

Skapandet av ett evenemang

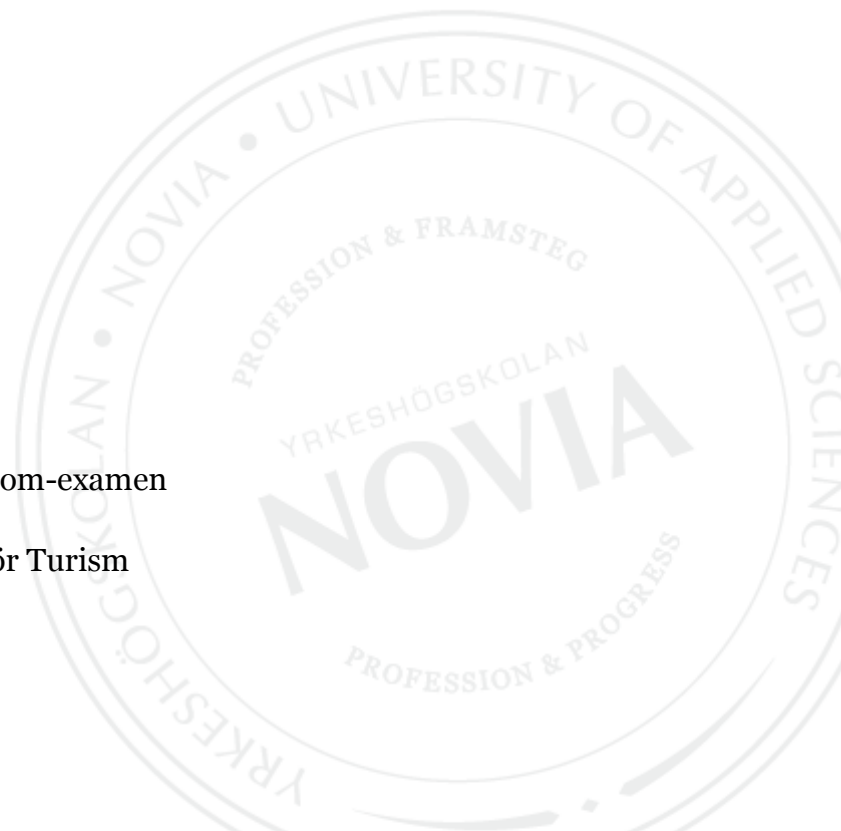
Projekt Central Sounds 2011

Sara Söderlund

Examensarbete för Restaurang-examen

Utbildningsprogrammet för Turism

Åbo 2011



EXAMENSARBETE

Författare: Sara Söderlund

Utbildningsprogram och ort: Turism, Åbo

Handledare: Leena Jokinen

Titel: Skapandet av ett evenemang – Projekt Central Sounds 2011

Datum: 21.11.2011

Sidantal: 31

Bilagor: 8

Sammanfattning

Detta examensarbete behandlar evenemangsarbetsprocessen för utomhuskonserten Central Sounds i Pargas juni 2011. Konceptet Central Sounds har ordnats sedan 2007 i Centralparken i Pargas men detta examensarbete behandlar ett utvecklat koncept med lugnare musik samt övrig underhållning utöver musiken. Uppdragsgivare för projektet Central Sounds 2011 är kulturenheten vid Väståbolands stad och som projektledare fungerar jag, Sara Söderlund. Målet för evenemanget var att skapa någonting nytt av ett befintligt koncept. Examensarbetet har utförts genom att planera, utföra och dokumentera hela evenemangsarbetsprocessen. Resultatet för examensarbetet var ett lyckat evenemang.

Den teoretiska referensramen består av teori om evenemangsplanering, marknadsföring och projektarbete. Jag presenterar sedan evenemangsarbetsprocessen enligt den modell som jag valt, det vill säga indelad i fyra olika faser: initieringsfasen, planeringsfasen, genomförandefasen och utvärdering. Arbetet är ett praktiskt slutarbete och den dokumenterade delen kan fungera som hjälpmedel till övriga evenemangsplanerare.

Språk: Svenska

Nyckelord: Evenemangsplanering, evenemang, projekt, utomhusevenemang, konsert

BACHELOR'S THESIS

Author: Sara Söderlund

Degree Programme: Tourism

Supervisor: Leena Jokinen

Title: Creating an event – project Central Sounds 2011

Date: 21.11.2011

Number of pages: 31

Appendices: 8

Summary

This bachelor's thesis deals with the process of working with an event and in this case the outdoor concert Central Sounds in Pargas June 2011. The concept Central Sounds has been arranged since 2007 in the Central park of Pargas but this thesis tells about a developed concept with more laidback music and entertainment other than the music. The principal for the project Central Sounds 2011 was the culture unit at the town of Väståboland and the project leader was me, Sara Söderlund. The goal for the event was to create something new from an already existing concept. The bachelor's thesis has been performed by planning, doing and documenting the whole event planning process. The result of the thesis was a successful event.

I will bring up theories about event planning, marketing and project work and after that I will present the working process by the model that I have chosen that is divided into four phases: initiation-, planning-, implementation- and evaluation phase. This is a practical thesis and the documented version may work as an aid for other event planners.

Language: Swedish

Key words: Event planning, event, project, outdoor events, concert

INNEHÅLSFÖRTECKNING

1	Inledning.....	1
1.1	Syfte och metod	1
1.2	Central Sounds	2
2	Evenemangsplanering.....	3
2.1	Projektarbete	4
2.2	Marknadsföring.....	4
2.3	Evenemangsprojektets olika faser.....	6
2.4	Planering	8
2.5	Program och tema	10
3	Evenemangsarbetsprocessen	11
3.1	Projektplan för Central Sounds.....	11
3.2	Initieringsfasen.....	13
3.3	Planeringsfasen	15
3.3.1	Tillstånd.....	17
3.3.2	Evenemangsdagens program	17
3.3.3	Marknadsföring av Central Sounds	20
3.4	Genomförandefasen	22
3.5	Utvärderingsfasen	24
3.5.1	Publikens utvärdering	27
3.5.2	Förbättringsförslag	27
4	Sammanfattning.....	29
	Källförteckning.....	30

Bilagor

Bilaga 1 – Mejl från uppdragsgivare

Bilaga 2 – Kom-ihåg lista

Bilaga 3 – GANTT-schema

Bilaga 4 – Utvärderingsblankett

Bilaga 5 – Polislov

Bilaga 6 – Kontrakt med artist

Bilaga 7 – Evenemangets plansch

Bilaga 8 – Notiser från tidningar

1 INLEDNING

Ett evenemangs huvuduppgift är att ge upplevelser åt lokalbefolkningen och turister men kan även marknadsföra platsen där det ordnas. När evenemangsorganisationen fungerar som en projektorganisation är det viktigt att komma ihåg att det sker inom en begränsad tid och att projektgruppen kan bestå av personer med olika expertområden.

I detta examensarbete kommer jag att ta upp teori om evenemangsplanering, marknadsföring och projektarbete samt ge en redogörelse över planeringen och utförandet av utomhuskonserten Central Sounds i Pargas, juni 2011. Jag valde att göra mitt slutarbete om evenemangsplanering eftersom jag har ett stort intresse för detta och har tidigare deltagit i organiseringen av liknande tillställningar. Uppdragsgivaren Väståbolands stad önskade att vidareutveckla det redan befintligt konceptet och då kom jag in i bilden. Den dokumentation som finns från tidigare Central Sounds är evenemangens planscher och polislov. Detta examensarbete har utförts för att skribenten skall få mera kunskap om evenemangsplanering och har utformats med bilagor och bilder för att övriga evenemangsplanerare skall kunna få tips och hjälp. Uppdragsgivaren var kulturenheten vid Väståbolands stad och evenemangsplaneringen sköttes genom en projektgrupp bestående av mig, Sara Söderlund, civiltjänstgörare Linus Lassus och fritidsledare Nina Robertsén.

1.1 Syfte och metod

Syftet med detta examensarbete är att planera och utföra en utomhuskonsert som erbjuder musikunderhållning för unga och unga vuxna. Unge och unga vuxna definierar jag med personer som är mellan 13 och 30 år gamla. Den skriftliga delen av examensarbetet kan även fungera som ett hjälpmedel vid organiserandet av olika evenemang, i huvudsak konserter, och ger riktlinjer för vad man bör tänka på och komma ihåg att göra. Jag har valt att bifoga sådana dokument som kan vara till någon hjälp för andra evenemangsplanerare men även sådana som synliggör arbetet med evenemanget Central Sounds.

Detta examensarbete är ett praktiskt slutarbete som består av två delar. Den ena delen är planeringen och utförandet av utomhuskonserten Central Sounds som jag arbetade med under en åtta veckors period under våren 2011. Den andra delen är en rapport som beskriver vad jag har gjort, varför jag har gjort som jag har gjort, hur jag har arbetat, hur arbetsprocessen har framskridit, vilka resultat jag har nått samt en utvärdering av det egna

arbetet, produkten och inläringen. Detta beskriver även Vilkkä och Airaksinen (2003, s. 65) i boken *Toiminnallinen opinnäytetyö*. Referensramen till detta examensarbete är till största del teori ur böcker som behandlar evenemangsplanering men även teori om marknadsföring och projektarbete. Jag har kombinerat många olika teorier för att bilda en teoretisk referensram som är lämplig för detta arbete. Information har även fåtts muntligt av min uppdragsgivare och genom olika internetsidor då det inte funnits någon litteratur om ämnet. Redogörelsen av evenemangsarbetsprocessen görs med hjälp av de faser som Andersson, Larsson och Mossberg (2009, s. 44) presenterar, det vill säga: initieringsfasen, planeringsfasen, genomförandefasen och utvärderingsfasen vilket ger struktur till arbetet. Jag valde även att presentera teoridelen i sin helhet först så att läsaren av examensarbetet är insatt i ämnet när utförandet presenteras. Jag hänvisar under evenemangsarbetsprocessen till teorin för att sammanfläta dessa två. Efter att ha presenterat genomförandet i de fyra olika faserna reflekterar jag över hur jag har arbetat, dels för att jag själv skall lära mig utav det, men även för att summera hur arbetet har framskridit.

1.2 Central Sounds

Central Sounds är en utomhuskonsert i Pargas som har ordnats sedan 2007. Det var det dåvarande ungdomsrådet i kommunen som stod för planeringen av den första konserten samt skapade namnet Central Sounds. Sedan dess har konserten ordnats en eller flera gånger per år, oftast av ungdomsstyrelsen, men även av personer på kulturenheten vid Väståbolands stad. Central Sounds har alltid ordnats på en söndag och i Centralparken i Pargas. På konserten har det alltid varit med något lokalt band, men även utomstående har uppträtt. Före konceptet Central Sounds blev till har det varje år ordnats olika sorters sommarkonserter i Centralparken. (Isaksson Ann-Sofie 13.5.2011).

Uppdragsgivare för detta examensarbete är kulturenheten vid Väståbolands stad. Kulturenheten arbetar med att stöda den aktiva föreningsverksamheten som finns i kommunen genom verksamhets- och projektunderstöd och samarbetar med utbildningssektorn för att ge barn och unga meningsfulla kulturella upplevelser och aktiviteter på skoltid. (Väståbolands stad 2011). Verksamheten på kulturenheten vid Väståbolands stad går ut på att skapa förutsättningar för tredje sektorn, kulturaktörer och konstnärer, att driva sin egen verksamhet då den egna verksamheten kompletterar föreningarnas utbud. Kulturenheten har även ansvar för att bevara och föra vidare kulturarvet samt driva en

verksamhet för barn och unga så att de trivs på hemorten och upplever att de är delaktiga i samhället. (Väståboland 2010).

2 EVENEMANGSPLANERING

Evenemangets huvuduppgift är att ge upplevelser åt lokalbefolkningen och turister, men fungerar även som ett marknadsföringsverktyg för orten där det ordnas. Evenemang kan också bringa in mera pengar till staden och bidra till ökad sysselsättning på orten. Förutom detta kan olika evenemang även öka intresset för de lokala traditionerna och värderingarna och ge ökad stolthet och förbättrad infrastruktur. (Andersson m.fl. 2009, s. 11).

Ett evenemang kan vara vinst- eller ickevinstdrivande. Då ett evenemang initieras är det inte alltid lönsamheten som är det viktigaste utan ofta är det någon som verkligen har ett brinnande intresse för evenemanget som ordnar det. När det gäller evenemangsorganisationer finns det några olika varianter. Ideella evenemangsorganisationer jobbar för att gynna medlemmarna och håller organisationen ung genom att hela tiden ta in nya människor. Offentliga evenemangsorganisationer är ofta projektorganisationer som har givna ramar och är mindre beroende av eventuella intäkter. Vid offentliga evenemangsorganisationer ligger ledarskapet hos projektledaren och många viktiga beslut görs politiskt. Dessa har ofta även högst utgifter då evenemangen kan vara gratis, men beroende av bidrag. Privata evenemangsorganisationer jobbar för långsiktig lönsamhet och har till sin fördel att de kan göra snabba beslut trots långsiktig planering. (Andersson m.fl. 2009, s. 29-35).

