

# Yleisötapahtuman tuottaminen ja kehittäminen, case: Koisorock 2011



Pekkanen, Janne

Laurea-ammattikorkeakoulu  
Laurea Leppävaara

**Yleisötapahtuman tuottaminen ja kehittäminen,  
case: Koisorock 2011**

Pekkanen, Janne  
Hotelli- ja ravintola-alan  
liikkeenjohdon koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Elokuu, 2011

Pekkanen, Janne

**Yleisötapahtuman tuottaminen ja kehittäminen, case: Koisorock 2011**

Vuosi 2011 Sivumäärä 34

---

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena on luoda jäsenelty toimintamalli tulevien Koisorock-tapahtumien suunnittelu- ja toteutusprosessille. Tarkoituksena on kehittää prosessista hallittu kokonaisuus, joka aloitetaan perusteellisella suunnittelulla asetettujen tavoitteiden mukaisesti ja päätetään projektiorganisaation palkitsemiseen ja projektin asianmukaiseen arviointiin. Tavoitteena on kehittää tapahtumaa eri projektinhallinnan ja tapahtuman tuottamisen teorioiden avulla. Opinnäytetyön toteutuksessa on yhteistyökumppanina Vantaan Elävän Musiikin Yhdistys, joka toimii Koisorock-tapahtuman taustaorganisaationa.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa esitellään eri teorioiden avulla yleisötapahtuman suunnittelu- ja toteutusprosessi. Prosessi on jaoteltu Kai Ruuskan luoman mallin mukaisesti projektin käynnistys-, rakennus- ja päättämisvaiheisiin. Käynnistysvaihetta tarkastellaan tavoitteiden ja budjetoinnin näkökulmista, rakennusvaihetta varainhankinnan, sponsoroinnin, markkinoinnin, tiedottamisen, turvallisuuden sekä viranomaisyhteistyön näkökulmista. Päättämisvaihetta tarkastellaan tapahtuman onnistumisen arvioinnin, tapahtumaorganisaation ja sidosryhmien kiittämisen, organisaation palkitsemisen sekä loppuraportin laatimisen näkökulmista.

Koisorock-2011 tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa sovellettiin eri projektinhallinnan ja tapahtuman tuottamisen teorioita ja tuloksena tapahtuman talouden seuranta sekä projektiorganisaation sisäinen viestintä tehostui. Tapahtuman toteutukseen nimetty projektiorganisaatio toimi edellisvuosia tehokkaammin ja tapahtumalle asetetut tavoitteet auttoivat ryhmää toimimaan aiempaa päämäärätietoisemmin. Projektiryhmä kykeni viemään tapahtumaa haluttuun suuntaan ja luomaan vankan pohjan seuraavien vuosien tapahtumille.

Pienten ja talkootyönä toteutettavien tapahtumien kehittämisessä sovelletaan tapahtuman erityispiirteitä vastaavia teorioita. Jokainen tapahtuma on yksilöllinen projekti, joka etenee esiselvityksistä projektiorganisaation kiittämiseen ja palkitsemiseen. Projektipäällikön tärkeimpiä tehtäviä on viestinnän ylläpito ja edellytysten luominen projektiryhmän toiminnalle. Pienten tapahtumien markkinoinnissa, joissa rahoituksen lähteet ovat pääosin ulkopuolisia, korostuu suhdetoiminnan merkitys. Kekseliäisyys, eri sosiaaliset mediat ja hyvät suhteet mediaan helpottavat tapahtuman markkinointia merkittävästi. Tapahtuman koosta riippumatta talouden seurannan on oltava huolellista ja ajantasaista, jotta rahoitus vastaisi todellista tarvetta.

Pekkanen, Janne

**Managing and Developing a Public Event, Case: Koisorock 2011**

Year	2011	Pages	34
------	------	-------	----

---

The objective of this thesis was to develop the planning process and execution of the Koisorock-festival by using different theories and literature about project and event management. The thesis was commissioned by Vantaan Elävän Musiikin Yhdistys.

The theoretical section of the thesis consists of project and event management theories and literature. The theory part is divided into the founding, building up and finishing phases of a project according to Kai Ruuska's Project Management theory. The founding phase is made up of event budgeting and objectives. The building phase comprises event financing, sponsorships, marketing, public relations and safety. The ending phase again includes event evaluation and proper ways to end an event.

As a result of this thesis the planning and execution process of Koisorock-2011 was developed into a properly managed project. Internal communication and financial management of the event are more efficient. Setting exact objectives for the event helped the project group to work in a more purposeful manner. Using project and event management literature alleviated the event planners in creating solid ground for upcoming events.

Every event is an individual project that starts with preliminary studies and ends with evaluation and rewarding the event organisation. There is no universal standard for planning an event but there are certain standards of activity that can be used in every event planning process. The most important task of a project manager is to take care of the communication between the project group and different interest groups. When working with limited resources the importance of public relations in event marketing is significant.

Keywords     Project management, event management

## Sisällys

1	Johdanto .....	6
2	Toimintaympäristö .....	7
3	Yleisötapahtuman tuottaminen projektina .....	8
	3.1 Käynnistysvaihe .....	8
	3.2 Rakentamisvaihe .....	10
	3.3 Päätätmissvaihe .....	14
4	Koisorock 2011 .....	16
	4.1 Porukka kasaan: tavoitteet korkealle ja kunnan budjetti .....	16
	4.2 Rokit toteen: markkinointia, varainkerjuuta, hikeä ja byrokratiaa .....	18
	4.3 H-hetki lähestyy .....	21
	4.4 Kunnialla loppuun: kritiikkiä, palkitsemista, arviointia .....	23
5	Yhteenveto .....	28
6	Johtopäätökset .....	29
	Lähteet: .....	32
	Kuvat ja kuviot .....	33
	Liite 1: Koisorock 2011 yhteistyösopimus pohja .....	34

## 1 Johdanto

Olen ollut kaksi vuotta mukana järjestämässä Koisorock-nimistä rocktapahtumaa yhdessä Vantaan Elävän Musiikin Yhdistyksen kanssa ja näinä kahtena vuotena olen huomannut paljon puutteita tapahtuman suunnittelu- ja toteutusprosessissa. Aikaisempien vuosien taloudenseuranta on ollut erittäin suurpiirteistä ja esimerkiksi vuoden 2010 Koisorockin suunnittelusta ja toteutuksesta ylijääneistä varoista ei edelleenkään ole tarkkaa tietoa. Työnjako sekä viestintä aikaisempien vuosien projektiryhmien kesken on ollut myös erittäin puutteellista. Aikaisempien vuosien tapahtumille ei ole koskaan asetettu selkeitä tavoitteita ja tapahtuman loppuunvienti on aina jäänyt enemmän tai vähemmän vaillinaiseksi.

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena on kehittää Koisorock-tapahtumaa eri tapahtuman tuottamisen ja projektinhallinnan teorioiden sekä kirjallisuuden avulla. Tavoitteena on myös luoda jäsenllympi toimintamalli tulevien vuosien Koisorock-tapahtumien suunnittelu- ja toteutusprosessille, sekä muille VELMU ry:n vastaaville projekteille. Projektinhallinnan ja tapahtuman tuottamisen teorioiden avulla Koisorockin suunnittelu- ja toteutusprosessista on tarkoitus tehdä paremmin hallittu kokonaisuus, joka aloitetaan perusteellisella suunnittelulla asetettujen tavoitteiden mukaisesti ja päätetään projektiorganisaation palkitsemiseen ja projektin asianmukaiseen arviointiin.

Raportin toisessa luvussa esitellään opinnäytetyön toimintaympäristö. Luvussa esitellään itse Koisorock-tapahtuma, tapahtuman tärkeimmät sidosryhmät, opinnäytetyön toimeksiantaja (VELMU ry) ja oma yhteyteni tapahtumaan. Kolmannessa luvussa käsitellään tapahtuman tuottamisen sekä projektinhallinnan teoriaa. Luvussa käydään läpi tapahtuman tuottamisen vaiheet läpi suunnittelusta toteutukseen ja edelleen tapahtuman loppuunvientiin. Neljännessä luvussa käydään läpi Koisorock-2011 tapahtuman suunnittelu- ja toteutusprosessi. Luvussa kerrotaan miten tapahtumaa on kehitetty soveltaen teorialuvussa esiteltyjä toimintamalleja ja minkälaisia tuloksia näillä on saatu aikaan. Raportin lopussa on vielä yhteenveto sekä johtopäätökset.

## 2 Toimintaympäristö

Koisorock on Vantaan Viertolassa sijaitsevan VELMU ry:n vuokraamaan harjoitustilan pihamaalla järjestettävä vuotuinen, yleisölle ilmainen, pienfestivaali. Tapahtuman tarkoituksena on tukea paikallista kulttuurielämää lähinnä paikallisten yritysten rahallisella avustuksella sekä antaa paikallisille esiintyjille ja taiteilijoille mahdollisuus tuoda osaamistaan suuremman yleisön tietoisuuteen. Tapahtumassa on vuosittain esiintynyt noin kymmenkunta yhtyettä ja viime vuonna (2010) paikalla oli myös kuvataiteilijoita tekemässä teoksiaan yleisön edessä. Vuonna 2010 yleisöä oli paikalla eri arvioiden mukaan 300-400 henkeä. Koisorock järjestettiin ensimmäisen kerran jo 80-luvulla, jolloin talossa harjoittelevat yhtyeet korvasivat ilmaiset harjoitustilat järjestämällä konsertin. Tapahtuma jäi telakalle vuonna 2006 resurssien ja halukkaiden järjestäjien puutteen vuoksi ja vuonna 2009 se herätettiin uudestaan henkiin talkoovoimin.

Koisorock 2011-tapahtuman asettajana toimi Vantaan Elävän Musiikin Yhdistys (VELMU ry). Tapahtuman rahoitus hankittiin VELMU ry:n nimissä ja tapahtuma-alueena toimi VELMU ry:n Vantaan kaupungilta vuokraama tontti. Rahoitus tapahtumaan saatiin Vantaan kaupungilta sekä useilta tapahtumaa sponsoroineilta yrityksiltä. Tapahtuman projektipäällikkönä toimin minä itse. Projektipäällikkönä olin vastuussa projektiryhmän kokoamisesta ja tapahtuman onnistumisesta. Tämän lisäksi tehtäviäni olivat mm. rakennus- ja lavamateriaalinen hankinta, yhteistyösopimusten laatiminen, talkootyöväen rekrytointi, yhteydenpito viranomaisiin, turvallisuus- ja pelastussuunnitelmien laatiminen sekä talouden seuranta. Projektiryhmä koostui neljästä henkilöstä, joille jaettiin omat vastuualueensa ja tämän lisäksi projektissa oli mukana tukihenkilöitä ja talkooväkeä, jotka auttoivat tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa. Luvat tapahtuman järjestämiseen anottiin Vantaan poliisilta sekä muilta kaupungin viranomaisilta. Luvat tapahtuma-alueen käyttämiseen myönsi Vantaan kaupunki. Tapahtuman pääyhteistyökumppanina toimi ravintola-Shamrock, jossa järjestettiin tapahtuman virallinen jatkoklubi.

Vantaan Elävän Musiikin Yhdistys (VELMU ry) on perustettu vuonna 1978 edistämään vantaalaista musiikkikulttuuria ja musiikin harrastajien asiaa. Yhdistyksen toiminnasta vastaa yksi palkattu täysipäiväinen työntekijä (yhdistyksen toiminnanjohtaja). Tämän lisäksi yhdistyksen toiminnassa on mukana kaupungin työllistämistoiminnan kautta työllistettäviä, vapaaehtoistyöntekijöitä sekä osa-aikaisia tuntityöntekijöitä soitonopetustehtävissä. VELMU ry saa pääosan rahoituksestaan Vantaan kaupungilta erilaisten ostopalveluiden sekä avustusten muodossa. Loppuosan rahoituksesta yhdistys kattaa omilla projekteillaan. Yhdistyksen hallitus valitaan kerran vuodessa järjestettävässä vuosikokouksessa ja se koostuu 5-15 yhdistyksen jäsenestä. Yhteensä yhdistyksellä on tällä hetkellä noin 400 jäsentä. (VELMU ry 2011)

### 3 Yleisötapahtuman tuottaminen projektina

Tässä luvussa esitellään eri projektinhallinnan ja tapahtuman tuottamisen teorioita soveltaen yleisötapahtuman tuottamisen eri vaiheet aina ideoinnista projektina toimivan tapahtuman päättämiseen ja arviointiin. Projektin elinkaari ja vaiheistus on jaoteltu Kai Ruuskan (2005, 33) luoman mallin mukaisesti projektin käynnistys-, rakentamis- ja päättämisvaiheisiin.

