

Examensarbete, Högskolan på Åland, Utbildningsprogrammet för Hospitality
Management

Kalaset - Åland Grönskar 2018

-Att ordna ett evenemang-

Nina Hyttinen



34:2018

Datum för godkännande: 01.12.2018
Handledare: Karin Limnell

EXAMENSARBETE

Högskolan på Åland

Utbildningsprogram:	Hospitality Management
Författare:	Nina Hyttinen
Arbetets namn:	Kalaset - Åland Grönskar 2018 -Att ordna ett evenemang-
Handledare:	Karin Linnell
Uppdragsgivare:	Skördefestens Vänner r.f. , Anita Lundin

Abstrakt
<p>I mitt examensarbete skriver jag om invigningsfesten för Åland Grönskar, vid namnet Kalaset.</p> <p>Syftet med detta arbete är att planera och genomföra ett evenemang, i detta fall invigningsfesten Kalaset. Bisyftet är att lära mig mer ingående hur ett evenemang ordnas och de olika faserna som finns i ett projekt.</p> <p>Arbetet består av teorier om evenemang, marknadsföring med hjälp av sociala medier samt projektledning.</p> <p>Slutligen har jag skrivit om planeringsprocessen, evenemanget i sig samt utvärderat evenemanget. Slutresultatet var mycket omtyckt av besökarna och Kalaset fortsätter med att vara ett årligt evenemang.</p>

Nyckelord (sökord)
Kalaset, Åland Grönskar, Skördefesten, Evenemang, Projektledning

Högskolans serienummer:	ISSN:	Språk:	Sidantal:
34:2018	1458-1531	Svenska	44 sidor

Inlämningsdatum:	Presentationsdatum:	Datum för godkännande:
01.12.2018	29.11.2018	01.12.2018

DEGREE THESIS

Åland University of Applied Sciences

Study program:	Hospitality Management
Author:	Nina Hyttinen
Title:	Kalaset - Åland Grönskar 2018 -To Organise an Event-
Academic Supervisor:	Karin Linnell
Technical Supervisor:	Skördefestens Vänner r.f. , Anita Lundin

Abstract
<p>In my thesis I write about the opening party for Åland Grönskar, by the name of Kalaset.</p> <p>My purpose for this paper is to plan and organise an event, in this case Kalaset. Secondary purpose is to learn how an event is organised and the whole process behind the project.</p> <p>The paper consists of the theories of events, marketing with the help of social media and project management.</p> <p>I have also written about the planning process, the event itself and done an evaluation of the event. The end result is that the event was well liked by the visitors and Kalaset will continue being a yearly event.</p>

Keywords
Kalaset, Åland Grönskar, Skördefesten, Event, Project Management

Serial number:	ISSN:	Language:	Number of pages:
34:2018	1458-1531	Swedish	44 pages

Handed in:	Date of presentation:	Approved on:
01.12.2018	29.11.2018	01.12.2018

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INNEHÅLLSFÖRTECKNING	4
1. INLEDNING	6
1.1 Bakgrund	6
1.2 Syfte	6
1.3 Avgränsningar	6
2. EVENEMANG	8
2.1 Evenemangsplanering	8
2.1.1 Budget	9
2.1.2 Inledande planering	9
2.1.3 Tidsplan	10
2.1.4 Tidpunkt	10
2.1.5 Viktigt att tänka på	11
3. MARKNADSFÖRING	13
3.1 Internetbaserad marknadsföring	13
3.1.1 Sociala medier	13
3.1.1.1 Webbplats	15
3.1.1.2 Facebook	16
4. PROJEKTLEDNING	18
4.1 Projektledaren	18
4.1.1 Projektledarens uppgifter	19
5. SKÖRDEFESTENS VÄNNER R.F	20
5.1 Skördefesten på Åland	20
5.1.2 Åland Grönskar	21
6. EMPIRI	22
6.1 Möten	22
7. KALASET	28
7.1 ÅM i Hamburgare	28
7.2 Schnippeldisco	29
7.3 Övriga program	30
7.4 Avslut	30
7.5 Utvärdering	31
8. SLUTORD	33

KÄLLFÖRTECKNING		34
BILAGOR	Bilaga 1	35
Bilaga 2		36
Bilaga 3		37
Bilaga 4		38
Bilaga 5		39
Bilaga 6		40
Bilaga 7		41
Bilaga 8		42
Bilaga 9		43
Bilaga 10		44

1. INLEDNING

1.1 Bakgrund

Åland Grönskar är ett evenemang som ordnas av föreningen Skördefestens Vänner r.f. för att fira våren på Åland. Det är ett systerevenemang till Skördefesten på Åland som arrangeras i september, förutom att detta ordnas sista helgen i maj.

Maj 2017 var första året Åland Grönskar ordnades och det var en stor succé. I samband med den grönskande helgen ordnas en invigningsfest, Kalaset. Förra årets Kalas arrangerades av Anita Lundin och i år har hon bitt Högskolan på Åland om hjälp.

Medarrangörer för detta evenemang är exempelvis Bärkraft, Marthorna, Dahlmans och 4H-gården. Det finns något för hela familjen, god mat, skön musik och djur för familjens minsta.

Jag blev direkt intresserad när jag fick höra om evenemanget och konceptet eftersom jag gärna vill vara med och ordna ett större evenemang för att följa med hur hela processen går till. Jag tror även att jag kommer att ha stor nytta av detta arbete i framtiden då jag gärna skulle jobba med någonting liknande.

1.2 Syfte

Syftet med detta arbete är att planera och genomföra ett evenemang, i detta fall invigningsfesten Kalaset. Bisyftet är att lära mig mer ingående hur ett evenemang ordnas och de olika faserna som finns i ett projekt.

1.3 Avgränsningar

I detta arbete har jag valt att avgränsa mig från olika projektlednings tekniker eftersom de används vid ledning av grupper. I planeringsfasen för detta evenemang var vi två personer och hade inte behov av dem.

Jag skriver om internetbaserad marknadsföring men har valt att inte ta upp traditionell marknadsföring då det inte hör till mina uppgifter och det används ej aktivt vid marknadsföringen av detta evenemang.

2. EVENEMANG

Evenemang är något som har en början och ett slut, det är ett tillfälligt fenomen. Planerade evenemang är även ofta begränsade till en plats, en lokal eller ett visst utmärkt område (Getz and Page 2012, 37). Andersson definierar ett evenemang enligt följande: “Ett evenemang är en aktivitet som är avgränsad i tid och rum. Det har ett program, en arrangör, åskådare och/eller deltagare” (L. Mossberg 2009, 16).

Skapandet av ett evenemang kan ofta jämföras med att skapa och genomföra en teaterproduktion. När evenemanget börjar finns det inte möjlighet för en andra chans, det har börjat och går inte att gå tillbaka och göra ändringar. Det är inte möjligt att ha en generalrepetition inför evenemanget i fråga, därtill är “publikens” reaktioner och åsikter svåra att förutspå. Det som kan göras är att planera, förbereda och försöka vara förberedd för även det oväntade (Allen 2000, 1). Judy Allen säger i sin bok: “Glöm aldrig Murphy’s Law : What can go wrong, will go wrong” (Allen 2000, 1).

När det ordnas ett evenemang kan det hända att flera olika parter bör involveras. Det kan vara en kommun, ett företag eller olika organisationer och föreningar. Ett evenemang kan ordnas en gång eller årligen under några intensiva dagar. Planeringen innan ett evenemang är väldigt betydelsefull och kan börja flera månader tidigare (Lönn 2013, 134).

2.1 Evenemangsplanering

Ett evenemang, om det är för 50 eller 2 000 personer kräver mycket detaljerad planering. Det allra första som bör göras är bestämma hur omfattande evenemanget kommer att vara. Då finns det två kriterier som kommer att bestämma planeringen, pengar och målsättning.

Orsaken är även bland det första som bestäms då det ordnas evenemang:

- Varför ordnas detta?
- Vad är målen och avsikterna?
- Vad vill nås med att ordna detta?

Målen med evenemanget måste vara klara och tydliga. Var säker på att det lönar sig att ordna detta evenemang. Målen påverkar planeringen och slutresultatet på evenemanget.