Då evenemangsorganisationen fungerar som en projektorganisation finns det några viktiga punkter som bör vara med; tid, uppgift, arbetsgrupp och förnyelse. Även om det är ett återkommande evenemang som skall ordnas sker organiseringen under en begränsad tid. Man bör alltså ha deadlines och hantera tiden så att allting blir gjort inom utsatt tid. Själva uppgiften är mycket viktig då det är den som legitimerar hela organisationens existens. När det handlar om en arbetsgrupp är det de mänskliga resurserna som är avgörande. I arbetsgruppen kan det ingå både proffs med flera års erfarenhet och personer med expertkunskap inom något visst ämne som endast är projektanställda. Förnyelse handlar om att hela tiden erbjuda nyheter då dessa väcker intresse, och att komma ihåg att även återkommande evenemang har möjlighet att erbjuda något nytt. (Andersson m.fl. 2009, s. 37-43).

2.1 Projektarbete

Detta evenemang planerades av en projektgrupp och jag presenterar som näst teori om projekt och projektarbete. Ett projekt är en tidsbunden arbetsuppgift med ett tydligt syfte och kräver resurser såsom personal, utrustning och pengar. Projekt utförs av en projektgrupp som vanligen består av 3-5 personer. Projektgruppen leds av en projektledare och de övriga projektdeltagarna har ofta olika kompetensområden. (Albertsson 2004, s. 10-17). Projektledaren bör vara kompetent, kunna lösa problem, kunna uppmuntra sin arbetsgrupp samt försvara sitt team. Projektledaren har egna arbetsuppgifter som skiljer sig från de övriga medarbetarnas. Det är projektledarens uppgift att leda projektet framåt genom sina medarbetare, inte att arbeta med samma uppgifter som dem. Som projektledare kan det vara bra att använda sig av uttrycket POLSK - som är en förkortning av: planera, organisera, leda, samordna, och kontrollera. (Albertsson, Lindstrand & Lundquist 2001, s. 41-42).

Projektarbetet kan enligt Albertsson m.fl. (2001, s. 22) delas in i fem olika faser för att nå ett lyckat projekt. Dessa faser är: projektstart, planering, genomförande, målgång och utvärdering. Till varje projekt bör man skriva en projektbeskrivning. I denna beskrivning bör man ta med projektets uppdragsgivare, projektets mål, en grov tidsplan med viktiga deadlines, projektets organisation samt vilka resurser som behövs. Denna projektbeskrivning skall vara ungefär en sida lång och är ett mycket behövligt hjälpmedel i projektarbetet. (Albertsson m.fl. 2001, s. 22-37).

2.2 Marknadsföring

Förutom projektarbete är marknadsföring en viktig del av evenemangsplaneringen. Marknadsföring går i huvudsak ut på att hitta en lämplig målgrupp för produkten man vill sälja. Det är organisationens huvudsakliga uppgift att försöka tillfredsställa önskemål och behov som målgruppen har. Själva marknadsföringsprocessen går ut på att hitta, skapa, väcka och tillfredsställa olika kundbehov. För att lyckas skapa ett framgångsrikt evenemang bör man tänka på vissa marknadsföringsaktiviteter. Man bör analysera de behov som finns bland kunder på marknaden samt klargöra eventuell konkurrens. Man bör även försöka förutspå besökarmängden, vilken tid evenemanget kommer att ha flest besökare, hur mycket besökarna skulle vara villiga att betala samt hurudan och hur mycket direktmarknadsföring man bör göra. Till sist bör man bestämma hur biljettförsäljningen

skall ske samt utvärdera de metoder man har använt sig av. Vissa argumenterar att kundernas behov är saker som de har upplevt och känner till. Skulle detta vara sant så skulle ju inget nytt skapas, då man alltid går efter det redan befintliga. Det är därför viktigt att alltid vara innovativ och istället för att gå efter de behov som redan finns, satsa på att skapa nya. (Allen m.fl. 2002, s. 162-163).

Marknadsföring av evenemang fungerar i princip på samma sätt som vilken annan marknadsföring som helst. Det som är annorlunda när man marknadsför evenemang är det faktum att kunden inte kan få något smakprov av eller möjlighet att testa produkten före själva evenemanget. Kunderna kommer därför att delta endast på grund av att de förväntar sig att evenemanget skall tillfredsställa något av deras behov. Dessa förväntningar kommer från marknadskommunikationen, Word-of-mouth, tidigare erfarenheter och varumärkets image. När det kommer till evenemang fungerar det inte på samma vis som när du köper en produkt från någon butik. Vid evenemang sker konsumtionen av produkten samtidigt med inköpet medan du konsumerar en vara först efter inköpstillfället. Evenemangsbiljetter är även något av en färskvara då man inte kan spara oköpta biljetter till ett senare tillfälle. (Allen m.fl. 2002, s. 163-164). När man marknadsför ett evenemang kan det ibland löna sig att göra så kallad co-branding. Co-branding går ut på att föra evenemangets marknadsföring i samarbete med något annat närliggande evenemang eller inblandad organisation. På detta vis får evenemanget mera synlighet och de båda organisationerna sparar pengar på marknadsföringen. (Vallo & Häyrinen 2008, s. 52).

När man arbetar med marknadsföring kan det vara bra att skriva en marknadsföringsplan för att synliggöra och effektivera marknadsföringen. En marknadsföringsplans innehåll, längd och format kan variera men det finns vissa viktiga delar den bör innehålla. Dessa är: sammanfattning, marknadsanalys, mål och frågor, målgrupp, marknadsföringsstrategi, marknadsföringsprogram, finansiell plan samt utförande. (Wood 2003, s. 5-6).

För att bättre förstå sina potentiella kunder samt skapa en effektiv marknadsföring är det nödvändigt att segmentera marknaden. Man kan göra denna segmentering antingen genom forskning för att få fram grupper med samma livsstil eller intressen men man kan också använda sig av att gruppera med hjälp av faktorer som ålder eller bostadsort. För att segmenteringen skall vara till någon nytta bör målgruppen ha gemensamma kännetecken, vara en mätbar grupp samt vara tillgänglig för organisationen. (Getz 2005, s. 314-315). Syftet med att dela in marknaden i mindre grupper är för att företaget skall hitta de bästa kundgrupperna för produkten. Det innebär att företaget bör ta kundgruppen i beaktande vid

produktplaneringen, anpassa priset till gruppen, göra produkten lättillgänglig för kunderna samt planera reklam till sådana medier och platser som kundgruppen använder sig av. (Korkeamäki, Pulkkinen & Selinheimo 2001, s. 82).

För detta projekt är kundgruppen unga och unga vuxna som hör till generation Y. Generation Y, det vill säga personer födda på mitten av 1980-talet och senare, har vuxit upp med teknologi och ser det som en viktig del av vardagen. Dessa är inloggade på nätet nästan dygnet runt och sköter stora delar av sina sociala kontakter via e-mail och textmeddelanden. (Kane 2011).

2.3 Evenemangsprojektets olika faser

Evenemangsprojektet kan delas in i olika faser och kan beskrivas med många olika namn. Enligt Andersson m.fl. (2009, s. 44) finns det fyra olika faser som kallas för: initieringsfasen, planeringsfasen, genomförandefasen och utvärderingsfasen. Dessa benämningar av evenemangsprojektets faser var de som attraherade mig mest och de kommer att synas under presentationen av utförandet. Nedan presenterar jag även teori från andra källor men behåller fördelningen i enlighet med Andersson m.fl. (2009, s.44).

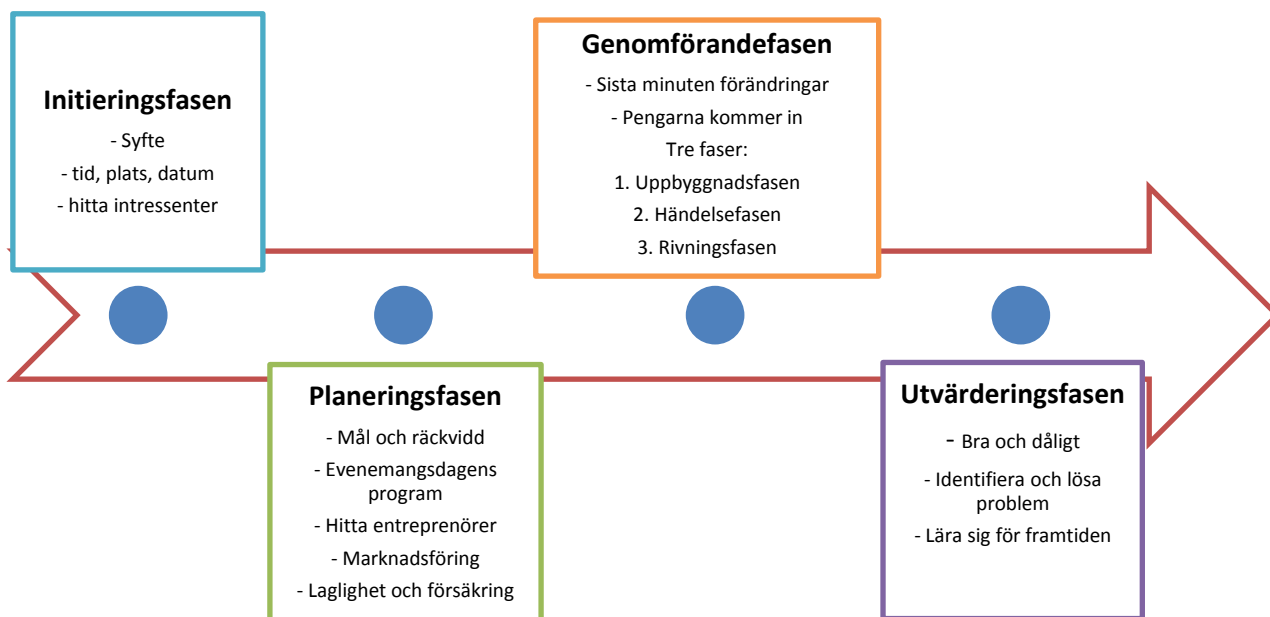
Den första av dessa faser, alltså initieringsfasen, är då själva evenemangsidén skapas. Här bör en orsak hittas till varför evenemanget skall ordnas och tid, plats och datum bestämmas samt nyckelpersonal anställas. (Armstrong 2001, s. 9). Det är även här man bör hitta eventuella intressenter och få dem intresserade av evenemanget (Andersson m.fl. 2009, s. 44). Enligt Soutar (2005, s. 34) bör det i denna fas först bekräftas att man säkert har fått evenemanget och då genast boka ett möte med uppdragsgivaren. Efter det bör ramar för budgeten fastställas och en kontaktperson med uppdragsgivaren bestämmas. Slutligen bör framtida kontrakt klargöras och ett tidsschema med viktiga datum skapas. (Soutar 2005, s. 34).

Under **den andra** fasen, planeringsfasen, påbörjas själva planeringen av evenemanget. Här bör man bestämma evenemangets mål, räckvidd samt skriva en strategisk handlingsplan för att nå dessa mål. (Andersson m.fl. 2009, s. 45). I denna fas kan man redan börja med evenemangsdagens program, hitta entreprenörer, marknadsföra samt göra klart allt som har med laglighet och försäkringar att göra (Armstrong 2001, s. 10). Allen, Mc Donnel, O'Toole och Harris (2002, s. 117-118) menar så som Andersson m.fl. (2009, s. 45) att visioner och mål bör bestämmas men även att man bör skapa en strategi för att nå dessa.

Dessa strategier genomförs sedan genom verksamhetsplaner som har blivit skapade inom en viss budget. Strategierna bör även vara flexibla under processen. I övrigt kan små företag i denna fas anställa personer utifrån för att få hjälp med bland annat plats, catering, ekonomi, säkerhet, marknadsföring och laglighet. (Allen, Mc Donnel, O'Toole & Harris 2002, s. 117-118).

Den tredje fasen, genomförandefasen, är då själva evenemanget utförs. Här bör alla veta sin roll i evenemanget. Denna fas kan även delas in i tre olika delfaser. Dessa är uppbyggnadsfasen, själva händelsen och rivningsfasen. (Vallo & Häyrinen 2008, s. 153). I denna fas finns det ännu möjlighet att göra små sista-minuten förändringar och det är även här som de pengar som lagts ut kommer in och man kan betala bort räkningar (Armstrong 2001, s. 10).