Kaikilla projekteilla pitää olla selkeästi asettaja: joko yksi henkilö tai ryhmä, joka päättää tapahtuman suunnittelun aloittamisesta. Asettaja päättää yleisötapahtuman suunnittelun käynnistämistä, luo edellytyksen rahoituksen hankkimiseksi sekä nimeää yhden henkilön projektipäälliköksi. Projektipäällikkö on kokonaisvastuussa projektin suunnittelusta toteutuksesta ja lopputuloksesta. Projektipäällikön tehtäviä on mm.: projektisuunnitelman laatiminen, projektiryhmän työskentelyn käynnistäminen ja ohjaaminen, projektin toteuttamisen johtaminen, työn edistymisen valvominen, kustannusten seuranta, projektin raportointi ja asiakirjojen arkistointi sekä projektin päättäminen. Projektipäällikön tehtävä on vaativa, koska hän on vastuussa koko projektin onnistumisesta. Tämän takia projektipäällikön on tarkkaan mietittävä henkilövalintojaan kootessaan projektiryhmää. Projektiryhmä on joukko ihmisiä, jotka toimivat projektin toteutuksessa projektipäällikön alaisuudessa. Ryhmän jäseniltä edellytetään kiinnostusta oman vastualueen toteuttamiseen sekä sitoutumista ja yhteistyökykyä. Projektiryhmän jäsenen tehtäviä voivat olla esimerkiksi: osallistuminen projektisuunnitelman laatimiseen, projektipäällikön määrittämien tehtävien toteuttaminen, työn edistymisen raportointi projektipäällikölle sekä työnsä tulosten dokumentointi. Projektiorganisaatioon voidaan myös nimetä tukihenkilöitä, joilla on osaamista sellaisilla osa-alueilla, joiden asiantuntijoita ei projektiryhmästä löydy. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002,31-34.)

#### 3.1 Käynnistysvaihe

Tässä kappaleessa käydään läpi projektin käynnistämisen vaiheen teoriaa, kertomalla mitä esivalmisteluja projektiryhmän tulisi tehdä, ennen projektin rakentamisvaihetta. Kappaleessa käydään läpi erityisesti yleisötapahtuman tuottamiseen tarvittavia esivalmisteluja sekä tarkastellaan lähemmin tapahtuman käynnistysvaiheen kannalta olennaisia asioita: tavoitteiden asettamista ja budjetointia.

Mitä tahansa projektia käynnistäessä on ennen varsinaista toteutusvaihetta tehtävä tiettyjä esiselvityksiä tai esitutkimuksia. Näiden tarkoituksena on kartoittaa aiotun hankkeen teknis-



taloudellisia edellytyksiä sekä varmistaa, että projektin lopputulos tukee taustaorganisaation toiminnallisia tavoitteita. Esitutkimusten tuloksena projektin asettajan tulisi saada riittävästi tietoja siitä, onko projektin käynnistämiseksi olemassa edellytykset. Esitutkimusten tulisi selvittää ainakin karkealla tasolla projektin toiminnalliset ja tekniset tavoitteet, keskeiset ongelma-alueet, tavoiteaikataulu, kustannusarvio ja resurssitarve, onnistumisedellytykset sekä projektin lopputulos. Mikäli esitutkimuksen tulokset ovat projektin kannalta suotuisat, voidaan projekti aloittaa. (Ruuska 2005, 33-34.)

Yleisötapahtumaa järjestäessä jo idean kehittäminen vaatii järjestelmällistä miettimistä ja työskentelyä. Toteutettavia ideoita saattaa olla monia, joista on valittava ne, joita kannattaisi edelleen kehittää. Projektin valinnan pitäisi perustua selkeästi arvioituun vaihtoehtoon ja tässä voi käyttää apuna erilaisia työkaluja, kuten esimerkiksi SWOT-analyysiä, jolla punnitaan organisaation vahvuuksia ja heikkouksia sekä ympäristön uhkia ja mahdollisuuksia harkittavina olevien ideoiden suhteen. Kun projektin taustalla olevan organisaation johto on valinnut toteutettavan projektin, asetetaan sitä suunnittelemaan useista henkilöistä koostuva projektiryhmä. Ennen varsinaista projektisuunnittelua kannattaa selvittää hankkeen taustaa ja tehdä erilaisia esiselvityksiä. Selvityksiä tulisi tehdä mahdollisista yhteistyökumppaneista sekä muista yleisötapahtuman kohderyhmälle samoihin aikoihin järjestettävistä tapahtumista. Hyvin tehdyt esiselvitykset pienentävät yleisötapahtuman toteuttamiseen liittyviä riskejä. Tausta- ja esiselvitykset tehtyään projektiryhmä voi aloittaa varsinaisen projektisuunnitelman teon. Projektisuunnitelmasta tulisi selvittää miten ja milloin yleisötapahtuma aiotaan järjestää ja kuinka laaja se mahdollisesti tulee olemaan. Projektisuunnitelman perusteella arvioidaan yleisötapahtuman toteutettavuutta ja siihen liittyviä riskejä. Jos projektiryhmän taustalla on jokin suurempi organisaatio, on tämän organisaation tehtävänä lopullisesti tässä vaiheessa päättää jatketaanko projektia. (Kauhanen ym. 2002, 27-29.)

Projektin alkuvaiheessa on tärkeää asettaa projektiryhmän kesken tapahtuman ensisijaiset tavoitteet, koska se edesauttaa huomattavasti onnistuneen tapahtuman jatkosuunnittelua ja toteutusta. Tavoitteet asetettuaan projektiryhmän on helpompi miettiä niitä käytännön toimia, joilla asetetut tavoitteet pyritään saavuttamaan. Useiden yleisötapahtumien ensisijaiset tavoitteet ovat taloudellisia ja ne asetetaan budjetoinnin yhteydessä. Taloudelliset tavoitteet voidaan jakaa karkeasti välillisiin ja välittömiin tavoitteisiin. Välittömillä tavoitteilla tarkoitetaan taloudellista hyötyä, joka saadaan kertakorvauksen omaisesti itse tapahtumassa, kuten maksulliset oheistapahtumat ja palvelut. Välillisillä tavoitteilla ei pyritä saamaan itse tapahtumasta taloudellista hyötyä, vaan luomaan pohjaa suuremmalle taloudelliselle menestykselle, esimerkiksi lisäämällä asiakastytyvyyttä. Taloudellisten tavoitteiden lisäksi tapahtumalla tulisi olla sisällöllisiä

tavoitteita, varsinkin jos tapahtuman keskeisenä liikeideana on esittävä taide. Ohjelmiston taso on useimmissa tapahtumissa lipunmyynnin ja tätä kautta taloudellisen menestyksen edellytys. Tapahtumaa järjestävän tahon imagon rakentaminen ja kohentaminen ovat myös usein yleisötapahtumien keskeisiä sisällöllisiä tavoitteita.

(Kauhanen ym. 2002, 45-46.)

Tapahtumaa suunnitellessa on syytä keskittää projektin talouden seuranta yhdelle henkilölle, eli talousvastaavalle. Yleisötapahtuman talouden hallinnassa on kaksi keskeistä osa-aluetta: rahavarojen hoito ja käsittely sekä kirjanpito. Yleisötapahtuman kirjanpidon tulisi olla ajantasainen niin, että menot kirjataan jo siinä vaiheessa kuluiksi, kun asiasta tehdään päätös. Talousvastaavan pitäisi pystyä antamaan projektipäällikölle reaaliaikainen tieto projektin taloustilanteesta. Projektiryhmän tehtäviin kuuluu tapahtuman suunnitteluvaiheen alussa tehdä tarkka talousarvio, eli budjetti, joka sisältää mahdollisimman yksityiskohtaisen arvion tuloista ja menoista. Budjetin voi laatia helposti esimerkiksi tietokoneen Excel-ohjelmiston avulla, jolloin budjetin luonnosteleminen sekä muuttaminen on yksinkertaista. Näin toteutuneita kustannuksia ja tuloja voidaan vertailla suunnitteluvaiheessa laadittuun budjettiin. Näitä tietoja analysoimalla voidaan arvioida tapahtuman taloudellisen suunnittelun onnistumista ja saadaan tärkeää tietoa mahdollista seuraavan vuoden tapahtumaa ajatellen. Tapahtuman taloutta suunnitellessa on myös tärkeää pystyä arviomaan milloin rahaa on tulossa ja menossa sekä kuinka paljon kassassa tulisi kulloinkin olla, koska usein tapahtumia tehdessä kuluja esiintyy jo kauan ennen tapahtumasta saatavia tuottoja. Usein tapahtumia tuottaessa on tehtävä ns. rahoitussuunnitelma, jossa ilmenee missä vaiheessa projektia on tiedossa kuluja ja missä vaiheessa tuloja. Itse tapahtuman suunnittelukulut ovat usein pienet kokonaiskustannuksia ajatellen, mutta esimerkiksi markkinointiin ja tiedottamiseen kuluu jo varhaisessa vaiheessa huomattavasti varoja. Jossain tapauksissa myös esiintyjille voi joutua maksamaan ennakoon varausmaksun ja tapahtumaan tarvittavista tiloista sekä materiaaleista voi koitua huomattavia ennakkomenoja. Tapahtumien yleisimpiä ennakkotuloja ovat lippujen ennakkomyynti sekä sponsoritulot. Pääsääntöisesti ennakkomenoja ilmaantuu huomattavasti ennen tuloja ja siksi rahoitustilanne on pyrittävä ennakoimaan mahdollisimman hyvin. (Kauhanen ym. 2002, 64-67.)

### 3.2 Rakentamisvaihe

Kun projektia on päätetty jatkaa, projektiryhmän tehtävänä on ryhtyä toteuttamaan projektia laaditun suunnitelman mukaisesti (Kauhanen ym. 2002, 29). Tapahtumaa tuottaessa projektin rakentamisvaihe alkaa, kun esivalmistelut on tehty ja päättyy, kun itse tapahtuma on toteutettu. Tässä kappaleessa käsitellään tapahtuman rakentamisvaihetta

varainhankinnan, sponsoroinnin, markkinoinnin, tiedottamisen, turvallisuuden sekä viranomaisyhteistyön näkökulmista.

Yleisötapahtumissa rahoitus on usein keskeisimpiä asioita ja rahoituksen lähteet voidaan jakaa kolmeen päälohkoon: organisaation oma rahoitus, tapahtuman tuotot sekä ulkopuoliset lähteet. Tapahtuman tuottoihin kuuluvat yleisötapahtumissa usein perittävät osallistumis- tai pääsymaksut, tuotemyynti sekä myyntipaikkatulot. Ulkopuolisia lähteitä ovat useimmiten erilaiset avustukset ja tuet sekä sponsorointi. Yleisötapahtumassa sponsorointi tarkoittaa yksilön tai ryhmän antamaa rahallista tai muuta tukea tapahtumalle. Sponsorioiva taho käyttää sponsoroidessaan tapahtuman imagoa hyödykseen omiin markkinointiviestinnän tarkoituksiin. Useimmiten yleisötapahtuman sponsorit saavat tapahtuma-alueelle tai tapahtuman mainontaan käytettäviin painotuotteisiin oman logonsa tiettyä rahasummaa tai muuta avustusta vastaan. (Kauhanen ym. 2002, 59-64.)

Jos sponsorioiva taho on yritys sillä on yleensä yksi tai useampi seuraavista syistä tukea yleisötapahtumia: yritys- tai tuotetietoisuuden lisääminen, tuotteiden tai yrityksen imagon kehittäminen, myynnin lisääminen sekä markkina-aseman luominen. Toisin sanoen yrityksen hakevat tuottoa sijoituksestaan. Tämän takia tapahtuman järjestäjän on syytä miettiä oman tapahtumansa kohderyhmää kartoittaessaan mahdollisia sponsoreita.

