

Planering och utförande av seminariet Fokus på Östnyland

Charlotta Lökström och Emma Wahlström





HAAGA-HELIA

yrkeshögskola

Utbildningsprogrammet för turism

Sammandrag

21.11.12

Skribent eller skribenter Charlotta Lökström och Emma Wahlström	Gruppkod eller startår Resto 10
Rapportens namn Planering och utförande av seminariet Fokus på Östnyland	Antal sidor och bilagor 55+ 21
Lärare eller handledare Marina Karlqvist, Eva Holmberg	
<p>Arrangörerna och skaparna av seminariet "Fokus på Östnyland" är Charlotta Lökström och Emma Wahlström. I lärdomsprovet beskriver arrangörerna ingående hur planeringen av seminariet "Fokus på Östnyland" framskred och förverkligades. Arbetet kring seminariet började i februari 2012 och gick av stapeln måndagen 16.4.2012. I lärdomsprovet beskrivs seminariet från planering till förverkligande.</p> <p>Fokus på Östnyland hölls på Borgå Campus på Konstfabriksgatan 1 i Borgå. Campuset blev klart under våren 2011 och många evenemang har redan ägt rum där. Campuset valdes som upplevelserum eftersom det kändes naturligt då uppdragsgivaren befann sig vid HAAGA-HELIA:s Borgå enhet i Borgå campus. Aulan i campuset där seminariet gick av stapeln är dessutom väldigt ljus och öppen och lämpade sig därför utmärkt för seminariet. Huvudmålet med seminariet var att informera besökarna om de möjligheter Östnyland har att erbjuda, samt att skapa en något positivare attityd för finlandssvenskar.</p> <p>I lärdomsprovet beskrivs de olika skedena i planeringsprocessen som arrangörerna gått igenom under utvecklandet av seminariet. Första skedet i processen är då man utvecklar den så kallade definitionsfasen. Under definitionsfasen svarar man på frågor som vad, var, varför, när och för vem. Därefter följer planeringsskede då man planerar och förbereder allting noggrant inför det kommande evenemanget. Denna fas utgör 75 % av hela processen. Efter detta kommer genomförande stadiet då själva evenemanget tar plats och detta skede är mycket beroende av hur väl planeringsskedet lyckades. Utvärdering och efterarbetet, som består av att man skickar ut tack brev och går genom feedback man fått angående seminariet är det sista skede.</p> <p>Seminariet "Fokus på Östnyland" lockade 150 besökare och såväl arrangörerna som besökarna ansåg att seminariet var lyckat.</p>	
Nyckelord Seminarium, Östnyland, Finlandssvenska, Evenemang	

Degree programme in tourism

<p>Authors</p> <p>Charlotta Lökström and Emma Wahlström</p>	<p>Group or year of entry Resto'10</p>
<p>The title of thesis</p> <p>Planning and Arranging a Seminar on Eastern Uusimaa</p>	<p>Number of pages and appendices 55+21</p>
<p>Supervisor(s)</p> <p>Eva Holmberg, Marina Karlqvist</p>	
<p>The objective of this graduation project was to organize a Swedish seminar called “Fokus på Östnyland”, i.e. focus on Eastern Uusimaa. This thesis thoroughly describes, from the beginning to the very end, how the seminar was planned and implemented by Charlotta Lökström and Emma Wahlström. The seminar planning work began in February 2012 and the actual seminar was held on Monday 16 April 2012.</p> <p>The seminar was arranged on Porvoo Campus, which is located near the city centre close to the river. The new campus was completed in spring 2011 and represents a new kind of learning and competencies centre. The campus lobby is an open and bright area and the choice of the place felt natural as the commissioner of the project work also was located on the very same premises. The main purpose of the seminar was to inform the visitors of opportunities that Eastern Uusimaa has to offer, and to try to form a slightly more positive attitude towards Swedish-speaking Finns.</p> <p>The thesis thoroughly describes the different stages that the organizers have gone through during the process of planning the seminar. The theoretical framework is based on literature on event planning. The first stage in the planning process is the definition stage, which answers the questions why, what, when, where and for whom. The next stage in the process is the planning stage, where all the preparations for the event are made and the upcoming event is being planned. The planning stage represents 75% of the whole process. The third stage is the implementation stage, where the event is being held. This stage is highly dependent on how the planning stage succeeded. The final stage is when thank-you letters are sent and feedback is received. Only then is the project finally terminated.</p> <p>“Fokus på Östnyland” was a successful seminar, both the organizers and visitors were satisfied. The seminar offered a versatile programme and attracted some 150 visitors.</p>	
<p>Key words</p> <p>Seminar, Eastern Uusimaa, Swedish-speaking Finn, Event</p>	