Den fjärde och sista fasen, utvärderingsfasen, är en genomgång av vad som har gått fel och vad som har gått rätt och arrangörerna kan genom detta summera erfarenheter och lära sig inför framtiden (Andersson m.fl. 2009, s. 46). Utvärdering av ett evenemang görs för att lära sig mera om planerade och oplanerade resultat samt för att kunna förbättra inför framtiden. Några orsaker till varför en utvärdering görs är för att identifiera och lösa problem, hitta förbättringsmöjligheter, mäta om evenemanget lyckades eller ej, tillfredsställa eventuella sponsorer samt för att få acceptans på marknaden. Utvärdering är alltså organisatörernas sätt att lära sig och utan någon utvärdering kan de inte veta om de har nått önskat resultat eller ej. (Getz 2005, s. 377). Ett sätt att utvärdera arbetet är med Motorola modellen vilken går ut på att ställa sig frågorna; vad gick bra?, vad kunde ha gjorts bättre?, vad lärde vi oss?, vad gör vi bättre nästa gång? samt vad tar vi med oss i praktiken? (Tiimiakatemia 2011).



Figur 1: De olika faserna inom evenemangsprojektet, modifierad efter Andersson m.fl. (2009, s. 44)

Ovan har jag sammanställt en figur över de olika faserna samt vad man bör tänka på och utföra inom respektive fas (figur 1). Denna figur har jag skapat enligt de fyra faser som Andersson m.fl. (2009 s.44) beskriver men modifierat efter övrig teori som jag läst. Figuren tydliggör de viktiga delmomenten och kan hjälpa en framtida evenemangsplanerare att få struktur på arbetet.

2.4 Planering

Till varje evenemang med utgifter och inkomster skall man fastställa en budget som bör uppdateras under hela processen. Till en budget kan inkluderas utgifter så som: arbetskraft, underhållning, plats eller lokal och marknadsföring. Det är alltid bra att sätta utgifterna högre och inkomsterna lägre än de kanske är, för att undvika övertrassering av budgeten. (Armstrong 2001, s. 61-62).

När man planerar ett evenemangs datum och läge är det viktigt att ta reda på om det ordnas något liknande evenemang på samma gång som attraherar samma målgrupper och konkurrerar med det egna evenemanget. Shone (2001, s. 107) menar ändå att evenemang som ordnas i närheten inte alltid behöver vara konkurrenter utan kan istället fungera som komplement till evenemanget om det riktar sig till någon annan målgrupp. Förutom att ta reda på om det ordnas liknande evenemang under samma tid kan det även vara bra att kolla

om det är några stora högtider, skollov eller långhelger under samma tidpunkt då många har en tendens att åka bort under dessa vilket leder till minskad deltagarmängd. (Allen 2009, s. 67).

Evenemang kan ta många olika former och en av dem är evenemang på öppen plats. Dessa kan organiseras i parker, köpcentrum och på avstängda vägvagnsnitt med mera. Under denna sorts evenemang är det mycket viktigt att läget är synligt så att evenemanget kan locka spontana besökare och det är då viktigt att de förbipasserande får en bra bild av evenemanget. Om evenemanget placeras på en central plats kan man maximera tillgängligheten samt synligheten. (Getz 2005, s. 104-105). Vid val av läge bör man även tänka på om det passar organisationens image, om platsen har använts mycket, hur infrastrukturen fungerar, hur ljud och teknik fungerar, möjlighet till sanitetslokaler med mera. Det är även viktigt att fundera på storleken av stället, om det är ett för stort område jämfört med publikmängden kan det kännas väldigt tomt vilket förstör stämningen. De risker som bör tas i beaktande då man ordnar ett utomhusevenemang är att det bör finnas en extra plan ifall det är dåligt väder under evenemangsdagen. Det kan därför löna sig att boka någon sal inomhus, förbereda med något slags tält eller kanske vara redo att dela ut regnrockar eller paraplyer åt besökarna. Det är viktigt att innan evenemanget följa med väderleksrapporten för att vara beredd på allt. (Vallo & Häyrinen 2008, s. 132).

För att ordna en offentlig tillställning i Finland skall en skriftlig anmälan lämnas till polisen på orten. Om tillställningen är så liten att den inte skapar några olägenheter för omgivningen och miljön eller om det inte behövs några trafikarrangemang eller säkerhetsåtgärder behövs ingen anmälan. Anmälan skall lämnas in senast fem dygn innan tillställningen och polisen kan även kräva övriga utredningar som markägarens lov med mera. (Polis 2011). Enligt Vallo och Häyrinen (2008, s. 141) behöver alla stora utomhustillställningar som ordnas i Finland markägarens lov såvida det inte är markägaren som är själva arrangören. Om evenemanget ordnas på statligt eller kommunalt ägda områden så som parker och allmänna gator får man ofta detta lov från stadens fastighetsbyrå. (Vallo & Häyrinen 2008, s. 141). Vid större tillställningar kan man behöva hålla folksamlingarna under kontroll. Man kan då genom polis eller tränade ordningsvakter styra eller sammandra publiken (Getz 2005, s. 108).

2.5 Program och tema

Vid arrangeringen av ett evenemang kan det vara bra att ha något speciellt tema. Temat kan vara talande, attraktivt eller lekfullt och med hjälp av ljus, färger och bilder är det lätt att visualisera temat. Det tema som du väljer berättar en del om organisationen som ordnar evenemanget men är även en grund till de förväntningar som skapas hos de potentiella besökarna. Det är alltid bra att fundera ut något nytt tema och viktigt att komma ihåg att temat syns genom hela evenemanget. (Vallo & Häyrinen 2008, s. 180-181).

Då det är dags att börja fundera på olika artister till evenemanget finns det vissa saker som bör tas i beaktande innan valet. Några av dem är hur intressant artisten är för evenemangets målgrupp, om artistens rykte passar till organisationens image samt om priset motsvarar kvaliteten på artisten. För den konkreta organiseringen bör man ta reda på hur länge artisten uppträder, vad det behövs för utrymmen samt vilken sorts teknik artisten behöver. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, s. 76-77). Under sökningen efter artister är det bra att höra med bekanta samt att alltid hålla öron och ögon öppna när man rör sig på något annat evenemang. Då evenemanget har ett tema är det bra att se till att artisten också passar till detta. Det är mycket vanligt numera i Finland att det alltid är samma artister som rör sig på de flesta tillställningar under en viss tidsperiod så det är bra om att anlita någon artist som är aktuell, men ändå inte ses på alla de andra evenemangen. (Vallo & Häyrinen 2008, s. 189-190). Vid kontakt med de olika artisterna är det bra att utse en person i organisationen som fungerar som kontaktperson så att artisterna alltid vet vem de skall kontakta gällande eventuella frågor. Om artisten eller organisationen så begär kan ett kontrakt skrivas parterna emellan. I detta kontrakt bör det ingå; artistens namn, betalning och vad som ingår för artistens del (mat, reseersättning, logi etc.), evenemangets datum och plats samt betalningsvillkor. Många rutinerade artister har ofta en kontraktmall färdigt och det är då viktigt att organisatören läser kontraktet grundligt för att vara uppdaterad om artistens speciella krav eller behov av någon särskild teknik. (Kauhanen m.fl. 2002, s. 76-77). Till många evenemang kan det även vara aktuellt med en speaker som sköter om presentation av artister och dylikt. Vid val av speaker bör man fundera om denna person passar evenemangets eventuella tema samt om det lönar sig att ta någon utomstående eller använda sig av någon inom organisationen. Innan evenemanget är det skäl att i god tid gå igenom programmet i sin helhet med speakern samt även berätta om själva organisationen. Vid behov kan man även göra ett manuskript så att speakern har dagsprogrammet i detalj. (Vallo & Häyrinen 2008, s. 199).

3 EVENEMANGSARBETSPROCESSEN

Då jag planerade detta evenemang och när jag nu presenterar det har jag använt mig av evenemangsprojektets fyra olika faser som Andersson m.fl. (2009, s. 44) beskriver dem i sina böcker. Jag valde att använda de benämningarna genom vilka Andersson m.fl. (2009, s. 44) beskriver arbetsprocessen, det vill säga initieringsfasen, planeringsfasen, genomförandefasen samt utvärderingsfasen, då dessa enligt mig tydligt säger vad de olika faserna går ut på. Jag börjar med att presentera projektets projektplan och går sedan in på de fyra olika faserna.

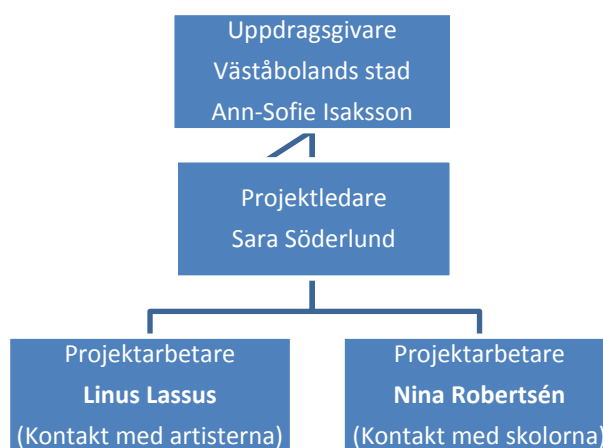
Det evenemanget som jag kommer att presentera nedan är ett icke-vinstdrivande evenemang som är organiserat av en offentlig evenemangsorganisation. Evenemangsplaneringen görs av en projektorganisation och projektledaren sköter ledarskapet. Evenemanget är ett utomhusevenemang på en öppen plats. Målet med detta projekt är att skapa ett evenemang. Evenemangets koncept skall utvecklas och målsättningarna är att förutom unga och unga vuxna även locka äldre besökare än tidigare samt besökare från andra delar av kommunen. Målgruppen för evenemanget är unga och unga vuxna och det är en alkoholfri tillställning.

3.1 Projektplan för Central Sounds

Till varje projekt bör en projektplan sammanställas. Det är projektgruppens mål att på kort tid sammanställa en detaljerad rapport över projektet så att ledningen får en bild över hur och när evenemanget ordnas samt hur brett projektet kan bli. En projektplan kan exempelvis innehålla: Inledning och bakgrund, projektets mål, projektorganisationen, en utförandeplan, ekonomi och beslutsfattande, en kontrollplan samt en utvärdering. (Kauhanen m.fl 2002, s. 28-29).

Till detta arbete utformade jag en projektplan som skulle hjälpa mig på vägen till att skapa ett lyckat evenemang. I denna projektplan har jag tagit upp bakgrunden till arbetet, syfte, mål, frågeställningar, metodbeskrivningar, redovisning samt utvärdering.

Detta projekt initierades av kulturenheten på Väståbolands stad och fungerade förutom som mitt examensarbete även som min huvuduppgift under min praktik på kulturenheten. Syftet med projektet var att skapa en ny version av det redan befintliga konceptet Central Sounds och målet var att arrangera ett evenemang som är attraktivt för alla åldersgrupper samt att locka folk från de närliggande stadsdelarna och orterna. De frågor som jag ställde mig i början av detta projekt var om de lokala ungdomarna alls var intresserade av något nytt samt om jag som ny i staden kan locka lika mycket folk som tidigare evenemang. De teorier jag använde mig av var de samma som för examensarbetet alltså evenemangsplanering, marknadsföring och projektarbete. Jag skötte marknadsföringen i huvudsak genom ett evenemang på internetsidan Facebook men även med planscher som jag satte upp i staden. Arbetet delades upp mellan projektgruppsmedlemmarna och utvärderingen av projektet kommer att ske inom projektgruppen, med uppdragsgivaren och jag kommer även att fråga deltagare i evenemanget om deras åsikter.



