkihypyssä, maasto- ja yhdistetyssä hiihdossa (Suomen Hiihtoliitto 2024).

Finlandia-hiihdon ja Salpausselän kisojen välillä on yhtäläisyyksiä, mutta tapahtumien painotukset eroavat. Finlandia-hiihto on ensijaisesti massahiihtotapahtuma, joka on kaikille avoin, kun taas Salpausselän kisat keskittyvät kansainväliseen huippu-urheiluun. Hiihtomuseon (2024) mukaan Finlandia-hiihtoon tulee keskimäärin hiihtäjiä 30 eri maasta, joten tapahtumaa voidaan pitää kansainvälisenä myös Salpausselän kisojen rinnalla.

Benchmarkingin avulla vertailimme tapahtumien osallistujaprofiileja ja kohderyhmiä. Molempia tapahtumia yhdistää se, että toteutuksessa hyödynnetään laajaa vapaaehtoisjoukkoa. Vuonna 2024 Salpausselän kisoissa työskenteli yli tuhat vapaaehtoista (Salpausselän kisat 2024), kun taas Finlandia-hiihtoa toteutettiin noin 500 vapaaehtoisen voimin (Levanen 2023).

Vuonna 2024 Niemen kirjoittaman Ylen artikkelin mukaan, Salpausselän kisat keräsi kisa-viikonlopun aikana yhteensä 47 500 katsojaa. Kun taas Finlandia-hiihtoon samana vuonna osallistui 3 370 hiihtäjää. Finlandia-hiihdossa on laaja osallistujakunta, sillä sinne voi osallistua kuka tahansa, niin kuntoilijoista kilpahiittäjiin.

Finlandia-hiihdon osallistujamäärien kehitystä tarkasteltiin myös syksyn 2024 ensimmäisessä järjestäjäpalaverissa. Kuvan 7 mukaan osallistujia oli syksyllä 2023 alle 700, mutta määrä nousi syksyyn 2024 mennessä lähes 1 200 henkilöön. Ennusteiden perusteella vuoden 2025 Finlandia-hiihtoon odotetaan yli 3 500 osallistujaa.



Kuva 7 Finlandia-hiihdon osallistujamäärä lokakuussa 2024, Finlandia-hiihto palaverimuis-tio

Finlandia-hiihto houkuttelee osallistujia eri ikäryhmistä, mutta erityisesti aikuisia ja keski-ikäisiä kuntoilijoita. Tapahtumaan osallistuu myös nuoria hiihtäjiä, jotka kilpailevat huippu-tasolla 20 kilometrin matkalla. Salpausselän kisojen osallistujakunta koostuu puolestaan pääosin kansainvälisistä huippu-urheilijoista, mutta tapahtuma houkuttelee myös suuren yleisön seuraamaan kilpailuja paikan päälle.

Tätä eroa Finlandia-hiihto voisi hyödyntää tuomalla tapahtumaan mukaan tunnettuja huip-puhiittäjiä, mikä voisi kasvattaa sekä osallistujamääriä että katsojalukuja. Tunnettujen ur-heilijoiden läsnäolo lisäisi tapahtuman kiinnostavuutta ja toisi näkyvyyttä sekä kotimaisilla että kansainvälisillä markkinoilla

Yhteenvetona voidaan todeta, että Finlandia-hiihto on laaja-alainen yleisötapahtuma, joka houkuttelee erityisesti harrastelijoita ja kuntoilijoita, kun taas Salpausselän kisat keskittyvät ammattuurheiluun ja kansainväliseen kilpailuun. Näin ollen molemmilla tapahtumilla on omat vahvuutensa, joita voidaan kehittämistyössä hyödyntää toisiaan täydentävällä tavalla.

4.3 Euroloppet Jyväskylä Ski Marathon ja Worldloppet Finlandia-hiihto

Toiseksi benchmarkkauksen kohteeksi valittiin Jyväskylä Ski Marathon. Tavoitteena oli vertailla näiden kahden tapahtuman välisiä eroja, erityisesti niiden tarjoamia etuja ja kuulumista kansainvälisiin hiihtosarjoihin. Tällä benchmarkkauksella voidaan hahmottaa, millä tavoin tapahtumat erottuvat toisistaan ja mitä lisäarvoa ne tarjoavat osallistujilleen.

Jyväskylä Ski Marathon kuuluu Euroloppet-maratonhiihtosarjaan, joka muodostaa useita eurooppalaisia hiihtotapahtumia (Jyväskylä Ski Marathon 2024). Euroloppetin tavoitteena on kannustaa ihmisiä liikunnalliseen elämäntapaan ja edistää terveysliikunnan suosiota. Näihin tavoitteisiin kuuluu muun muassa tarjota monipuolisia ulkoilmatapahtumia ja aktiviteetteja, jotka innostavat kaikenikäisiä liikkumaan. Euroloppet ei ole pelkästään urheilutapahtumien järjestäjä, vaan se pyrkii myös vahvistamaan eri maiden välistä yhteisöllisyyttä ja kulttuurista vuorovaikutusta eri maiden välillä.

Finlandia-hiihto on puolestaan osa Worldloppet-järjestö, joka on Euroloppetin kanssa kaksi merkittävimmistä hiihtomaratonien järjestöistä. Molemmat järjestöt edistävät maastohiihdon harrastamista ja tarjoavat laajan valikoiman tapahtumia hiihtäjille ympäri maailmaa. Vaikka niiden tavoitteet ovat pitkälti samankaltaiset, kummallakin on omat erityispiirteensä ja toimintamallinsa.

Euroloppet eli European Union of Cross-Country Ski Marathon, keskittyy eurooppalaisiin hiihtomaratonitapahtumiin, kun taas Worldloppet on maailmanlaajuinen hiihtomaratonien liitto. Näiden kahden järjestön palkitsemisjärjestelmät eroavat myös hieman toisistaan. Worldloppet tarjoaa hiihtäjille mahdollisuuden kerätä leimoja Worldloppet-passiinsa osallistumalla eri maiden kilpailuihin. Kymmenessä eri maassa suoritettua kilpailun jälkeen hiihtäjä saavuttaa Worldloppet Master-arvonimen (Worldloppet). Euroloppetissa puolestaan kannustetaan osallistumaan useisiin sarjan tapahtumiin kauden aikana ja täten aktiiviset osallistujat voivat lunastaa etuja, kuten alennuksia ja ilmaisia lähtöpaikkoja seuraavalle kaudelle.

Lisäksi näiden kahden järjestön luonne ja osallistujaprofiilit eroavat toisistaan. Euroloppet panostaa terveysliikuntaan ja perheystävällisiin tapahtumiin, joissa korostetaan osallistumisen iloa ja yhteisöllisyyttä. Worldloppet sen sijaan keskittyy enemmän kilpailuhenkiseen

ja pitkän matkan hiihtohaasteisiin, mikä houkuttelee sekä ammattilaisia että tavoitteellisia kuntohihtäjiä.

Viime vuosien aikana Euroloppet ja Worldloppet ovat alkaneet tehdä yhteistyötä parantaakseen hiihtomaratonien kansainvälistä näkyvyyttä. Yksi esimerkki tästä on Global Ski Marathon Calendar, joka kokoaa yhteen tapahtumia molemmista sarjoista ja tarjoaa entistä laajemman kattauksen vaihtoehtoja hiihtäjille (Global Ski Marathon 2024).

Yhteenvetona voidaan todeta, että Euroloppet ja Worldloppet palvelevat osittain eri kohde-ryhmiä, mutta molemmat tarjoavat ainutlaatuisia etuja ja kokemuksia hiihtäjille. Euroloppet on vahvemmin keskittynyt Eurooppaan, terveysliikuntaan ja yhteisöllisyyteen, kun taas Worldloppet tarjoaa globaalin ulottuvuuden ja enemmän kilpailullisempaa sisältöä.

Jyväskylä Ski Marathon houkuttelee Euroloppet passillaan enemmän eurooppalaisia hiihtäjiä, kun taas Finlandia-hiihdon Wordloppet passi houkuttelee kansainvälisiä kilpailijoita osallistumaan tapahtumaan. Finlandia-hiihto voisi harkita myös Euroloppet-elementtien lisäämistä tapahtumaan, ja tällaiset elementit voisivat tuoda uusia osallistujaryhmiä ja vahvistaa paikallisyhteisön osallisuutta tapahtumaan.