Några viktiga frågor att ställa i början av planeringen:

- Skall jag ordna ett evenemang?
- Har jag tillräcklig finansiering för ett evenemang?
- Hur mycket pengar kan jag lägga till sidan för ett evenemang?

(Allen 2000, 2)

2.1.1 Budget

Nästa steg innan planeringsprocessen är att lägga ihop en budget. Hur mycket får spenderas? Vad är det absolut viktigaste pengarna kommer att läggas på? Finns det överhuvudtaget pengar för detta evenemang? Det är nämligen bättre att vänta med evenemanget tills man säkert har råd med det, än att försöka ordna något med en låg budget och kvaliteten sjunker (Allen 2000, 2).

När det är klart hur mycket det finns till förfogande, är det bra att uppskatta de kommande kostnaderna. Troligtvis bör en väl beräknad kalkyl vara gjord för att få godkännande av ledningen. På denna kalkyl bör finnas klart och tydligt uppräknat kostnader på den mängd kapital som kommer att spenderas. Det kommer även i detta skede synas om evenemanget kommer att gå över budget, och då är det lätt att korrigera det som anses vara nödvändigt. Därför är det viktigt att regelbundet kontrollera hur projektet ligger i budgeten.

När en vara som är över budget införskaffats måste det korrigeras på en annan vara eller eventuellt eliminera bort andra varor. Det är nämligen inte kul att reda upp efter evenemanget om det överstigit budgeten. Då leverantörer och andra samarbetspartners är inblandade i evenemanget är det även viktigt att alla beslut och beställningar finns skriftligt dokumenterade (Allen 2000, 14-15).

2.1.2 Inledande planering

När valet att hålla ett evenemang är gjort bör den inledande planeringen börja. Det är i detta skede det bör bestämmas om det kommer behövas professionell hjälp från utomstående organisationer. Vid planering av ett större event är det viktigt att tänka rationellt och även

veta när det finns behov att ta hjälp från konsulter eftersom det slutligen kan hjälpa med att spara pengar (Allen 2000, 8).

Det kommer eventuellt behövas ett team, en arbetsgrupp som jobbar på projektet. Här är det bra att ha en klar bild framför sig på det kommande evenemanget. Hela evenemanget skall vara klart genomtänkt från början till slut eftersom det då är lättare att planera och organisera. När det är gjort är det lättare att tänka på hur mycket personal det behövs.

Det är viktigt att ta reda på alla tillstånd som behövs så att det inte finns risker för avstängning eller olyckor. Exempelvis vissa lokaler har ett max antal personer inför brandrisk och vid väldigt stora evenemang måste det finnas första hjälp närvarande (Allen 2000, 9).

2.1.3 Tidsplan

Det är viktigt att planeringen startas i god tid. Möjligtvis går det att ordna en fest för 400 personer på sex veckor men det finns risk att det kommer kosta mycket i slutet.

En tidsplan över planeringsprocessen är viktig för evenemanget att bli en succé. Att ha en detaljerad och välorganiserad tidsplan är det bästa för hela evenemanget. När tidsplanen ritas upp är det viktigt att kontrollera olika orsaker som kan påverka den, exempelvis under julen är inte alla leverantörer och levererar. Att regelbundet kontrollera allting löper på och deadlines nås är extremt viktigt.

Ett bra sätt att göra en tidsplan är att ta sin kalender och skriva in datumet på evenemanget, sedan gå bakåt och skriva in vad bör vara gjort och när. Alla minsta detaljerna bör vara märkta i tidsplanen eftersom det lätt händer misstag (Allen 2000, 11).

2.1.4 Tidpunkt

Framgången på evenemanget påverkas väldigt mycket av tidpunkten. Vilken årstid, vecka, dag eller tid sker det? Evenemanget bör ske då det med högst sannolikhet kommer mest gäster. Det är bra att kontrollera i god tid om det finns andra högtider eller evenemang som infaller på samma dag då evenemanget ordnas. Även barnfamiljer bör tas under beaktande. Är de bjudna? Då bör evenemanget inte ske mitt i skolveckan, alltså är ett veckoslut det bästa alternativet (Allen 2000, 24).

När valet på årstid görs är det viktigt att noggrant överväga vilken årstid som tjänar syftet bäst. Till exempel maj och juni är populära för bröllop, medan november och december består av högtider och familjetid. Det är även bra att ta reda på andra högtider som kan eventuellt falla på samma dag (Allen 2000, 25). Om evenemanget i fråga är ett allmänt evenemang är det även bra att tänka på turismen, är det under lågsäsong kanske det lockar turister även denna tid på året. Speciellt om det är fråga om ett årligt evenemang är det bra att försöka marknadsföra större och mera utåt mot turister (L. Mossberg 2009, 17).

Valet på veckodag samt tid på dagen är en viktig detalj i planeringsfasen. Eftersom veckodagen påverkar evenemanget stort är det viktigt att tänka på gästerna:

- Har de barn?
- Lång väg hemifrån?
- Är det bättre att ordna evenemanget på lördag?
- Isåfall dag eller kvällstid?

Även varaktigheten av evenemanget bör tas till hänsyn. Informationen gästerna får skall vara tydlig och beskrivande, exempelvis plats, tid och klädkod (Allen 2000, 28).

2.1.5 Viktigt att tänka på

Läget på evenemanget är bland det viktigaste valen som finns under planeringsprocessen. Det är läget som kan göra evenemanget till en stor succé, dock kan det även förstöra allting vid dåligt val (Allen 2000, 38). Om läget inte är en självklarhet vid planeringsprocessen, är det bra att börja med att skriva ner krav på stället. På så sätt är det lättare att hitta ett som stämmer överens med behoven till evenemanget.

Exempelvis då en lokal bokas är det extremt viktigt att ha allting överenskommet skriftligt, om olyckshändelser eller oenigheter infaller. Vid hyrning av en lokal bör det kontrolleras om det ordnas ett annat evenemang i samma byggnad samma kväll. Det finns möjligheten att då det ordnas en fin middag i ena utrymmet, är det en högljudd 20-årsfest bredvid (Allen 2000, 43).

Vädret är en faktor som kan påverka evenemanget väldigt mycket. Det är någonting som kan vara svårt att förutspå då vädret kan ändra väldigt fort. På grund av detta är det bra att förbereda sig så bra som möjligt (Allen 2000, 42).

3. MARKNADSFÖRING

Lena Mossberg och Malin Sundström definierar marknadsföring i sin bok på följande vis:

Marknadsföring är den aktivitet, de verktyg och de processer som skapar, kommunicerar, levererar och åstadkommer utbyten som i sin tur skapar värde för kunder, klienter, samarbetspartners och samhället i stort.

(Lena Mossberg and Sundström 2017, 20)

3.1 Internetbaserad marknadsföring

Efter att IT-världen utvecklats har även internetbaserad marknadsföring gjort det.

Hemsidorna representerar sina företag, försäljningsavdelningar eller en säljare. Idag har internet blivit en självklarhet i marknadsföring för olika företag (Echeverri 2012, 227). En orsak till att företag väljer den sortens marknadsföring är att den är billig. Företaget behöver inte lägga pengar på tidningsartiklar eller radioreklam. Kunderna kan lättare köpa olika produkter samt se utbudet på det som finns. De kan även nå den globala marknaden och inte bara ha tillgång till de produkter som finns i hemlandet (Echeverri 2012, 228).

Även om marknadsföring via internet är lättare och mindre tidskrävande än traditionell marknadsföring bör det ändå finnas en genomtänkt strategi. Det bör finnas en plan på vilken målgrupp företaget skall rikta sig in på och vilka kanaler skall användas till detta (Frankel 2007, 21).

3.1.1 Sociala medier

Per Echeverri förklarar sociala medier i sin bok på följande vis:

Det har vuxit fram plattformar på internet som fungerar som kommunikativa arenor mellan människor. Det har kommit att kallas sociala medier på grund av sin mellanmänniska sociala sida.

(Echeverri 2012, 235)

På senaste tiden har sociala medier utvecklats och blivit stort, både för privatpersoner samt olika organisationer. Det finns även vissa av den åsikten att det blivit allt för stort och påverkar omgivningen för mycket (Holmström and Wikberg 2010, 10). Med hjälp av sociala medier är räckvidden till omvärlden mycket större än via traditionell marknadsföring. Vid

användning av sociala medier nås flere personer i olika delar av världen och det attraherar nya kunder till företaget.