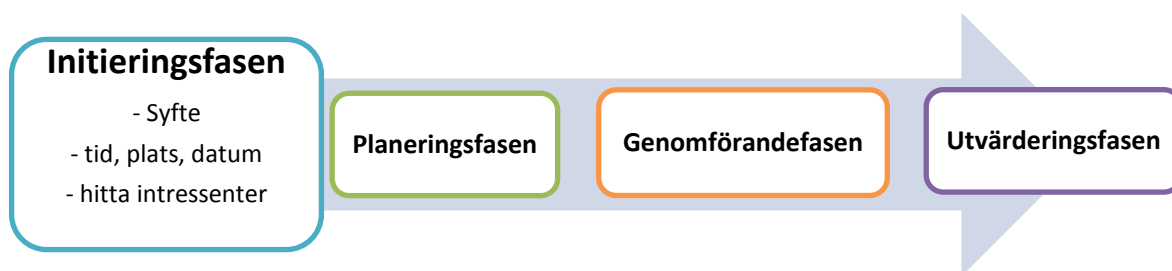
Figur 2: Projektorganisationen för Projekt Central Sounds 2011

Ovan ses en illustration av projektorganisationen för projektet Central Sounds 2011 (figur 2). Projektorganisationen bestod av fyra personer. Uppdragsgivaren var Ann-Sofie Isaksson som är kulturchef vid Väståbolands stad och som projektledare fungerade jag, Sara Söderlund. De övriga medlemmarna i projektgruppen var civiltjänstgörare Linus Lassus och fritidsledare Nina Robertsén. Linus Lassus jobbade med att kontakta artisterna medan Nina Robertsén var kontakten till skolorna samt hjälpte till med marknadsföringen. Så som teorin (Kauhanen m.fl. 2002, s. 76-77) även påvisar hade vi alltså utsett en person som fungerade som kontaktperson till artisterna så att dessa alltid visste vem de skulle kontakta med eventuella frågor. Vi hade alla olika arbetsuppgifter, jag hade huvudansvaret då jag var projektledare medan Lassus och Robertsén bidrog med kunskap och kontakter

från deras respektive kompetensområden så som även Albertsson (2004, s. 41-42) beskriver det i teorin. Projektgruppen fungerade bra och de olika medlemmarna skötte sina uppgifter. Projektarbetarna kom till mig med frågor och resultat och jag gick sedan vidare till uppdragsgivaren med dessa. Vi arbetade i våra egna ansvarsområden och projektledare hade hand om den huvudsakliga planeringen.

3.2 Initieringsfasen

Det är i denna fas som själva evenemanget skapas. Frågor som när, var, hur och varför skall få svar. (Armstrong 2001, s. 9) Nedan ses en modifierad modell av evenemangsprojektets faser för att tydliggöra i vilket skede av arbetet vi befinner oss samt för att påvisa vad som rekommenderas att blir utfört i denna fas (figur 3).



Figur 3: Evenemangsprojektets olika faser; initieringsfasen

Evenemanget som jag arrangerade, Central Sounds - en musiktillställning, är något som har blivit en tradition i Pargas. Min uppgift var att ordna ett Central Sounds som skulle avvika från de tidigare åren med något mera än bara en konsert, till exempel frisbeegolf, radiostyrda bilar, dans eller konst. Min arbetsuppgift fick jag information om i ett mejl av min uppdragsgivare kulturchef Ann-Sofie Isaksson. Mejllet finns att hitta som bilaga till detta dokument (bilaga 1). Att skapa något nytt när det kommer till evenemang nämner även Allen m.fl. (2002, s. 163) och menar att man istället för att följa gamla mönster måste skapa nya behov. Jag handlade sedan i enlighet med teorin (Soutar 2005, s. 34) och bestämde ett möte med uppdragsgivaren under vilket vi diskuterade budgeten samt fastställde en kontaktperson med uppdragsgivaren. Konserten var först menad endast för skolklasser, men då det inte passade dem bestämdes det att det skulle vara ett allmänt evenemang veckan efter att skolorna slutat för sommaren. Eftersom det var en viss vecka som evenemanget skulle ordnas var det inte svårt att välja datum. Innan vi slog fast datumet tog jag reda på om det skulle ordnas några liknande evenemang under samma

helg. För att lättare få polislov bör evenemanget vara på en vardag eller söndag, så vi bestämde oss för att ordna Central Sounds söndagen den 12.6. 2011.

Samma veckoslut, fredag och lördag, var det Pargasdagarna i Pargas så denna konsert kom som avslutning på dem. Innan vi slog fast datumet kontaktade vi Väståbolands Företagare rf, som ordnar Pargasdagarna, för att kolla att det var okej för dem att vi ordnade konserten så nära på, vilket det var. De var även intresserade av att ha med evenemanget i sin marknadsföring. På detta vis blev Central Sounds mera som ett komplement till Pargasdagarna än en konkurrerande faktor, så som Shone (2001, s. 102-107) även beskriver det i teorin. Eftersom denna konsert har ordnats förut var det lätt att välja namn och plats. Central Sounds har varit ett koncept i några år redan vilket gör att det är bekant för lokalbefolkningen, och då det tidigare även varit i Centralparken skulle besökare kanske gå fel om man skulle byta ställe. Getz (2005, s. 104-105) menar att denna sorts evenemang bör ordnas på en central plats som är lättåtkomlig och det är precis vad Centralparken i Pargas är och på grund av sitt centrala läge kan evenemanget även locka förbipasserande. För att detta evenemang skall vara lämpligt för alla åldrar bestämde vi även att det skulle vara en dagskonsert som börjar klockan två och håller på i ungefär fyra timmar.

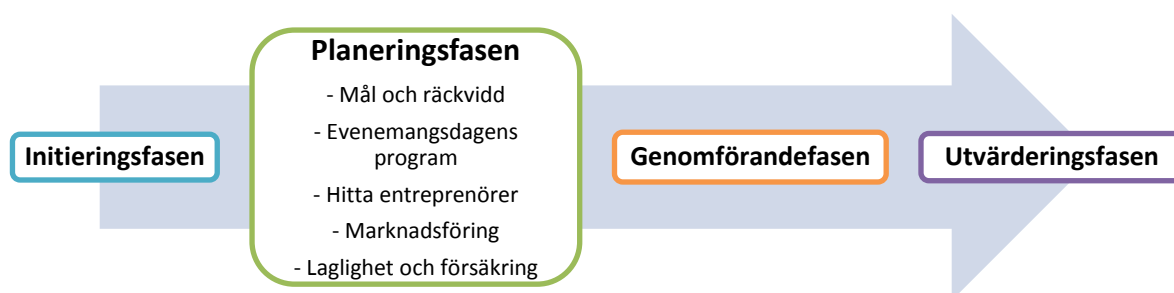
Det var även i denna fas som projektgruppen för evenemanget skapades. I enlighet med Albertsson (2004, s. 10-17) kan en projektgrupp bestå av 3-5 personer och det gjorde även vår projektgrupp. Då detta i huvudsak var mitt projekt var det automatiskt jag som blev projektledare och hade hand om de viktigaste uppgifterna kring projekt Central Sounds. Till projektet skapades även en projektplan, det vill säga ett dokument med detaljerad information om hur och när projektet skall utföras samt hur brett det kan bli (Kauhanen m.fl. 2002, s. 28-29), som fungerade som hjälp under hela processen. Ett sammandrag av denna finns att se i föregående kapitel. Då vi klargjort vad projektet skulle gå ut på skrevs det en projektbeskrivning där det kom fram uppdragsgivare, mål, tidsplan, organisation samt resurser vilket är i enlighet med Albertsson m.fl. (2001, s. 37) i teorin.

Slutligen kontaktade jag även Ungdomsstyrelsen i Pargas för att få dem intresserade av mitt evenemang då de i vanliga fall ordnar Central Sounds och andra liknande tillställningar, men även för att få dem involverade på något vis som även Isaksson nämnde i mejlet. (bilaga 1)

I det stora hela gick initieringsfasen bra. Då evenemanget ordnats flera gånger tidigare var det lätt att påbörja arbetet och i enlighet med teorin gjorde jag alla de saker som bör göras i denna fas, det vill säga: bestämde tid, plats och datum, anställde nyckelpersonal, kontaktade intressenter samt träffade min uppdragsgivare. Jag märkte dock senare under arbetsprocessen att jag skulle ha haft nytta av att säkert fastställa evenemangets målgrupp och syfte direkt i början. Det huvudsakliga syftet med evenemanget ändrade precis innan jag skulle börja arbeta vilket gjorde att jag stannade lite kvar i det gamla och glömde koncentrera mig på det nya syftet.

3.3 Planeringsfasen

Detta är fasen när planeringen av evenemanget sker. Här bör man sätta ett mål, sammanställa ett program, marknadsföra evenemanget samt sköta den lagliga delen. (Armstrong 2001, s. 10) Då detta är den fas som tar mest tid och har flest moment har jag delat upp dokumenteringen i följande tre delar: tillstånd, evenemangsdagens program samt marknadsföring. Nedan kan man åter se den modifierade versionen av evenemangsprojektets olika faser. Denna gång med tyngdpunkt på planeringsfasen och de viktiga milstolparna där (figur 4).



Figur 4: Evenemangsprojektets olika faser; planeringsfasen

För att min planering skulle fungera så bra som möjligt skapade jag en kom-ihåg lista där alla de viktiga delmomenten fanns med. Denna lista hjälpte mig under processen att komma ihåg allt som skulle göras och jag kunde även gå tillbaka till den om arbetet stod stilla. Denna kom-ihåg lista finns som bilaga till detta arbete (bilaga 2) och kan även fungera som ett hjälpmedel för dem som i framtiden kommer att organisera Central Sounds i Pargas eller övriga liknande evenemang.

Redan i ett tidigt skede av planeringsprocessen satte jag ihop en tidsplan för planeringen av evenemanget. Denna tidsplan formade jag utifrån min kom-ihåg lista och fick då med alla de viktiga momenten. För att göra det så synligt som möjligt sammanställde jag ett GANTT-schema, vilket kan ses som bilaga till detta dokument och vars mall kan användas vid planeringen av andra evenemang (bilaga 3). Ett GANTT-schema är ett flödesschema som kan användas i projekt för att synliggöra olika faser. Schemat visar beroendet mellan projektets olika faser som är utsatta på en tidsaxel. (Projektens guldgruva 2011).

Under planeringen ställde jag upp evenemangets utgifter i en kostnadskalkyl för att se hur mycket pengar som gick åt. Kostnadskalkylen kan man se nedan som bild (figur 5) och de siffror som framgår är de som har fåtts genom diskussion med de involverade parterna. Eftersom marknadsföringen bestod av planscher, evenemang på social media och gratisreklam i tidningar uppkom det inga kostnader. De olika artisterna betalade vi i enlighet med medlemmar i bandet och inkluderade resekostnaderna. Det var endast Redrama som hade ett färdigt arvode.

Kostnadskalkyl för Central Sounds 2011	
<i>Utgifter</i>	
Scen	1300
Ljud (PA)	200
Ordningsvakter	250
Polislov	50
Marknadsföring	0
Övriga kostnader	50
Band	
Antonius block	200
Lucas	500
Redrama	1300
Marty	200
Totalt	4050

Figur 5: Kostnadskalkyl för Central Sounds 2011

För att få tillgång till el i Centralparken behövde jag nycklarna till ett elskåp som finns i parken. Dessa nycklar fick jag från parkavdelningen på staden efter att jag hade varit i kontakt med parkarbetsledare Sonja Österholm. Till utvärderingen av evenemanget bestämde jag mig för att sammanställa utvärderingsblanketter som kunde delas ut under evenemangsdagen. En mall för denna blankett finns som bilaga till dokumentet och man kan på den se evenemangstemats genomgående färger och typsnitt (bilaga 4). Utvärdering är en viktig del av evenemangsplanering då man på detta vis får fram eventuella fel som gjorts samt för att kunna förbättra sina resultat i framtiden (Getz 2005, s. 377). Med dessa

blanketter kunde jag även få besökarnas åsikter om evenemanget samt ge tips åt kommande arrangörer om förbättringar. Jag hade även med en fråga angående genom vilken marknadsföringskanal besökande hade fått information om evenemanget för att se hur min marknadsföring hade lyckats.

3.3.1 Tillstånd

Jag kontaktade polisen och frågade om polislovet redan i ett tidigt skede för att hinna få ihop allting som behövs innan evenemanget eftersom polisen kan kräva olika handlingar och dokument som bilagor till lovet (Polis 2011). Efter en diskussion med polisen i kommunen berättade de att det till polislovet förutom ordningsvakter även behövs markägarens lov, vilket även var i enlighet med Vallo och Häyrinen (2008, s. 141) i teoridelen. Markägarens lov får man från stadsgeodeten på stadens miljöavdelning. För denna typ av offentliga tillställningar behövs det en viss mängd ordningsvakter vilken varierar beroende på hur många besökare evenemanget förväntas få. Tidigare gånger Central Sounds har ordnats har det funnits två ordningsvakter på plats (Isaksson Ann-Sofie 13.5.2011), men då det denna gång skulle uppträda en mer känd artist, vilket kunde innebära flera besökare, bestämde vi oss för att för säkerhets skull anställa tre ordningsvakter. Dessa ordningsvaktens personnummer, namn samt ordningsvaksnummer bör även ingå i anhållan för att få polislovet godkänt. Tre ordningsvakter anställdes och anhållan om polislovet kunde lämnas in. Polislovet finns att se som bilaga till dokumentet (bilaga 5) och är skapat på den ansökningsblankett som fås från polisstationen. Några dagar före evenemanget fick dock två av ordningsvakterna förhinder så jag fick ta upp mina kontakter igen och lyckades få två andra att ställa upp med så kort varsel. På grund av bytet av ordningsvakter måste även polislovet tillämpas med de rätta namnen och ordningsvaksnumren.