5 Haastattelut

5.1 Organisaation haastattelut

Ennen tapahtuman alkua suunnittelimme haastattelukysymykset tapahtuman kilpailukansliapäällikölle Hannu Ojalalle ja tapahtumanjohtajalle Markku Levaselle. Haastattelukysymykset laadittiin yksilöllisesti kummallekin osapuolelle siten, että ne erosivat toisistaan. Haastatteluiden avulla pyrittiin saamaan mahdollisimman paljon tietoa tapahtumasta ja sen luonteesta. Haastattelut toteutettiin kertomushaastattelumenetelmää käyttäen. Haastattelussa valittiin kolme osa-aluetta, joita lähdettiin selvittämään: yleiset näkökulmat ja kehitys, Expo-alue sekä kilpailukanslia. Haastateltaville annettiin heidän omiin vastuualueisiinsa sopivat kysymykset, ja molemmat osapuolet vastasivat myös yleisiin näkökulmiin ja kehitykseen liittyviin kysymyksiin. Näin meille muodostui selkeämpi kuva tapahtuman sisällöstä

Toimintatutkimuksessa ensimmäisenä haastateltiin tapahtumajohtaja Markku Levasta. Hänelle suunnatut kysymykset käsittelivät erityisesti Expo-alueen toimintaan ja osallistujien tarpeita. Levasen mukaan Expo-alueella on viime vuosina ollut vaihteleva joukko näytteilleasettajia, jotka edustavat Finlandia-hiihdon yhteistyökumppaneita. Viime vuonna mukana oli muun muassa lisäravinnebrändi ja energiatuotteiden myyjä Nosht. Levanen pitää erityisen tärkeänä yhteistyötä Intersport-urheiluliikkeen kanssa. Intersport on ollut suurin osa Expo-alueella, tarjoten laajan valikoiman tuotteita sekä tuote-experttien asiantuntemusta, mikä on vaikuttanut positiivisesti osallistujakokemukseen.

Levanen mainitsee haastattelussaan, että Expo-alueella tarjotut tuotteet ja palvelut on suunnattu erityisesti urheilijoille ja hiihtäjille, mutta mukana on myös ollut muita esittelypisteitä, jotka ovat tuoneet lisäarvoa. Hänen mielestään tarjonta on vastannut hyvin osallistujien tarpeisiin, erityisesti urheiluvälineiden ja -tarvikkeiden osalta. Haastattelussa käy ilmi, että Finlandia-hiihdolla on yhteistyökumppaneita myös hiihtämisen ulkopuolelta. Lisäksi

Expo-alueen tarjonta ja palvelut ovat kehittyneet vuosien varrella osallistujien kysynnän mukaan sekä Finlandia-hiihdon monipuolisen yhteistyöverkoston kasvaessa.



Kuva 8 Tapahtumajohtaja Markku Levanen, Finlandia-hiihto

Levanen jatkaa haastattelussaan, että Expo-alueen sijainti sisätiloissa on saanut paljon kiitosta ja kaikkien paleluiden sijoittaminen yhteen paikkaan on parantanut osallistujien viihtyvyyttä sekä helpottanut heidän liikkumistaan. Lisäksi Intersportin tarjoukset ja asiantuntijapalvelut ovat houkuttelleet kävijöitä, ja erilaiset aktiviteetit sekä maistiaisetsivät ovat olleet suosittuja. Levanen kokee haastavana sisääntuloaulan talvisen viileyden vuoksi, mikä on johtanut siihen, että viime vuonna ollut suunnistajan kauppa on jäänyt pois. Expo-alueen osalta on myös ilmennyt toiveita näytteilleasettajien määrän kasvattamisesta, kuitenkin siten, että urheilijoille tärkeä laatu säilyisi.

Yleisissä näkökulmissa ja kehityksessä Levanen ja Ojala kertoivat, että Finlandia-hiihdon kilpailukanslian ja Expo-alueen kokonaisuus on vaikuttanut positiivisesti osallistujien kokeemukseen. Kilpailukanslia ja numeroiden haku ovat olleet osallistujien ensimmäinen kosketus tapahtumaan, minkä vuoksi niiden toimivuus ja henkilökunnan ystävällisyys ovat erityisen tärkeitä. Expo-alue puolestaan tarjoaa haastateltavien mukaan monipuolisesti tietoa yhteistyökumppaneista ja aktiviteeteista, jotka tekevät tapahtumasta elämyksellisemmän. Keskeisimmiksi tekijöiksi he mainitsevat asiakaspalvelun ystävällisyyden sekä helposti ja selkeästi saavutettavat palvelut.

Kysyimme organisaation jäseniltä tapahtuman teknologian hyödyntämisestä, johon Levanen vastasi, että parannettavaa on vielä paljon. Teknologiaa on aiemmin hyödynnetty lähinnä tapahtuman verkkosivuilla ja kilpailijaohjeissa, mutta infonäytöt, digitaaliset

mainokset ja ohjelmatiedot voisivat parantaa kävijäkokemusta merkittävästi. Levasen ja Ojalan kertomukset ovat yhteneväisiä sen suhteen, että kilpailukanslian ja Expo-alueen toiminnan onnistumista arvioidaan palautteiden keräämisellä, mutta tätäkin osa-aluetta voisi tulevaisuudessa laajentaa ja kehittää tarkemmaksi.

Tapahtumajohtajan lisäksi haastattelimme myös kilpailukanslianpäällikkö Hannu Ojalaa. Esitimme haastattelussa kysymyksiä, jotka liittyivät kilpailukansliaan, yleisin näkökulmiin ja tapahtuman kehitykseen. Ojala kertoo, että viime vuosien aikana kilpailukanslia on toiminut Lahden messukeskuksen Lahti- ja Vesijärvihalleissa. Hän mainitsee, että tiloissa tarjotut palvelut ovat saaneet osallistujilta paljon kiitosta, vaikka joidenkin mielestä sijainti ei ole ollut täysin ihanteellinen. Tähän hän lisää, että kilpailukanslia on historiansa aikana sijainnut monenlaisissa paikoissa, kuten urheilukeskuksen pääkatsomon juoksusuoralla sekä teltassa piha-alueella.

Kilpailukanslian siirryttyä parempaan sijaintiin sen toiminnan tehokkuus ja järjestelyiden toimivuus ovat parantuneet merkittävästi. Esimerkiksi käteisen käsittelyn rinnalle on otettu käyttöön myös sähköinen maksuvaihtoehto, mikä on lisännyt asiointin sujuvuutta.



Kuva 9 Kilpailukanslianpäällikkö Hannu Ojala

Ojalan mukaan kilpailukanslia on yksi tärkeimmistä palveluista Finlandia-hiihdon osallistujille. Kilpailukansliaa voidaan pitää Finlandia-hiihdon sydämenä, sillä se on hiihtäjien ensimmäinen ja viimeinen kosketus tapahtumaan. Osallistujat hakevat kilpailukansliasta osallistujanumeron ja palauttavat ne kilpailun jälkeen samaan paikkaan. Ojala korostaa, että toiminnan sujuvuus on kriittistä. Mikäli kilpailukanslia ei toimi tehokkaasti, saattaa osallistuja pahimmassa tapauksessa myöhästyä lähdöstä.

Nykyinen sijainti on mahdollistanut tilavammat olosuhteet sekä kävijöille että tapahtumassa työskenteleville tahoille. Ojala kuvailee kilpailukansliaa sekä tapahtuman sydämenä että sen ”tärkeimpänä lenkkinä”. Infopisteen lisäksi kilpailukanslia toimii tiedonjakamisen ja varmistusprosessin keskuksena. Haastattelun lopuksi Ojala mainitsee, että sisätilojen merkitys on suuri, koska ne mahdollistavat varusteiden säilyttämisen paremmin verrattuna muihin massahiihtotapahtumiin, joissa tilat voivat olla ulkotiloissa tai rajoitetumpia.

Finlandia-hiihdossa tehdään jatkuvaa kehitystyötä, myös tapahtuman eri osa-alueilla, kuten kilpailukansliassa ja Expo-alueella. Tilaratkaisuja suunnitellaan vuosittain vastaamaan osallistujamääriä, ja tilat optimoidaan tarkasti tarpeen mukaan. Kehitystyötä tukee palautteiden kerääminen ja niiden läpikäyminen, mikä Ojalan mukaan mahdollistaa pitkäjänteisen kehittämisen tapahtumalle. Vuosien varrella Finlandia-hiihto on hionut käyttöönsä toimivan kilpailukanslian ja Expo-alueen, joiden toimintaa pyritään jatkuvasti kehittämään entistä käyttäjäystävällisemmäksi.