Sociala medier är billigare än traditionell marknadsföring, både för organisationen och för publiken som nås. Pengar behöver inte läggas ut på tidningsannonser eller radioreklam, och kunden behöver inte köpa tidningen för att läsa om reklamen. Det är även lättare att redigera inlägg än att ändra på text som redan skickats till tryck (Holmström and Wikberg 2010, 16). Det finns många företag idag som utnyttjar sociala medier för marknadsföringssyfte men de vet inte ordentligt hur de kan använda det fullt ut (Holmström and Wikberg 2010, page 54).

Idag finns det mycket som kan göras via internet istället för att behöva gå ut ur hemmet. Det går till exempel att handla via ebay, träffa nya människor på dejtingsidor, söka jobb, se på tv eller läsa dagstidningen (Holmström and Wikberg 2010, 11). Eftersom det är mycket lättare finns det många kunder som tar kontakt via sociala medier istället för att ringa eller fysiskt komma till företaget.

Det viktigaste företagen måste komma ihåg är att hålla igång dialogen med kunden. (Holmström and Wikberg 2010, 54). Med hjälp av dialogen är det lättare att nå sin kundgrupp samt att marknadsföra sin tjänst eller produkt. Det negativa som kan hända är att kunden inte är nöjd med svaret och avbryter dialogen och sedan delar med sig om sin dåliga erfarenhet. Det som händer behöver nödvändigtvis inte vara företagets fel men är kunden inte nöjd leder det lätt till negativa åsikter (Holmström and Wikberg 2010, 68). "Det finns inget som sprider sig så snabbt som en dålig nyhet" (Holmström and Wikberg 2010, 68). Därför hör ärlighet och öppenhet till grundreglerna, och att vara transparent i sin kommunikation (Holmström and Wikberg 2010, 69). Det är lättare att med hjälp av sociala medier se hur många personer har sett inlägget och nåtts, detta kan inte göras med affischer eller radioreklam (Holmström and Wikberg 2010, 59).

När det marknadsförs via sociala medier måste man även vara beredd på negativ kritik. Klagomål kan besvaras men kritik är inget som går att stoppa. Det kan även vara positivt att få höra kundernas åsikter, negativa och positiva, då är det lättare att förbättra det negativa (Holmström and Wikberg 2010, 60). "För att tillvarata möjligheterna med sociala medier

krävs det att man vill synas och vågar lyssna på vad människor har att säga.” (Holmström and Wikberg 2010, 60).

Det är viktigt att komma ihåg att sociala medier kräver engagemang, oberoende vilka medier som används är det viktigt att uppdatera och inte glömma bort (Holmström and Wikberg 2010, 60). Det är viktigt att inte uppdatera allt för ofta och att det är relevant information som läggs upp. Även tidpunkten på informationen som publiceras kan vara viktig och påverka spridningen (Holmström and Wikberg 2010, 72).

När ett företag registrerar sig eller blir medlem i de sociala medierna är det viktigt att välja användarnamnet med omsorg. Användarnamnet är väldigt centralt eftersom många tjänster blir en del av adressen till företagets närvaro på internet. För ett företag eller en organisation är det en stor fördel att använda samma användarnamn inom alla kanaler (Ström 2010, 16). Att ha samma logga och grafisk profil på alla kanaler är viktigt för att kunden skall koppla ihop de olika medierna (Holmström and Wikberg 2010, 79).

Idag är sociala medier nästan ett måste för nya företag. Det beror på vilket segment som vill nås, men på ett eller annat sätt är det bra att marknadsföra sig via sociala medier. Det första som bör göras då ett företag registrerar sig är bestämma vilken målgrupp företaget vill rikta sig till, då får man även reda på vilka medier bör användas (König 2012, 6). Även om ett företag använder sig av sociala medier är det viktigt att inte glömma bort de traditionella kanalerna, det finns fortfarande kundgrupper som inte nås via sociala medier (Holmström and Wikberg 2010, 80).

Det finns många företag som använder sociala medier internt, de kan ha en chattgrupp på jobbet eller en nyhetssida där de skriver uppdateringar eller förändringar inom organisationen (König 2012, 51).

3.1.1.1 Webbplats

Om ett företag sysslar med internetmarknadsföring är det vanligtvis så att det även finns en webbplats, den har mer flexibla funktioner än en blogg. En vanlig webbplats/sajt är en central

del av den digitala närvaron för marknadsförare. När ett företag har en webbplats är det mycket lättare att förmedla sitt budskap och material till omvärlden (Ström 2010, 26–27).

Som företagare är det bra att integrera webbplatsen och företagets sociala medier, då kan personen som besöker webbplatsen lätt dela med sig av sidan på sin personliga profil. I detta skede är det bra för företag att arrangera kampanjer eller erbjudanden för att locka mera besökare till webbplatsen (Holmström and Wikberg 2010, 82).

När företaget lyckats locka kunder till sin webbplats är det viktigt att framsidan ser bra ut. Några bilder placerade på rätt ställe samt text som beskriver företaget och tjänsten/produkten bör synas först. Det får inte vara allt för mycket bilder eller text eftersom besökaren lätt kan bli förvirrad, det måste vara lätt att orientera sig på webbplatsen (Echeverri 2012, 229–230).

För att potentiella kunder skall hitta till webbplatsen, det finns över 1 miljard webbplatser, bör det finnas väl genomtänkta sökord. Dessa hjälper personen att hitta webbplatsen då de matar in ord i sökmotorer. Även att ha affärspartners att ha en länk på sin webbplats hjälper för kunderna att hitta rätt (Echeverri 2012, 247).

Idag är det även vanligt att ha ett nyhetsrum på sin webbplats, där finns länkar till företagets olika sociala medier och eventuellt den senaste uppdateringen. Det är ett plus om sajten förses med ett RSS-flöde, det vill säga de som är intresserade har möjlighet att prenumerera på uppdateringar som sker på sajten (Ström 2010, 26–27).

3.1.1.2 Facebook

Facebook är ett socialt nätverk som har funnits sedan år 2004 och är ett nätverk där vänner kan umgås via nätet (Holmström and Wikberg 2010, 19). Det går att uppdatera status (små kommentarer om vardagsaktiviteter eller relationer), skicka direktmeddelanden, ladda upp bilder, skapa olika grupper (bjuda med vänner i forum) samt kommentera vad andra skriver och laddar upp. Det finns andra liknande sociala nätverk exempelvis LinkedIn, dock är Facebook mest populärt och känt (Ström 2010, 64). Facebook har för tillfället cirka 500 miljoner medlemmar och detta har skett under de senaste fem till sex åren. Den största delen av registrerade har kommit till under de senaste tre åren och under en nio månaders period

var det 100 miljoner människor som registrerade sig på Facebook (Holmström and Wikberg 2010, 14).

Idag är det möjligt att ladda ner Facebook-applikationen till telefonen och via den göra samma som via dator. De som använder Facebook via telefonen uppges höra till dem som använder sociala medier dubbelt mera än övriga medlemmar (Holmström and Wikberg 2010, 23). Det positiva med Facebook är att inte bara privatpersoner använder nätverket, utan även företag är aktiva. Det är lätt för företag att marknadsföra sig genom att skriva lämpliga saker i sina statusuppdateringar.

När företaget har en sida på Facebook är det en egen hemsida inom ramen för Facebook. Det går att uppdatera med till exempel bilder, information, videon och länkar. Det går att skriva statusuppdateringar och i samband med dessa brukar många företag ordna tävlingar och utlottningar för att locka mera kunder (Ström 2010, 67).

Det är möjligt att skapa ett evenemang och sedan bjuda in Facebook-medlemmar till det. I detta evenemang står det information, eventuellt bilder samt arrangörens kontaktinformation. Det går att välja om evenemanget som skapats skall vara ett öppet eller ett slutet evenemang. Kan vem som helst delta eller är det endast för vissa specifika deltagare? Poängen med evenemanget på Facebook är att det är möjligt att kontrollera antalet deltagare eller intresserade. När en medlem får en inbjudan kan hen nämligen klicka på “kommer”, “intresserad” eller “kommer inte” (Ström 2010, 70).