Innehåll

1	Inledning.....	1
1.1	Syfte och avgränsning.....	2
1.2	Problemdiskussion	2
1.3	Tidigare evenemang	3
1.4	Tillvägagångsätt	4
1.5	Arbetets uppläggning.....	4
2	Evenemang ur ett projektperspektiv	6
2.1	Definition av projekt.....	6
2.2	Evenemangsorganisation som en projektorganisation.....	8
2.3	Evenemangsorganisering i olika faser.....	10
2.4	Evenemangsplanering.....	12
2.4.1	Planering av plats och program	13
2.4.2	Tidpunkt och tidsandvändning.....	14
2.4.3	Uppbyggande av evenemangsutrymme	15
2.5	Volontärer	17
2.6	Säkerhet inom evenemangsplanering.....	18
2.7	Utvärdering av evenemang.....	19
2.8	Upplevelser.....	20
3	Planering av Fokus på Östnyland	25
3.1	Bakgrund till evenemanget.....	25
3.2	Planeringsprocessen.....	28
3.3	Uppställda mål	30
3.4	Arbets- och ansvarsfördelning.....	31
3.5	Tillvägagångssätt.....	31
3.6	Resurser och kostnader	32
3.7	Tidsfördelning och tabell.....	33
3.8	Slutliga programmet.....	33
4	Genomförandet av evenemanget.....	36
4.1	Sponsorer.....	36
4.2	Förberedelser	37

4.3	Utförandet	38
5	Utvärdering av evenemanget	42
5.1	Utvärdering	42
5.1.1	Tidsplaneringen och budgeten.....	42
5.1.2	Arrangemanget.....	43
5.1.3	Upplevelserummet	43
5.1.4	Svagheter i processen	45
5.2	Besökarna	45
5.3	Vi själva.....	46
5.4	Feedback.....	47
6	Slutdiskussion	51
6.1	Förbättringsförslag.....	52
	Källor	54
	Bilagor.....	56
	Bilaga 1. Tidtabell.....	56
	Bilaga 2. Tidtabell för volontärerna	57
	Bilaga 3. Lista på företag som sponsorerade seminariet Fokus på Östnyland.....	61
	Bilaga 4. Sponsorbrev på svenska	62
	Bilaga 5. Sponsorbrev på finska	63
	Bilaga 6. Programmet för Fokus på Östnyland 16.04.12.....	64
	Bilaga 7. Meddelande till studerande på svenska	65
	Bilaga 8. Meddelande till studerande på finska.....	66
	Bilaga 9. Marknadsföring på interna TV-skärmarna.....	67
	Bilaga 10. Material för marknadsföring i klass	68
	Bilaga 11. Marknadsföring på Mynet.....	71
	Bilaga 12. Annonsen på Mynet.....	72
	Bilaga 13. Utvärderingsblankett.....	73
	Bilaga 14. Tabell över slutliga utgifter	75
	Bilaga 15. Planering på skolan 10.3.....	76
	Bilaga 16. Förberedelser för evenemanget fredagen 13.4.....	78
	Bilaga 17. Stämningen dagen innan seminariet	80
	Bilaga 18. Bottenplan över seminarium platsen	81