(Yeoman, Robertson, Ali-Knight, Drummond & McMahon-Beattie 2004, 261.)

Sponsorointia pidetään yritysmaailmassa tänä päivänä markkinoinnin erikoisalana ja useilla yrityksillä on palkkalistoillaan henkilöitä tai tiimejä joiden tehtävänä on käsitellä sponsorointia osana yrityksen strategista visiota. Usein yritykset eivät hae sponsoroinnilla pelkästään lisämyyntiä tuotteilleen ja palveluilleen, vaan haluavat kehittää imagoaan tekemällä yhteistyötä erilaisten tapahtumien kanssa. Tämän takia tapahtuman tuottajalle on kannattavaa ottaa selvää minkälaisia tapahtumia eri yritykset ovat aikaisemmin sponsoroineet ja tätä kautta hakea tapahtumalleen mahdollisia tukijoita.

(Raj, Walters & Rashid 2009, 124-125.)

Yleisötapahtuman suunnittelun ja toteutuksen kannalta tärkeimpiä osa-alueita on tapahtuman markkinointi. Markkinoinnin tavoitteena on saada tapahtuma kaupaksi. Jopa hyvin suunniteltu ja korkea-tasoinenkin tapahtuma voi epäonnistua, jos tapahtumapaikalle ei saada yleisöä. Tällöin myös tapahtuman taloudelliset tavoitteet jää usein saavuttamatta, koska suurin osa tapahtumien tuotoista saadaan lipputuloina. Tapahtumaa järjestäessä markkinoinnin tulisikin olla jonkun projektiryhmäläisen vastuualue. Tapahtumaa tulisi osata markkinoida oikeilla kohderyhmällä oikealla imagolla, oikeaan hintaan ja oikeaan aikaan huomioiden kilpailevat seikat. Tämä voi tuntua yksinkertaiselta, mutta esimerkiksi kohderyhmän määrittely voi olla tänä päivänä erittäin hankalaa. Nykyisin potentiaalinen yleisö voi olla hyvinkin

heterogeenistä, eikä seikat kuten ikä, tulotaso, tai asuinpaikka välttämättä kerro ihmisen musiikki- ja taidemausta. Tärkeä osa markkinointia on myös henkilökohtainen myyntityö. Tapahtumaa pitää myydä usealle taholle, kuten jäsenistölle suoramarkkinoinnilla, tukkuasiakkaille tai välikäsille, ja pelkällä tiedottamisella ja markkinoinnilla saadaan harvoin myytyä tapahtumaa. (Kauhanen ym. 2002, 113 - 114)

Markkinoinnin ja mainonnan lisäksi tapahtuman järjestäjän tulisi ottaa huomioon suhdetoiminnan tärkeys. Suhdetoiminnalla tarkoitetaan säännöllistä yhteydenpitoa keskeisiin sidosryhmiin ja joukkotiedotusvälineisiin. Yhteyttä tulisi pitää koko tapahtuman suunnittelujakson aikana, sekä myös tapahtuman jälkeen, kun kerrotaan tapahtuman tuloksista ja menestyksestä. Keskeisimpiä sidosryhmiä tapahtuman järjestäjän kannalta ovat: oma taustayhteisö, vuokranantajat, sponsorit, myyntikanavat, artistit, palvelujen tuottajat, rahoittajat, joukkotiedotusvälineet ja kunta sekä maakunnalliset yhteisöt. Sidosryhmien edustajat tulisi pitää koko ajan tietoisina siitä, missä mennään ja varustaa heidät asianmukaisella tiedolla ja materiaalilla, joita he voivat jakaa eteenpäin, sekä ennen tapahtumaa, että sen jälkeen. Tapahtuman tiedottaminen tulisi eritellä sisäiseen ja ulkoiseen tiedottamiseen. Sisäisen tiedottamisen kohderyhmään kuuluvat tapahtuman organisaation oma henkilöstö, artistit ja alihankkijat. Ulkoinen tiedottaminen kohdistuu potentiaaliseen yleisöön, myyntikanaviin ja joukkotiedotusvälineisiin. Sisäinen tiedottaminen on yleensä ulkoista tiedottamista yksityiskohtaisempaa ja sen tulisi toimia periaatteella: ”tiedotan ensin omalle väelle ja sitten vasta ulkopuolisille”. Tämä luo toiminnallisesti paremmat puitteet ja ennen kaikkea motivoi omaa väkeä, kun he tuntevat heitä arvostettavan. Mainonnalla tarkoitetaan lähettäjän maksamaa, lähinnä joukkotiedotusvälineissä toteutettavaa ja tunnistettavissa olevaa tiedottamista. Mainonta on usein näkyvin kilpailukeino ja sen avulla kerrotaan itse tapahtumasta, luodaan mielikuvaa järjestävästä organisaatiosta ja ennen kaikkea herätetään ostohalu. Mainonnalla voi olla tapahtuman kannalta hyvin suuri rooli, mutta joskus taas melko vaatimaton. Tämän takia tapahtuman järjestäjän tulee tarkkaan harkita mainonnan laajuutta tapahtuman yhteydessä.

(Kauhanen ym. 2002, 114 - 117.)

Tiedottamiseen kuuluu kaikki tapahtuman kohde- ja sidosryhmille tiedottaminen, josta ei suoranaisesti makseta tiedotusvälineille. Tapahtuman tuottajien etu tiedottamisen suhteen on se, että ihmiset yleensä lukevat mielellään vapaa-ajan tapahtumista kuten urheilusta, taiteesta ja viihteestä. Näin ollen viihteellisen tapahtuman on helpompaa saada medianäkyvyyttä, kuin jonkun tavanomaisemman toiminnan. Tapahtumasta on kuitenkin saatava jonkinlaista uutisarvoa, jotta se jaksaisi kiinnostaa lukijoita/kuulijoita/katselijoita. Jutun tulisi olla myös hyvin kirjoitettu ja tulla luotettavasta lähteestä. Tämän lisäksi juttu pitäisi hyväksyttää, aina kun mahdollista, jollain tapahtuman edustamalla taholla. Hyvä tapa

edistää henkilökohtaista myyntityötä on kerätä tietoja tapahtuman kävijöistä edistäkseen mahdollisen seuraavan vuoden tapahtuman markkinointia.

(Allen, O'Toole, McDonnell & Harris 1999, 184.)

Festivaalitapahtumien markkinoinnissa kannattaa kiinnittää huomiota niihin asioihin, jotka tekevät juuri kyseisestä tapahtumasta ainutlaatuisen. Tapahtumien menestys ei ole aina riippuvainen sen vetonauloista, sen ajamista arvoista tai edes tapahtuman luonteesta. Esimerkiksi tapahtuman sijainti, sääolosuhteet ja hinta voivat olla tekijöitä, joita tapahtuman järjestäjä voi käyttää hyödykseen markkinoinnissa. Jos tapahtumapaikka sijaitsee paikalla, johon on helppo kulkea käyttäen julkista liikennettä, on tämä erittäin tärkeää huomioida markkinoidessaan tapahtumaa. Ulkoilmatapahtumissa hyvien sääolosuhteiden esiintuonti on varma tapa herättää ihmisten kiinnostusta osallistua tapahtumaan. Hinta on usein asiakkaalle tärkein tekijä ostopäätöstään tehdessä. Jos tapahtumaan on yleisölle ilmainen sisäänpääsy, tulee tämä ehdottomasti ottaa osaksi tapahtuman markkinointia ja mainontaa. (Hoyle, CAE, CMP 2002, 152-155.)

Yleisötapahtuman kokonaisturvallisuus on monen osatekijän summa ja tapahtuman järjestäjän on huolehdittava, että tapahtumasta on mahdollisimman vähän haittaa yleiselle järjestykselle ja turvallisuudelle. Kokoon-tumislain mukaan yleinen kokous tai yleisötilaisuus on järjestettävä rauhanomaisesti sekä osanottajien tai sivullisten turvallisuutta vaarantamatta ja heidän oikeuksiaan loukkaamatta. Lain mukaan tapahtuman järjestäjän on huolehdittava, että yleisötilaisuudesta ei aiheudu haittaa tai vaaraa ihmisten omaisuudelle tai terveydelle. Järjestäjä vastaa järjestyksen ja turvallisuuden säilyttämisestä, lain noudattamisesta sekä kaikista tilaisuuden mahdollisesti aiheuttamista henkilö ja omaisuusvahingoista. Kaikissa yleisötapahtumissa tulee olla nimettynä turvallisuusvastaava, jonka tehtävänä on valvoa, että hyvällä ennakkosuunnittelulla ehkäistään mahdollisimman paljon onnettomuuksia ja lievennetään niiden seurauksia. Hänen vastuullaan on koko tapahtuman turvallisuus ja hänen tulee tehdä tiivistä yhteistyötä paikallisten viranomaisten kanssa.

(Vuoripuro 2007, 8-12.)

Rockfestivaalit ja nuorisotapahtumat kuuluvat tapahtumiin, joihin vaaditaan poliisin lupamenettely ja siihen liittyvät lisäselvitykset. Paikallinen poliisiviranomainen myöntää luvan yleisötapahtuman järjestämiseen omien kriteerien ja muiden toimintaa valvovien viranomaisten lausuntojen perusteella. Tapahtuman järjestäjän on tehtävä tapahtuman järjestämisestä kirjallinen ilmoitus poliisille, joka antaa tapahtumaan ohjeita tai määräyksiä ja pyytää tarpeen mukaan lausuntoja muilta viranomaisilta esimerkiksi pelastuslaitokselta, ympäristö- ja terveysturvaviranomaisilta ja rakennusvalvonnalta. Poliisille tehtävän ilmoituksen tulisi sisältää tiedot mm. tapahtuman järjestäjästä, selvitys tilaisuudesta (ohjelma, esiintyjät, oletettu kävijämäärä, yms.), järjestämispaikasta, järjestyksenvalvojista,

mahdollisesta anniskelusta, tapahtuma-alueelle tehtävistä rakennelmista sekä tekniikasta, liikenteenohjauksesta ja vakuutusvastuusta. Lisäksi poliisille tehtävässä ilmoituksessa tulisi olla turvallisuus- ja pelastussuunnitelmat. Turvallisuussuunnitelma on tapahtuman järjestäjän laatima laaja kokonaisuus, jossa määritellään kaikki tapahtuman turvallisuuteen liittyvät asiat, kuten järjestyksenvalvonta, toiminnan riskitekijät ja niihin varautuminen. Pelastussuunnitelma liitetään yleensä osaksi turvallisuussuunnitelmaa ja siinä tulisi selvittää miten tapahtumassa ehkäistään vaaratilanteiden syntymistä. Lisäksi pelastussuunnitelmassa selvitetään miten varaudutaan henkilöiden, omaisuuden ja ympäristön suojaamiseen vaaratilanteessa ja miten varaudutaan omatoimisiin pelastustoimenpiteisiin. (Vuoripuro 2007, 13-17.)

Poliisille jätettävän ilmoituksen lisäksi, tapahtuman järjestäjä saattaa joutua tekemään muitakin selvityksiä eri viranomaisille riippuen tapahtuman luonteesta ja järjestämispaikasta. Rakennusvalvontaviranomainen määrittelee tapahtumassa käytettävien väliaikaisten rakennelmien rakennuslupatarpeen. Kunnan ympäristöviranomaiselta haetaan lupa normaalin melutason ylittämiseen. Terveysviranomainen valvoo ja myöntää elintarvikkeiden myyntiluvat ja määrittää yleisötapahtumaan vaadittavan ensiapuvalmiuden. Pelastusviranomaisen tehtävänä on valvoa tapahtumaan tehtävän pelastussuunnitelman noudattamista ja määritellä tapahtuman ajaksi vaadittavan pelastusvalmiuden tason. Lääninhallitus valvoo alkoholin anniskelua ja myöntää tapahtuman mahdollista anniskelualueetta koskevat luvat. (Vuoripuro 2007, 17.)