5.2 Kisaajien haastattelut

Finlandia-hiihdon käynnistyessä 21.02.2025 pääsimme toteuttamaan osallistujahaastatteluja tapahtumapaikalla. Kuten aiemmin kohdassa 4.1 Tutkimusmenetelmät on mainittu, haastattelut toteutettiin kertomushaastatteluna, jossa haastateltavilla oli mahdollisimman vapaa sana. Tällä menetelmällä saatiin opinnäytetyöhön syvällisempää ja laajempaa kerontaa yksittäisten vastausten sijaan. Kertomushaastattelun ansioista pystyimme esittämään haastattelukysymykset vapaamuotoisesti ja avoimesti niin, että haastateltavat tunsivat olonsa mukavaksi ja rohkaistuivat kertomaan omista kokemuksistaan laajemmin ja yksityiskohtaisemmin.

Haastattelut toteutettiin kisaviikonlopun lauantaina, jolloin oli mahdollista tavoittaa osallistujia, jotka odottivat lähtöään. Näin haastattelut voitiin toteuttaa heidän aikataulunsa huomioiden. Haastattelukysymykset laadittiin tapahtumajohtajan ja kilpailukansliapäällikön haastattelujen pohjalta. Kysymykset muotoiltiin lyhyiksi ja selkeiksi, jotta ne olisi helppo esittää kiereisille osallistujille, jotka olivat juuri hakeneet kilpailunumeronsa.

Haastatteluihin osallistui viisi henkilöä, joista kaksi oli osallistunut tapahtumaan aiemmin ja loput hihtivät Finlandia-hiihdossa ensimmäistä kertaa. Ensimmäisenä haastatteluun osallistui R. Krooks, joka kertoi osallistuvansa jännittynein, mutta innokkain mielin ensimmäistä kertaa Finlandia-hiihtoon. Krooksin mukaan kilpailukanslian toiminta oli sujuvaa, eikä hän kokenut sen osalta puutteita. Krooks ei ollut aiemmin osallistunut muihin massahiihtotapahtumiin. Haastattelun lopuksi kysyimme hänen mielipidettään Expo-alueen toimivuudesta, mutta hän ei osannut vielä antaa palautetta, koska hänen ensisijaisena tavoitteenaan oli suorittaa hiihto loppuun ennen Expo-alueeseen tutustumista.

Toisessa haastattelussa tapasimme nuoren kilpailijan K. Nymanin, joka niin ikään osallistui Finlandia-hiihtoon ensimmäistä kertaa. Hän kertoi saaneensa tapahtumaan liittyvää tietoa paremmin muista tiedotusvälineistä kuin kilpailukansliasta. Kilpailukanslian visuaalista ilmettä arvioidessa Nyman totesi, ettei ollut varma sen puutteista, ja mainitsi lisäksi ehtineensä vain nopeasti vilkaista Expo-aluetta. Nyman ei ollut aiemmin osallistunut muihin massahiihtotapahtumiin.

Kolmantena haastateltavana oli kokeneempi hiihtäjä R. Rissanen, joka kertoi osallistuneensa Finlandia hiihtoon jo 19 kertaa. Hän kuvaili kilpailukanslian ilmapiiriä erinomaiseksi ja mainitsi sen olevan yksi syy palata tapahtumaan vuodesta toiseen. Haastattelussa keskusteltiin myös kilpailukanslian kehittämisestä, ja Rissanen ehdotti Jukolan viestistä tuttua paikannusjärjestelmää, jonka avulla voisi nähdä hiihtäjien sijainnin reaaliaikaisesti. Hänen mielestään tämä olisi hyödyllinen niin ensikertalaisille kuin kokeneemmillekin osallistujille. Rissanen kertoi, ettei ole osallistunut muihin massahiihtotapahtumiin. Haastattelun lopuksi hän kehui Expo-alueen kehitystä ja mainitsi tarjonnan olevan vuosi vuodelta monipuolisempi.

Neljänten haastatteluun osallistui J. Englundin, joka niin ikään osallistui Finlandia-hiihtoon ensimmäistä kertaa. Hän kertoi kilpailukanslian toimineen hyvin, eikä keksinyt siihen lisättävää. Englund oli kuitenkin aiemmin osallistunut muihin massahiihtotapahtumiin, kuten Pirkan-hiihtoon. Hän kuvaili Pirkan-hiihtoa hieman erilaiseksi, mitä Finlandia-hiihto on. Pirkan-hiihdossa aamulla osallistujat kuljetetaan bussilla varuskunnalle, missä tapahtuu varusteiden vaihto, mutta kilpailukansliaa Finlandia-hiihdon tapaan Pirkan-hiihdossa ei ole. Englund kertoi keskittyneensä pääasiassa hiihtoon, eikä ollut vielä ehtinyt tutustua Expo-alueeseen, mutta aikoi tehdä sen hiihdon jälkeen.

Viimeisenä haastattelimme useasti osallistunutta M. Ikosta. Haastattelu alkoi kysymyksellä kilpailukanslian toimivuudesta, johon Ikonen vastasi sen toimineen hyvin. Hän kiitti erityisesti vapaaehtoisten sujuvaa toimintaa, vaikka alkuun esiintyikin teknisiä ongelmia laitteiden kanssa. Kehitysehdotuksena hän mainitsi, että jonotusmenetelmää voisi miettiä

uudelleen, jotta alue ei ruuhkautuisi niin helposti. Haastattelussa ilmeni, että Ikonen oli aiemmin osallistunut myös Ruotisissa järjestettävään Vasalopetiin ja Ylläs-Levi-hiihtoon. Hän vertaili Finlandia-hiihtoa ja Ylläs-Leviä, ja totesi jälkimmäisen olevan hieman rauhallisempi ja selkeämpi, koska osallistujia on vähemmän. Expo-alueen tarjonnasta Ikonen kertoi sen olleen sopivan laaja, erityisesti vaatetusta ja energiatuotteita oli hyvin saatavilla.

Yhteenvetona osallistujahaastatteluista voidaan todeta, että Finlandia-hiihdon kilpailukanslia toimi pääsääntöisesti hyvin ja vastasi suurimman osan osallistujista odotuksia. Ensikerlaiset kokivat palvelun selkeäksi ja toimivaksi, eikä merkittäviä puutteita noussut esiin.

Kokemukset kilpailukanslian visuaalisesta ilmeestä vaihtelivat. Osa haastateltavista ei osannut kommentoida asiaa tarkemmin, kun taas osa ei havainnut selkeitä brändillisiä elementtejä tai ohjaavia visuaalisia opasteita. Expo-alue sai puolestaan hieman vaihtelevampia arvioita. Useat haastateltavat eivät olleet ehtineet kiinnittää siihen huomiota ennen suoritustaan, mutta ne, jotka olivat tutustuneet alueeseen, kokivat tarjonnan kattavaksi ja monipuoliseksi. Tämä viittaa siihen, että Expo-alue voisi hyötyä entistä näkyvämmästä sijoittelusta ja aktiivisemmasta markkinoinnista paikan päällä, jotta osallistujat osaisivat paremmin hyödyntää sen tarjoamia palveluita ennen tai jälkeen suorituksen.

Haastatteluista nousi esiin sekä vahvuuksia että konkreettisia kehityskohteita. Erityisesti kilpailukanslian visuaalinen ilme ja Expo-alueen saavutettavuus ovat osa-alueita, joita voidaan kehittää edelleen vahvistamaan tapahtuman vetovoimaa ja parantamaan osallistujakokemusta.

6 Kehitysehdotukset

6.1 Kilpailukanslian kehitys

Kuten aikaisemmin kappaleessa 5.1 kilpailukanslianpäällikkö Hannu Ojala kuvailee, kilpailukanslian kehitys on ollut positiivinen ja jatkuvasti eteenpäin vievä. Yli kymmenen vuotta sitten kilpailukanslia sijaitsi Lahden urheilukeskuksen stadionin juoksusuoralla, josta osallistujat noutivat kisanumeronsa.

Kuvan 10 perusteella voidaan todeta, että kilpailukanslian olosuhteet olivat tuolloin ahtaat ja helposti ruuhkautuvat. Vaikka paikalle oli suunniteltu jonotusmenetelmä, suuren väkijoukon vuoksi jonotus muuttui epäsymmetriseksi ja sekavaksi ihmisjoukoksi. Osallistujanumeroita säilytettiin suurissa pahvilaatikoissa, joiden kylkeen oli käsin merkattu numeroalueet A4-paperille tussilla. Tällainen järjestely ei ollut kovin visuaalinen eikä tehokas suuren osallistujamäärän hallintaan.

Kilpailukanslian yhteydessä toimi myös kassa- ja maksupäätepiiste, mikä lisäsi henkilökunnan työkuormaa ja aiheutti lisäruuhkaa muutenkin rajalliseen tilaan. Näin ollen tilaratkaisut eivät vastanneet osallistujamäärän kasvua eivätkä nykyaikaisen tapahtumatuotannon vaatimuksia.