Bilaga 20. Sketchen	83
Bilaga 21. Tack från lärarna i Helsingfors enheten	84

1 Inledning

Detta lärdomsprov beskriver utförligt arbetskedena för seminariet ”Fokus på Östnyland” som ordnas på Borgå Campus den 16.4.2012 klockan 12-18. Seminariet är en följeslagare av bl.a. seminariet ”Fokus på Svenskfinland” som anordnades 7.4.2011 i Haga. År 2011 var programmet roligt och lärorikt och detta gav sedan upphov till anordnandet av ett liknande evenemang, med ett lite mer avgränsat och konkret tema. Uppdragsgivare för detta evenemang är Reija Sandelin, lektor vid HAAGA-HELIA yrkeshögskola i Borgå.

I lärdomsprovet presenteras förutom teori om evenemangsplanering också själva förverkligande av seminariet ”Fokus på Östnyland”. De olika faserna för evenemangsplanering presenteras och därefter kommenteras delarna med inslag av hur de tillämpades i praktiken i planeringsarbetet. De olika faserna är definitionsfasen, planeringsfasen, genomförandefasen samt reflektionsfasen.

Seminariet är ett endags evenemang som ordnas i huvudaulan på Borgå Campus. Seminariet är unikt eftersom detta är det första helt finlandssvenska seminarium som ordnas på Campuset. Man väntar att seminariet besöks av upp till 200 studerande från HAAGA-HELIA i Böle, Haga och Borgå. Idén med detta seminarium är att hos besökarna, förbättra och förtydliga bilden av vad Östnyland har att erbjuda. Genom ett digert program vill man påvisa vilken betydelse finlandssvenskheten har i Östnyland. På programmet står föreläsningar, work shops, skådespel, paneldebatt, filmförevisning samt servering. Hela seminariet är öppensinnat och alla får uttrycka sina egna tankar och åsikter om ämnet ifråga utan behöva känna sig utpekad eller obekvämd.

Fokus på Östnyland marknadsförs för studerande och personal på HAAGA-HELIA Borgå campus och HAAGA-HELIA i Böle via lärare och skolornas interna informationskanaler som t.ex. infotavlor. Målgruppen för detta seminarium är unga samt unga vuxna och programmet planeras och anpassas enligt de ungas behov och preferenser.

1.1 Syfte och avgränsning

Syftet med detta lärdomsprov är att beskriva arbetet kring anordnandet av seminariet Fokus på Östnyland. Ett liknande seminarium ordnades den 7.4.2011, då med titeln Fokus på Svenskfinland och nu med ett lite mer konkret tema för att komma ännu närmare gästerna. Man önskar att de ämnen som tas upp skulle beröra ännu mera än för ett år sedan.

Fokus på Östnyland skall vara ett seminarium som får gästerna att fundera över ämnet Östnyland och finlandssvenska. När seminariet är över och alla gästerna går hem, är målen att alla har fått en positivare bild över finlandssvenskan och att de fått ett grepp om Östnyland och vad det har att erbjuda. Målet är också att bygga nya broar mellan studerandena med olika modersmål och öka samhörigheten bland dem. Meningen är också att de finlandssvenska föreläsare som deltar skall få uttrycka sig och dela med sig av sina upplevelser om hur det är att leva eller arbeta som svenskatalande Östnyland. Arrangörerna hoppas också att själva genom planeringen av detta seminarium lära sig hantera evenemangsplanering och få ny kunskap om organisering.

Ett av målen är också att planeringen och själva seminariet blir så väl utfört att det lockar andra studerande eller företag att ordna ett liknande seminarium på nytt med detta material som grund.

1.2 Problemdiskussion

Det finns vissa faktorer och frågor som nästan alltid kommer upp vid anordnandet av ett evenemang eller seminarium, oberoende av vilken typ av evenemang det är frågan om. Problem som, hur man klarar av att ordna ett lyckat evenemang och utföra planeringen så att den anpassar sig till och stöder själva evenemanget.