Som företagare är det möjligt att annonsera på sociala medier. Det är nämligen möjligt att köpa annonsplatser, detta kallas sociala annonser (Ström 2010, 73). Det bästa med Facebook är att med rätt bilder och inlägg är det lättare att attrahera nya följare. När en person börjat följa, gått med i en grupp eller gillat ett inlägg syns det för dennes vänner och detta kanske leder till fler potentiella följare eller kunder (Holmström and Wikberg 2010, 55).

4. PROJEKTLEDNING

När ett projekt börjar ta form är det första som bör göras att välja en ansvarsperson. Ansvarsfördelningen bör vara klar och tydlig för hela arbetsgruppen (Tonnquist 2010, 4).

4.1 Projektledaren

Varje evenemang som ordnas har en projektledare som styr och ställer under hela processen (Lönn 2013, 136). Goldblatt (2014) föreslår att en projektledare bör ha egenskaper som integritet och självförtroende, samarbetsförmåga, färdigheter inom problemlösning, kommunikation samt vision (Getz and Page 2012, 272).

Alla i arbetsgruppen bör känna till:

- Alla målsättningar
- Vad skall göras
- När det skall göras
- Vem skall göra dem
- Vilka resurser har arbetsgruppen
- Vilka ramar och direktiv bör följas (Lönn 2013, 136).

Men det allra första arbetsgruppen bör veta är syftet med projektet. Detta gör det lättare för gruppen att få en bild på vad projektledaren är ute efter (Tonnquist 2010, 24).

När projektledaren sammanställer en arbetsgrupp kan det vara bra att tänka på de olika personligheter man vill ha med. En som tänker intensivt och har mycket idéer eller någon som tar tag i uppgifter och får dem gjorda snabbt. Den bästa kombinationen är att ha olika personligheter för att få de olika aspekterna av ett evenemang gjorda på ett bra sätt (Lönn 2013, 136). Projektledaren måste även komma ihåg att projektet bara är tillfälligt och positionen som "chef" inte varar då projektet är över (Tonnquist 2010, 5).

4.1.1 Projektledarens uppgifter

Det är projektledarens uppgift att inspirera och leda arbetsgruppen mot målen som ställts (Lönn 2013, 136). En annan uppgift är att förbereda projektet samt arbetsgruppen (Tonnquist 2010, 34). Under projektets gång bör projektledaren ställa upp beslutspunkter, olika tillfällen där projektet kontrolleras och styrs rätt. Här kan projektledaren kontrollera att målen är uppnådda och planeringen på rätt väg (Tonnquist 2010, 12).

Ett annat sätt att se till att medarbetarna på projektet nått målen är milstolpar. En milstolpe behöver inte vara någonting som bör uppnåtts, det kan även vara till exempel en leverans till eller från projektet. Milstolpar är ett bra kommunikationsverktyg och ger en bild till medarbetarna om hur projektet är tänkt att genomföras. Det kan finnas fler milstolpar under projektets gång och finns där som stöd för medarbetarna samt projektledaren. Det är gruppens ansvar att milstolparna nås (Tonnquist 2010, 14).

Om projektet har beställts och ägaren samt projektledaren är två olika personer, är det projektledarens uppgift att leverera det resultat som lovats till beställaren (Tonnquist 2010, 12).

5. SKÖRDEFESTENS VÄNNER R.F

Skördefestens Vänner rf. bildades år 2013 med syftet att arrangera och utveckla Skördefesten på Åland. Skördefestens Vänner strävar även till att gynna köp av lokalproducerade varor och öka tillväxt på landsbygden (Björkman 2018, 5).

Föreningens verksamhetsledare sedan den grundades är Liz Mattsson. Det anställs även extra personal enligt säsong, hjälp för de intensivare månaderna (Björkman 2018, 5).

Målet med Skördefestens Vänner rf. är att förena gårdar samt människor på landsbygden, därför har föreningen många medlemmar. Skördefestens deltagare, försäljare och andra intresserade personer kan vara medlemmar. Året 2017 hade föreningen 500 medlemmar varav 200 var organisationsmedlemmar och övriga understödjande medlemmar (Björkman 2018, 5).

5.1 Skördefesten på Åland

Skördefesten på Åland är ett årligt evenemang och ordnas näst sista helgen i september på Åland. Det finns möjlighet att besöka olika gårdar, restauranger samt andra aktiviteter på Åland. Som besökare går det att köpa lokala råvaror, smaka på närproducerade maträtter och bakverk samt se hur produktionen går till (Björkman 2018, 4).

År 1997 ordnades ExpÅland första gången på Åland. Ett av dessa ställen var en marknad på Ålands landsbygdscentrum. Eftersom besökarna tyckte mycket om detta evenemang fattades beslutet att året därpå ordna Ålands första skördefest, en endagsmarknad vid Ålands landsbygdscentrum (Häger 2017, 21).

Ålands landsbygdscentrum ordnade år 2002 en studieresa till Ölands Skördefest. Deltagarna blev inspirerade och efter detta blev Skördefesten på Åland två dagar lång med öppna gårdar (Häger 2017, 21).

På evenemangets tioårsjubileum bestämdes det att utöka evenemanget till tre dagar, med marknad på söndag. Denna marknad flyttades år 2011 till Ålandstravet och året därpå blev även den tredje dagen en del av öppna gårdarna (Häger 2017, 21). Efter detta gick en del åländska restauranger med i Skördefesten och även konceptet Plåpp Åpp kom med år 2013 (Häger 2017, 22).

År 2005 påbörjades statistik föras över evenemangets besökarantal och det året beräknades antalet till ungefär 3 000 besökare. Detta har ökat eftersom år 2017 var antalet cirka 14 400 besökare. Skördefesten på Åland slog även år 2015 ett rekord på antalet öppna gårdar, restauranger samt Plåpp Åpp då det var 56 deltagare (Björkman 2018, 5).

5.1.2 Åland Grönskar

Skördefesten har varit populär och därför bestämde Skördefestens Vänner rf. att arrangera ett annat evenemang på våren (Björkman 2018, 5). Förra året i maj ordnades Åland Grönskar för första gången och lyckades locka till sig cirka 9500 besök under de tre dagarna evenemanget ordnades. Åland Grönskar har i princip samma koncept som Skördefesten, med öppna gårdar, restauranger samt företag för allmänheten att besöka (Björkman 2018, 6). Det som skiljer dessa två evenemang ifrån varandra är att Skördefesten har ett pass som kostar, det har inte Åland Grönskar, alltså är detta evenemang gratis.

Eftersom Åland är väldigt vackert under våren lyfter evenemanget fram blommor och grönsaker som odlas denna årstid, därav äppelblomman som logga (Björkman 2018, 5).

6. EMPIRI

Anita Lundin kontaktade Högskolan på Åland och gav Kalaset som ett förslag till ett praktiskt examensarbete. Hon är även projektledare för Åland Grönskar och därför var detta en möjlighet för henne att få hjälp med invigningsfesten.

6.1 Möten

Onsdag 24 januari

Jag mötte upp Anita Lundin på hotel Pommern för vårt första möte. Anita berättade kort om konceptet, blivande arbetsuppgifter samt frågade mig vad jag förväntar mig av projektet. Då berättade jag om mina tankar kring mitt examensarbete samt några datum då allt bör vara gjort. Beslutet att ta emot erbjudandet att vara projektledare tillsammans med Anita för detta evenemang tog jag där och då. Vi bestämde att nästa möte blir på Ålands landsbygdscentrum i Jomala, där jag får träffa Liz Mattsson, samt titta runt på området.

Onsdag 7 februari

Under vårt andra möte fick jag en introduktion till evenemanget Kalaset. Anita gick igenom förra årets Kalas och berättade om den processen samt visade bilder. Jag blev bjuden till ett Bärkraft-möte, där alla medaktörer är närvarande och Anita berättar om Åland Grönskar samt Kalaset. Hon berättade kort för mig vad hon kommer att gå igenom och visade sin presentation.

Skördefestens Vänner rf. använder sig av ASANA, ett forum där alla uppgifter finns insatta med deadlines och information, Anita visade mig hur det fungerar och visade även mig mapparna på Google Drive som är aktuella för evenemanget. Dessa fick jag tillträde till efter mötet, samt en egen skördefest-mailadress jag använde under planeringsprocessen för att kontakta alla medarbetare och deltagare.