Kuva 10 Finlandia-hiihdon kilpailukanslia urheilustadionin juoksusuoralla vuonna 2013, Finlandia-hiihto

Vaikka Finlandia-hiihto on yli 50-vuotias tapahtuma, on yllättävää, että vielä vuonna 2013 kilpailukanslian visuaaliseen ulkoasuun ei ollut panostettu juuri lainkaan. Esimerkiksi pöytäliinat, joissa näkyisi Finlandia-hiihdon brändi-ilme, eivät olleet käytössä. Kilpailukansliassa ei myöskään ollut esillä tapahtuman tunnistettavia visuaalisia elementtejä, kuten beach flageja tai koristeita, kuten tekokasveja tai puita.

Visuaalinen ilme voisi toimia tärkeänä tunnelman ja mielialan kohottajana sekä luoda tapahtumalle yhtenäisen ja ammattimaisen ilmeen. Kuten kilpailukansliapäällikkö Hannu Ojala haastattelussaan totesi, kilpailukanslia toimii tapahtuman sydämenä, niin visuaalinen ilme tukisi tätä Ojalan ajatusta.

Tuohon aikaan kilpailukansliassa ei ollut käytössä dynaamista aallokointia, jonka avulla osallistujien aikasuoritukset yhdistetään automaattisesti heidän kilpailunumeroihinsa. Dynaaminen aallokointi toteutetaan ajanottosirujen avulla, kuten kuvassa 11 esitetään. Siru aktivoidaan kilpailukansliassa osallistujanumeron haun yhteydessä. Ajanottosiruja ei koodata etukäteen, vaan skannaus tapahtuu paikan päällä. Jos skannausta ei tehdä, osallistujan suoristusta ei rekisteröidä eikä tuloksia tallennu.



Kuva 11 Race result - Dynaaminen skannaus, Ultimate sport Service

Aloitimme arviointimme tarkkailemalla kilpailukanslian toimivuutta ja sen käytännön järjestelyjä. Havainnot osoittivat, että vuoden 2024 kilpailukanslian sijoittelu Vesijärvihallissa ei ollut optimaalinen. Työtila oli kapea ja ahtaan tuntuinen, mikä vaikeutti sujuvaa työskentelyä kuin sujuvaa asiointia. Keskeisimpinä ongelmina havaittiin puutteet opastuksessa ja osallistujien ohjauksessa. Selkeiden opasteiden ja henkilökunnan antaman ohjauksen puuttuminen aiheutti tilanteita, joissa osallistujat eivät tienneet, minne heidän tulisi siirtyä. Tämä

johti siihen, että monet jäivät jonottamaan ensimmäiselle pöydälle, mikä aiheutti ruuhkaa ja tehottomuutta.

Havainnoimme myös muita kilpailukansliaan liittyviä toimia, kuten tuotekassien tekemistä ja kirjekuorien valmistelua. Mielestämme osallistujien kirjekuorien tekeminen etukäteen, joka sisältää muun muassa osallistujanumeron ja ruokalipun, oli toimiva ratkaisu. Samalla logiikalla myös tuotekassien valmistelu olisi ollut järkevintä toteuttaa ennen tapahtuman alkamista.

Vuoden 2024 tapahtumassa tuotekassien teko kuitenkin toteutettiin kisapäivinä samaan aikaan, kun osallistajat hakivat kilpailunumeronsa. Numeron noudon jälkeen osallistuja siirtyi kilpailukansliaa vastapäätä olevalle pisteelle, jossa sekä tehtiin että jaettiin tuotekasseja. Pöytien alle ja päälle oli edellisenä päivänä kerätty yhteistyökumppaneiden tuotteita odottamaan pussitusta. Tämä käytäntö osoittautui ongelmalliseksi, pussien tekeminen oli hidasta ja aiheutti ruuhkautumista. Lisäksi syntyi erimielisyyksiä, kun osa osallistujista yritti hakea useita tuotekasseja vedoten siihen, etteivät olleet aiemmin saaneet omaansa.

Tapahtuma houkutteli myös paikalle ulkopuolisia henkilöitä, jotka ottivat tuotekasseja itselleen tai lapsilleen ilman lupaa. Joissain tapauksissa he poistuivat paikalta nopeasti tuotekassien kanssa. Vaikka tilanteisiin puututtiin huomauttamalla asiasta, toivottua lopputulosta ei saavutettu, koska huomautuksiin ei suhtauduttu vakavasti.

Näiden ongelmien seurauksena päätimme kehittää tehokkaamman tavan valmistella tuotekasseja. Ratkaisuna oli siirtää tuotekassien valmistus kilpailukanslian varastotilaan, jossa kaikki tarvittavat tuotteet sijaitsivat valmiina. Varastossa tuotekasseja voitiin valmistaa rauhassa etukäteen. Toteutimme työn niin, että yksi työntekijä jatkoi kassien tekoa jatkuvasti. Tämä helpotti ruuhka-aikoina, kun valmiita tuotekasseja oli varastossa valmiina jaettavaksi.

Valitettavasti tämäkään järjestely ei täysin estänyt tuotteiden luvaton ottamista. Sekä henkilökunnan, osallistujien että ulkopuolisten henkilöiden taholta tapahtui edelleen tuotekassien ja yksittäisten tuotteiden varastelua. Tämän vuoksi päätimme siirtää kaikki tuotelaatikoissa olevat tuotteet varastoon, ja tuoda esille vain rajatun määrän valmiita tuotekasseja kerrallaan. Yksi työntekijä vastasi tuotekassien jakamisesta ja valvoi, ettei pusseja otettu luvatta. Hän myös huolehti, että kasseja riitti tasaisesti kaikille osallistujille.

6.2 Mitä olisi 2025

Uskomme, että kilpailukanslia voi toimia osana tapahtuman elämyksellisyyttä ja tarjota osallistujille innostavan ensikosketuksen tapahtumaan. Visuaaliseen ilmeeseen panostaminen esimerkiksi väreillä, materiaalivalinnoilla ja teemaan sopivilla somistuksilla voisi muuttaa

Kilpailukanslian pelkästä toiminnallisesta tilasta osaksi kokonaisu-elämystä. Lisäksi modernit digitaaliset ratkaisut, kuten reaaliaikaisia tuloksia ja kisatunnelmia esittävät näytöt, sekä yhtenäinen värimaailma ja brändäys, loisivat ammattimaisemman ja houkuttelevamman vai-kutelman osallistujille ja kävijöille.

Osallistujanumeroiden ja kirjekuorien järjestelyä voisi kehittää selkeämmäksi ja visuaali-
sesti houkuttelevammaksi. Esimerkiksi nykyiset pahvilaatikot olisi hyvä korvata kestävämmillä ja esteettisimmillä säilytysratkaisuilla, jotka helpottaisivat asiointia ja tukisivat tapahtu-
man visuaalista linjaa. Kirjekuorien ja numeroiden ryhmittely loogisesti selkeiden opastei-
den avulla nopeuttaisi osallistujien asiointia ja vähentäisi ruuhkia.

Kilpailukanslian ulkoasua voisi kohentaa yksinkertaisilla visuaalisilla ratkaisuilla. Esimer-
kiksi siniset tai valkoiset pöytäliinat Finlandia-hiihdon logolla, sinisävyinen matto ohjaa-
massa kulkua, sekä brändätyt banderollit ja beach flagit sisäänkäynnin läheisyydessä tuki-
sivat tapahtuman identiteettiä. Tunnelmaa voisi vahvistaa talvisilla koristeluilla, kuten teko-
havukasveilla, koivupylväillä tai teemaan sopivilla pienillä yksityiskohdilla.

Kilpailukanslian taustalle voisi sijoittaa suuren banderollin, jossa lukee selkeästi ” Kilpailu-
kanslia” sekä suomeksi että englanniksi. Tällainen ratkaisu helpottaisi suunnistamista ja
parantaisi opastusta. Opasteiden määrää ja näkyvyyttä kannattaisi lisätä, jotta siirtyminen
kilpailukansliaan ja muiden tapahtuma-alueiden välillä olisi mahdollisimman sujuvaa. Li-
säksi alueelle voisi rakentaa valokuvausseinän, jossa olisi Finlandia-hiihdon teemaan so-
piva tausta, kuten reittikartta tai talvinen maisema. Tämä tarjoaisi osallistujille visuaalisesti
houkuttelevan kuvauspaikan.

Kilpailukansliasta voisi kehittää myös tiedollisesti rikastetumman tilan. Esimerkiksi ladun
pienoismalli tai visuaalinen reittikartta auttaisi osallistujia hahmottamaan reitin kulkua ja li-
sätä innostusta ennen starttia. Tällaiset yksityiskohdat vahvistavat tapahtuman elämyksel-
lisyyttä ja kisatunnelmaa.