Huvudproblemet inom planeringen och genomförandet av seminariet kommer troligen att vara anskaffandet av föreläsare till själva seminariedagen. Då det redan till en del finns inbjudna gäster kommer det inte vara ett huvudproblem att locka besökare men visserligen kommer det att bli en utmaning att hitta lämpliga och intressanta personer som föreläser och deltar i paneldiskussionen som är riktade till de inbjudna stu-

derandena. Eftersom seminariets tema är ”Fokus på Östnyland” är ett av delproblemen även hur man skall få framhävt den information och den kunskap som besökarna önskas få.

Genom teori och egna erfarenheter hoppas man få svar på frågor som kan vara av betydelse vid planeringsskedet av seminariet. Genom att svara på några frågor under planeringsprocessen med hjälp av teori och den kunskap man samlat med sig, får man reda på hur man skall gå till väga för att seminariet skall bli lyckat. Frågeställningarna i detta lärdomsprov är:

- Vad krävs för att ett evenemang skall bli lyckat?
- Vilket är det effektivaste sättet att överföra den kunskap på som man vill ge åt besökarna?
- På vilket sätt får man uppmärksamheten på Östnyland och finlandsvenskan?

Vad gäller planeringen av programmet under seminariet kommer det att vara rätt krävande att hitta programnummer som passar in i budgeten. Uppdragsgivaren har gett en ungefärlig budget men problemet kommer då främst att vara anskaffningen av intressanta föreläsare som inte tar upp hela budgeten.

1.3 Tidigare evenemang

Seminariet ”Fokus på Östnyland” baserar sig på en rad olika seminarier som gått under en kurs vid namnet Nordisk stig. Fokus på Svenskfinland som ordnades på 7.4.2011 på HAAGA-HELIA i Böle gav idén till anordnandet av ”Fokus på Östnyland”. Idén med seminariet var då att öka kännedomen om Svenskfinland genom olika programpunkter och olika föreläsare. Under seminariet fick gästerna också delta i diskussioner och paneldebatter och ställa frågor till föreläsare. Frågorna kunde vara vad som helst angående finlandssvenska och Svenskfinland. Reija Sandelin, Gun Åkerblom och Kimmo Sasi öppnade seminariet med några ord om finlandssvenskan. Den officiella programdelen avslutades klockan 17.00 men för dem som ville stanna kvar bjöds det på middag och en filmföreläsning med filmen ”Drakarna över Helsingfors” som baserar sig på Kjell Westös bok med samma namn. Företag som var med och stödde seminariet var

Husqvarna, Nordea, Svenska Folktinget, Tankesmedjan Magma, Walhalla och Nordens institut i Finland.

1.4 Tillvägagångsätt

Då det gäller kontaktandet av föreläsare och sponsorer använder sig arrangörerna av två metoder, e-post och telefonsamtal. Genom olika kontakter får arrangörerna telefonnumror till eventuella gäster, som de sedan själva kontaktar. Genom e-post kommer man åt sponsorer och föreläsare som under dagtid inte har möjlighet att svara i telefon men samtidigt kan det ta lång tid innan man får ett eventuellt svar. Vid telefonsamtal får man genast reda på om intresse överhuvudtaget finns och på det viset kan man sedan börja spinna vidare på programmet tillsammans med dessa människor.

En kvantitativ metod i enkätform används för att ta reda på hur nöjda besökarna är. Enkäten delas ut på varje sittplats före seminariet börjar och meningen är att besökarna skall fylla i enkäten under evenemangets gång och sedan sätta den i en utvärderingslåda. Uppskattningsvis önskar man få in 50-100 användbara utvärderingsblanketter. Efter evenemanget analyseras enkäterna och svaren skrivs ned i en Excel tabell som bl.a. visar de positiva och negativa kommentarer som besökarna skrivit ned.