Tisdag 13 februari

Bärkraft hade sitt medaktör möte på Ålands landsbygdscentrum i Jomala. Eftersom Skördefestens Vänner rf. medverkar i Bärkraft bestämdes det att Bärkraft kommer att delta i

Kalaset, hur bestäms på nästa möte 27 februari. Under mötet diskuterades andra ärenden som inte är relevanta för mitt arbete, men jag lärde mig en del om Ålands miljötänk och om Bärkraft samt deras målsättning.

Efter mötet diskuterade jag och Anita uppgifter inför Kalaset, då jag inför nästa möte skall komma med förslag om trubadur samt ett lätt sätt att bygga en scen till dem. Jag fick förslag om en trubadur och fick i uppgift att kontakta dem. Vi väntade på svar men slutligen fick de förhinder och kunde inte delta, alltså fick jag fortsätta leta.

Tisdag 27 februari

Bärkraft hade ett möte där de planerade Kalaset, ansvarsområden och dylikt. Jag hade inte möjlighet att delta men Anita var närvarande. För mötesprotokoll, se bilaga 1.

Måndag 5 mars

Anita berättade kort om mötet med Bärkraft och vilka beslut som tagits. Vi gick igenom deras mötes protokoll och diskuterade detaljerna.

Efter det uppdaterade vi varandra på det vi åstadkommit så här långt. Jag berättade om mina teorier i mitt examensarbete samt om trubaduren som fått förhinder. Anita hade kontrollerat olika tillstånd vi eventuellt behöver till Kalaset.

Mats Lindman från Dahlmans kommer att delta på vårt nästa möte, där vi planerar vårt samarbete. Jag och Anita gick igenom olika detaljer samt punkter vi kommer att ta upp.

Tisdag 20 mars

Jag, Anita och Mats Lindman träffades på Ålands landsbygdscentrum och diskuterade Kalaset. Jag och Anita berättade om de program som kommer att ordnas och vad vi tänkt. Dahlmans kommer att sponsora högrevsbiffar och tillsammans ordnar vi en grilltävling, ÅM i hamburgare. För mötesprotokoll, se bilaga 2.

Inför nästa möte med 4H-gården samt Veterantraktor föreningen är det min uppgift att skicka kallelse och bestämma tid för mötet.

Tisdag 27 mars

Närvarande på mötet var Malin från 4H-gården samt Gustav från Veterantraktor-föreningen. Dessa föreningar samt några andra till har alla sina kontor på Ålands landsbygdscentrum, därför är de flesta involverade i Kalaset. För mötesprotokoll, se bilaga 3 och 4.

Efter att Malin och Gustav gått, diskuterade jag och Anita vad vi åstadkommit och vad vi gör som nästa.

Mina uppgifter till nästa möte:

- Renskriva detta mötesprotokoll
- Skriva en timeline för planeringsprocessen
- Skicka mail till våra grönsaksförsäljare för att kolla läget
- Jag har fått kontakt med en annan trubadur, jag måste diskutera detaljer med henne
- Anmälningsskema till ÅM i Hamburgare

Tisdag 10 april

Under det gångna året har Ålands landsbygdscentrum förnyat sina utrymmen och 4H-gården har bytt byggnad till ett hus på området närmare ladugården. Då allting blivit klart ville de bjuda in alla föreningar på centrumet på fika och visa upp de nya utrymmena, jag blev med bjuden av Liz och Anita. Därefter gick vi runt på gården och tittade på djuren samt diskuterade området inför Kalaset.

Tisdag 24 april

Medlemmar från 4H och Veterantraktor föreningen var närvarande på detta möte med mig och Anita. Vi gick kort igenom vad vi tagit upp på föregående möte eftersom vi var fler på detta möte.

Punkter som togs upp på mötet:

- Vår plan B till parkering kommer att vara åkern bredvid, vi måste kontrollera med ägarna om detta är okej.
- Alla som jobbar på gården skall parkera vid ladugården samt bakom omsorgsförbundet.
- Det behövs en skylt för Rädda Lumparn-projektet, kolla med Malin!

- Traktor turerna kommer att åka ner via viken till Rädda Lumparn-projektet. Därför lägger vi till en traktor tur, dessa måste finnas skrivna i programmet.
- Malin från 4H lagar mera skyltar, de vi har finns i verkstaden i förvaring just nu.
- Vi kommer att få hyra bord och bänkar till mattorget från Mariepark.
- Veterantraktor föreningen bygger ihop en scen till trubaduren, vi står för kostnaderna.
- Veterantraktor föreningen kommer att stå för dryckes försäljningen. Måste kolla vilken dryck, Grannas, Öfvergårds eller Amalias?
- Just nu har en av ponnyerna blivit sjuk och därför har vi inte möjlighet till ponnyridning. Får vi det löst ändå?

Uppgifter efter detta möte:

- Fråga Liz och Anni (kollega) om de vet om hästar för ridning, eller någon hästförening på Åland som vill delta.
- Vi måste hitta någon som vill sälja korv med bröd till barnen. Kollar upp med olika föreningar på Åland, SFHM?!
- Kontakta Virpi & Tage om sparrisförsäljning. Hitta kontaktinformation och ta kontakt angående jordärtskockor.
- Skriv upp en lista med allt program på gården under evenemanget. Vad som görs, var och av vilken förening.
- Skicka mail till Karin från Bärkraft och stämma möte.
- Laga upp en lista på ljud/elektronik vi kommer att behöva under evenemanget. Skicka den till Liz som sedan skickar till Zvents
- Kontakta Visibia och Mariehamns tryckeri för offert på utomhus affischer/kartor/programblad.
- Uppdatera deltagarlistan.

Fredag 4 maj

Karin Rosenberg-Brunila är vår kontaktperson i Bärkraft för detta evenemang och vi har kommit överens om att Bärkraft kommer att stå för Schnippeldiscot. Hon tar ansvar så att jag och Anita skall ha möjlighet att fokusera på de andra programmen. Vi kom överens om att Bärkraft-loggan skall vara med i marknadsföring och alla programblad samt affischer.

Karin har olika kontakter där vi får tag på svinngroönsaker och frukter som vi använder i soppan. De kommer också att kontakta restaurangskolan för att få låna köksredskap och frågar om det finns elever som är intresserade att agera kockar, i annat fall får Karin eller jag laga soppan. Karin kommer att komma in tidigare fredagen (25 maj) och laga en bas till första soppan i 4H köket. Hon kontaktar DJ:n från förra året för att kolla om det finns intresse att ställa upp igen.

Bärkraft kommer att uppmuntra alla att ta med egen vattenflaska då Kalaset är ett Kranmärkt evenemang ("Märkningen syftar till att uppmärksamma verksamheter som är fria från flaskvatten och endast använder kranvatten.") ("Kranmärkning På Åland," n.d.).

Uppgifter inför nästa möte:

- Det slutliga programmet skall vara klart nästa vecka! Finslipa det och få det på en sida.
- En budget i Excel och in på Drive.
- Jag skall laga upp ett evenemang på Facebook, då jag fått inloggning till Skördefestens Facebook och sociala medier.

Måndag 14 maj

På detta möte var även Liz Mattsson närvarande.

Vi hade genomgång om allting vi fått gjort och kontrollerade oklarheter, samt tog upp alla program i detalj och diskuterade vad som är ogjort.

Torsdagen efter har vi en presskonferens om Åland Grönskar dit jag var med bjuden, vi gick igenom detaljer om det.

Torsdag 17 maj

Jag åkte ut till Stallhagen där jag hjälpte att dekorera med vimplar och äppelblom. Anita och Liz började med att hälsa alla välkomna och berätta om Åland grönskar. Som nästa var representanter från Stallhagen och Eckerö Linjen och berättade om sina program under Åland Grönskar.

Anita tog över och berättade kort om Kalaset. Karin fortsatte med att berätta om Schnippeldiscot därefter Mats om ÅM i hamburgare. Sedan var det dags för frågor och smakprov på kött som fanns på Stallhagen under Åland Grönskar.

Närvarande var Anita Lundin och Liz Mattsson från Skördefestens Vänner rf., Karin Rosenberg-Brunila från Bärkraft, Mats Lindman från Dahlmans, Eva Carlsson från Eckerö Linjen, Johanna Dahlgren från Stallhagen, Veronika Åström från Nya Åland och Owe Sjöblom från Ålands Radio & Tv.