Pienillä yksityiskohdilla voidaan vaikuttaa merkittävästi tunnelmaan. Esimerkiksi Finlandia-
hiihdon logolla varustetut kertakäyttöastiat, servetit ja muut käytännön tarvikkeet vahvistai-
sivat tapahtuman yhtenäistä visuaalista ilmettä. Lisäksi tuotekassien valmistelut etukäteen
nopeuttaisi kilpailukanslia työskentelyä ja vapauttaisi tilaa tapahtuma alueella. Valmiiksi
tehdyt tuotekassit vähentäisivät tarvetta erilisille pakkauspisteille, joita vuonna 2024 tarvitiin.

Expo-alueen kehittämistä voisi jatkaa ostopolkumenetelmän avulla. Selkeästi merkitty kul-
kureitti ohjaisi kävijöitä läpi alueen niin, että kaikki ständipisteet saisivat tasapuolisesti

huomiota. Tämä ei ainoastaan tehostaisi alueella liikkumista ja lisäisi myyntiä, vaan loisi myös selkeämmän ja organisoidumman tapahtumakokemuksen.

Lisäksi on tärkeää huomioida kilpailukanslian työntekijöiden ergonomia. Mukavat ja tukevat tuolit, sopivan korkuiset työpöydät ja loogisesti järjestetyt työtilat lisäisivät työskentelyn sujuvuutta sekä henkilökunnan jaksamista pitkien tapahtumapäivien aikana. Pienillä ergonomisilla parannuksilla voi olla suuri vaikutus työntehokkuuteen ja henkilöstön viihtyvyyteen.

6.2.1 Kehitysideoiden esiin tuominen

Ideoimme tulevia kehitysehdotuksia Finlandia-hiihtoa varten ja valmistauduimme esittelemään ajatuksiamme seuraavassa palaverissa. Tapaamiseen osallistuivat kilpailukansliapäällikkö Hannu Ojala ja tapahtumajohtaja Markku Levanen. Tavoitteena oli paitsi tuoda esiin kehitysehdotuksia, myös herättää keskustelua kilpailukanslia ja Expo-alueen sijoittelusta sekä tapahtuman visuaalisesta ilmeestä.

Palaveri sovittiin hyvissä ajoin, ja ajankohta määriteltiin yhdessä Markku Levasen kanssa. Tapaaminen pidettiin tammikuun puolivälissä, ja sen aikana käsiteltiin muun muassa tapahtuman visuaalisen ilmeen vahvistamista pöytäliinojen hankkimisella, sinisen maton lisäämisellä tapahtuma-alueelle sekä kilpailukanslian mahdollisen siirron vaihtoehtoja Lahden hallista uuteen sijaintiin, mikä voisi sujuvoittaa kulkua tapahtuma-alueella. Keskustelimme myös Expo-alueen laajentamisesta siinä tapauksessa, että kilpailukanslian paikkaa voitaisiin vaihtaa.

Ehdotukset herättivät paljon kiinnostusta, ja saimme niistä positiivista palautetta. Valitettavasti ideoitamme ei kuitenkaan voitu toteuttaa tulevassa tapahtumassa. Syinä tähän olivat muun muassa aiempina vuosina tehdyt kokeilut useista ehdottamistamme kehitysehdotuksista, joiden ei koettu toimineen käytännössä, sekä taloudelliset rajoitteet. Esimerkiksi brändätyjen kertakäyttöastioiden hankinta olisi ollut liian kallista tapahtuman budjettiin nähden, eikä aikataulukkaan olisi riittänyt.

Palaverin lopuksi käytiin vielä keskustelua mahdollisista pienemmistä muutoksista, joilla voitaisiin kehittää tapahtuman visuaalista ilmettä ilman merkittäviä lisäkustannuksia. Esimerkiksi ehdotettiin puisten elementtien tuomista tapahtuman sisätiloihin, mutta tämän kohdalla tuli esiin lupa-asioihin liittyviä haasteita, kuten puiden hankkiminen metsästä. Tapahtuman johtaja kertoi itsekin pohtineensa visuaalisen ilmeen kehittämistä ja toi esiin kiinnostuksensa pöytäliinojen hankintaan. Lopulta saimme luvan testata pöytäliinojen käyttöä tapahtumassa, mikäli aika ja resurssit sen mahdollistavat.

Tämän jälkeen ryhdyimme etsimään tapahtumaan sopivia pöytäliinoja sekä kiinnikkeitä, jotka varmistaisivat liinujen pysymisen paikoillaan. Aiemmilta vuosilta oli kokemusta siitä, etteivät pöytäliinat tahtoneet pysyä kunnolla paikoillaan, ja käteisen käsittely pöydillä aiheutti lisähaasteita. Tämän vuoksi pöytäliinujen käytöstä oli aiemmin luovuttu. Siksi meille oli tärkeää löytää mahdollisimman leveät ja pitkät pöytäliinat, jotta ne näyttäisivät yhtenäisiltä ja pysyisivät paremmin paikallaan.

Saimme Finlandia-hiihdon käytössä olevien pöytien mitat, joiden pohjalta lähdimme etsimään sopivia pöytäliinoja. Suunnittelimme kiinnittävämmä liinat pöytäliinapidikkeillä, joita oli saatavilla esimerkiksi Class Ohlsonilta. Lopulta löysimme sopivia vaihtoehtoja ja lähetimme tiedot sekä hinta-arviot tapahtuman johtajalle. Kuitenkin tapahtuman johtaja oli ehtinyt jo hankkia oikean kokoiset pöytäliinat yhteistyökumppani HB Promotionilta. Pöytäliinat olivat tummansiniset, ja niissä oli valkoisin kirjaimin painettuna teksti Finlandia-hiihto Finski.

6.2.2 Havainnointi

Osallistuimme vuoden 2025 Finlandia-hiihtoon opinnäytetyömme käytännön toteutuksen ja havainnoinnin näkökulmasta. Tavoitteenamme oli päästä suorittamaan tapahtumaan liittyviä käytännön kokeiluja sekä tarkkailemaan tapahtuman kulkua ja toiminallisuutta paikan päällä. Käytännön kokeiluina toteutimme muun muassa tuotekassien valmistelu etukäteen sekä kilpailukanslian visuaalista ilmettä parantavien pöytäliinujen käytön. Osallistuimme myös muihin Finlandia-hiihdon työtehtäviin, jotka eivät suoraan liittyneet opinnäytetyöhömme, mutta tarjosivat meille arvokasta kokonaiskuvaa tapahtuman järjestämisestä.

Tapahtuman aikana havainnoimme erityisesti Expo-alueen toimivuutta, sen palvelutarjontaa sekä alueen asiakasvetovoimaa. Havainnointikohteina olivat myös Expo-alueen sijoittelu, visuaalinen ilme ja eri ständien sijoittelu. Alueella oli tänä vuonna sekä uusia että entuudestaan tuttuja toimijoita. Koimme tämänvuotisen Expo-alueen olevan aiempaa nuorekkaampi, visuaalisesti näyttävämpi ja paremmin asiakaskuntaa palveleva kokonaisuus.

Vaikka Expo-alueella oli runsaasti myynti- ja esittelypisteitä, havaitsimme myös päällekkäisyyksiä tarjonnassa. Erityisesti kuvan 12 mukaan kahdessa vierekkäisessä pisteessä myytiin lähes identtisiä tuotteita. Tämä saattaa heikentää pisteiden erottuvuutta ja asiakaskokemusta, joten jatkossa pisteiden sisällön suunnittelussa olisi hyvä kiinnittää enemmän huomiota valikoiman monipuolisuuteen ja erilaistamiseen.



Kuva 12 Hydration Energy Recovery ja Squeezy Sports Nutritionin piste vuoden 2025 Finlandia-hiihdossa

Tähän saimme heti kehitysidean, kun törmäsimme erääseen kilpailijaan kisapäivän aamuna ennen lähtöjä. Hetken keskusteltaessa kilpailijan kanssa kilpailija kertoi kaipaavansa kofeiinia ennen aamun ensimmäistä lähtöä. Jouduimme kuitenkin kertomaan, ettei alueella sillä hetkellä ollut myynnissä kofeiinituotteita – tai jos olikin, ne olivat sekä meille että osallistujalle tuntemattomia. Lisäksi kahvila avautui vasta myöhemmin samana päivänä.

Koska alueella oli kolme energiageelejä ja -karkkeja myyvää pistettä, olisi ollut järkevää ottaa mukaan myös brändi, joka myy kofeiinia sisältäviä tuotteita, kuten energijuomia. Tällaisia brändejä voisivat olla esimerkiksi Nocco tai Puhdistamo. Energijuoma brändien avulla kysyntä tarjontaan voisi kasvaa entisestään.