3.3.2 Evenemangsdagens program

I enlighet med Vallo och Häyrinen (2008, s. 180-181) är det bra att ha ett tema på evenemanget genom vilket man kan skapa förväntningar samt med hjälp av färger och bilder förmedla ett budskap. Temat för evenemanget Central Sounds blev att erbjuda idéer på alternativ underhållning i parken för ungdomarna. Jag kontaktade olika cirkusartister och cirkusskolor för att höra om någon ville komma och visa upp och lära ut olika grenar som jonglering, diabolo och akrobatik. Efter att jag varit i kontakt med några olika artister

och skolor fick jag reda på att det ordnades något stort cirkusevenemang i Helsingfors samma helg som Central Sounds skulle ordnas och att alla cirkusartister skulle vara upptagna där. Jag kontaktade även en vän till mig som utövat mycket parkour, en idrottsgren som går ut på att hitta nya vägar i städer genom att klättra på stängsel och hoppa över murar (Suomen Parkour ry 2010). Han är även bra på att gå på lina så jag frågade om han kunde komma och lära ut något åt ungdomarna, men även han hade förhinder. Jag fick fundera om och bestämde mig för att ha ett slags spelbibliotek på plats under evenemangsdagen. Detta skulle ge besökarna en möjlighet att testa på olika utespel samt volleyboll och frisbeegolf. Under dagen skulle spelbiblioteket fungera så att vem som helst fick låna något spel i utbyte mot att de lämnade en pant. Då jag hade fått som uppgift att involvera ungdomsstyrelsen på något vis såg jag detta som en passlig uppgift för dem så jag kontaktade därför dem och berättade om idén och de blev intresserade.

Sedan var det dags att fundera på artister till evenemanget. Det bestämdes att det detta år skulle vara band som spelade lite lugnare musik då det tidigare år har varit mycket hårdrock, punk och rock. Jag kollade tillsammans med Lassus på lite olika band och han fick sedan som arbetsuppgift att kontakta banden då han själv håller på med musik och hade mera kontakter inom området. Detta var alltså Lassus kompetensområde och uppgift i projektgruppen såsom Albertsson (2004, s. 10-17) förevisar att det bör vara i en projektgrupp. Förutom de små lokala banden kontaktade vi även några större för att ha något namn som skulle locka folk, kanske till och med från Åbo. Som Kauhanen m.fl. (2002, s. 76-77) påpekar skall man vid val av artist tänka på hur intressant artisten är för målgruppen, om dess rykte passar för organisationen samt om priset är relevant med tanke på artistens kvalitet. Agenten för de båda ska-banden, The Valkyrians och The Capital Beat, kontaktades men de hade båda något annat just den dagen så de kunde inte medverka. Till slut kontaktade vi Redramas agent då Redrama är hemma från trakten och populär bland ungdomarna. Det uppstod lite problem med att få svar från agenten så vi fick även kontakta artistens far, som är aktiv inom kulturarbetet i staden, och han föreslog att vi skulle kontakta Redrama personligen via Facebook vilket vi gjorde. Efter detta kontaktade artistens agent mig och meddelade att Redrama kunde uppträda på evenemanget. Det första priset vi blev erbjudna var för högt så vi bad om ett lägre pris, vilket godkändes så Redrama bokades. Då Redrama har jobbat så mycket inom musikindustrin och redan etablerat ett ganska stort namn hade han även ett kontrakt som vi skulle skriva på där det framkom olika regler och krav som skivbolaget hade. Jag agerade här i enlighet med teorin (Kauhanen m.fl., s. 76-77) och läste noggrant igenom kontraktet som min handledare

Isaksson sedan undertecknade och skickade tillbaka till Redramas agent. Kontraktet finns att se som bilaga till detta dokument och är ett exempel på hur ett kontrakt mellan artist och evenemangsplanerare kan se ut (bilaga 6).

Under evenemangsdagen ville jag även ha någon speaker som kunde berätta om eventuella regler, göra reklam för spelbiblioteket samt presentera de olika artisterna. Som det kommer fram i teorin (Vallo & Häyrinen 2008, s. 199) bör man vid val av speaker fundera på om denne passar in med evenemangets tema samt om man skall ta någon utomstående eller någon från organisationen. Eftersom jag var ny i staden och ingen visste vem jag var kändes det inte lämpligt att jag skulle fungera som speaker. Jag bestämde mig i stället för att ta kontakt med ordförande för ungdomsstyrelsen, Calle Wikman. Många av ungdomarna i staden känner till honom och han har även sysslat en del med stand-up så han verkade vara ett bra val. Wikman var intresserad av att medverka så han bokades som speaker.

Företaget Eastway har tidigare år ansvarat för scenen till dessa evenemang så de kontaktades även denna gång. Då de tidigare skött samma evenemang visste de vad som behövdes och jag behövde endast meddela datum och tid samt gå igenom några små detaljer. För ljud kontaktades Marcus Nordvall som har komplett PA-system och som även tidigare år skött denna sorts evenemang då staden har ordnat. Han behövde heller inte mycket mer information än datum och tid samt vilka band som skulle uppträda så kunde han sköta resten på egen hand.

När alla artister var bokade fixade jag och Lassus ett dagsprogram (figur 6) där vi bestämde i vilken ordning artisterna skulle uppträda samt vilken tid.

Dagsprogram 12.6.2011	
14.15-14.50	Marty the Random Guy
15.05-15.45	Antonius Block
16.00-16.45	Lucas
17.00-17.50	Redrama

Figur 6: Dagsprogram för Central Sounds 12.6.2011

Då vi var i kontakt med artisterna meddelade de hur länge de ville spela och vi skapade utifrån denna information ett tidschema så att alla artister skulle hinna spela så länge de

önskat. Det lokala bandet Antonius Block var, tillsammans med Redrama, de som vi antog skulle locka flest besökare till evenemanget. Trots att Antonius Block var amatörer valde vi att sätta dem som andra istället för första för att minska chansen att besökarna skulle komma för att se det första bandet och sedan avlägsna sig för att återvända till Redrama som spelade sist. Lucas som är ett ganska rutinerat band fick spela som tredje och då dagens huvudartist, Redrama, var en slutkläm på evenemanget föll lotten på Marty the Random Guy att inleda hela dagen. Då de olika artisterna behövde en stund att ställa i ordning sina instrument satte vi en femton (15) minuters paus mellan artisterna. Lassus meddelade sedan artisterna i vilken ordning de skulle spela.

3.3.3 Marknadsföring av Central Sounds

Jag skapade en marknadsföringsplan för att effektivera min marknadsföring. I enlighet med teorin innehöll min marknadsföringsplan en kort sammanfattning, en marknadsanalys, en marknadsstrategi, en tidtabell och en budget (Wood 2003, s. 5-6). Marknadsanalysen gjorde jag genom muntlig kommunikation med tidigare arrangörer. Målgrupp för marknadsföringen var ungdomar samt unga vuxna, det vill säga personer i åldersklasserna 13-30 år, men vi marknadsförde även till alla åldrar. Då ungdomarna nuförtiden är mycket koncentrerade kring sociala medier kändes detta som den bästa marknadsföringskanalen för att nå ut till målgruppen. Marknadsföringen skötte jag i huvudsak via ett evenemang på internetsidan Facebook då dagens ungdom sköter stora delar av sina sociala kontakter via internet (Kane 2011), samt genom planscher som sattes upp runt omkring i Pargas. Evenemanget på Facebook spred jag genom att bjuda in alla mina vänner samt uppmana dem att bjuda in sina vänner. Evenemanget gjordes även synligt på andra Facebook-sidor så som de olika artisternas sidor men även på sidan ”Ung i Väståboland”, så att det skulle få synlighet. Jag uppdaterade även evenemanget kontinuerligt så att det alltid skulle ge ut rätt information.

Planschen för evenemanget designade jag själv och jag valde en design som hade granna färger för att få uppmärksamhet. Den övriga marknadsföringen gick i samma färger och stil så att allt lätt kunde kopplas ihop. Planschen finns att se som bilaga till detta dokument (bilaga 7). Redrama skickade sina egna planscher som jag satte ihop med mina och placerade runt omkring i staden på anslagstavlor samt busshållplatser. Kanslisten för bildningsavdelningen på Väståbolands stad skickade även ut några planscher till de kringliggande regionerna. Utöver detta skickades även en annons till gratistidningen

NYTT. Annonsen har jag utformat med samma typsnitt o färger som den stora planschen för att man skall kunna koppla ihop dessa. Så som Vallo och Häyrinen (2008, s. 180-181) säger i teorin skall man om man har ett tema komma ihåg att det bör synas genom hela evenemanget. Denna annons kan ses nedan (figur 7) och kan jämföras med planschen som finns som bilaga (bilaga 7).



Figur 6: Annonser till gratistidningen NYTT

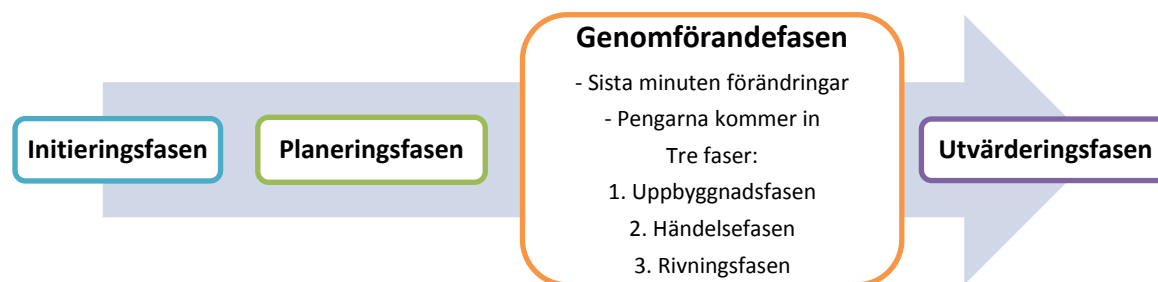
Jag skickade även in en puff, det vill säga en informativ kort text om evenemanget, till både Åbo Underrättelser och Pargas Kungörelser som båda publicerade en liten notis om evenemanget. Dessa notiser hittas som bilaga till dokumentet (bilaga 8). Evenemanget blev synligt på Väståbolands stads internetsidor dels genom ett blogginlägg som jag skrev men även genom stadens händelsekalender. Jag berättade även om evenemanget för vänner och bekanta för att skapa word-of-mouth marknadsföring. Då jag har en bekant som arbetar på den svenska radiokanalen x3m kontaktade jag även honom och frågade om han eventuellt kunde nämna mitt evenemang på radion men fick inget svar.

Då planeringsfasen är den viktigaste av de olika faserna har jag valt att här göra en skild självutvärdering av arbetet. Då jag började med planeringen av evenemanget i god tid och skapade ett tidsschema med de viktiga delmomenten flöt planeringen på utan större missöden. Det som ändå kunde ha gjorts bättre var bland annat temat för evenemanget. Jag väntade lite för länge på svar på e-post, så när det visade sig att ingen cirkusartist

kunde komma var det så pass sent i planeringen att jag inte hann fundera ut något nytt tema. Dock ordnade jag ändå i sista minuten ett spelbibliotek, för att få någon utveckling på konceptet. I valet av artister kunde jag även ha tänkt mera på vad lokalbefolkningen, alltså min målgrupp var intresserade av och inte försöka ändra på musikutbudet för mycket. Marknadsföringen borde jag även ha satsat mera på, men då det var svårt att hitta någon teori som passade till min målgrupp fick jag gå mycket efter eget huvud. Trots att ungdomarna och de unga vuxna i Pargas kan räknas till Generation Y på grund av åldern, hittade jag inga andra egenskaper som sammanknöt dessa två. Då det handlar om budgeten kunde jag även där handlat annorlunda. Då evenemanget inte var ämnat att gå på plus föll skapandet av en budget i glömska. Detta borde inte ha fått hända och jag borde tillsammans med min uppdragsgivare diskuterat detta mera och skapat en fungerande budget så att jag i slutet kunde jämföra de förväntade resultaten med utkomsten.

3.4 Genomförandefasen

Detta är den fas då själva evenemanget utförs men då man ännu har chans att göra några sista små förändringar (Armstrong 2001, s. 10). Nedan ses den modifierade versionen av faserna, nu med genomförandefasen som tyngdpunktsområde (figur 8).



Figur 7: Evenemangsprojektets olika faser; genomförandefasen

Jag hade kommit överens med Eastway att de skulle hämta scenen klockan 9 på söndag morgon. Det tog dem cirka en timme att montera scenen så att den kunde användas. Scenen var en 8*6 meters flyttbar scen. Då scenen var uppbyggd anlände Nordvall med ljud-systemet och började installera det på dess rätta platser. Jag och Lassus hjälptes åt att montera ihop två tält, ett som skulle som användas som solskydd för Nordvalls mixerbord mitt på planen samt ett som skulle fungera som Backstageområde. Under morgonen gjorde jag även i ordning en affisch med dagens program samt en som skulle synliggöra spelbiblioteket. Jag satte även upp Central Sounds-planscher på scenen som dekoration.