### 3.3 Päätämismvaihe

Projekti on ajallisesti rajattu tehtävä, jolla täytyy olla selkeä päätöspiste ja projektin hallitun päättämisen edellytys on, että projektin lopputuotteen hyväksymiskriteerit on sovittu yksityiskohtaisesti jo projektin alussa. Projektin aikana syntyy paljon erilaisia asiakirjoja ja projektipäällikön tehtävänä pitää huolta, että dokumentit ja asiakirjat kootaan yhteen ja arkistoidaan. Projektipäällikön tehtäviin kuuluu myös tehdä projektista asianmukainen loppuraportti. (Ruuska 2005, 37.)

Kun projekti on toteutettu suunnitelman mukaisesti ja itse tapahtuma on päättynyt, projektiryhmän tehtävänä on laatia toteutuksesta raportti. Kun raportti on laadittu ja käsitelty projektiorganisaatio puretaan ja projektiin osallistuneille annetaan palautetta sekä heidät palkitaan sopivalla tavalla. Projektin ylimmän johdon ja usein myös yhteistyökumppanien tehtävänä on arvioida tapahtuman onnistuneisuutta omista näkökulmista. Arvioitavia asioita voivat olla taloudellisten ja muiden tavoitteiden

toteutuminen. Sponsorit voivat arvioida ovatko he saaneet tapahtuman yhteydessä odotetussa määrin näkyvyyttä ja ovatko he muuten tyytyväisiä. (Kauhanen ym. 2002, 30.)

Tapahtuman päättämisen voi jakaa neljään eri osaan: tapahtuman onnistumisen arviointi, tapahtumaorganisaation ja sidosryhmien kiittäminen, organisaation palkitseminen sekä loppuraportin laatiminen. Arviointi on erittäin keskeinen vaihe tapahtuman kannalta ja se tulisi käynnistää mahdollisimman pikaisesti itse tapahtuman päätyttyä. Tässä on oleellista se, että tapahtuman suunnittelun alkuvaiheessa on sovittu projektiryhmän kesken yhteisistä tavoitteista sekä arviointikriteereistä. Perinteisesti tapahtumia on arvioitu laadun, aikataulujen pitävyyden sekä taloudellisen tuloksen näkökulmista. Näiden lisäksi on hyvä arvioida tapahtuman vaikutusta sen taustaorganisaation imagoon ja ottaa huomioon myös oppimisenäkökulma (mitä tapahtumasta on opittu seuraavia tapahtumia ajatellen?). Hyvä tapa koota tapahtumaorganisaation ajatuksia on pitää välittömästi yleisötapahtuman jälkeen niin kutsuttu kritiikkipalaveri, johon osallistuu tapahtuman suunniteluun ja toteutukseen osallistuneet henkilöt. Kritiikkipalaveriin on usein myös hyvä ottaa mukaan keskeisimmät alihankkijat. Palaverissa tulisi käydä läpi nopeasti ja selkeästi itse tapahtumien kulku, onnistumiset ja epäonnistumiset. Tämä on erittäin tärkeä vaihe tulevien tapahtumien onnistumisen kannalta ja usein on syytä palata jopa pieniinkin yksityiskohtiin oppimismielessä. Tapahtuman loppuraportti tulisi laatia noin kuukauden sisällä itse tapahtuman päättymisestä. Loppuraportissa voidaan käsitellä seuraavanlaisia asioita: tapahtuman yleiskuvaus, tapahtuman tavoitteet, tapahtuman ajallinen ja taloudellinen onnistuminen, projektiorganisaation toiminta, tapahtumassa havaitut ongelmat, tapahtuman arviointi sekä muut selvitykset ja liitteet. Tapahtuman jälkeen tulisi myös kiittää tiedottaa tapahtuman onnistumisesta keskeisille sidosryhmille. Esimerkiksi tapahtuman sponsoreille ja yhteystyökumppaneille voi lähettää kirjeen, kortin tai vastaavaan. Myös henkilökohtainen kiittämiskäynti on erittäin hyvä tapa antaa tunnustusta saamastaan tuesta. Tapahtuman järjestelyissä mukana olleita on syytä palkita tavalla tai toisella. Palkitsemistavat jaetaan usein työtehtäviin liittyviin ja sosiaalisiin palkkioihin. Työtehtäviin liittyvä palkitseminen tarkoittaa usein sitä, että henkilöä pyydetään mukaan myös seuraavaan tapahtumaan ja tarjotaan jopa haasteellisimpia tai näkyvämpiä tehtäviä tulevissa hankkeissa. Sosiaalisina palkkioina käytetään usein kunniakirjaa tai vastaavaa huomionosoitusta. Tärkeintä on, että työtehtävissään hyvin onnistuneet henkilöt palkitaan jotenkin. (Kauhanen ym. 2002, 125-128.)

Minkä tahansa projektin loppuraportin tarkoitus on toimia oppina ja ohjeena seuraaville projektiryhmille. Tämän takia raportissa tulisi käydä läpi myös projektin aikana esiintyneitä vastoinkäymisiä ja kertoa kuinka niitä on ratkaistu sekä kuvailla niiden vaikutuksista projektin etenemiseen. Myös erityiset onnistumiset ja niihin johtaneet valinnat sekä toimet tulisi käydä läpi. (Virkki & Somermeri 1992, 71-72.)

## 4 Koisorock 2011

Koisorock 2011 järjestettiin lauantaina 27.8.2011 Vantaan Viertolassa. Tapahtuman suunnittelu aloitettiin helmikuussa 2011 ja sitä toteutettiin projektityönä kevään ja kesän 2011 aikana. Tässä luvussa käydään läpi koko Koisorock 2011-tapahtuman suunnittelu- ja toteutusprosessi käynnistysvaiheesta projektin päättämiseen.

### 4.1 Porukka kasaan: tavoitteet korkealle ja kunnon budjetti

Tässä kappaleessa käsitellään Koisorock-2011-tapahtuman käynnistysvaihetta. Kappaleessa kerrotaan, kuinka projektiryhmä muodostettiin tapahtuman suunnittelua varten ja mitä esivalmisteluja ennen projektin rakentamisvaihetta tehtiin. Yhteisten tavoitteiden ja arviointikriteerien sekä budjetin luominen nousivat projektin käynnistämisympäristössä erittäin tärkeiksi tehtäviksi.

Tapahtuman suunnittelu aloitettiin pitämällä helmikuun lopulla (2011) projektin aloituspalaverin. Palaverissa oli paikalla edellisvuoden tapahtuman järjestelyissä mukana olleita henkilöitä, joiden kanssa käytiin ensimmäisenä läpi viime vuoden tapahtuma. Muistellessa viime vuoden tapahtumaa tuli esille paljon asioita, joihin tänä vuonna tulisi kiinnittää huomiota. Tärkeimmiksi asioiksi, joita tänä vuonna tulisi kehittää nousivat markkinointi ja tiedottaminen, taloudenseuranta, turvallisuusasiat sekä tapahtuman loppuunvienti. Yksi suurimmista haasteista edellisvuoden tapahtumassa oli itse projektiryhmän koko. Edellisvuoden projektipalaverissa oli mukana paljon henkilöitä, joilla ei ollut mitään varsinaista tehtävää ja näin ollen itse palaverien pitäminen ja tehtävien jakaminen projektiryhmän kesken osoittautui varsin hankalaksi.

Valinnat tämän vuoden projektiryhmän jäseniksi tehtiin edellisvuosien Koisorock-tapahtumien kokemusten perusteella. Aikaisempina kahtena vuotena tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa on ollut mukana iso talkooryhmä, jonka aktiivisimpana jäsenenä toimineet neljä henkilöä nimitettiin tämän vuoden varsinaiseksi projektiryhmäksi. Projektiryhmän jäsenien tehtävät sekä vastualueet jaettiin niin ikään edellisvuoden kokemusten perusteella ja kunkin henkilön vahvimpien osaamisalueiden mukaisesti. Nimeämällä pienemmän ydinryhmän tapahtuman suunnitteluun helpotettiin projektiryhmään sisäistä viestintää ja tehtävien jakoa. Palaverin päätteeksi sovittiin vielä alustava päivämäärän itse tapahtumalle ja tehtiin yhdessä listan konkreettisista tavoitteista koskien tapahtuman suunnittelua sekä toteutusta.

Ensimmäisessä Koisorock-projektiryhmän tapaamisessa sovitut yhteiset tavoitteet projektille jakautuivat Kauhasen ym. mallin mukaisesti taloudellisiin, laadullisiin sekä aikataulun



pitävyyteen. Taloudelliset ja laadulliset tavoitteet asetettiin koko projektin kattaviksi, eikä vain itse tapahtuman onnistumista mittaaviksi. Yhdessä asetetut tavoitteet olivat seuraavanlaiset:

**Laadulliset tavoitteet:**

1. Sovituista aikatauluista pidetään kiinni niin tapahtuman suunnittelu-, kuin toteutusvaiheessa.
2. Viestintää parannetaan projektiryhmän kesken sekä projektiryhmän ja sidosryhmien (talkooväki, esiintyjät, järjestyksenvalvojat, yhteistyökumppanit, yms.) välillä.
3. Yleisömäärä lisätään edellisvuosiin nähden
4. Tapahtuman markkinoinnilla/tiedotuksella pyritään saamaan lisää näkyvyyttä tapahtumalle ja VELMU:n toiminnalle. Myös tapahtumapaikalla sijaitsevan, harjoitustilana toimivan, talon tulevaisuudesta herätetään keskustelua.
5. Tapahtumassa ei esiinny ensimmäistäkään vakavaa järjestyshäiriötä, eikä muutakaan ”häiriökäyttäytymistä”. Tästä pidetään huoli tehostamalla järjestyksenvalvontaa ja huolittelemalla tapahtuman yleisilmettä

**Taloudelliset tavoitteet:**

1. Tapahtumaa pyritään rakentamaan kustannustehokkaammin edellisvuosiin verrattuna ja taloudenseurantaa tehostetaan. Rahaa ei saa valua hukkaan huolimattomuuden ja puutteellisen suunnittelun takia.
2. Alustavasta budjetista pyritään pitämään kiinni.

**Aikataulut:**

1. Tapahtuman rakennus- ja purkutyöt tehdään aikataulujen mukaisesti: kaikki valmistelevat siivous- ja rakennustyöt tehdään tapahtumapäivää edeltävänä päivänä ennen pimeän tuloa, jonka lisäksi purku- ja loppsiivoustyöt tehdään tapahtumapäivän jälkeisenä päivänä ennen pimeän tuloa.
2. Esiintyjät aloittavat ja lopettavat soittonsa aikataulujen mukaisesti.
3. Soitot eivät ylitä hupilupaa ja myös jatkoklubi päästään aloittamaan aikataulujen mukaisesti.

Kahden edeltävän vuoden Koisorock-tapahtumien (2009 ja 2010) taloudenseuranta oli ollut hyvin puutteellista ja varoja on tämän takia valunut täysin hukkaan tapahtuman suunnittelun ja toteutuksen aikana. Puutteellisesta tiedotuksesta ja talousasioiden organisoinnin puutteesta johtuen useimmat projektiryhmän jäsenen eivät ole olleet lainkaan tietoisia projektin taloudellisesta tilasta projektin aikana, eikä sen jälkeen. Esimerkiksi hankintojen yhteydessä on kadonnut suuri määrä kuitteja, joka on johtanut siihen, että oli lähes mahdotonta arvioida jäljelle jääneitä varoja tapahtuman jälkeen (projektin aikana käytettiin VELMU ry:n tiliä). Kauhasen ym. mallin mukaisesti ryhmästä nimettiin yksi henkilö

talousvastaavaksi. Taloudenseuranta aloitettiin laatimalla Excel- ohjelman avulla alustava budjetti pohjaten sen edellisvuoden vastaavaan. Alustavan budjetin valmistuttua projektiryhmä kokoontui arvioidakseen kuinka realistinen edellisvuoden budjetti oli ja mitä muutoksia tämän vuoden budjettiin tulisi tehdä. Tämän lisäksi sovittiin, että jokaisen projektitapaamisen alussa käydään yhdessä läpi senhetkinen rahatilanne ja arvioidaan tulevia tuloja sekä menoja. Sovittiin, että kaikkien hankinnoista tulevien kuittien tulisi kulkea talousvastaavan kautta taustaorganisaation (VELMU ry) toiminnanjohtajalle ja sitä kautta edelleen yhdistyksen kirjanpitäjälle.