Expo-alueella hiihtäjillä oli myös mahdollisuus hankkia suksivoiteita ja muita tärkeitä suksitarvikkeita kahdesta eri myyntipisteestä. Näissä pisteissä myytiin muun muassa erilaisia pitovoiteita, luistovoiteita, suksia ja suksien sauvoja. Tarjolla oli asiantuntevaa palvelua, ja hiihtäjät saivat juuri heille räätälöityjä tarjouksia sekä tuotteita. Mielestämme oli myös erittäin kätevää, että tarvikkeita pystyi hankkimaan suoraan tapahtumapaikalta. Samalla osallistujat saivat mahdollisuuden tutustua uusiin tuotteisiin ja pohtia varusteiden päivittämistä.



Kuva 13 Intersport ja Salomonin myyntipiste 2025 Finlandia-hiihdossa

Expo-alueen näkyvin ja laajin myyntitila kuului tänä vuonna Intersportille, joka toimi tapahtuman suurimpana yhteistyökumppanina. Intersportin osasto oli suunniteltu palvelemaan erityisesti hiihtäjien sekä talviurheilijoiden tarpeita. Tarjolla oli laaja valikoima varusteita, vaatteita, aluskerrastoja ja hiihtovälineitä, jotka vastasivat erilaisten kävijöiden tarpeisiin.

Intersportin läheisyydessä sijaitsi myös Salomonin myyntipiste, jonka tarjonta keskittyi erityisesti juoksu- ja polkujuoksukenkiin. Tämä täydensi alueen palveluita tarjoamalla mahdollisuuden tutustua tulevan kesän kenkävalikoimaan. Samalla kävijät saivat vaihtoehtoja monipuoliseen harjoitteluun myös hiihtokauden ulkopuolella.

Huomionarvoinen osa Intersportin kokonaisuutta oli myös heidän oma suksivoitelun myyntipisteensä. Täällä hiihtäjät pystyivät hankkimaan tarvitsemansa voiteet ja välineet suksien huoltoon samalla, kun tekivät muita ostoksia. Tämä lisäsi selvästi Intersportin palvelutarjontaa ja teki osastosta kokonaisvaltaisen asiointipisteen.

Vaikka Intersportin alueen koko oli samaa luokkaa kuin edellisellä vuonna, sen sisältö oli suunniteltu aiempaa tehokkaammin. Monipuolinen tuotevalikoima, asiantunteva henkilökunta ja houkuttelevat tarjoukset tekivät siitä yhden Expo-alueen keskeisimmistä ja vilkkaimmista pisteistä. Intersport toimi paikkana, jossa saattoi tehdä tarpeellisia hankintoja, saada asiantuntevaa neuvontaa ja samalla kokea tapahtuman kaupallinen, mutta urheilullinen ja yhteisöllinen tunnelma.



Kuva 14 Vuoden 2025 Kilpailukanslia

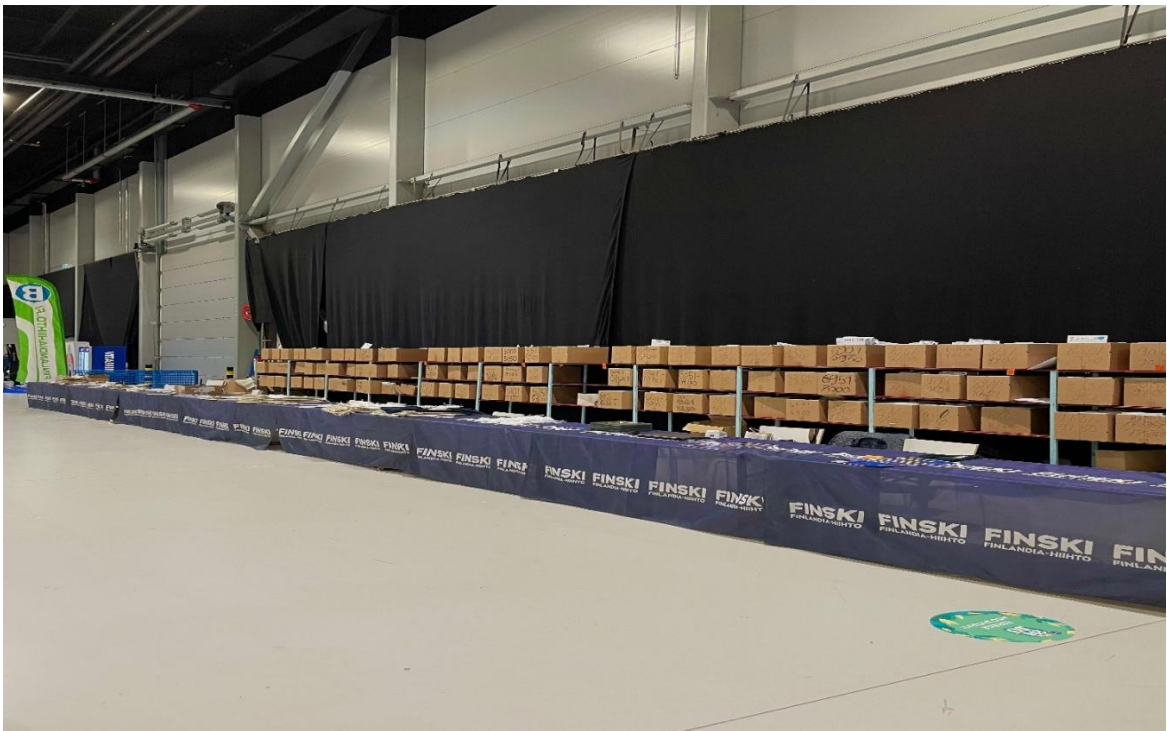
Tapahtuman aikainen kilpailukanslia päätettiin tänäkin vuonna rakentaa samaan paikkaan kuin edeltävinä vuosina. Kuitenkin verrattuna aiempiin vuosiin, tämänvuotinen kilpailukanslian sijoittelu tuntui edelleen ahtaalta. Väkijoukon kasvaessa tila hupeni nopeasti ja tila alkoi käydä yhä ahtaammaksi. Tilannetta ei helpottanut se, että kilpailukansliaa vastapäätä sijaitti tuotekassien antopiste, joka vei osan kilpailukanslian käytössä olleesta tilasta. Jonojen kasvaessa ihmismassa alkoi työntää tuotekassipisteen pöytiä kohti Intersportin Expo-alueelta, ja työskentely kävi hankalaksi.

Tilan puutteen vuoksi päätimme siirtää tuotekassien antopisteiden pöytiä syrjemmälle, jotta saataisiin lisätilaa kilpailukansliaan suurimman ruuhkan ajaksi. Tämä tilanteen havainnointi tarjoaa hyvän lähtökohdan tapahtuman kehittämiseksi – esimerkiksi sijoittamalla tuotekassien antopisteen hieman syrjemmälle tai tiivistämällä sitä muutamaan pöytään.

Kilpailukanslian visuaalinen ilme koheni huomattavasti pöytäliinojen ansiosta sekä Fazer brändin lattiatarroilla, jotka oli kiinnitetty lattiaan. Tässä on erinomainen mahdollisuus kehittää kilpailukanslian toimivuutta ja visuaalisuutta esimerkiksi vuosittain vaihdettavilla lattiatarroilla, jotka ovat helposti kiinnitettäviä ja poistettavia tapahtuman jälkeen. Vaikka kilpailukanslian taustalla olleet pahvilaatikot eivät olleet visuaalisesti näyttäviä, ne täyttivät tehtävänsä hyvin. Lisäksi kilpailukansliassa työskennelleet talkoolaiset onnistuivat tehtävissään ilman sekaannuksia kirjekuorien jaossa.

Olimme erittäin tyytyväisiä tapahtuman johtajan hankkimiin pöytäliinoihin ja niiden visuaaliseen ilmeeseen, kuten kuvassa 15 näkyy. Pöytäliinat eivät ainoastaan kohentaneet tapahtuman ulkonäköä, vaan herättivät myös keskustelua talkoolaisten ja työntekijöiden keskuudessa. Kysyimme useilta talkoolaisilta ja työntekijöiltä mielipiteitä pöytäliinojen toimivuudesta, ja ne saivat paljon kiitosta visuaalisesta ilmeestään sekä rohkeasta kokeiluhengestä.

Tapahtuman aikana kilpailukansliapäällikkö Hannu Ojala kehui pöytäliinoja ja oli positiivisesti yllätynyt niiden toimivuudesta ja palautteesta, joita pöytäliinat saivat. Kiinnitimme erityisesti huomiota pöytäliinojen pysyvyyteen, ja ne pysyivät hyvin paikoillaan koko tapahtuman ajan. Kiinnityksessä käytettiin runsaasti maalarinteippiä, jota teipattiin pöytäliinoihin sekä pöytien alapuolisiin pintoihin.