Till sist åkte jag och Lassus för att hämta frukter och dryck vi hade inhandlat tidigare som skulle till banden och övrig personal.

Cirka två timmar innan programmet skulle börja gjorde vi soundcheck med de tre artistgrupperna som var på plats. En timme före evenemanget skulle börja anlända ordningsvakterna och jag gick snabbt igenom dagen med dem och svarade på eventuella frågor. Wikman som skulle fungera som speaker anlände också cirka en timme före evenemanget skulle börja så vi gick igenom vad han skulle säga och jag gav lite övrig information åt honom.

Klockan 14.00 var det dags för den första artisten, Marty the Random Guy från Åbo, att äntra scenen. Han började med några lugnare låtar som han spelade på egen hand men tog sedan med en trummis och spelade några lite rockigare låtar. Efter Marty the Random Guy var det dags för det lokala bandet Antonius Block. Detta band spelar musik som kan klassas till folkrock och publiken kunde gunga till tonerna av deras musik i ungefär en halvtimme. När Antonius Block hade spelat blev det en halvtimmes uppehåll för mat- och dryckespaus eller för att låna spel, boll eller frisbee från biblioteket. Andra delen av evenemanget inleddes med bandet Lucas från Nummela. Lucas är ett band som består av sju personer som spelar folkaktig musik och vill sprida lugna toner till sina åhörare (Sound of Lucas 2011). Som avslutning på dagen äntrade Redrama scenen med sin DJ. Redramas musik är hiphop- och reggaeinfluerad och passade perfekt till det fina sommarvädret och en lugn dag i parken. Han uppträdde i cirka 45 minuter med låtar både på svenska och på engelska.

Då konserten var slut var det dags att plocka ihop allting. Nordvall skötte om att packa ihop all teknikutrustning medan jag och Lassus plockade ihop tälten, ordningsvakterna städade bort det skräp som fanns på området och artisterna bar bort sin utrustning. Det hela tog ungefär en halvtimme och sen var det bara att se till att elskåpet säkert var låst och att området såg städat och fint ut.

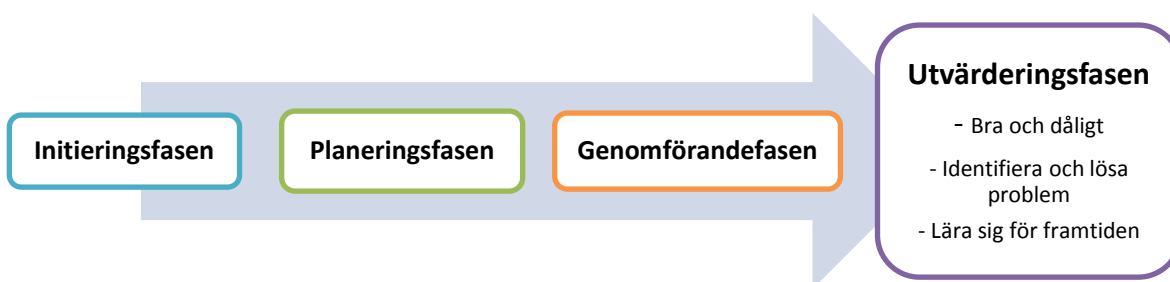
Under hela dagen hade vi spelbiblioteket öppet och det sköttes för det mesta av min bror, då ingen från ungdomsfullmäktige infann sig, men jag hade även hand om det under en kort period. Detta var något som jag inte hade kunna räknat med och jag fick i enlighet med teorin (Armstrong 2001, s. 10) göra några sista minuten förändringar för att få arrangemanget att fungera. Under hela dagen hade vi fyra kunder som kom och lånade frisbeen och bollar.

Tillställningen gick lugnt till och ordningsvakterna behövde inte ingripa en enda gång förutom för att gå och diskutera lite med en uteliggare som störde några besökare. Under början av dagen räknade vi till ungefär 130 besökare men mot slutet steg siffran till mellan 200 och 300. Då området var så stort var det svårt att bedöma antalet besökare och då det inte var någon biljettförsäljning fick vi ingen exakt besökarmängd.

Även genomförandefasen gick bra. Evenemanget hade besökare och alla artister uppenbarade sig. Vi hade gjort tidsplaneringen bra och då Eastway levererade scenen redan tidigt på morgonen blev det ingen stress för Nordvall att ställa igång ljudsystemen och alla artister hade även de god tid på sig att soundchecka. Det som jag dock kunde ha gjort bättre var att planera något program mellan artisterna eller eventuellt be min speaker förbereda något så att väntetiden inte kändes så lång. Jag kunde även ha försäkrat mig om att ungdomsstyrelsen skulle sköta om spelbiblioteket och inte bara ta för givet att någon skulle komma.

3.5 Utvärderingsfasen

Detta är den sista fasen i evenemangsprojektet och det är här som man går igenom vad som har gått fel samt vad man har gjort rätt under planeringen och utförandet av evenemanget (Andersson m.fl. 2009, s. 46). Även denna fas har jag visualiserat i samband med de fyra faserna för att utmärka dess position som sista av fyra delmoment och för att framföra de viktiga delmomenten i fasen. (figur 9)



Figur 9: Evenemangsprojektets olika faser; utvärderingsfasen

Vid utvärderingen av denna evenemangsplanering kommer jag att använda mig av Motorolametoden. Den går ut på att svara på de fyra frågorna: ”Vad gick bra”, ”Vad kunde ha gjorts bättre”, ”Vad lärde jag mig” samt ”Vad tar jag med mig i praktiken”. (Tiimiakatemia 2011) Jag valde att använda mig av denna metod då jag är van från skolan att använda den och dessutom ger den struktur åt utvärderingen och hjälper även mig att se vad som har gått bra respektive dåligt.

Vad gick bra?

Det som gick bra under evenemangsarbetsprocessen var i huvudsak att evenemanget blev av och fullföljdes utan större missöden. Jag höll mig till min tidsplan och fick allt som skulle göras gjort i tid. Artisterna som skulle uppträda på evenemanget fastställdes och jag kunde därför börja med marknadsföringen i god tid före evenemangsdagen. Även under själva evenemanget gick det mesta som planerat. Eastway som skulle hämta scenen och även Nordvall som skötte ljudet anlände då det var avtalat och de hade god tid på sig att bygga upp scenen och koppla all elektronik som behövdes. Detta gjorde så att det under dagen fanns gott om tid för de olika banden att soundchecka och även extra tid över ifall att något måste fixas i sista minuten. Alla de artister som skulle uppträda infann sig till evenemanget och ordningsvakterna kom i tid före evenemanget så att vi hann gå igenom några viktiga punkter. Under hela dagen var vädret på topp med strålende solsken och det lockade en hel del människor. Dagsprogrammet fungerade så att alla artister hade god tid på sig att göra sig klara för spelning och spela så länge som det var bestämt. Jag är i övrigt nöjd med att jag lyckades få ihop sådana artister som jag ville ha och kunde skapa en lugnare stämning under evenemanget vilket var ett av mina mål.

Vad kunde ha gjorts bättre?

Det som kunde ha gjorts bättre under evenemangsarbetsprocessen var bland annat att jag skulle ha kunnat tänka på att arrangera evenemanget på ett mindre område. På grund av det varma vädret drog sig en stor del av publiken till skuggorna vilket gjorde att planen framför scenen såg tom ut vilket den troligtvis även skulle ha gjort i vilket fall som helst då publikmängden var så liten i jämförelsen med områdets storlek. I och med det varma vädret kunde det även varit bra med någon form av dryckesförsäljning på området. Nu var evenemangsbesökarna istället tvungna att gå iväg till Hesburger i andra ändan av parken för att få något att dricka vilket ledde till att de blev borta en längre tid. Jag kunde även ha förberett mig med något program mellan artisterna. Då de flesta band nu spelade kortare än

planerat blev det lite väl långa pauser mellan artisterna vilket ledde till att många besökare valde att lämna platsen. Jag skulle lätt ha kunnat förhindra detta genom att vara mera i kontakt med min speaker och diskuterat eventuellt pausprogram som han kunde ha förberett. Jag skulle ha kunnat satsa mera på evenemangets tema och fixat mera program under dagen så som jag hade planerat. Spelbiblioteket användes visserligen men jag skulle ha kunnat ordna något program i samband med det så att flera skulle ha varit intresserade. Mitt försök att få med ungdomsstyrelsen i Pargas misslyckades också, så det skulle jag ha kunnat sätta ner mera energi på för att faktiskt få dem intresserade. Slutligen skulle jag ha kunnat satsa mera på marknadsföringen. Mitt mål var att få besökare även från de närliggande regionerna men efter att ha iakttagit publiken och diskuterat med Lassus kunde vi dra slutsatsen att det inte lyckades. Jag kunde även ha satsat mera på att bli involverad i Pargasdagarnas marknadsföring och på detta vis utövat co-branding som jag även nämner i teorin (Vallo & Häyrinen 2008, s. 52).

Vad lärde jag mig?

Under denna process lärde jag mig att planera och utföra ett evenemang. Jag insåg även under evenemangsdagen att allt inte går att planera i förväg. Det var många små saker under dagen som jag omöjligt kunnat förutse under planeringsfasen, och då var det bara att snabbt hitta på någon lösning på problemet på plats och ställe. Under planeringsfasen märkte jag hur viktigt det är med kontakter på små orter. Då jag nu planerade ett evenemang på en ort där jag inte kände någon fick jag fråga mina medarbetare om hjälp och skulle jag inte kunnat utnyttja deras kontaktnät skulle evenemanget troligtvis inte blivit lika lyckat. Då jag kontaktade olika människor och organisationer till mitt evenemang märkte jag ganska snabbt att trots att det är lätt att skicka mejl får man ändå snabbare och bättre svar om man ringer personen i fråga. Jag märkte också i efterhand att jag marknadsförde evenemanget i för liten skala för att nå mitt mål med att locka besökare även från de kringliggande regionerna. Tills sist lärde jag mig under hela evenemangsarbetsprocessen att det inte alltid går att arbeta helt i enlighet med teorin utan att man ibland måste ta egna initiativ och arbeta efter det som känns bäst för situationen.

Vad tar jag med mig i praktiken?

Det som jag tar med mig i praktiken efter att ha planerat och utfört detta evenemang är i huvudsak erfarenhet inom evenemangsplanering, men även att man alltid bör ha flera

backup-planer ifall att något går fel i slutskedet. Jag kommer även att kunna arbeta mera självständigt med evenemangsplanering samt satsa mera på att nå mina utsatta mål.

3.5.1 Publikens utvärdering

För att förenkla utvärderingen av evenemanget skapade jag utvärderingsblanketter som jag hade som mening att dela ut bland evenemangets besökare. Detta blev dock bortglömt under evenemanget så jag bad istället Lassus att skicka ut dessa i efterhand till vänner som han visste att hade besökt evenemanget. Lassus skickade ut fem stycken och fick svar på två och även jag bad en vän att fylla i det. Dessa svar fungerar inte som en helhetsbild av vad besökarna tyckte utan fungerar mera som förbättringsförslag.

Respondenterna tyckte att det nya musikutbudet var bra men även den lediga stämningen under dagen. Det som hade varit dåligt under dagen var de långa pauserna som uppstod mellan artisterna samt den öppna evenemangsplatsen. Det som saknats under dagen var i huvudsak någon sorts försäljning av drycker men även en riktigt bra speaker mellan artisterna. Som förbättringsförslag kom, förutom de tidigare nämnda punkterna, också marknadsföringen fram. Alla respondenter hade fått information om evenemanget via internetsidan Facebook men en hade även sett planscherna runt om i staden. Genom dessa svar kan jag dra slutsatsen att de punkter som respondenterna tyckte att var dåliga även var de samma som jag observerade under dagen. Detta är sådana punkter som man bra kan tänka på i framtiden, i huvudsak de som ordnar Central Sounds men även jag då jag ordnar andra evenemang.

3.5.2 Förbättringsförslag

Utifrån svaren på utvärderingsblanketterna samt genom min egen utvärdering kan jag skapa förbättringsförslag för evenemanget Central Sounds. Det som tydligast märktes under dagen var att det saknades någonstans att köpa drycker eller något att äta. Detta kunde arrangörerna lätt åtgärda genom att antingen be någon företagare komma dit och ha hand om försäljningen eller sedan kunde arrangören själv handla in en mängd drycker och sälja dem till ett förmånligt pris. Med någon liten försäljning kunde arrangörerna få in lite extra pengar och då istället kanske kunna satsa mera på underhållningen. Det som även kunde förbättras med evenemanget är något övrigt program utöver musikunderhållningen. Detta år fanns det visserligen ett spelbibliotek på plats, men de som organiserar

evenemanget kunde även planera någon tävling eller annan underhållning. Det kunde även löna sig för arrangörerna att satsa på någon riktigt bra speaker som skulle få igång publiken och skapa en trevlig stämning. Till sist kunde det även satsas mera på budgeten. Bara för att evenemanget inte ger någon vinst är budgeten ändå en viktig del och bör inte glömmas bort.