#### 4.2 Rokit toteen: markkinointia, varainkerjuuta, hikeä ja byrokratiaa

Kun tapahtuman projektiryhmä oli perustettu, tavoitteet ja alustava päivämäärä sovittu sekä budjetti laadittu oli aika ryhtyä töihin itse tapahtuman toteuttamiseksi. Tapahtuman onnistumisen kannalta suurimmiksi kulmakiviksi nousivat projektin rakentamisvaiheessa rahoituksen kerääminen, taloudenseuranta, markkinointi sekä tiedottaminen ja viranomaisyhteistyö. Tässä kappaleessa käydään läpi Koisorock-2011-tapahtuman rakentamista suunnitteluvaiheesta itse tapahtumapäivään näistä näkökulmista.

Projektin rakentamisvaihe alkoi projektin aloituspalaverista ja kesti aina itse tapahtumaviikonloppuun asti. Projektin aikana ryhmä piti aina tarpeen vaatiessa projektipalaverieita, joissa oli paikalla ydinryhmän lisäksi satunnaisesti niitä talkooryhmän henkilöitä, joita kyseisessä palaverissa käytävät asiat koskivat. Projektipäällikkö teki jokaista palaveria varten etukäteen listan läpikäytävistä asioista ja palaverin päätyttyä lähetettiin projektiryhmälle sähköpostitse kokouksen pöytäkirja. Jokainen palaveri aloitettiin käymällä läpi tapahtuman rahatilanne ja tarkistettiin tarpeen vaatiessa tarvitseeko budjettiin tehdä muutoksia, jotta kaikki olisivat varmasti perillä tapahtuman taloudellisesta tilanteesta.

Koisorock 2011-tapahtuman rahoitus saatiin pääosin paikallisilta yrityksiltä sekä Vantaan kaupungilta. Tapahtumalla oli myös yksi yksityishenkilö virallisena tukijana. Organisaation omaa rahoitusta ei viime vuoden tapahtumasta jääneiden rahojen lisäksi ollut. Projektin aloituspalaverissa laadittu budjetti osoitti rahoituksen tarpeen itse tapahtumalle. Rahoituksen kerääminen aloitettiin käymällä läpi edellisvuosien sponsorit ja yhteistyökumppanit. Tämän jälkeen pohdittiin mahdollisia uusia sponsoreita ja mietittiin onko tarvetta muulle, kuin rahalliselle tuelle. Talousvastaava laati rahallisia tukijoita varten yhteistyösopimusohjan (Liite 1), jossa käytiin läpi lyhyesti sopimuksen ehdot, tukijan yhteystiedot, rahallisen tuen summa, tukijan mainoksen sijoituspaikka sekä tapahtuman yhteyshenkilö. Sopimuksesta tehtiin aina kaksi (sekä tukijan, että tapahtuman edustajan allekirjoittamaa) kopiota, joista toinen jäi tukijalle ja toinen VELMU ry:lle. Suurin osa tukijoista maksoi sovitun summan rahaa

tapahtumapaikalle tai tapahtuman painotuotteisiin (mainosjulisteisiin) sijoitettua mainospaikkaa vastaan. Joitain poikkeuksia kuitenkin oli. Paikallinen ravintola sai tapahtumapaikalle yrityksensä banderollin sitä vastaan, että he hankkivat tapahtuman liikutettavat käymälät ja maksoivat niiden kuljetuksen sekä tyhjennyksen. Käymälät toimittanut yritys taas sai yrityksen logon tapahtuman mainosjulisteeseen, kun sovittiin, että he tuovat tapahtumapaikalle kaupan päälle miesten pisuaaritolpat. Tapahtuman pääyhteistyökumppanina toimi niin ikään paikallinen ravintola/yökerho, jossa tapahtuman virallinen jatkoklubi järjestettiin. Sopimukseen kuului, että tapahtuman järjestäjät järjestäisivät jatkoklubille äänentoiston sekä esiintyjät ja ravintola saisi mainospaikan sekä painotuotteisiin, että tapahtumapaikalle. Kyseinen ravintola maksoi tätä vastaan sovitun summan rahaa, jonka lisäksi käytti asiakastiliään paikallisessa painoyrityksessä maksaakseen tapahtuman painotuotteet. Tapahtuma sai Vantaan kaupungilta tukea niin kutsutun aluerahan muodossa. Vantaan Tikkurilan aluetoimikunnalle lähetettiin hakemus tuesta, jossa selvitettiin lyhyesti tapahtuman luonne. Aluetoimikunnalle lähetettiin vielä tapahtuman jälkeen selvitys tapahtuman kulusta ja onnistumisesta.

Johtuen aikaisemmin mainituista puutteista edellisvuosien taloudenseurannassa, kiinnitettiin tänä vuonna erityisen paljon huomiota siihen, että rahaliikenteen seuranta ja dokumentointi tehtäisiin huolellisesti. Tapahtumaan liittyvät hankinnat ja menot sijoittuivat ajallisesi pääosin projektin loppuvaiheille. Kaikki varsinaiset hankinnat ja investoinnit tehtiin tapahtumaa edeltävillä viikoilla. Talouden seurannassa käytettiin Kauhasen ym. teoriaosuudessa esiteltyä tapaa tehdä ensin tarkka talousarvio käyttäen Excel-ohjelmaa. Kun varsinaisia kustannuksia ilmaantui ja hankintoja alettiin tekemään, ne kirjattiin toiseen Excel- taulukkoon, jossa seurattiin tapahtuman todellisia kustannuksia. Sovitut esiintymispalkkiot sekä lavamateriaalien vuokrat merkattiin Kauhasen mallin mukaan toteutuneiksi kuluiksi jo siinä vaiheessa, kun niistä oli sidosryhmien kanssa sovittu. Varsinaista rahoitussuunnitelmaa ei tehty. Kauhasen teorian vastaisesti tapahtumalle on aikaisempina vuosina saatu kerättyä suurin osa sponsorituloista huomattavasti ennen kuin tapahtumaan liittyviä suurempia kustannuksia on esiintynyt ja niin kävi myös tänä vuonna. Jos Koisorock olisi maksullinen tapahtuma ja suurimmalle osalle esiintyjistä ja henkilökunnasta maksettaisiin palkkioita, olisi rahoitussuunnitelma erittäin tarpeellinen. Koisorock 2011 toteutettiin suurimmaksi osin talkootyönä, joten tapahtuman suurimmat kustannukset liittyivät suhteellisen helposti arvioitaviin tekijöihin, kuten lupamaksuihin ja materiaalikustannuksiin.

Koisorock 2011-tapahtuman markkinointi ja tiedottaminen perustui rajallisen budjetin vuoksi hyvin pitkälti Kauhasen ym. mallin mukaiseen suhdetoimintaan sekä Allenin ym. mallin mukaiseen tiedottamiseen. Markkinoinnissa käytettiin hyväksi internetin ns. ilmaisia menopalstoja, sosiaalista mediaa ja suhdetoimintaa median edustajien kanssa, joten ainoat varsinaiset markkinointikulut koostuivat paino- sekä oheistuotteiden teettämisestä. Eri

medioiden edustajille lähetettiin lyhyt lehdistötiedote tapahtuman esiintyjistä, arvoista, sekä aikatauluista. Tämä tuotti tulosta sillä esimerkiksi Radio Helsingin toimittaja innostui asiasta ja pyysi saada tehdä radiohaastattelun radiokanavan aamuohjelmaan tapahtumapäivää edeltävänä torstaina. Koska projektin alussa yhdeksi tavoitteeksi asetettiin myös tiedottaa VELMU ry:n asioista tapahtuman markkinoinnin yhteydessä, sovittiin toimittajan kanssa, että haastattelussa käydään myös lyhyesti läpi yhdistykseen liittyviä asioita. Myös Vantaan Sanomien kulttuuritoimittajaan otettiin yhteyttä, joka teki tapahtumasta jutun sekä tapahtumaviikonlopun painettuun lehteen, että lehden nettijulkaisuun. Tämänkaltaisen julkisuuden saaminen tapahtumalle oli erittäin tärkeää, koska itse tapahtuman kantava ajatus oli tuoda julki paikallista kulttuuriosaamista myös muille, kuin itse tapahtuman yleisölle.

Koska tapahtuman tavoitteisiin ei kuulunut taloudellisen voiton saaminen, laskettiin virallisten tapahtumapaitojen teettäminen markkinointikuluihin budjetissa. Paitojen painattamisessa käytettiin suhdetoimintaa ottamalla yhteyttä paikalliseen ohjelmatoimistoon, jolla on asiakastili eräässä paikallisessa tekstiilipainossa. Sovittiin, että ohjelmatoimisto maksaa paidoista koostuvat kulut, jotka myöhemmin korvattaisiin VELMU ry:n ilmaisilla palveluksilla. Sovittiin, että ohjelmatoimisto saa seuraavan syksyn aikana ilmaiseksi lainaan VELMU:n, tavallisesti rahaa vastaan vuokraamia, äänentoistolaitteita. Virallisten tapahtumapaitojen painattaminen oli erittäin hyvä tapa markkinoida tapahtumaa, koska ihmisten käyttäessä paitoja ympäri vuoden, saa myös seuraavan vuoden tapahtuma ympärivuotista markkinointia. Muiden painotuotteiden (julisteet yms.) kuluista selvittiin tekemällä toisen yhteistyökumppanin kanssa sopimus. Tapahtuman virallinen jatkoklubi järjestettiin paikallisessa ravintolassa ja yhteistyösopimukseen kuului, että kolmea esiintyjää ja äänentoistoa vastaan ravintola maksaisi järjestäjille tietyn summan rahaa sekä maksaisi painotuotteista aiheutuvat kulut. Tämä oli sekä tapahtuman järjestäjien, että ravintolan kannalta toimiva ratkaisu sillä ravintolalla oli asiakastili eräässä paikallisessa painoalan yrityksessä ja se sai painotuotteet kanta-asiakashintaan.

Sosiaalinen media oli tapahtuman kannalta kannattavin markkinointi- ja tiedotuskanava monestakin syystä. Ensinnäkin se oli tapahtuman järjestäjille täysin ilmaista ja sillä tavoitettiin paljon laajempi ihmismassa, kuin esimerkiksi kaduille levitettävistä julisteista. Tämän lisäksi sosiaalista mediaa käyttäen pystyttiin helposti tiedottamaan tapahtumaan saapujille esimerkiksi aikataulumuutoksista ja kulkuyhteyksistä tapahtumapaikalle. Facebookiin tehtiin Koisorock 2011 tapahtumasivu, jossa tiedotettiin esiintyjien peruuntumisista, aikataulumuutoksista, yms. reaaliaikaisesti tapahtumaan saapuvalla yleisölle. Myös Allen ym. mallia tapahtumaan osallistuvan yleisön tietojen keräämisestä sovellettiin tekemällä Facebookiin ns. yleinen Koisorock-ryhmä, jonka kautta on mahdollista tiedottaa reaaliaikaisesti tulevien vuosien Koisorock-tapahtumien edistymisestä ja osallistuttaa ihmiset mukaan keskusteluun.

Kuten teoriaosuudesta käy jo ilmi, rockfestivaalit ja nuorisotapahtumat kuuluvat tapahtumiin, joihin vaaditaan poliisin lupamenettely ja siihen liittyvät lisäselvitykset. Koisorockista laadittiin Poliisiviranomaiselle ilmoitus yleisötapahtuman järjestämisestä kaikkine liitteineen. Pelastusviranomaisille laadittiin turvallisuus- ja pelastussuunnitelma, joka liitettiin myös poliisille tehtyyn ilmoitukseen. Turvallisuus- ja pelastussuunnitelmassa kuvattiin lyhyesti suunniteltu tapahtuma, jota seurasi selvitys kaikista turvallisuuteen ja pelastustoimiin liittyvistä asioista kuten: odotettu kävijämäärä, paloturvallisuus, ensiapuvalmius, järjestyksenvalvojat, toiminta tapaturmatilanteessa, yms. Lisäksi turvallisuussuunnitelmaan lisättiin karttaliite tapahtuma-alueesta, jossa oli merkittynä alueen tilapäiset ja pysyvät rakennukset, järjestyksenvalvojien paikat, sammutusvälineistön ja ensiapupisteen sijainti sekä tontin rajat. Ympäristöviranomaisille tehtiin ilmoitus tapahtumasta aiheutuvista meluhaitoista, sekä toimista meluhaittojen minimoimiseksi. Tähän liitettiin kartat arvioidusta alueesta, johon musiikki saattaa kantautua sekä asumuksista, joihin toimitetaan kirjallinen varoitus mahdollisesta melusta. Tämän vuoden tapahtuman turvallisuuteen panostettiin myös budjetoimalla järjestyksenvalvojien palkkaamiseen enemmän rahaa (edellisvuosiin verrattuna) ja huolittelemalla tapahtuman yleisilmettä.