Kuva 15 Kilpailukanslia uusilla pöytäliinoilla

Vuoden 2025 Finlandia-hiihdossa toteutettiin ehdottamamme käytäntö valmistella tuotekassit valmiiksi jo ennen tapahtuman alkua. Tämän vuoden tuotekassin arvo oli arviolta noin

80 euroa, ja tuotteiden etukäteen valmistelu osoittautui toimivaksi ratkaisuksi. Käytäntö pohjautui vuoden 2024 kokemuksiin, jolloin tuotekassien valmistus toteutettiin osallistujien nähdessä, kun he olivat noutamassa omaa osallistujanumeroaan. Tämä aiheutti ongelmia, kuten tuotteiden varastelua sekä tilanteita, joissa yksi henkilö haki useita tuotekasseja myös muiden puolesta.

Uuden toteutustavan myötä kassien valmistus tapahtui yksityisemmin, mikä vähensi väärinkäytöksiä ja varmisti, että jokainen tuotekassi sisälsi samat tuotteet. Henkilökunnan näkökulmasta etukäteen valmistelu helpotti työskentelyä merkittävästi, poisti painetta tapahtumapäivän aikana ja vapautti tilaa kilpailukansliassa, kun tuotteita ei ollut esillä. Kokemuksemme mukaan tuotekassien esillepanopöytiä voisi jatkossa karsia edelleen, jolloin tilankäyttö tehostuisi entisestään.

Kuten tässä luvussa kuvanneet, osallistuminen vuode 2025 Finlandia-hiihtoon osana opinäytetyötämme tarjosi ainutlaatuisen mahdollisuuden yhdistää teoria käytäntöön ja tarkastella suuren urheilutapahtuman järjestämistä läheltä. Pääsimme sekä toteuttamaan konkreettisia kehitysehdotuksiamme että havainnoimaan tapahtuman eri osa-alueita laajasti.

Expo-alueen visuaalinen ilme, tuotteiden monipuolisuus ja yleinen tunnelma olivat selkeästi aiempaa uudistuneempia ja nuorekkaampia. Samalla havaitsimme kehityskohteita, kuten tuotepisteiden valikoiman samakaltaisuuden. Kilpailukanslian tilankäyttö ja sijainti puolestaan korostivat, miten pienillä yksityiskohdilla, kuten visuaalisesti näyttävillä pöytäliinoilla voidaan kohentaa koko tilan ilmettä ja osallistujakokemusta.

Kokemuksemme mukaan etukäteen valmistellut tuotekassit, visuaalisesti näyttävät pöytäliinat sekä käytännönläheiset ratkaisut paransivat selvästi tapahtuman sujuvuutta ja viihtyisyyttä. Oli ilahduttavaa huomata, että tapahtumanjohto sekä vapaaehtoiset arvostivat kokeiluja ja antoivat niistä myönteistä palautetta.

Kokonaisuutena koimme, että opinäytetyömme tavoitteet saavutettiin hyvin ja tutkimuskysymyksiin vastattiin. Saimme arvokasta kokemusta tapahtumatuotannosta, asiakaskokemuksen kehittämisestä ja käytännön ongelmanratkaisusta. Tämä projekti jää mieleemme merkittävänä oppimiskokemuksena, ja uskomme, että tekemiemme havaintojen ja ehdotusten avulla Finlandia-hiihtoa voidaan kehittää entistä paremmaksi myös tulevinä vuosina.

Pohdinta

Opinnäytetyömme tarkoituksena oli kehittää Finlandia-hiihdon kilpailukanslian ja Expo-alueen kokonaisuutta sekä lisätä molempien osa-alueiden visuaalista ilmettä. Tämän avulla paransimme osallistujakokemusta ja pyrimme selkeyttämään tapahtuma-aluetta. Työmme keskeinen tavoite oli myös laatia kehittämissuunnitelma, jota Finlandia-hiihto voi hyödyntää tulevaisuudessa tapahtuman kehittämisessä. Suunnitelmaa ei ole tarkoitettu lopulliseksi, vaan sitä voi ja tulee jatkossa päivittää sekä laajentaa tapahtuman tarpeiden mukaan.

Opinnäytetyömme keskeisin sisältö liittyy toimintatutkimukseemme, jossa hyödynsimme laadullisen tutkimuksen menetelmiä. Käytimme aineistonkeruussa teemahaastatteluja, ja havainnointia ja benchmarkingia. Haastattelimme tapahtuman järjestäjiä sekä osallistujia ja hyödynsimme omaa kokemustamme Finlandia-hiihdon toteuttamisesta Event-Manager kurssin yhteydessä. Tämän myötä pystyimme tarkastelemaan tapahtumaa havainnointien ja asiakaskokemuksen näkökulmasta. Tutkimuksemme tukena käytimme myös erilaisia lähteitä fyysisistä kirjoista verkkolähteisiin.

Tutkimuksen tärkeimmät tulokset osoittivat, että kilpailukanslian ja Expo-alueen visuaalista ilmettä ja toimivuutta voidaan edelleen kehittää parempaan suuntaan. Pääsimme toteuttamaan käytännön kokeiluja tapahtumassa, jonka tavoitteena oli lisätä kilpailukanslian visuaalista houkuttelevuutta. Toteutimme tämän Finlandia-hiihdon brändätyillä pöytäliinoilla, joista saimme runsaasti positiivista palautetta. Kokeilu antoi meille onnistumisen tunteen, mutta havaitsimme myös kehityskohteita, joiden parantaminen voisi edelleen lisätä osallistujien tyytyväisyyttä.

Opinnäytetyön johtopäätöksissä totesimme, että Finlandia-hiihdon kilpailukanslia on yksi tapahtuman keskeisimmistä palveluista, ja sen toiminta vaikuttaa suoraan asiakaskokemukseen. Kehittämällä kilpailukanslian ja Expo-alueen palveluita, toimintaa ja tilankäyttöä voidaan parantaa tapahtuman sujuvuutta ja osallistujakokemusta entisestään. Näin Finlandia-hiihto voi erottautua entistä vahvemmin massahiihtotapahtumien kentässä ja palvella paremmin sekä osallistujia että sidosryhmiä.

Pohdimme myös jatkotoimenpiteitä ja päädyimme siihen, että kilpailukanslian ja Expo-alueen visuaalisen ilmeen yhdenmukaistaminen ja kehittäminen on tärkeää. Lisäksi tapahtuman viestinnässä tulisi hyödyntää paremmin nykyaikaisia teknologisia ratkaisuja. Teknologian hyödyntämistä esimerkiksi opasteiden digitalisoinnissa, osallistujien paikannuksessa tai ajantasaisessa viestinnässä tulisi kehittää tulevinä vuosina. Näin voitaisiin luoda entistä joustavampi ja ajanmukaisempi tapahtumakokemus.

Jatkuvalla ja aktiivisella benchmarkkauksella muihin suomalaisiin massahiihtotapahtumiin voidaan saada tarkempi kuva siitä, miten muualla on kehitetty vastaavaa toimintaa. Tämän pohjalta Finlandia-hiihto voi hakea inspiraatiota ja kehittää kilpailukansliaa sekä Expo-aluetta entistä toimivammaksi ja tapahtumaan sopivammaksi kokonaisuudeksi.

Lopuksi voidaan todeta, että tämä opinnäytetyö on ollut meille arvokas mahdollisuus soveltaa oppimaamme käytäntöön. Olemme päässeet toteuttamaan kehitystoimia oikeassa ympäristössä, ja työ on lisännyt ymmärrystämme tapahtumatuotannon kokonaisuudesta. Kokemus on vahvistanut käsitystämme siitä, kuinka tärkeää on kuunnella osallistujia, havainnoida käytäntöjä ja tarttua konkreettisiin kehityskohteisiin. Tämä opinnäytetyö osoittaa, että pienillä mutta harkituilla kehitystoimilla voidaan parantaa tapahtuman kokonaisvaltaista toimivuutta ja asiakaskokemusta merkittävästi.

Lähteet

Dale, R. 2004. Development Planning: Concepts and Tools for Planners, Managers and Facilitators. Saatavissa: [https://books.google.fi/books?id=o2Lu9g5fX-](https://books.google.fi/books?id=o2Lu9g5fX-8C&printsec=frontcover&hl=fi#v=onepage&q&f=false)

[8C&printsec=frontcover&hl=fi#v=onepage&q&f=false](https://books.google.fi/books?id=o2Lu9g5fX-8C&printsec=frontcover&hl=fi#v=onepage&q&f=false)

Enlund, T. 2020. Finlandia-hiihdon peruuntumisesta lovi tapahtuman taloudelle – ilmoittautuneet saavat hyvitystä osallistumismaksuistaan. Yle. Viitattu 12.11.2024.