Det som har gått bra under själva dokumenteringen är det att jag läste och skrev ner grunderna för evenemangsplanering innan jag började planera och dokumenterade sedan arbetsprocessen medan jag arbetade då den ännu var i färskt minne. Det som jag kunde ha gjort bättre är att jag kunde ha läst ännu mera före, och på det viset fått bättre struktur på arbetet. Det som jag har lärt mig är att kombinera teori och praktik och jag kommer i framtiden att kunna ta med mig en förmåga att dokumentera ett praktiskt arbete. Utvärderingsfasen var den kortaste och sista fasen men trots det inte mindre viktig än de andra. Trots att jag glömde att dela ut utvärderingsblanketterna under evenemanget kunde jag ändå åtgärda det i efterhand. Då jag inte sökte efter något mängdresultat utifrån utvärderingsblanketterna räckte de tre respondenterna bra till och de kunde komma med förbättringsförslag för kommande år.

4 SAMMANFATTNING

Syftet med detta examensarbete var att arrangera en utomhuskonsert för unga och unga vuxna i Pargas i juni 2011. Projektet kom till då uppdragsgivaren, Isaksson på Väståbolands stad önskade få utveckling på ett befintligt koncept. Denna utveckling kunde vara att organisera något program vid sidan om musiken. De metoder jag har använt mig av för att uppnå mitt syfte och mina mål är att innan själva planeringen bekanta mig med teori om evenemangsplanering, marknadsföring och projektarbete och sedan anpassa det jag lärt mig i den praktiska arbetsprocessen. En projektgrupp som stod för planeringen skapades och de olika medlemmarna hade skilda ansvarsområden. Planeringen av evenemanget gick sedan enligt teorin och utfördes som planerat och jag dokumenterade evenemangsarbetsprocessen enligt fyra faser. Slutprodukten för detta examensarbete var ett evenemang som kunde erbjuda utveckling från tidigare år med nya artister, lugnare musik, samt ett spelbibliotek. Målsättningarna för projektet var att skapa ett evenemang som attraherar även äldre ungdomar, erbjuder alternativ sysselsättning i parken samt lockar besökare från andra städer. Evenemanget erbjöd alternativ sysselsättning och utifrån iakttagelse under evenemangsdagen kunde vi dra slutsatsen att äldre ungdomar än tidigare besökt evenemanget. Dock kunde inte ungdomar från andra städer lockas till evenemanget och detta berodde troligtvis på bristfällig marknadsföring. För att under kommande evenemang skapa en bättre upplevelse bland besökare kunde arrangörerna satsa på någon sorts försäljning, något program utöver musiken samt satsa mera på någon speaker.

KÄLLFÖRTECKNING

Tryckta källor

Albertsson Sten 2004. *ABC i projektarbete*. Bonniers: Falköping

Albersson Sten, Lindstrand Lars & Lundquist Olof 2001. *Projekt & Företagande*. Bonniers: Falköping

Allen Johnny, McDonnell Ian, O'Toole William & Harris Rod 2002. *Festival and Special Event Management*. Wiley: Sydney

Allen Judy 2009. *Event Planning*. Wiley: Canada

Andersson Tommy, Larsson Mia & Mossberg Lena 2009. *Evenemang – från organisering till utvärdering*. Studentlitteratur AB: Lund

Armstrong James 2001. *Planning Special Events*. Jossey-Bass: Kalifornien

Getz Donald 2005. *Event Management & Event Tourism, 2nd Edition*. Cognizant Communication Corporation: New York

Kauhanen Juhani, Juurakko Arto & Kauhanen Ville 2002. *Yleisötopahtuman suunnittelu ja toteutus*. Dark Oy: Vanda

Korkeamäki Anne, Pulkkinen Irma & Selinheimo Raili 2001. *Kundservice och Marknadsföring*. Gummerus Printing: Jyväskylä

Shone Anton 2001. *Successful Event Management*. Continuum: London

Soutar Carolyn 2005. *Staging Events – A Practical Guide*. Cromwell Press: Great Britain

Vallo Helena & Häyrynen Eija 2008. *Tapahtuma on tilaisuus*. AS Pakett: Tallin

Vilkka Hanna & Airaksinen Tiina 2003. *Toiminnallinen opinnäytetyö*. Tammi: Jyväskylä

Wood Marian Burk 2003. *The marketing plan – a handbook*. Pearson Education Inc.: New Jersey

Internetkällor

Kane Sally 2011. *Generation Y*. Hämtad: 29.4.2011. Tillgänglig:
www.legalcareers.about.com

Polis 2011. *Anmälan om offentliga tillställningar*. Hämtad: 18.6.2011. Tillgänglig:
www.poliisi.fi

Projektens guldgruva 2011. *Gantt-schema*. Hämtad: 5.9.2011. Tillgänglig:
www.harmonit.se

Sound of Lucas 2011. *Lucasin tarina*. Hämtad: 31.8.2011. Tillgänglig:
www.soundoflucas.com

Suomen Parkour ry 2010. *Kysymyksiä & vastauksia*. Hämtad: 31.8.2011. Tillgänglig:
www.parkour.fi

Tiimiakatemia. *Pre- ja postmotorolat*. Hämtad: 20.10.2011. Tillgänglig:
<http://tiimiakatemia.wordpress.com>

Väståboland 2010. *Budget 2011 och ekonomiplan 2011-2013*. Hämtad: 15.9.2011
Tillgänglig: www.vastaboland.fi

Väståbolands stad 2011. *Kultur*. Hämtad 13.5.2011. Tillgänglig: www.vastaboland.fi

Muntliga källor

Isaksson Ann-Sofie, Kulturchef vid Väståbolands stad. 13.5.2011

BILAGA 1 – MEJL FRÅN UPPDRAGSGIVARE

praktikant

Fia Isaksson

Skickat: den 21 april 2011 14:50

Till: Nina Robertsen

HEJ!

Det är alltså Sara Söderlund som skall komma som praktikant. Skulle vara jättebra om du kunde möta upp med henne den 26.5 kl.10.00 i stadshuset.

Ursprungligen var det meningen att hon skulle arrangera en konsert den sista skolveckan men nu meddelade Annika igår att det inte passar dem detta år med en konsert, trots att vi ifjol beslöt att detta skulle göras varje år, men kanske det är helgen mitt i veckan som räddar till det hela.

Vi har ju räknat med att hålla en konsert i början av sommaren och det skulle ju ha varit den här som nu då inte blir av. Kanske man då istället skulle arrangera en konsert vecka 23, dvs en helt allmän konsert veckan efter att skolorna har börjat. Detta kunde Sara, Linus och du fundera på. Vardagskväll (eller fler mindre den veckan) eller söndagen den 12.6. Skulle vara kul om det kunde vara något mer än bara konsert, t.e.x frisbee-golf turnering (uppvisning), styltar, radiostyrda bilar, gympa, dans, konst ja va sjutton som helst samtidigt som ett jippo.

Huvudansvaret för att planera och genomföra skulle givetvis vara Saras men hon behöver säkert hjälp. Kanske en del av tillställningen skulle vara för yngre och resten för ungdomar... men ni skall involvera ungdomsstyrelsen (sturelserna) i arbetet. Kanske de kan tävla mot varandra i något...

Jag är tillbaka den 9.5 och då skall det bli spännande att höra vad ni kommit fram till.

Trevlig påsk!

Ann-Sofie "Fia" Isaksson

kulturchef / kulttuuripäällikkö

Västabolands stad / Länsi-Turunmaan kaupunki

Strandvägen 28 / Rantatie 28

PARGAS / PARAINEN

FINLAND

+ 358 (0)50 596 2601

fia.isaksson@vastaboland.fi / fia.isaksson@lansi-turunmaa.fi

BILAGA 2 – KOM-IHÅG LISTA

Kom ihåg lista

- Lov
 - Polisen
 - Markägarens
- Ljud (PA)
- Scen
- Ordningsvakter
- Artister
- Budget
 - Sponsorer
- Marknadsföring
 - Planscher
 - Facebook
 - Tidningar
- Ström
 - Nyklar till elskåp
- Sanitetsmöjligheter
- Speaker
- Övrigt program

BILAGA 3 – GANTT-SCHEMA

GANTT-Schema

	vecka 19					vecka 20					vecka 21					vecka 22			Vecka 23						vecka 24									
Tidpunkt	9.5	10.5	11.5	12.5	13.5	16.5	17.5	18.5	19.5	20.5	23.5	24.5	25.5	26.5	27.5	30.5	31.5	1.6	2.6	3.6	6.6	7.6	8.6	9.6	10.6	11.6	12.6	13.6	14.6	15.6	16.6	17.6		
CENTRAL SOUNDS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X							
Marknadsföring																																		
Planscher	*	X	X	X	X	X	X	X	X	D																								
FB-grupp	*					D	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Ekonomi																																		
Sponsorer		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	D																			
Budget							X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	D															
HR																																		
Banden	*	X	X	X	X	X	X	X	X	D																								
Cirkus							X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	D																
Ordningsvakter	*	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	D																			
Teknik																																		
Scen	*	X	X	X	X	X	X	X	X	D																								
Ljud	*	X	X	X	X	D																												
Övrigt																																		
Polislov	*					X	X	X	X	X	X	X	X	X	D																			
Dagsprogram											X	X	X	X	X	X	X	X	X	D														
Utvärdering																											D	X	X	X	X	D		

Central Sounds

1. Vad tycker du var bra med dagen?

2. Var det något du tyckte var dåligt med dagen?

3. Var det något som du tyckte att saknades under dagen?

4. Några förbättringsförslag för kommande år?

5. Hur fick du information om konserten?

- Facebook
- Plansch
- Medier
- Övrigt _____



Tack för din medverkan!

BILAGA 5 – POLISLOV 1 (2)



ANMÄLAN
om ordnande av offentlig tillställning

1 (5)


Nr 8424 / Y 3038 / 2011

Polisinrättning	Polisinrättningen i Egentliga Finland, Västebolands polisstation			
Tillställningens arrangör	Namn (fysisk person) / Namn (juridisk person) SARA SÖDERLUND / VÄSTABOLANDS STAD		Personbeteckning/FO-nummer	
Kontaktuppgifter	Gatuadress STRANDVÄGEN 28		Telefon	
	Postnummer och postanstalt 21600 PARGAS			
	Kontaktperson SARA SÖDERLUND		Telefon 040 7291808	
Tillställningen	Tillställningens namn CENTRAL SOUNDS			
Tidpunkten för tillställningen	Övervakningen av ordningen inleds datum och klockslag	Tillställningen börjar, datum datum och klockslag	Tillställningen slutar datum och klockslag	Tillställningen är avbruten, datum och klockslag
	12.6.2011 kl 13:00	12.6.2011 kl 14:00	12.6.2011 kl 18:00	kl
	kl	kl	kl	kl
	kl	kl	kl	kl
	kl	kl	kl	kl
De konstruktioner som behövs för tillställningen är klara datum och klockslag 12.6.2011 kl 10:00		Övervakning av ordningen behövs datum och klockslag 12.6.2011 kl 15:00 - 19:00		
Platsen för tillställningen	Plats och adress för tillställningen CENTRALPARKEN, STRANDVÄGEN, PARGAS			
	Uppskattat antal besökare/dag 200		Uppskattad total publikmängd 200	
	Tillställningens uppskattade verkningsområde (på en karta anges platsen för tillställningen, tillställningens närområden och övriga eventuella verkningsområden.) <input type="checkbox"/> Karta som bilaga			
Program	Programmets innehåll FYRA STYCKEN BAND = PEDRAMA, ANTONIUS BLOCK, LUCAS, MARTY THE RANDOM GUY			
Inträdes- eller annan avgift	<input type="checkbox"/> €			
	<input checked="" type="checkbox"/> Uppbärs ej			
Musik	<input checked="" type="checkbox"/> Vid tillställningen framförs musik		<input checked="" type="checkbox"/> Levande musik	
	<input type="checkbox"/> Framförs ej		<input type="checkbox"/> Teostos tillstånd att framföra musik nr	
Servering	<input type="checkbox"/> Ej servering			
	<input type="checkbox"/> Serveringstillstånd finns			
Uppskattning av de verkningar tillställningen har på ordningen och säkerheten	<input type="checkbox"/> Ansöks om serveringstillstånd			
	Arrangörens egen uppskattning av de verkningar tillställningen har på ordningen och säkerheten på platsen för tillställningen och dess närområden			
Uppskattning av det antal ordningsvakter som behövs	Arrangörens egen uppskattning av det antal ordningsvakter som behövs			
	Dag 1 3	Dag 2	Dag 3	Dag 4
Ordningsvakter	Till ordningsvakter får utses personer som ger sitt samtycke till detta och innehar ett av polisen meddelat, giltigt godkännande som ordningsvakt. Tillställningens arrangör utser ordningsvakterna, vilka var och en för sin del skall ge sitt samtycke till detta.			
	<input type="checkbox"/> För tillställningen utses ej ordningsvakter			