Torsdag 24 maj

Dagen innan evenemanget var det dags att förbereda och finslipa på detaljer.

Olika uppgifter under dagen var:

- Upphängning av skyltar och programblad runt om på området
- Lastade av bänkar och bord till mattorget
- Byggde upp ett tält till juryn för ÅM
- Dekorera området med vimplar och äppelblom

7. KALASET

Kalaset är invigningsfesten för Åland Grönskar och arrangeras på Ålands landsbygdscentrum i Jomala. Skördefestens Vänner är arrangörer med hjälp av de övriga föreningarna på Ålands landsbygdscentrum.

Evenemanget sker fredagen innan Åland Grönskar klockan 17-20.00. Under kvällen ordnas det både stora och små program omkring på gården. Föreningarna på gården jobbar ihop för att ordna en trevlig kväll för familjens alla generationer med musik, mat och djur.

Årets Kalas gick av stapeln fredagen 25 maj 2018 klockan 17.00-20.00 på Ålands landsbygdscentrum i Jomala. För programbladet se bilaga 5.

Min dag började med dekorerat område och utrymmen med vimplar. Sedan ställde jag tillsammans med Carl Björkman i ordning området för ÅM i Hamburgare. Vi ställde ut bord med namnskyltar och gåvor från Dahlmans, tände låg grillen igång samt ställde i ordning jurytältet med glas, tallrikar och bestick.

Innan evenemanget drog igång hjälpte jag även Karin R-B med förberedelser inför Schnippeldiscot samt Anita med mottagande av ÅM deltagare som fick ställa igång innan Kalaset började.

7.1 ÅM i Hamburgare

ÅM i hamburgare ordnades tillsammans med Dahlmans som sponsrade högrevsbiffar. Vi kom på idén att ordna en grilltävling med Åland i fokus, det årliga Ålands Mästerskapet i hamburgare. Konceptet var att bygga en hamburgare runt Dahlmans högrev biff, med lokalproducerade produkter. Vi hade som mål att hitta ålänningar till juryn som kunde bestämma vilken burgare var bäst. De som ställde upp var Liz Mattsson, politikern Katrin Sjögren, kocken Björn Ekstrand och Steel FM s programledare André Karring. Vi hade en annons i tidningen med information till intresserade om evenemanget, samt anmälningsinformation. Vi hade tio deltagare varav sex lag hade med egen grill.

De första deltagarna anlände med grillarna tidigt, tävlingen började klockan 18 då första laget serverade sin burgare och berättade om burgaren samt ingredienserna, därefter kom de andra turvist. Det fanns många intressanta fyllningar och alla deltagarna hade lagt sin egen stämpel på burgaren. Det fanns hemgjorda bröd, såser, sallader och lokalproducerade varor, allt från åländska gurkor till torkade kryddor från egen gård. Upplägget var även varierande, från traditionell tallrik till burgare på en planka med blommor från svärmors trädgård. Vinnaren av tävlingen var Henrik Jansson som hade ett speciellt sätt att grilla biffen, han hade spån från äppelträd som gav en rökig nyans till biffen. Han hade även lagat egen ketchup, sås och coleslaw serverat på en bräda. Han vann en Webergrill, en låda med högrevsbiffar samt titeln som den första att vinna Ålands mästerskapet i Hamburgare. För bilder, se bilaga 6.

Min uppgift under detta var att ta hand om juryn, tömma tallrikarna och fylla på vatten, medan Carl räknade poängen efterhand och Anita pratade med deltagarna och juryn. Eftersom denna tävling hölls samtidigt som några andra program på gården missade jag tyvärr dem.

7.2 Schnippeldisco

Schnippeldiscot har varit med ända sedan Kalasets början och har varit under ledningen av Bärkraft även detta år. Detta är perfekt då Bärkraft består av många organisationer som har kontakter med livsmedelsaffärer som donerar grönsaker och frukt. Bärkraft är även en organisation som strävar mot ett mer hållbart Åland.

Tanken bakom Schnippeldiscot är att ha besökarna och delta i tillverkning av soppa och fruktsallad av svinn råvaror som affärerna donerat. Det finns ett bord med skärbrädor och knivar, ett bord fyllt med grönsaker och ett bord där det står en kock med spis och kryddor. Evenemangets besökare får ta grönsaker, skala och skära dem och sedan ge till kocken som lagar soppa på det, sedan får de äta av soppan. Detta är även ett barnvänligt påhitt då det finns plastknivar för frukten så barnen kan laga fruktsallad. Även Mise-Lisa är på plats och berättar för barnen om sortering på ett kul sätt. Discodelen sköts av en DJ som spelar musik för alla generationer, detta år blev det en kille vid namnet Timmy Jansson.

Under dagen innan evenemanget började hjälpte jag Karin R-B med att förbereda loftet inför Schnippeldiscot. Jag gick igenom alla grönsaker och frukter som donerats och tog bort det som var dåligt. Vi ställde i ordning alla bord, skärbrädor och knivar, kockens bord med spis, kryddor och koppar för soppan samt en liten disk hörna. För bilder, se bilaga 7.

Då Kalaset började hade Karin hjälp av frivilliga från Bärkraft, Mise-Lisa och musiken tog DJ-Timmy hand om.

7.3 Övriga program

Det arrangerades även andra mindre program omkring på gården för att visa upp de olika föreningarna. Några av dem var öppet hus för Ålands landsbygdscentrum där alla föreningar visade sina utrymmen, Fanamma erbjöd fika och Veterantraktor föreningen hade museet öppet och erbjöd åktur med traktor och flak. 4H-gården ordnade djur klappning, kaninhopp tävling och fika. Marthaföreningen hade tillsammans med Ålandsfåret försäljning av bakverk och fårull produkter.

Som den stora samlingsplatsen var mat torget där det fanns möjlighet för mat, dryck, försäljning och underhållande musik. För maten stod Backmans Smakverk, Dahlmans och Ning catering. Vi hade även försäljning av lokalproducerade råvaror av Harrys Jordgubbar och Ålands Trädgårdshall. Musiktrion som spelade under kvällen var Carina Sommarström, Robert Zetterqvist, Ann-Irene Dahlgren. Efter att ÅM i Hamburgare tävlingen slutat var det en samlingsplats för prisutdelning. För bilder, se bilaga 8 och 9.

7.4 Avslut

Efter prisutdelningen började besökarna sakta åka hem och jag plockade undan efter ÅM området. Torkade borden, diskade, bar in bord och stolar samt tog ner tältet. Mattorget lämnade vi till sist eftersom vissa besökare satte lite längre där. De andra föreningarna städade undan sina punkter vilket betyder att vi inte behövde vara på plats länge efter evenemangets avslut.

Efter undanstädningen samlades jag, Anita, Liz och Carl på kontoret och diskuterade kort om dagen. Slutsatsen blev att det var ett lyckat evenemang och att vi slog förra årets besökarantal, uppskattningsvis cirka 700 besökare. Vi hade även hört från olika besökare att ÅM i Hamburgare får gärna komma tillbaka nästa år. Anita fick även veta av Karin att Scnipdiscot och Mise-Lisa var omtyckt bland barnfamiljer. Det bestämdes att vi stämmer ett möte för utvärdering av evenemanget tillsammans med de andra föreningarna.

7.5 Utvärdering

Utvärderingsmöte av Kalaset ägde rum torsdagen 31 maj på Ålands landsbygdscentrum i Jomala. Närvarande var Anita Lundin, John och Gustav från Ålands Veterantraktorförening, Tove och Jeanette från 4H gården samt Lena Brenner. Personligen hade jag inte möjlighet att delta.

Enligt 4H-gårdens åsikt var det ett bra evenemang med bra möjlighet att visa upp gården samt utrymmena. De hade cirka 400 besökare och 1/5 köpte hem någonting. 4H-gården tycker att detta absolut bör fortsätta att vara ett årligt evenemang som de gärna deltar i igen.