1.5 Arbetets uppläggning

För att läsarna av detta lärdomsprov skall få en inblick över varför skribenterna ordnade seminariet beskrivs syfte och målen i inledningen. I inledningen finner man även lite information om tidigare seminarium och får reda på vilka metoder som kommer att användas då man kontaktar potentiella medverkare för seminariet.

I början av lärdomsprovet, efter inledningen beskrivs den teoretiska referensramen som fungerat som grund för lärdomsprovet. Teorin består av evenemang från ett projektperspektiv, med betoning på projektarbete, upplevelser, evenemangsplanering- och organisering.

Sedan beskrivs planeringen av själva seminariet med början från planeringsprocessen och tillvägagångsättet fortsatt av ansvarsfördelning och tidsanvändning. Därefter redo-

görs det för genomförandet och utvärdering av seminariet som slutligen följs av en slutdiskussion där det bl.a. skrivs om förbättringsförslag.

2 Evenemang ur ett projektperspektiv

2.1 Definition av projekt

Ordet projekt härstammar från ”projicio” vilket betyder kasta fram någonting och när det kommer till projekt handlar det ofta just om att komma fram med idéer och kasta fram förslag. Projekt kan även handla om att pröva, utveckla, genomföra eller förbättra någonting. (Myrgård 2009, 9.)

Ett projekt är klart avgränsat och har en tydlig början och slut. Projekt är av engångskaraktär, unikt och avgränsat i både tid och omfattning. Ett projekt är tillgångs- och kostnadsplanerat med ett tydligt definierat mål och en projektorganisation. Under arbetets gång dokumenteras det i en projektbeskrivning och projektet avslutas med en slutrapport. En projektmodell kan användas i sådana projekt där det anses komma till nytta och det är viktigt för organisationen att bestämma om en projektmodell bör användas eller inte. Det kan t.ex. bestämmas att modellen skall användas i alla uppdrag som är över en viss budget men att man i mindre uppdrag kan utnyttja mindre delar av modellen så att de passar in i just det uppdraget. (Skårbratt 2009,9.) Utmärkande för projekt är också att det vanligen finns en projektplan som redogör för:

- Uppdraget i form av uppställda mål eller anvisningar
- Resurser, kostnader, antal personer och tidsfördelningen
- Tidsschema med starttid, sluttid och betydande milstolpar
- Arbets- och ansvarsfördelning
- Budget för projektet

(Myrgård 2009, 9.)

En projektmodell är en beskrivning av hur ett projekt skall genomföras. En projektmodell består av ett antal faser med beslutspunkter mellan faserna och ibland också i faserna. Med hjälp av modellen får man reda på vad som skall göras i varje fas och hur rapporterna skall se ut. Ur projektmodellen kan det även framkomma vilken roll och vilket ansvar de olika projektmedlemmarna har i projektorganisationen. Då man väljer att använda sig av en projektmodell skall man bedriva det som om man skulle införa ett

projekt. Fördelar med en projektmodell kan t.ex. vara att man oftare lyckas hålla tidsplanen, budgeten och man uppnår lättare projekt målet. Även kommunikationen inom projektorganisationen underlättas och tydliga roller och ansvarsområden för varje projektmedlem kommer fram. (Skårbratt 2009, 83.)

Projektkontoret har en överordnande och beslutande roll i att välja vilka projekt som organisationen väljer att genomföra. Beställaren eller uppdragsgivaren av projektet måste få godkännande av projektkontoret för att projektet kan sättas igång. Projektkontoret skall också se till att projektet bedrivs enligt den projektmodellen som man har valt. Projektkontorer består av ett visst antal personer som blivit valda till det. Organiseringen av ett projektkontor skiljer sig från organisation till organisation. Nyttor med ett projektkontor kan t.ex. vara att innan projekten börjar ser projektkontoret till att inga onödiga projekt sätts igång utan ser istället till att rätt projekt prioriteras och att rätt personer jobbar med projektet. Projektkontoret skall också se till att projektmodellen följs och håller bestämd kvalitet, tid och budget. Efter projektet ser projektkontoret till att de uppställda målen nås och att projekten sedan kan jämföras med andra. Det kan dock vara ganska svårt att införa ett projektkontor eftersom det då egentligen tas bort makt från de som vanligtvis startar projekt dvs. uppdragsgivare. Från att tidigare endast kommit med projektidéer måste de numera bevisa att deras projekt är nyttiga för organisationen och värda att genomföras. (Skårbratt 2009, 84.)