Saatavissa <https://yle.fi/a/3-11202709>

Euroloppet. What is Euroloppet? Viitattu 4.2.2024. Saatavissa

<https://www.euroloppet.com/en/>

Finlandia-hiihto. 2013. Viitattu 9.12.2024. Saatavissa

https://finlandiahiihto.kuvat.fi/kuvat/2013/2013-02-23/IMG_2805.JPG

Finlandia-hiihto. 2023. Finlandia-hiihto sai uuden ratamestarin ja tapahtumajohtajan.

Viitattu 26.10.2024. Saatavissa <https://www.finlandiahiihto.fi/uutiset/finlandia-hiihto-sai-uuden-ratamestarin-ja-tapahtumajohtajannbsp>

Finlandia-hiihto. 2023. Lauantain perinteinen kilpailu. Viitattu 10.11.2024. Saatavissa

<https://www.finlandiahiihto.fi/uutiset/finlandia-hiihto-2023-lauantain-perinteinen-kilpailu>

Finlandia-hiihto. 2023. Viitattu 10.11.2024. Saatavissa

https://finlandiahiihto.kuvat.fi/kuvat/2023/PXL_20230224_080721706.MP.jpg

Finlandia-hiihto. Hiihtäjät kantavat vaatesäkkejä vuoden 1974 Finlandia-hiihdossa. Viitattu

7.11.2024. Saatavissa <https://www.hiihtomuseo.fi/finlandiahiihto/finlandia-hiihdon-alkusivakoinnit/>

Finlandia-hiihto. Historia. Ensimmäinen Finlandia-hiihto järjestettiin 1974. Viitattu

30.10.2024. Saatavissa <https://www.finlandiahiihto.fi/historia>

Floor A. 2023. Renta x Finlandia-hiihto – yhteistyö jatkuu myös tulevissa hiihdoissa.

Viitattu 12.11.2024. Saatavissa <https://www.finlandiahiihto.fi/uutiset/renta-x-finlandia-hiihto-yhteisty-jatkuu-mys-tulevissa-hiihdoissa>

Floor A. 2023. Viime päivien lauhat kelit sulattivat Perinne-Finlandia. Viitattu 11.11.2024.

Saatavissa <https://www.finlandiahiihto.fi/uutiset/viime-pivien-lauhat-kelit-sulattivat-perinne-finlandian>

Hiihtoliitto. Salpausselän kisat. Viitattu 4.11.2024. Saatavissa <https://hiihtoliitto.fi/huippu-urheilu/salpausselan-kisat/>

Hiihtomuseo. Finlandia-hiihdon alkusivakoinnit. Viitattu 31.10.2024. Saatavissa <https://www.hiihtomuseo.fi/finlandiahihto/finlandia-hiihdon-alkusivakoinnit/>

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2015. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.

Hirvonen, S. 2024. Finlandia-hiihdosta Ski Classic Challengers -sarjan osakilpailu. Finlandia-Hiihto. Viitattu 6.11.2024. Saatavissa <https://www.finlandiahihto.fi/uutiset/finlandia-hiihdosta-ski-classics-challengers-sarjan-osakilpailu>

Hirvonen, S. 2024. Hiihto-lehti ja Finlandia-hiihto viestivät jatkossa hiihdon ilosanomaa yhteistyössä. Finlandia-Hiihto. Viitattu 12.11.2024. Saatavissa <https://www.finlandiahihto.fi/uutiset/hiihto-lehti-ja-finlandia-hiihto-viestivt-jatkossa-hiihdon-ilosanomaa-yhteistyss>

Hirvonen, S. 2024. Perinteiset urheilubrändit yhteistyökumppanuuteen – Hart Sport ja Finlandia-hiihto tarjoavat energisiä kilometrejä hiihtäjille. Finlandia-hiihto. Viitattu 6.11.2024. Saatavissa <https://www.finlandiahihto.fi/uutiset/perinteiset-urheilubrndit-yhteistykumppanuuteen-hartsport-ja-finlandia-hiihto-tarjoavat-energisi-kilometrej-hiihtjille>

Hirvonen, S. 2024. Uutuuksia Finlandia-hiihdossa – vuonna 2025 hiihdetään myös viesti. Finlandia-Hiihto. Viitattu 6.11.2024. Saatavissa <https://www.finlandiahihto.fi/uutiset/uutuuksia-finlandia-hiihdossa-vuonna-2025-hiihdetn-mys-viesti>

Hyvärinen, M., Suoninen, E & Vuori, J. Haastattelut. Tietoarkisto. Viitattu 31.10.2024. Saatavissa <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/laadullisen-tutkimuksen-aineistot/haastattelut/>

Juhila, K. Laadullisen tutkimuksen ominaispiirteet. Tietoarkisto. Viitattu 31.10.2024 Saatavissa <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/mita-on-laadullinen-tutkimus/laadullisen-tutkimuksen-ominaispiirteet/>

Jyrkämä, J. Toimintatutkimus. Tietoarkisto. Viitattu. 31.10.2024 Saatavissa <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/tutkimusasetelma/toimintatutkimus/>

Jyväskylä Ski Marathon. Jyväskylä Ski Marathon kuuluu Euroloppet-massahiihtosarjaan. Viitattu 4.2.2024. Saatavissa <https://jyvaskylaskimarathon.fi/euroloppet/>

Kulmala, S. 2022. Juhlavuoden tapahtumia. Finlandia-hiihto. Viitattu 11.11.2024. Saatavissa <https://www.finlandiahihto.fi/uutiset/juhlavuoden-tapahtumia>

Kulmala, S. 2023. Finski Store. Finlandia-Hiihto. Viitattu 12.11.2024. Saatavissa <https://www.finlandiahihto.fi/uutiset/finski-store>

Lahti Ski Games. Vapaaehtoishaku on auki. Viitattu 18.12.2024. Saatavissa <https://lahtiskigames.com/vapaaehtoishaku-2025-on-auki/>

Levanen, E, 2023. Vapaaehtoiset rakentavat Finlandian. Finlandia-hiihto. Viitattu 4.11.2024. Saatavissa <https://www.finlandiahihto.fi/uutiset/vapaaehtoiset-rakentavat-finlandian>

Niemi, P. 2024. Finlandia-hiihto haluaa kehittyä entistä nuorempien tapahtumaksi – sateista huolimatta ladut ovat kunnossa. Yle. Viitattu 12.11.2024. Saatavissa <https://yle.fi/a/74-20075913>

Niemi, P. 2024. Salpausselän kisat houkutteli 47 500 katsojaa. Yle. Viitattu 12.12.2024. Saatavissa <https://yle.fi/a/74-20077441>

Niva, M. & Tuominen, K. 2005. Benchmarking käytännössä: itsearvioinnin työkirja -hyviä periaatteita ja benchmarking-tutkimuksia. Turku. Benchmarking Ltd Oy.

Rediteq, 2019. Kehittämissuunnitelma on tavoitteellisen osaamisen kehittämisen avain. Viitattu 3.2.2025 Saatavissa <https://rediteq.fi/kehittamissuunnitelma-on-osaamisen-kehittamisen-avain>

STT urheilu, 2021. Finlandia-hiihto peruuntui toistamiseen. Yle. Viitattu 12.11.2024. Saatavissa <https://yle.fi/a/3-11769292>

Uusitalo, T. 2020. Finlandia-hiihto jouduttiin perumaan ensimmäistä kertaa historiassa. Yle. Viitattu 12.11.2024. Saatavissa <https://yle.fi/a/3-11202046>

Viljanen, U., Huuskonen R. 50 vuotta Finlandiaa. Hiihto Museo. Viitattu 30.10.2024 Saatavissa <https://www.hihtmuseo.fi/finlandiahihto/finlandia-hiihdon-alkusivakoinnit/>

Virtanen, T. 2024. Finlandia-hiihto uudistuu ja vetää hiihtäjiä. Maastohiihto. Viitattu 11.11.2024. Saatavissa <https://maastohiihto.com/pitkat-matkat/finlandia-hiihto-uudistuu-ja-vetaa-hiibtajia/>

Worldloppet. What is a Worldloppet Master & Passport. Viitattu 4.2.2024. Saatavissa <https://www.worldloppet.com/become-a-worldloppet-master/>

Worldloppet. Worldloppet & Euroloppet follow common paths. Viitattu 6.2.2025.

Saatavissa <https://www.worldloppet.com/worldloppet-euroloppet-follow-common-paths/>