Marthorna tyckte att det var relativt bra mängd besökare och att det var ett bra sätt att visa upp sig och synas. De riktade in sig på barnfamiljer och vill gärna skapa ett tydligt barnområde runt 4H. Intresse för nästa år finns och de fick bra engagemang från föreningen. Ålandsfåret var missnöjda med försäljningen men det kan bero på för höga priser eller att besökare inte köper såna produkter på ett evenemang som Kalaset.

Ålands Veterantraktorförening tyckte att allting fungerade bra och de var bra förberedda. De hade bra med besökare i museet och många ville åka traktor med vagn, till nästa år kan det vara en idé att införskaffa en större vagn som kan ta fler passagerare. Inför nästa år vore det bra att informera herrarna i föreningen bättre. Idén om att ordna en traktor tur runt området med upplevelser på ruten togs upp, samt att eventuellt ordna en guidad vandring på området.

Inför nästa år vore det bra att lyfta maten tydligare, förslaget om en AW (after-work) togs upp, för att öka försäljningen. Vi fick intrycket av att besökarna ätit innan de kom till evenemanget. Lena Brenner föreslog "Streetfood Åland Grönskar".

Även tiderna för evenemanget togs upp, om det skulle locka mer besökare att ha ett längre evenemang, exempelvis 16.00-22.00. Det var fler besökare som gärna blivit längre än 20.00.

För att alla föreningar skall synas måste det marknadsföras bättre nästa år. Nästan alla föreningar har sociala medier och kan göra det via dem samt andra hemsidor och nätverk.

Lena Brenner rekommenderade även att om vi flyttar området för ÅM drar det ihop besökarna bättre och att vi bör märka ut gårdens område ytterligare eftersom det sväljer mycket folk. Som en till aktivitet föreslog Lena att ha Frukt och odlarföreningen på plats och att vi nästa år försöker lyfta fram äppelblom på en större skala.

Deltagarna på utvärderingsmöte önskar även att evenemanget förblir alkoholfritt eftersom dess största målgrupp är barnfamiljer. Två frågor som kommer att tas upp på planeringsmötet i höst inför nästa Kalas är: Hur sorterar vi sopor på ett tydligare och lärande sätt? Lägga Kalaset som Åland Grönskar avslutning på söndag istället?

8. SLUTORD

Mitt syfte med detta arbete var att lära mig att planera och genomföra ett evenemang, i detta fall invigningsfesten Kalaset. I teoridelen berättar jag vad man bör undvika och tänka på vid planeringen av ett evenemang, hur man marknadsför med hjälp av sociala medier samt vad som ingår i projektledarens uppgifter.

Av mina tre olika teorier jag skrivit känner jag att jag haft nytta av två av dem. Då det var dags för marknadsföring via sociala medier blev det Liz som tog hand om den delen. Istället lärde jag mig hur planeringsprocessen i ett projekt går till och alla de olika detaljerna man bör tänka på vid planeringsfasen för ett evenemang.

Det är viktigt att vara förberedd på att planeringsfasen för ett evenemang kommer att ta tid. Vi började med möten i januari och det kändes som om det fanns mycket tid att arrangera Kalaset, men till sist kom dagen för evenemanget snabbt emot. Ibland var det svårt att stämma mötestillfällena eftersom vi hade olika åtaganden som krockade, dock löste vi det med ett längre möte istället.

Slutligen är jag av den åsikten att det var ett lyckat evenemang med många besökare och vi hade tur med vädret. ÅM i hamburgare var en omtyckt tävling och många tyckte att det bör bli ett årligt evenemang. Jag är även av samma åsikt som Lena Brenner att området för tävlingen eventuellt vore bra att flytta för att samla fler åskådare.

Jag känner att jag lärde mig mer om Skördefestens Vänner rf., hur de arbetar och vilka som är involverade i föreningen, samt om Åland och dess olika föreningar. I framtiden kommer jag att ha nytta av detta arbete vid planering av evenemang och eventuella andra projekt. Jag är tacksam för att jag fått vara en del av ett team som består av jätte trevliga och vänliga människor som vågade involvera mig i detta projekt. För bild, se bilaga 10.

KÄLLFÖRTECKNING

- Allen, Judy. 2000. *Event Planning: The Ultimate Guide To Successful Meetings, Corporate Events, Fundraising Galas, Conferences, Conventions, Incentives and Other Special Events*. John Wiley & Sons.
- Björkman, Carl. 2018. "De Samhällsekonomiska Kringeffekterna Av Skördefesten På Åland: En Ekonomisk Konsekvensanalys Av Evenemanget." <https://www.theseus.fi/handle/10024/142199>.
- Echeverri, Per. 2012. *Marknadsföring i tjänsteekonomi*. Studentlitteratur.
- Frankel, Anders. 2007. *Marknadsföring På Internet*. Liber.
- Getz, Donald, and Stephen Page. 2012. *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Routledge.
- Häger, Natalie. 2017. "Skördefestens Gästabud: Projektarbete." https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/138617/Hager_Natalie.pdf?sequence=1.
- Holmström, Emil, and Erik Wikberg. 2010. *Sociala Medier: En Marknadsföringshandbok*. Redaktionen i Stockholm.
- König, Stephanie. 2012. *Kundrelationer I Sociala Medier*. "Kranmärkning På Åland." n.d. [vattenskydd.ax](https://vattenskydd.ax/kranmarkning-pa-aland/).
- Lönn, Eva. 2013. *Hotell, Konferens & Evenemang*.
- Mossberg, L. 2009. "Evenemang, Från Organisering till Utvärdering." Studentlitteratur AB, Lund. ISBN.
- Mossberg, Lena, and Malin Sundström. 2017. *Marknadsföringsboken*. Studentlitteratur.
- Ström, Pär. 2010. *Sociala Medier: Gratis Marknadsföring Och Opinionsbildning*. Liber.
- Tonnquist, Bo. 2010. *Projektledning*. Bonnier utbildning.

Brainstorming inför Kalaset 2018

Möte för medaktörerna i nätverket Bärkraft.ax 27.2

Tema för mötet: Kalaset (invigning av Åland Grönskar fredagen den 25.5)

Bakgrund: Under förra året uttryckte medaktörerna i nätverket Bärkrafts en önskan om att arrangera ett kvällsevenemang för allmänheten under avslappnade omständigheter. Önskan blev verklighet genom ett samarbete med Skördefestens vänner r.f. och deras evenemang Åland Grönskar. Ett 15-tal medaktörer gick samman med målet att skapa "Ett fyrverkeri av goda exempel under en folkfest där det bjuds på hållbart gofika." Resultatet blev bland annat ett väldigt omtyckt Schnippel Disco (disco mot matsvinn) som hade kring 500 besökare.

År 2018 kvarstår önskan att förmedla visionen under lättsamma former. Skördefestens Vänner r.f. är sedan november aktör i nätverket och vill bidra till förverkligandet av visionen. Under Åland Grönskar erbjuds medaktörerna i Bärkraft.ax en plattform där alla organisationer kan vara delaktiga och bidra med aktiviteter för att nå ut med information hur alla kan vara med för att förverkliga utvecklings- och hållbarhetsagendan.

Förslag från möte 27.2

Tema för medaktörernas medverkan i Kalaset: Generationsutbyte (arbetsnamn)

Fokus på social hållbarhet, kunskapsutbyte och möten mellan olika generationer.

Förslag på aktiviteter som kunde samlas under temat för att förmedla visionen:

Ålands Marthadistrikt:

Äldre medlemmar från Marthaföreningarna sätter potatis tillsammans med barn för att visa vad som sker mellan jord och bord. 4H sköter odlingen under sommaren och potatisen skördas till Skördefesten. UngMartha medverkar med informationsmaterial för barn och unga.

1

Röda Korset:

Ordna praktiskt informationstillfälle som första hjälpen.

Ställa ut ett tält av det slag som används i flyktingläger.

Leader:

Studiebesök till reningsdammen vid mynningen av Storängsdiket i Jomala (invid landsbygdscentrum), vilken Rädda Lumparn har blivit beviljade medel från Leader att skapa.

Uppmärksammande av europeiska kulturarvsåret.

Ålands Producentförbund/landsbygdsutvecklingen:

Uppmärksammande av ängsnätsfjärilen.

Invigning av nya lokalerna i landsbygdscentrum.

Filmvisning om hur det är att vara barn och växa upp på jordbruksgård.

4H:

Djur-/odlings-/skogsaktiviteter för barn.