En projektsajt är ett eget och avskilt rum på Internet, som gjorts för projektet. Där följer man med planeringen och genomförandet av projektet. Man delar viktiga dokument utan att olika versioner försvinner och man kommunicerar bl.a. via diskussionsforum och anslagstavlor. Det är alltså ett virtuellt rum som är en projektsajt. Nyttor som uppstår då man använder sig av en projektsajt kan vara att alla inblandade har tillgång till samma information, som dessutom är uppdaterad, man har överlag bättre kontroll över projektet genom en projektsajt och det underlättar för att projektmodellen verkligen kommer till användning. Även tid sparas då man kommunicerar via nätet och man hittar snabbt aktuell information och kan därefter själv snabbt publicera något. Informationen och dokumentationen är därmed likartad och aktuell. (Skårbratt 2009, 85.)

Det finns många fördelar med att jobba i projekt eftersom det är en rätt så flexibel arbetsform som utvecklar personalen. De resurser man har i form av tid, människor och pengar används på ett mer effektivt sätt. Det är även lätt att följa med och utvärdera vad man åstadkommit i ett projekt eftersom det så gott som alltid finns uppställda mål, anvisningar, projektplan och en budget. I och med att personer från olika enheter och avdelningar deltar och arbetar tillsammans inom ett projekt blir kraven på information och informationsflöde betydande och detta är till en fördel exempelvis i genomförandefasen. (Myrgård 2009, 9-11.)

Projektarbete är också en utmaning och både de som är direkt inblandade och samtliga chefer och arbetskamrater bör räkna med att arbetsmetoderna kommer att avvika sig från den traditionella organisationslinjen. Vanligtvis har man oftast en egen roll på sin arbetsplats och hör kanske till en liten fast grupp där man känner sig trygg i. I organisationer där man siktar på att sköta en stor del av arbetet i projektform kan man dock tillhöra flera olika projekt samtidigt, vilket i sin tur kräver att man har en benägenhet att arbeta ihop med andra. (Myrgård 2009, 10-11.)

Projekt som arbetsform ställer alltså enorma krav på samarbetsförmågan. Det gäller att respektera andras kunskaper och åsikter och detta uppnår man genom att träna sig in i samarbetsfärdigheter som att lyssna, ge feedback och uppmuntra och även själv delta med tankar och idéer. Även behovet av information blir större då fler är inblandade i ett projekt. I projektplanen bör det ingå en ansvarsfördelning som klart och tydligt visar vem som ansvarar för att informera olika berörda. Finns det inte nedskrivet i planen händer det lätt att ingen frivilligt tar ansvaret och då blir det ett stort informationsglapp som i sin tur leder till missnöje och irritation och projektet hindras från att gå vidare. Det är nödvändigt att informationen är genomtänkt och välplanerad i projektarbete. (Myrgård 2009, 12.)

2.2 Evenemangsorganisation som en projektorganisation

När ett evenemang utförs av en projektgrupp på en begränsad tid räknas det som ett projektarbete. Andersson, Larsson & Mossberg (2009, 37) definierar projekt med fyra begrepp 1)tid 2) uppgift 3) arbetsgrupp och 4) förnyelse.