#### 4.3 H-hetki lähestyy

Tapahtumaa edeltävällä viikolla pidettiin koko tapahtumaorganisaation ja sidosryhmien kesken palaveri, jossa käytiin kaikki mahdollinen tapahtumaan liittyvä vielä kerran yhdessä läpi. Palaverissa sovittiin tapahtuman rakentamista, toteuttamista ja purkamista koskevat päiväkohtaiset aikataulut, johon oli tarkoin merkitty kuka tekee mitä ja milloin. Sovittiin kuka hoitaa materiaalien kuljetukset, rakennustöiden valvonnan, somistuksen, äänentoiston testaamisen ja kasaamisen, esiintyjien ruokaliput ja festivaalipassit, yövalvonnan, järjestysmiesten perehdyttämisen, sähkölinjojen vetämisen, tapahtumapaitojen myynnin, yms. Tapahtuma-alueen rakennustyöt aloitettiin tapahtumaa edeltävänä torstaina (itse tapahtumapäivä oli La 27.8). Lavaan tarvittavat materiaalit saapuivat tapahtumapaikalle ja lavan rakentaminen aloitettiin. Tapahtuma-alueen somistaminen aloitettiin niin ikään jo torstaina. Perjantaina koko tapahtuma-alue oli jo täynnä talkooväkeä ja rakennustyöt edistyivät kovaa vauhtia. Lavan rakentamisen ohessa rakennettiin myös huppeat taukotilat esiintyjille lavan taakse. Lava saatiin valmiiksi jo alkuillasta, jolloin oli aika tuoda äänentoisto paikalle. Lavalle vedettiin sähköt ja äänentoistolaitteet kasattiin valmiiksi seuraavaa päivää varten. Pimeän tullessa koko tapahtuma-alue oli muutamaa yksityiskohtaa lukuunottamatta täysin rakennettuna.

Tapahtumapäivän työt aloitettiin varhain lauantaiaamuna. Kun viimeiset kankaat ja banderollit olivat kiinnitetty lavaan, oli aika kokeilla äänentoistoa ja ottaa ensimmäiset

esiintyjät vastaan. Ensimmäisen yhtyeen kanssa tehtiin ns. soundcheck ja kello 12.00 oli aika aloittaa itse tapahtuma. Yleisöä alkoi valumaan tapahtumapaikalle hieman ennen ensimmäisen yhtyeen aloitusta ja yleisömäärä lisääntyi tasaiseen tahtiin koko tapahtumapäivän ajan, kunnes tontti oli jo ääriään myöten täynnä. Tapahtuman ohjelma eteni koko päivän aikataulujen mukaisesti ja yhtye toisensa jälkeen keräsi enemmän hyväntuulista yleisöä lavan edustalle. Tapahtuman cateringista vastaava kahvilayrittäjä koki joitain vastoinkäymisiä, kun ruokakojun sähköt hieman reistailivat ja raaka-aineiden kuljetus tuotti ongelmia. Tästä huolimatta festivaaliyleisö sai tarpeidensa mukaan virvokkeita, kahvia ja ruokaa lähes koko päivän ajan. Viimeisille esiintyjille ei aivan riittäneet ruoat, joka aiheutti jonkin verran närkästystä. Myös äänentoistolaitteisto aiheutti joidenkin esiintyjien aikana hieman vaikeuksia. Tapahtuman viralliset T-paidat kävivät hyvin kaupaksi ja monet käyttivät hyväkseen myyntikojulla tarjotun mahdollisuuden liittyä VELMU ry:n jäseneksi. Palkatut järjestyksenvalvojat ihmettelivät äänen, kun minkäänlaisia järjestyshäiriöitä ei (muutamaa pientä hämminkiä lukuunottamatta) esiintynyt. Iltaa kohden mennessä tapahtuma-alueella oli arvioilta 500-600 juhlijaa. Ennen kuin tapahtuman viimeinen esiintyjä (Dave Lindholm) aloitti soittonsa, roudattiin nopeasti lavalta virallistelle jatkoklubille tarvittava laitteisto. Viimeinen esiintyjä aloitti hieman ennen yhdeksää soittonsa, jolloin koko lavaa edustava nurmikon peittävä mäki oli täynnä ihmisiä. Alkoi olla jo hieman hämärää ja tapahtuma-aluetta koristavat lyhdyt sekä lavan valaistus loi erittäin tunnelmallisen ilmapiirin. Viimeisen esiintyjän lopetettua juontaja kiitti koko yleisöä sekä henkilökuntaa ja toivotti kaikki tervetulleeksi vielä tapahtuman viralliselle jatkoklubille.

Jatkoklubi veti paikalle hyvin väkeä ja ravintolan edustalla riitti jonoa. Joitain ihmisiä hieman häiritsi pitkä jonotusaika, mutta kaikki sujui tästä huolimatta rauhallisesti. Esiintyjät pääsivät aloittamaan soittonsa ajoissa, mutta osa myöhempään paikalle saapuneesta yleisöstä ei päässyt katsomaan haluamaansa yhtyettä alusta asti johtuen pitkästä jonosta. Jatkoklubin äänentoiston järjesti tapahtumaorganisaation ulkopuolelta palkattu taho. Yhden yhtyeen rumpali oli viime hetkellä joutunut perumaan keikan, mutta onneksi toisen jatkoilla esiintyvän yhtyeen rumpali suostui paikkaamaan tätä. Kaiken kaikkiaan jatkoklubi sujui hyvissä merkeissä ja sekä yleisö, tapahtuman tuottajat, että ravintolan edustajat olivat pääosin tyytyväisiä illan lopetukseen.

Tapahtuman jälkeisenä päivänä työt aloitettiin siivoamalla tapahtumapaikka sunnuntaina aamupäivällä. Siivouksen jälkeen purettiin lava ja muut rakennelmat alueelta. Talkooporukka kävi myös läpi yleisöltä tapahtuma-alueelle jääneettavarat, joiden omistajia yritettiin parhaan mukaan tavoittaa. Tässä osoittautui käytännölliseksi Facebookiin luotu tapahtuman virallinen ryhmä, jonka kautta tiedotettiin löytyneistä tavaroista tapahtuman vieraille. Esiintyjien taukotilojen purkaminen viivästyi hieman ja ne saatiin lopullisesti purettua alkavalla viikolla.

#### 4.4 Kunnialla loppuun: kritiikkiä, palkitsemista, arviointia

Tapahtumaviikonlopun jälkeen oli tullut aika käynnistää Koisorock-2011-projektin päättämisvaihe. Tähän viimeiseen, mutta erittäin tärkeään, vaiheeseen kuului koko projektin ja tapahtuman läpikäyminen projektiryhmän kanssa, kritiikin ja kehitysideoiden kuuleminen sekä projektiorganisaation kiittäminen ja palkitseminen. Tässä kappaleessa käydään läpi tapahtuman päättämisvaihe, analysoidaan tapahtumalle asetettujen tavoitteiden onnistumista ja esitellään työkaluja, joilla tavoitteisiin päästiin.

Koisorockin järjestelyissä mukana olleiden henkilöiden kanssa pidettiin kritiikkipalaveri hieman reilun viikon kuluttua tapahtuman päättymisestä. Palaverissa keskusteltiin avoimesti tapahtuman suunnittelu- ja toteutusvaiheista, jonka lisäksi listattiin onnistumisia, epäonnistumisia sekä kehitysehdotuksia tuleville vuosille. Edellisvuoden Koisorockin kritiikkipalaveri pidettiin vasta, kun tämän vuoden tapahtumaa aloitettiin suunnittelemaan. Tänä vuonna palaveri pidettiin Kauhasen mallin mukaisesti heti tapahtuman jälkeen, jolloin asiat olivat kaikilla vielä tuoreessa muistissa. Tapa osoittautui hyväksi, sillä näin saatiin huomattavasti enemmän palautetta, kuin viime vuoden tapahtumasta. Tärkeimpänä antina kritiikkipalaverista saatiin runsaasti kehitysehdotuksia ensi vuoden tapahtumalle. Tärkeää kritiikkipalaverissa oli myös se, että projektiryhmä sai kuulla muidenkin, kuin pelkästään ydinryhmän mielipiteitä ja tätä kautta uusia näkökulmia tulevia vuosia ajatellen. Palaverissa sovittiin myös alustavasti ajankohta, jolloin seuraavan vuoden tapahtuman suunnittelu käynnistetään. Viime vuonna ei erikseen palkittu järjestelyissä mukana olleita henkilöitä, joten tänä vuonna päätettiin järjestää kaikille yhteinen saunailta tapahtuman järjestelyistä ylijääneillä rahoilla. Saunaillassa oli tarkoitus järjestää varojen mukaan ruoka/juomatarjoilu ja katsella yhdessä tapahtumassa kuvattua video- ja kuvamateriaalia. Näin soveltamalla Kauhasen mallia sosiaalisesta palkitsemisesta oli mahdollista saada luotua koko tapahtumaorganisaatiolle positiivinen muisto koko tapahtumasta ja innostaa ihmisiä lähtemään mukaan seuraavinakin vuosina. Projektiryhmä keskusteli talkootyöläisten työpanoksista ja tuli siihen tulokseen, että työtehtäviin liittyvää palkitsemista voisi soveltaa joidenkin kohdalla, joko ottamalla heidät mukaan projektiryhmään tai antamalla vastuullisempia tehtäviä tulevana vuosina.

Tapahtuman yhteisten tavoitteiden asettaminen projektiryhmän kesken Kauhasen ym. mallin mukaan osoittautui erittäin tehokkaaksi tavaksi sitouttaa koko projektiryhmä toimimaan päämäärätietoisesti. Kun yhteiset tavoitteet oli sovittu, oli myös helpompaa ryhtyä käytännön toimiin niiden saavuttamiseksi.

Laadullisista tavoitteista parhaiten toteutuivat yleisömäärän lisääminen, markkinoinnin kohdentaminen taustaorganisaation toimintaan sekä järjestyksenvalvonnan tehostaminen. Yleisömääräksi arvioitiin tänä vuonna noin 500-600 henkeä kun se edellisvuonna oli noin 300-400 henkeä. Tähän vaikutti paljon se, tapahtuman ohjelmistoon otettiin paikallisten yhteyden lisäksi yksi tunnetumpi, artisti (Dave Lindholm), jolle maksettiin myös esiintymispalkkio. Tämän lisäksi on todennäköistä, että suhdetoiminta median kanssa ja tätä kautta saatu medianäkyvyys on lisännyt tapahtuman kävijämäärää. Itse tapahtuma on kasvanut vuosi vuodelta ja tätä kautta myös tietoisuus tapahtumasta paikallisyhteisössä. Hyvin järjestetty tapahtuma on omiaan lisäämään asiakaskuntaa myös seuraavan vuoden tapahtumassa. VELMU ry:n toiminnasta tiedottaminen onnistui myös eri medioissa tapahtuman markkinoinnin yhteydessä, jonka lisäksi tapahtumapaikalla kerättiin uusia tukijajäseniä yhdistykselle myöntämällä halukkaille vuoden ilmaisia jäsenyyksiä. Tapahtumassa ei ilmaantunut mainittavia järjestyshäiriöitä, johon osaltaan vaikutti se, että järjestyksenvalvontaan budjetoitiin edellisvuotta enemmän rahaa ja palkattiin useampia järjestyksenvalvoja. Myös tapahtuman ammattimaisempaan yleisilmeeseen sekä tunnelmaan panostettiin tänä vuonna enemmän. Esimerkiksi tapahtuma-alueen somistuksella, näyttävämmällä esiintymislavalla ja asiallisemmalla juontajalla saatiin luotua vaikutelma, joka viestitti asiakkaille, että tapahtuman taustalla on ammattimainen ja asiansa osaava organisaatio. Todennäköisesti tämä on vaikuttanut myös siihen, että asiakkaat ovat kunnioittaneet hyvällä käytöksellään itse tapahtumaa ja sen taustalla toimivaa organisaatioita. Sovitut aikataulut eivät täysin pitäneet tapahtuman suunnitteluvaiheessa. Esimerkiksi virallisten tapahtumapaitojen ja julisteiden olisi pitänyt olla valmiina ainakin viikkoa aikaisemmin. Myös lopullisen esiintymislavan valitseminen viivästyi tapahtumaa edeltävälle viikolle, joka osaltaan vaikeutti tapahtuma-alueen rakennustoimien suunnittelua. Tämä ei kuitenkaan varsinaisesti riippunut projektiryhmästä vaan lavamateriaaleja vuokraavan yrityksen sisäisen viestinnän puutteesta. Toki myös projektiryhmän sisällä, sekä talkooväen ja projektiryhmän välisessä viestinnässä oli puutteita. Esimerkiksi eräässä vaiheessa koko projektiryhmä oletti, että eräs tapahtuman tekniseen toteutukseen tarvittavista talkootyöläisistä olisi lupautunut mukaan äänentoiston hoitamiseen, kun todellisuudessa kyseiseltä henkilöltä ei oltu edes kysytty asiasta.