Folkhälsan:

Information om medfostrare i skolan (skolmorfar, skolmormor)

Regnsbågsfyren:

Medlemmar som "levande böcker", möjlighet att få lyssna på homo-, bi-, trans- och queerpersoner)

Åland Grönskar - Kalaset 25 maj
ÅM i Hamburgare i samarbete med Dahlmans och Weber?

Upplägg

- Man tävlar i lag om 2 (får vara ensam)
- Deltagarna får en slott-tid då juryn smakar just deras burgare.
- Mixad jury (ca 5 personer) Förslag: Liz, Katrin Sjögren, Karring, Björn Ekstrand.
- Antal deltagare/lag: 15
- Vinnaren koras under Kalaset
- Marknadsförs via plattformen Kalaset, Sociala medier, Lokalpress.
- Pressrelease skickas ut den 13:e april, läggs även upp på hemsidan.
- Skapa ett anmälningsskema. (uppge namn på laget)
- Puffas i sociala medier.

Regler

- Basen är Dahlmans högreburgare - 100% åländskt kött, malet enligt blue metal metoden. De som är anmälda får hämta ut 4 Hamburgare per lag som man kan öva på.
- Man får tävla i ett lag om två eller ensam.
- Den tävlande tar med sig önskade tillbehör och ingredienser, lokala råvaror premieras.
- Man får använda sin egna grill. Har man inte grill med sig kommer Dahlmans att ha en på plats som går att använda.

Pris

- En låda med 30st högreburgare från Dahlmans
- Förkläde i läder från Dahlmans
- Weber grill? - Vinnaren - Kontakta Värmekällan
- Tröstpris: tex kökshanddukar från Dahlmans.

Material

Högtalare
Mikrofon
Grillar?
Servetter
Tvättmöjligheter (händer)
Bord/stolar - jury
Bestick till jury
Tallrikar i reserv?

Möte med 4H och veterantraktorförening

27.3 kl.10.00

Program, kl 17-20

- Ålands 4H Gård
- Ålands Veterantraktorförening
- Landsbygdscentrum - Öppet hus
- Ålands Martha Distrikt
- Fanannamma?
- Dahlmans

Aktiviteter

Om det börjar regna så kan man vara i verkstaden

- 4H + Marthorna
- Jord → Bord Besökare får plantera potatis, morot, rödbetor och sedan får de en biljett som de kan lösa ut på skördefesten, där de får gräva upp det dom planterat.
- Djur
- Fika , kaffe + saft med rabarberkaka
- Kaninhoppning → det finns skylt. Tid? Samtidigt som ÅM ?
- Plantera solrosfrön

Det var vackert förra året, Anita fixar fröna

Bredvid 4H odlingar, längs staketet

- Veterantraktor Föreningen
- Museet är öppet , precis som förra året
- Även ponnyridning
- Ålands fåravelsförening
- Vill gärna visa upp sig
- Vid 4H och de tar med sina egna får och lamm
- Schnippeldiscot
- Djuren flyttas ut och utrymmet används till discot
- Disk möjligheter?
- Komposterbara ätredskap? ← **Kolla Upp!!**
- Försäljning
- Jordgubb, sparris och potatis försäljning
- Jordärtskockor ? Niklas Söderlund, Buskböle
- Mat
- Dahlmans, Backmans Smakverk, Ning Catering
- Dryck

- Veterantraktor Föreningen kan eventuellt sköta dryckes försäljningen

Bilaga 4

Område

- Samma område som förra året
- Dock tydligare detta år, bättre skyltar och bättre avspärrat
- För att spärra av på ett bra och snyggt sätt så kan vi använda oss av kärror och mjölkkanor som vi dekorerar på ett snyggt sätt.
- Karta över området, en stor? → Malin har en ?!
- Bord & Bänkar
 - För matområdet kan vi hyra från Mariepark, de som används på Rock-off ??
 - Bord till försäljare finns det 5 st
 - Och till övrigt så finns det på skolan, även "Putte" har några
- Skyltar
 - Finns i verkstaden + ??
 - Finns det behov av fler? Vill Malin laga dem?
 - Vi kollar upp läge för och mängd med skyltar då snön smultit
- Parkering
 - Det kommer upp staket innan Kalaset vid 4H ladugården
 - Detta år måste parkeringen begränsas bättre, tydligare. Kompletteras med skyltar
 - Annars samma plats som förra året
 - Buss parkering!!!
 - Vi måste fråga om parkering vid vägen, ena sidan?!
 - Även informera grannarna
- EL
 - Det finns el på loftet!!
- Kranmärkt
 - Vi uppmuntrar alla att ta med egen vattenflaska!
- Första hjälpen
 - Brandkåren sköter första hjälpen!
- Övrigt
 - 4H kommer att ha en skolgrupp på traktorkörning under dagen

Möte igen efter påsk

KALASET 25 MAJ 17 - 20

1. Öppet hus - Ålands Landsbygdscentrum
17.30 - Invigning av Lantrådet Katrin Sjögren och Fastighetsverkets VD Stefan Rumander
Ålands Producentförbund RF, Ålands Skogsvårdsförening RF, Skördefestens Vänner RF, Lokalkraft Leader Åland RF, Landsbygdsutvecklingen, Ålands Fiskare RF, LPA-Ombud, Ålands Hushållningssällskap RF, Ålands Marthadistrikt RF, Fananamma
2. Öppet hus - Jomalagård
Ålands Omsorgsförbund
3. Schnippeldisco
Matlagningskalas på matsvinn till DJ-musik. Besök av Mise-Stina.
Ett samarbete mellan NIPÅ, Skördefestens Vänner r.f, Ålands Natur & Miljö, Ålands Marthadistrikt,
Ålands Vatten, Ålands Gymnasium, Mise
4. Mat & Musik Torget
Dahlmans, Backmans Smakverk, Ning catering, Harrys Jordgubbar, Ålands Trädgårdshall,
Trion: Carina Sommarström, Robert Zetterqvist, Ann-Irene Dahlgren
5. Ålands Mästerskap i hamburgare 18.00 - 19.00
Prisutdelning 19.30 på Mat Torget
Åland Grönskar i samarbete med Dahlmans
6. Veterantraktor museet
Ålands Veterantraktorförening
7. Traktorturer
Ålands Veterantraktorförening
8. Från jord till bord
Ålands Marthadistrikt RF, Ungmartha, 4H
9. Rädda Lumparn!
Storängsdikets reningsdamm förbättrar vattenkvaliteten och minskar övergödningen i innanhavet Lumparn. Allt hänger ihop - hjälp till du också! Genom att så blomfrön på dammens vallar hjälper du våra viktiga pollinere, bin och humlor att hitta mat. Ta en promenad eller åk traktor! Leader i samarbete med Veterantraktor Klubben och föreningen Rädda Lumparn.
10. Läran om djur, så ett frö, ta en fika
Ålands 4H-gård, Föreningen Ålandsfåret,
11. Fyll på din vattenflaska
Ålands Vatten
12. Fananamma
Kaffe och lättare traktering



13. Försäljning av boken: En glimt i backspegeln

Bilaga 6



Bild 1 : Jurymedlemmarna: Liz Mattsson, Katrin Sjögren, André Karring och Björn Ekstrand.



Bild 2 : Henrik Jansson med den vinnande burgaren.



Bild 3: Grill området för ÅM i Hamburgare.



Bilaga 7

Bild 4 : Loftet för Schnippeldiscot.



Bild 5 : Grönsakerna som donerats.



Bild 6 : Mise-Lisa som lär barnen om sortering.



bärkraft.ax

Bilaga 8



Bild 7: Mattorget var en samlingsplats under Kalaset.



Bild 8: Trubadur trion Carina Sommarström, Robert Zetterqvist, Ann-Irene Dahlgren.



Bild 9: Veterantraktor föreningen erbjöd

traktor turer runt området.

Bilaga 9



Bild 10: Veterantraktor museet.



Bild 11: 4H-gårdens får, som även hade små lamm.



Bild 12: Skördefestens verksamhetsledare Liz Mattsson (vänster) och projektledare för Åland Grönskar Anita Lundin (höger).



Bild 13: Carl Björkman hjälper föreningen vid högsäsong exempelvis Åland Grönskar och Skördefesten.