Då det är frågan om evenemang är tiden eller främst den begränsade tiden en viktig del. Ett evenemangs verkamma grupp befinner sig ofta under avgränsad tid. I evenemang som endast ordnas en gång är detta det mest uppenbara. En projektgrupp skapas för syfte att planera och genomföra evenemanget och efter det upphöra existerande. Återkommande evenemang kan också räknas som projekt t.ex. idrottstävlingar. Strax före evenemangen sysselsätter man människor och arbetsgrupper för att organisera evenemangsprojektet året i fråga. Sedan sätts det i vila och startas upp igen påföljande året. Evenemangsorganisationer arbetar och expanderar under olika perioder. (Andersson et al. 2009, 37.)

Då man arbetar i ett projekt som ordnar ett evenemang betyder det att man arbetar under en bestämd deadline, man måste alltså hålla koll och se till att allt är på rätt plats och i sin ordning då evenemanget startar. Då man har ett fastslaget datum för evenemanget går det inte att skjuta på deadline fastän man t.ex. inte lyckats få tillräckligt med uppträdare. Det man lyckats åstadkomma vid tidpunkten är därmed definitivt och går inte att utvecklas mer. Då man organiserar ett evenemang är tiden värdefull och därför är konsten att handskas med den utsatta tiden man har på ett effektivt sätt väldigt avgörande. Inom projektledning finns det olika hjälpmedel som man kan använda sig av för att hantera tiden. (Andersson et al 2009, 38.)

Olika former av strukturerade metoder att planera för program och milstolpar och beslut är i t.ex. GANTT- scheman och PERT- scheman. Dessa härstammar från amerikanska krigsindustrin och har med åren utvecklats till att lämpa sig för projektverksamhet. Många evenemangsorganisationer använder sig dock inte av dem utan lutar istället på personliga erfarenheter. Men i och med att evenemangen blir mer och mer professionella ökar även användningen av dem. När och hur olika aktiviteter genomförs beror till viss mån på hur tiden uppfattas. Tiden i ett projekt kan emellertid upplevas som att den går långsamt och deadline är långt ifrån och en annan gång kan tiden verka gå fort och det känns som om tiden inte räcker till. Under projektets gång förändras människans tidsmedvetande, vilket ofta leder till att arbetet stegvis ökar i intensitet ju närmare deadline man kommer. (Andersson et al. 2009, 38.)

R.A. Lundin (1998) refererad i Andersson et al. (2009, 39) anser att det i människors tidsmedvetande vid olika projektarbeten finns en slags nedräkningsklocka. Olika milstolpar observerar vad som åstadkommit fram till en utsatt tidpunkt. Vid den slutliga milstolpen, deadline skall projektuppgiften vara löst. Vid ett återkommande evenemangsprojekt påverkas arbetet från föregående evenemang i det kommande. Man har möjlighet att använda sig av samma strategiska inriktning eller besluta sig för att använda någon annan inriktning. Då man förväntar sig att ett evenemang skall kvarleva och kanske utvidga sig i framtiden är det centralt att förnya evenemanget från projekt till projekt. En central strategisk frågeställning som många evenemangsorganisationer diskuterar är hur stor plats sponsorer får ta i evenemanget dvs. till vilken grad skall evenemanget få en kommersiell framtoning. Återkommande evenemang har till skillnad från enstaka evenemang två dimensioner, bortsett från att hålla sig inom tidsramarna under arbetet i det enskilda projektet vet man samtidigt att projektet görs på nytt och att arbetet i det pågående projektet påverkar förutsättningarna för att arbetet i det följande projektet. (Andersson et al. 2009, 39.)

2.3 Evenemangsorganisering i olika faser

Man kan se projektet som en livscykel som består av olika faser som man går igenom. Då förstår man de olika processerna bättre. Inom litteraturen om projektledning är det vanligt att man delar in och skriver om olika faser; initieringsfasen, planeringsfasen, genomförandefasen och utvärderingsfasen. (Andersson, et al. 2009, 44.)