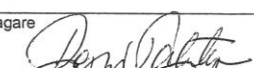

SM-2008
428.692.01.002/23.9.2009

BILAGA 5 – POLISLOV 2 (2)

ANMÄLAN 2 (5)
om ordnande av offentlig tillställning

	<input checked="" type="checkbox"/> Namnen på de personer som utsetts till ordningsvakter, deras personbeteckningar och numren på deras ordningsvaktkort bifogas
Tillfälliga ordningsvakter	Med beaktande av tillställningens omfattning och natur samt av andra särskilda skäl kan polisinsättningen på den ort där tillställningen ordnas för en enskild tillställning eller för en serie tillställningar som ordningsvakter godkänna också personer som har gett sitt samtycke till att vara ordningsvakt vid tillställningen i fråga men saknar (gällande) godkännande av polisen att arbeta som ordningsvakt. <input type="checkbox"/> Det framställs inte att tillfälliga ordningsvakter skall utses för tillställningen. <input type="checkbox"/> Namnen på de personer som har föreslagits till tillfälliga ordningsvakter och deras personbeteckningar bifogas. Det ovan nämnda godkännandet som tillfällig ordningsvakt för en enskild tillställning eller för en serie tillställningar kostar 15 € per godkänd eller förkastad person.
Säkerhetsplan	En säkerhetsplan har utarbetats för upprätthållandet av allmän ordning och säkerhet vid tillställningen <input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nej
Räddningsplan	En räddningsplan har utarbetats för tillställningen <input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nej
Trafikdirigeringsplan	En plan för dirigering av trafiken har utarbetats för trafikarrangemangen i anknötning till tillställningen <input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nej
Övriga uppgifter och utredningar	
	Bilagor _____ st.
Datum och underskrift (anmälaren)	Datum 24.5.2011 Underskrift 

Myndighetens anteckningar:

Anmälan inlämnats	Dat. 24.5.2011	Mottagare 
Anmälningsförfarandet har granskats och godkänts	Dat. 24.5.2011	 RAIMO TAKATUPA avdelningssekreterare esastosihteeri
Beslut, i vilket ingår föreskrifter för ordnandet av den offentliga tillställningen	<input type="checkbox"/> Med anledning av anmälan meddelas ett separat beslut	Avgift 18 €
Avgift	<input type="checkbox"/> Avgiften 18 € har betalats <input type="checkbox"/> Avgiften 47 € har betalats <input checked="" type="checkbox"/> Har ej betalats	räkning
Överenskommet sätt för delgivning av beslutet eller anmälnings godkännandeförfarande	<input checked="" type="checkbox"/> Sänds per post till adress <input type="checkbox"/> Sänds per fax till nummer <input type="checkbox"/> Sänds per epost till adress <input type="checkbox"/> Avhämtas	

BILAGA 6 – KONTRAKT MED ARTIST 1 (2)



WARNER MUSIC LIVE

SOPIMUS
nro 11 287

pe 13.5.2011
sivu 1/1

Ohjelman tilaaja
Sara Söderlund
Länsi-turunmaan kaupunki - kulttuuriosasto
Rantatie 28
21600 Parainen

Ohjelman toimittaja
HMC- Helsinki music company oy
PL 74
00211 Helsinki

1§ SOPIMUKSEN KOHDE

Tällä sopimuksella vahvistetaan pe 13.5.2011 tehty suullinen sopimus, jossa tilaaja sitoutuu ottamaan esiintyjän tilaisuuteensa tässä dokumentissa mainituin ehdoin.

Esiintyjä:	Redrama
Paikka:	Central Sounds (Paraisten keskuspuisto), Parainen
Aika:	su 12.6.2011
Loppu:	
Esiintymistila käytössä:	tba
Soundcheck valmis:	tba
Yleisön paikallepääsy:	tba
Esiintymisen aloitus:	n. 17.00
Esiintymisaika:	n.50min
Tilaisuus päättyy:	tba

2§ TOIMITUKSEN HINTA JA MAKSUEHDOT

Tilaaja sitoutuu suorittamaan esiintymispalkkion kertakaikkisen korvauksena seuraavasti:

Esiintymispalkkio: 1 300,00 € Alv0%

Korvaus suoritetaan laskulla viimeistään laskun eräpäivänä.

3§ MUUT SOVITUT EHDOT

Kantoapu sisään:	Ei
Kantoapu ulos:	Ei
Ruokailu:	Kyllä, 4 hengelle
Majoitus:	Ei
Tekniikka:	Järjestäjä huolehtii tekniikan
Julisteet:	15kpl julisteita

4§ SOPIMUKSEN MÄÄRÄAJAT

Tämän sopimuksen palauttamatta jättäminen ei vapauta tilaajaa suullisen sopimuksen velvoitteista. Tämä sopimus on palautettava allekirjoitettuna viimeistään: **ti 31.5.2011**.

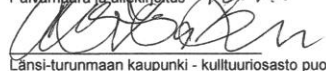
Sopimus voidaan purkaa viimeistään 30 vuorokautta ennen esiintymistä. Purku on tehtävä kirjallisesti.

5§ MUUT OHJELMATOIMITUSEHDOT

Tilaajan puolesta allekirjoittanut on lukenut tämän sopimuksen, sekä yleiset ohjelmatoimitusehdot ja sitoutuu noudattamaan niitä.

Minä/Me järjestäjän puolesta allekirjoittaneet olen/olemme lukeneet sopimuksen sekä yleiset sopimusehdot ja sitoudumme niitä noudattamaan ja menemme kaikista tämän sopimuksen mukaisista järjestäjän velvoitteista omavelkaiseen takaukseen.

Päivämäärä ja allekirjoitus 13.5.2011


Länsi-turunmaan kaupunki - kulttuuriosasto puolesta


Nimenselvennys


HMC- Helsinki music company oy puolesta


Nimenselvennys

YHTEYSTIEDOT

HMC- Helsinki music company oy	(keskus) +358 (0)10 8417550
Hannula Jake	0503010868
Central Sounds (Paraisten keskuspuisto), Parainen	
Parainen	
Länsi-turunmaan kaupunki - kulttuuriosasto	
Söderlund Sara	0407291808
Redrama	
Hannula Jake	0503010868

HMC- Helsinki music company oy
PL 74

00211 Helsinki

Y-tunnus: 1936163-1
p.(keskus) +358 (0)10 8417550
www.hmc.fi

BILAGA 6 – KONTRAKT MED ARTIST 2 (2)



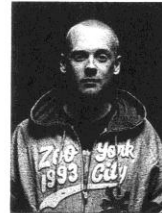
WARNER MUSIC LIVE

TÄMÄ RIDER ON OSA SOPIMUSTA.
PYYDETÄÄN PALAUTTAMAAN SOPIMUKSEN LIITTEENÄ.
MIKÄLI RIDERISSÄ ON KOHTIA, JOISTA HALUAT
SOPIA ERIKSEEN, OTATHAN YHTEYTTÄ HYVISSÄ
AJOIN ENNEN KEIKKAA, KIITOS.

WARNER MUSIC LIVE
Vattuniemenkatu 21, 00210 Helsinki
puh: 010 8417550 (Vaihe)

KONTAKTI:
Keikkamyynti: Jake Hannula 050 301 0868
Laskutus: Tiina Aho 045 634 9307
Tekniikka (FOH): Sami Torvinen 050-5489029

REDRAMA -RIDER
VERSIO 1.2010



- 1. TEKNIikka JA KANTOAPU** (mikäli järjestäjä huolehtii PA:n ks.erillinen tekniikkarider ja lavakartta)
Ks.myös varsinaisen sopimuksen kääntöpuoli – yleiset sopimuehdot.
Kantoavuksi 2-4 työkuuntoista kantajaa tekniikkaryhmän saapuessa ja poistuessa paikalta.
- 2. TURVALLISUUS**
Esiintymisen ajaksi lavan / esiintymispisteen molemmille puolille 2-3 järjestysmiestä, sekä 1 järjestysmies miksauspöydän viereen tekniikan turvaamiseksi. Esiintyjien saapuessa paikalle on järjestysmiesten osoitettava turvallinen ja mahdollisimman yleisöltä näkymätön reitti takahuonetiloihin. Lavalle ja takahuonetiloihin oltava yleisöltä pääsy 100% estetty. Vähintään 4 ammattitaitoista järjestysmiestä turvaamaan esiintyjän koskemattomuus mahdollisessa nimikirjoituslaisuudessa.
Huom! Henkilökunnalle tarkoitetut nimikirjoitukset jaetaan tapahtuman jälkeen, ei työtehtävän aikana!
- 3. ESIINTYMISEN KUVAAMINEN**
Esiintymisen videokuvaaminen / äänittäminen on kaikissa olosuhteissa kiellettyä.
- 4. TAKAHUONE**
Takahuoneen tulee olla erillinen pukeutumistila (ei lavan yhteydessä), jossa:
 - pöytä, tuoleja ja vaatenaulakko
 - riittävä lämmitys ja valaistus
 - kokovartalopeili
 - jääkaappi
 - WC (esiintyjien yksinomaisessa käytössä) / mielellään myös suihkutila
 - lukittava ovi (avain luovutettava artistin edustajalle)
- 5. TARJOILU**
Takahuoneessa tulee olla yhtyeen saapuessa paikalle:
 - 1 sekakori (0.5l), coca-cola, sprite, fanta ja aqua (huom! myös light)
 - 1 sekakori olutta ja siideriä (ei nuorisotapahtumissa)
 - 1 plo kuohuviiniä (ei nuorisotapahtumissa)
 - 1 viinapullo (ei nuorisotapahtumissa)
 - 10 x energiajuomaa (battery)
 - 15 x pullotettua hiilihapotonta vettä (0.5l)
 - voileipiä / sämpylöitä
 - hedelmiä
 - 7 x puhtaita froteepyyhkeitä (tarkeitä)
 - 10 drinkkilippua (baarikeikoilla)
- 6. RUOKAILU** (mikäli sovittu erillinen ruokailu järjestäjän toimesta)
Lämmin ruoka, jossa vaihtoehtoina oltava liha, kana, kala ja kasvisvaihtoehdot.
Ruokailuun sisältyy myös yksi ruokajuoma. (huom. myös olut/siideri)
- 7. MAJOITUS** (mikäli sovittu järjestäjän hoidettavaksi)
Hotellimajoitus yhden (1) ja kahden (2) hengen huoneissa (ks.sopimus). Huoneiden oltava siistejä, ja kaikissa oma wc/suihku, tv.

tekniikka mailla!

*valitettavasti kaikki tuntuu
ei järjestetty kuin konsertti
järjestetään puolesta*

Järjestäjä vakuuttaa tutustuneensa tähän sopimusliitteeseen ja sitoutuu sitä noudattamaan:

Järjestäjän allekirjoitus



Central Sounds
The laidback version

12.6.2011
Central Park
Pargas/Pärainen

14-18
Free

REDRAMA
marty the random guy
antonius block
lucas

Central Sounds på söndag

På söndag (12.6) är det dags för Central Sounds, konserten i Centralparken. Först på scen är bluesmannen "Marty the Random Guy" kl. 14 och efter det fortsätter lokala folkrockbandet "Antonius Block". "Lucas" från Nummela, med en färsk skiva i bakfickan, fortsätter på folklinjen under eftermiddagen och dagen avslutas strax före kl. 18 med "Redrama".

Det spelas lite lugnare musik och såväl de yngsta som äldsta kommer att trivas på denna alkoholfria gratiskonsert, lovar arrangörerna i staden.

Pargas Kungörelser 9.6.2011

Redrama och folkmusik i Pargas

Söndagen den 12 juni hålls parkkonserten Central Sounds i Centralparken i Pargas.

Först ut på scen är **Marty the Random Guy**, som spelar klockan 14. Övriga uppträdande är det lokala folkrockbandet **Antonius Block** och **Lucas** från Nummela. Dagen avslutas klockan 18 med rapartisten Redrama.

Konserten är gratis och alkoholfri och passar för stora och små.

Ungdomsstyrelsen finns på plats under dagen och lånar ut utomhusspel som kubb, petanque och frisbee.

Åbo Underrättelser 8.6.2011