Tapahtuman suunnittelu- ja toteutusprosessi edistyi edeltäviä vuosia hallitummin. Projektityötä tehtiin aikaisempia vuosia pienemmällä projektiryhmällä ja tehtävien jako projektiryhmäläisten kesken oli tästä johtuen huomattavasti selkeämpää. Alla olevassa taulukosta ilmenee tärkeimmät projektiryhmän osatehtävät. Taulukosta ilmenee myös milloin ja kenen toimesta kyseiset tehtävät suoritettiin.



Tehtävälista Koisorock 2011	Pekkanen	Tommi	Grona	Ide
Lava		12.elo		
Lupa-asiat	28.heinä			
Tapahtuma-alueen hoito				20.elo
Alueraha		1.touko		
Julisteet	8.elo			
Paidat			8.elo	
Esiintyjien kartoitus				1.kesä
Esiintymissopimukset	1.elo			
Jatkoklubi			8.elo	
Meluilmoitukset				15.elo
Talkooporukka	19.elo			
Järjestysmiehet		19.elo		
Sosiaalinen media			1.heinä	
Menopalstat		1.heinä		
Lehdistötiedote	9.touko			
Yleisön käymälät			12.elo	
Alueen somistus/rakennus	26.elo			

Taulukko 1: Koisorock 2011 osatehtävälista

Tulevan vuoden Koisorock-projektiryhmä voi käyttää tätä taulukkoa avukseen suunnitellessaan tehtävänjakoa projektin käynnistysvaiheessa. Käyttämällä Exceliä taulukkoon on myös helppo lisätä uusia osatehtäviä sekä merkitä tehtävien todellinen toteutuspäivä projektin edetessä.

Itse tapahtuman aikatauluille asetetut tavoitteet toteutuivat erinomaisesti huolimatta esiintymislavan kanssa koetuista ongelmista. Tapahtuma-alueen rakennus- ja somistustyöt aloitettiin jo tapahtumapäivää edeltävänä torstaina. Rakennustyöt olivat tavoitteiden mukaisesti hoidettu tapahtumaa edeltävänä iltana ennen pimeän tuloa. Tapahtumaa toteuttaessa käytettiin hyväksi Allenin ym. mallia talkootyöläisten motivoinnista ja nimettiin esimerkiksi tapahtuma-alueen somistukselle, sekä esiintyjien taukotilojen rakennukselle vastuuhenkilöt talkootyöläisistä. Antamalla talkootyöläisille vapauksia ja vastuuta omista tehtävistään, saatiin heidän motivoitumaan tehtävään erittäin hyvin ja tätä kautta loistavia tuloksia aikaan. Esimerkiksi esiintyjien taukotilojen rakentamisesta vastaava henkilö innostui tehtävästään siinä määrin, että hankki itselleen suhteiden kautta omaa rahoitusta ja materiaaleja pelkästään taukotilojen rakentamiseen. Esiintyjien aikataulut pitivät myös

erittäin hyvin. Ainoa mainittava häiriö aikatauluissa oli, kun tapahtuman pääesiintyjä aloitti noin 15 minuuttia liian aikaisin. Tämän vuoden Koisorockin suunnittelu aloitettiin Kauhasen ym. mallia soveltaen, käymällä läpi edellisvuoden tapahtuma. Esille tuli viime vuoden hankaluudet esiintyjien aikatauluista ja tämän takia ryhdyttiin heti pohtimaan keinoja, joilla aikataulut saataisiin pitämään. Hupilupaa ei tänä vuonna ylitetty (päinvastoin soitot loppuivat hyvissä ajoin ennen hupiluvan päättymistä) ja tapahtuman virallinen jatkoklubi päästiin aloittamaan aikataulujen mukaisesti. Tapahtumaa edeltävällä viikolla pidettiin koko prjektioorganisaation kesken viimeinen palaveri, jossa sovittiin tarkat aikataulut ja työvuorot tapahtumaviikonlopulle. Alla olvassa taulukossa ilmenee tapahtumaviikonlopun tärkeimmät työtehtävät, aikataulut ja vastuuhenkilöt.

<b>Torstai</b>	<b>Aika</b>	<b>Vastuuhenkilö</b>
Lavamateriaalin vastaanotto	17.00 - 18.00	Pekkanen
Rakennustyöt	18.00- 21.00	Otso
Somistus	18.00- 22.00	Carita
PA testaus	17.00 - 21.00	Aatsi
<b>Perjantai</b>		
Rakennustyöt	17.00 - 22.00	Otso
WC:t vastaanotto	16.00 - 17.00	Rönsta
Somistus	18.00 - 21.00	Carita
PA:n roudaus	18.00 - 19.00	Pekkanen
Rak.materiaali roudaus	14.00 - 18.00	Pekkanen
Catering ym. roudaus	17.00- 20.00	Nippe
Alueen siivous	17.00 - 20.00	Ide
Yövärtiointi	22.00 - 8.00	Timo
<b>Lauantai</b>		
PA testaus	11.00 - 12.00	Aatsi
Miksaus 1	12.00 - 14.00	Pelan
Miksaus 2	14.00 - 17.30	Volmari
Miksaus 3	17.30 - 19.00	Lauri
Miksaus 4	19.00 - 22.00	Aatsi
Monitorimiksaus 1	12.00 - 14.00	Volmari
Monitorimiksaus 2	14.00 - 17.30	Lauri
Monitorimiksaus 3	17.30 - 19.00	Pelan
Monitorimiksaus 4	19.00 - 22.00	Pelan
Paitamyynti	12.00 - 22.00	Parkkonen
Stage manager	11.00 - 22.00	Rönsta
Back stage manager	12.00 - 22.00	Nippe
Järkkäri esimies	11.00 - 22.30	Tommi
Jatkoklubi roudaus	20.30 - 22.00	Timo
Siivous	22.00 - 23.00	Ide

Taulukko 2: Koisorock 2011 tapahtumaviikonlopun työvuorot

Yllä olevan taulukon avulla seuraavan vuoden projektiryhmä voi suunnitella tapahtumaviikonlopun työvuorot ja aikataulut. Joissakin tehtävissä, kuten rakennus- ja somistustöissä, tehtävälistaan on nimetty vain vastuuhenkilö. Nimetyn vastuuhenkilön tehtävänä on ollut pitää huoli talkootyövoiman rekrytoimisesta kyseiseen tehtävään.

Tapahtuman taloudelliset tavoitteet saavutettiin tehostetun taloudenseurannan avulla. Tapahtuman suunnitteluvaiheessa rahaa ei valunut hukkaan edellisvuosien tapaan ja budjettia ei juuri ylitetty. Tapahtuman taloudenseuranta helpottui huomattavasti, kun tapahtuman budjetoinnissa ja todellisten kulujen seurannassa käytettiin Kauhasen mallin mukaisesti apuna Excel ohjelmistoa. Kun projektin edetessä merkattiin toteutuneet kulut Excel-taulukkoon heti niiden ilmaantuessa, oli projektin päätyttyä varsin helppoa vertailla budjetoituja kustannuksia todellisiin menoihin. Alla olevassa taulukossa näkyy Koisorock 2011-tapahtuman suunnitteluvaiheessa laadittu budjetti ja sen vieressä projektin todelliset kulut.

<b>Koisorock 2011 budjetti</b>		<b>Todelliset kulut</b>
<b>Yleiset</b>	<b>€</b>	<b>€</b>
Lupamaksut	270	360
Järjestysmiehet	300	399,8
Ensiapu	80	131,92
Catering: esiintyjät, talkooväki	300	249,36
Ennakoimattomat kulut	0	423,4
<b>Tekniikka ja esiintyjät</b>		
Lavarakenteet ja materiaalit	1200	1168,5
Aidat yms. rakenteet	50	208,69
Käymälät	450	0
Esiintymispalkkiot	1000	1250
Roudaus ja liikkumiset	100	66,4
Jatkoklubin PA	200	246
Taiteilijoiden materiaalit	150	297,03
<b>Markkinointi ja tiedotus</b>		
Paidat	300	0
Painokulut	400	0
<b>Yhteensä</b>	<b>4800</b>	<b>4801,1</b>

Taulukko 3: Koisorock 2011 budjetti ja toteutuneet kulut

Taulukosta ilmenee, että monet todelliset kulut eivät aivan täsmää budjetoitujen kulujen kanssa ja jotkut, esimerkiksi lupamaksut, olivat huomattavasti suunniteltuja suuremmat. Talouden seuranta Excelin avulla kuitenkin mahdollisti sen, että projektin loppuvaiheilla oli

helppoa siirtää esimerkiksi käymälöihin varatuista rahoista osan käytettäväksi taiteilijoiden materiaaleihin. Näin jatkuvasti kuluja seuraamalla varmistettiin, ettei kokonaisbudjetin ylitystä päässyt tapahtumaan. Kun seuraavan vuoden tapahtumaa aletaan suunnitella, on edellisvuoden tarkkojen kulujen perusteella helpompaa arvioida tulevan tapahtuman budjettia.

## 5 Yhteenveto

Erilaisten projektinhallinnan ja tapahtuman tuottamisen teorioiden hyväksikäyttö Koisorock-2011 tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa tuotti paljon odotettuja ja osin hieman yllättäviäkin tuloksia. Jakamalla tapahtuma suunnittelu- ja toteutusprosessin vaiheet Ruuskan mallin mukaisesti itse projekti eteni huomattavasti hallitummin verrattuna edellisiin vuosiin. Projektityöskentely itsessään oli projektiryhmän tiukemman määrittelyn ja vastuualueiden jakamisen myötä huomattavasti tehokkaampaa ja määrätietoisempaa. Jo tässä vaiheessa voi sanoa, että projektin päättämisvaiheen huolellisempi toteutus tulee varmasti helpottamaan tulevan vuoden tapahtuman suunnittelua.

Projektin alkuvaiheessa laaditut yhteiset tavoitteet tapahtumalle osoittautuivat loistavaksi lähteä rakentamaan tämän vuoden tapahtumaa. Tavoitteet asetettuaan projektiryhmän oli helppo lähetä miettimään niitä käytännön toimia, joilla tavoitteisiin pyrittiin pääsemään. Projektiryhmän työskentely oli koko suunnitteluprosessin ajan päämäärätietoisempaa verrattuna edellisiin vuosiin ja tämä näkyi myös projektin lopputuloksissa, kun tavoitteiden toteutumista ryhdyttiin tarkastelemaan. Asetetut tavoitteet vaikuttivat myös tämän vuoden budjetointiin. Esimerkiksi asettamalla tavoitteeksi järjestyksenvalvonnan tehostamisen ja tapahtuman yleisen ilmeen huolittelun voitiin suoraan päätellä, mihin asioihin tarvittiin enemmän rahaa tänä vuonna.

Projektinjohtamisen näkökulmasta talkootyövoiman motivoinnin teorioiden soveltaminen tuotti erittäin hyviä tuloksia. Paras esimerkki tästä oli esiintyjien taukotilat. Kun vastuu taukotilojen rakentamisesta annettiin yhdelle henkilölle, lopputulos yllätti positiivisesti koko projektioorganisaation. Tilojen rakennuksesta vastuun saanut henkilö kokosi oman rakennusporukan sekä hankki materiaalit ja rahoituksen omatoimisesti. Myös tapahtuma-alueen somistukseen vastuuhenkilöiksi nimetty kaksikko teki pienillä resursseilla loistavaa työtä ja vakuutti projektiryhmän siitä, että tulevina vuosina tapahtuma-alueen somistukseen kannattaa varata huomattavasti enemmän resursseja.

Henkilökohtaisesti koen oppineeni tästä projektista paljon ja uskon ammattitaitoni tapahtuman tuottajana karttuneen valtavasti. Eri projektinhallinnan ja tapahtuman

tuottamisen teorioiden opiskelu avasi minulle paljon uusia näkökulmia ja käytännön toimintatapoja, joista on varmasti tulevaisuudessa hyötyä. Opin hahmottamaan yksittäisen tapahtuman suunnittelu- ja toteutusprosessin selkeästi vaiheistettuna projektina, joka alkaa esiselvityksistä sekä tavoitteiden asettamisesta ja päättyy arviointiin sekä projektiorganisaation kiittämiseen ja palkitsemiseen.

Keskusteltuani projektiorganisaation jäsenten sekä tapahtumaan yleisönä osallistuneiden kanssa kävi ilmi, että useat pitivät tämän vuoden Koisorockia tapahtuman parhaimpana toteutuksena tähän mennessä. Kiitosta tuli mm. tapahtuman hyvästä ilmapiiristä, edellisvuosiin verrattuna ammattimaisemmasta toteutuksesta sekä esiintyjien monipuolisuudesta ja ohjelman laadusta. Tapahtuman maksettu pääesiintyjä oli monille ensisijainen syy tulla paikanpäälle ja tämä auttoi monia vähemmän tunnettuja esiintyjä saamaan enemmän yleisöä. Tapahtumalla on pitkä historia ja jotkut olivat myös sitä mieltä, että tapahtuma on kasvanut liian suuriin mittasuhteisiin ja sen yleishenki on muuttunut liian jäykäksi ja viralliseksi. Omasta mielestäni tapahtuman arvojen sekä tavoitteiden kannalta on tärkeää, että toteutukseen otetaan ammattimaisempi lähestymistapa. Tapahtuman kantava idea on tuoda paikallista kulttuuriosaamista suuremman yleisön tietoon ja tämä vaatii sitä, että markkinoinnin, tiedottamisen ja projektityöskentelyn keinoin tapahtumaa kehitetään joka vuosi eteenpäin. Asiakaspalautteen järjestelmällinen kerääminen olisi ollut erittäin tärkeää tapahtuman kehittämisen kannalta, mutta tätä ei valitettavasti tämän opinnäytetyön ja projektiorganisaation resurssien puitteissa voitu toteuttaa.

## 6 Johtopäätökset

Kehittäessään verraten pienimuotoista ja lähinnä talkootyöllä toteutettavaa yleisötapahtumaa on tärkeää osata soveltaa erilaisia projektinhallinnan ja tapahtuman tuottamisen teorioita palvelemaan juuri kyseistä tapahtumaa. Vaikka tapahtuma toteutettaisiinkin vuosittain, on otettava huomioon, että jokaisen tapahtuman suunnittelu- ja toteutusprosessi on erilainen projekti, eikä edellisvuosien toimintamallit enää välttämättä päde. Varmasti voidaan kuitenkin sanoa, että jokainen tapahtuma on projektina vaiheistettu kokonaisuus, joka alkaa esiselvityksistä sekä tavoitteiden asettamisesta ja päättyy arviointiin sekä projektiorganisaation kiittämiseen. Tapahtumaa tuottaessa projektipäällikön tärkein rooli on pitää huolta viestinnän toimivuudesta projektiorganisaation ja sidosryhmien kesken sekä luoda edellytykset projektiryhmän toiminnalle. Käytännössä tämä tarkoittaa projektipalaverien pitämistä ja dokumentointia sekä jatkuvaa kanssakäyntiä projektiryhmän ja sidosryhmien kanssa. Projektipäällikön rooli korostuu etenkin silloin, kun hankalia päätöksiä on tehtävä. Projektin edetessä tulee eteen tilanteita, jolloin päätös suuntaan tai toiseen vaikuttaa epävarmalta ja aiheuttaa projektiorganisaatiossa tai sidosryhmissä vastareaktioita. Projektin etenemisen kannalta on kuitenkin ensisijaisen tärkeää, että

jonkinlainen päätös tehdään ja projektipäällikön on tällaisessa tilanteessa tehtävä rohkeasti päätös ja kantaa siitä vastuu.

Kun tapahtumaa tuottavan organisaation resurssit ovat pienet ja rahoitus täysin kiinni ulkopuolisista tahoista, korostuu suhdetoiminnan merkitys markkinoinnissa. On osattava ”myydä” tapahtuma eri medioille ja käytettävä mahdollisimman paljon kekseliäisyyttä tiedotus- sekä markkinointikanavia valittaessa. Koisorockin markkinoinnissa ja tiedottamisessa sosiaalisella medially oli erittäin keskeinen rooli. Tällä tavalla tapahtumaa tiedottaessa päästiin myös vuorovaikutukseen potentiaalisen yleisön kanssa. Myös tapahtuman painotuotteiden, eli tapahtuman julisteiden, levittäminen toteutettiin tavalla, joka mahdollisti vuorovaikutuksen. Julisteet levitettiin vilkkailla julkisilla paikoilla ajankohtana, jolloin ihmisiä oli paljon liikkeellä. Tämä herätti ihmisissä mielenkiintoa ja monet tulivat kyselemään mistä on kysymys ja ketkä tätä tapahtumaa ovat järjestämässä. Tällä tavoin jalkautumalla sinne missä ihmiset on, päästiin henkilökohtaisesti levittämään sanaa tapahtumasta ja kuulemaan ihmisten mielipiteitä tällaisesta toiminnasta.

Tapahtuman koosta ja rahoitusten lähteistä riippumatta tapahtuman talouden seurannan tulisi olla huolellista ja ajantasaista. Koko projektiryhmän tulisi jatkuvasti olla tietoinen tapahtuman taloudellisesta tilanteesta ja helpoiten tämä käy aloittamalla projektipalaverit talouskatsauksella. Kaikki kustannukset tulisi välittömästi merkata ylös käyttämällä esimerkiksi tietokoneen Excel-ohjelmistoa ja hankinnat tulisi merkata kustannuksiksi jo siinä vaiheessa, kun niistä yhdessä sovitaan. Tapahtuman huolellinen budjetointi on erittäin tärkeä vaihe, koska sen avulla selvitetään tapahtuman rahoituksen tarve. Jos tapahtumalla ei ole tarkoitus tuottaa voittoa, ei ole myöskään tarpeen arvioida tapahtuman tuottoja sponsoritulojen ja muun rahoituksen lisäksi. Taloudellista tilannetta seuraamalla on vain pidettävä huolta, että rahoitus riittää kattamaan todelliset kulut. Koisorock-2011 tapahtuman suunnittelun edetessä ilmeni tilanteita, joissa alunperin budjetoituja hankintoja saatiin edullisemmin tai jopa ilmaiseksi ja vastaavasti joihinkin hankintoihin budjetoidut varat eivät riittäneetkään. Koska talouden seuranta oli hoidettu ajantasaisesti, oli projektiryhmän mahdollista ottaa budjetista vapautuneita varoja johonkin muuhun käyttöön. Esimerkiksi kun ilmeni, että tapahtuman liikutettavat käymälät saadaankin ilmaiseksi sponsorilta, voitiin niihin budjetoidut varat käyttää ylimääräiseen vuokratekniikkaan. Talouden seurannan asianmukainen dokumentointi helpottaa seuraavan vuoden budjetointia, kun edellisvuoden tulot sekä menot on tarkkaan analysoitu ja alkuperäisen budjetin paikkansapitävyys arvioitu.

Tapahtuman tulevaisuuden kannalta on tärkeää päättää tapahtuma asianmukaisesti koko projektiorganisaation voimin. Tapahtuman onnistumisen arviointi ja kehitysideoiden kokoaminen välittömästi tapahtuman päätyttyä on paras tapa valmistautua seuraavaan

tapahtumaan. Tapahtumaorganisaation kiittäminen ja palkitseminen on paras tapa varmistaa, että myös ensi vuonna saadaan tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen motivoitunut ja sitoutunut ryhmä työskentelemään yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi.

**Lähteet:**

Allen, J., O'Toole, W., McDonnel, I. & Harris, R. 1999. Festival and Special event management. Milton: John Wiley & Sons.

Hoyle, L. CAE. CMP. 2002. Event Marketing: How to successfully promote events, festivals, conventions, and expositions. New York: John Wiley&Sons.

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

Raj, J., Walters, P. & Rashid, T. 2009. Events Management: An Integrated and Practical Approach. London: SAGE Publications Ltd.

Ruuska, K. 2005. Pidä projekti hallinnassa: suunnittelu, menetelmät, vuorovaikutus. Tampere:Talentum Media Oy.

Van Der Wagen, L. 2001. Event Management: For tourism, cultural, business and sporting events. FrenchForest: PearsonEducation Australia.

Virkki, P&Sommermeri, A. 1992. Projektityö: kehittämisen moottori. Helsinki: Edita Ab.

Vuoripuro, J. 2007. Suurten yleisötapahtumien turvallisuusopas.Helsinki: SPEK.

Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S. & McMahon-Beattie, U. 2004. Festival and Events Management: An international arts and culture perspective. Burlington: Elsevier.

**Sähköiset lähteet:**

VELMU ry 2011.  
Viitattu 17.10.2011. <http://www.velmu.net/velmu.htm>



**Kuvat ja kuvat**

Taulukko 1: Koisorock 2011 osatehtävälista.....	25
Taulukko 2: Koisorock 2011 tapahtumaviikonlopun työvuorot .....	26
Taulukko 3: Koisorock 2011 budjetti ja toteutuneet kulut .....	27

## VELMU RY/KOISOROCK -11

Velmu r.y.

Pankkitili nro: 122030-208898

### YHTEISTYÖSOPIMUS

Tällä päivämäärällä on sovittu, että alla mainittu yritys / yhteisö tukee Velmu r.y.:n järjestämää Koisorock-11 tapahtumaa, joka järjestetään lauantaina 27.08.11.

Tukija voi halutessaan varata tapahtumaa mainostavasta julisteesta haluamansa vapaan mainospaikan. Tukija voi myös vaihtoehtoisesti laittaa mainoksensa lavarakenteisiin tai muulle näkyvälle paikalle tapahtumapäivänä.

Tukija maksaa sovitun summan lisäksi mahdollisen lavarakenteisiin kiinnitettävän mainoksen tms. paino- yms. kustannukset. Velmu r.y. vastaa julisteen painatuksesta.

TUKIJA \_\_\_\_\_

YHTEYSHENKILÖ \_\_\_\_\_

OSOITE \_\_\_\_\_

PUH/FAX \_\_\_\_\_

SÄHKÖPOSTI \_\_\_\_\_

SOVITTU SUMMA \_\_\_\_\_

YHTEYSHENKILÖ/  
VELMU R.Y. \_\_\_\_\_

TUKIJAN MAINOKSEN  
SIJOITUSPAIKKA \_\_\_\_\_

PAIKKA JA PÄIVÄMÄÄRÄ \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ 2011

\_\_\_\_\_  
Velmu r.y.:n edustaja

\_\_\_\_\_  
Tukija

**Tätä sopimusta on tehty kaksi samanmuotoista kappaletta: toinen tukijalle ja toinen yhdistykselle.**

Liite 1: Koisorock 2011 yhteistyösopimus pohja