Vid initieringsfasen, även kallad förstudiefasen borde en förstudie göras för att se om projektet överhuvudtaget går att genomföra. Därför är denna fas väldigt viktig vid engångsevenemang och det är här projektet börjar och grunden för projektet läggs här. Om man inte strävar efter att göra en betydande förändring av evenemangskonceptet så är initieringsfasen betydligt kortare för ett återkommande evenemang på samma plats. (Andersson et al. 2009, 44.)

Lundin och Söderholm (1995) menar i (Andersson et al. 2009, 44) att retoriken spelar en stor roll då det i initieringsfasen gäller att övertyga intressenter och samarbetspartners för att få visa att evenemanget har förmåga att lyckas. Det behövs entreprenörskaps anda för att få fart på ett evenemangsprojekt. I planeringsfasen bestäms projekt-

gruppens eller organisationens omfattande och huvudsakliga mål. Hur brett evenemanget skall vara, om det är lokalt, nationellt eller kanske internationellt business. För att de centrala målen skall uppfyllas görs en välplanerad handlingsplan, tidsplaner görs och delmål ställs upp. Projektet begränsas och uppgifter som skall lösas planeras och karaktäriseras. Man överväger även här vilken kunskap som behövs eller vilka medverkande man behöver anlita för att kunna utföra och göra satsningar. Projektplanering görs in i minsta detalj. (Andersson et al. 2009, 44.)

I genomförandefasen antas de på förhand bestämda uppgifter genomföras för att göra uppgiften fullständig. Personalen försöker avskilja sig för att de skall kunna utföra uppgiften så som planerats från början, störande faktorer måste avlägsnas då. Man är ändå öppen för nya idéer så att evenemanget skall bli ännu bättre. På själva genomförandet av projektet finns s.k. aktivitetsplaner som innebär förutsättningen för att personalen kan arbeta självständigt utan att hela tiden behöva få lov av ledningen att göra något. Planerna görs dock inte i detalj av någon annan än de som planerat dem. Planerna beskriver inte dess vidare själva handlingarna som utförs men det viktiga är ändå att de utgör en grund som man sedan kan ändra på och därmed ändå ha ett redskap och symboliskt värde. (Andersson et al. 2009, 45.)

I den avslutande fasen, utvärderingsfasen bidrar medverkarna med en tidpunkt att sammanfatta erfarenheter och komma med lärdomar inför framtiden. Genom benchmarking och samarbete med andra evenemangsarrangörer kan man lära sig mycket. Mycket lite officiell information och dokumentation överförs t.ex. mellan stora sports-evenemang och därmed tappas ofta mycket kunskap och information. Överföring av erfarenheter är viktig i denna fas, alltså att den kunskap som man fått förs vidare till följande evenemang eller till evenemangsägaren. Kvaliteten på evenemanget är av värde för att lära sig till nästa evenemang. (Andersson et al.2009, 45-46)

Ett samarbete med många företag och föreningar skall göras då ett evenemang arrangeras. Med hjälp av en intressentanalys får man reda på vilka aktörer som påverkar evenemanget och vilka aktörer som påverkas av det. Evenemangsordnarna skall handla strategiskt för att få så många intressentrelationer som möjligt, speciellt med de intressenter som avgöra om evenemanget kan ordnas. Det är viktigt att alla intressenter ser

evenemanget som något positivt och att ingen känner sig överlägsen eller orättvist behandlad. Det kan exempelvis hända att lokalbefolkningen som anser evenemanget som störande och onödigt kan försöka sabotera det men däremot om de istället får en positiv upplevelse gentemot evenemanget kan de vara villiga att hjälpa och ställa upp som volontärer. Intressenter är i vissa fall mer betydelsefulla än i andra evenemang. (Andersson et al. 2009, 47.)

Publiken är den viktigaste intressenten för de evenemang som är beroende av biljettförsäljning. För sportevenemang är det inte hanteringen av allmänheten som är viktigast utan relationer till sponsorer är en större del. Publiken är en viktig intressent för evenemang som inte säljer biljetter. Eftersom publiken är en central del i evenemanget, evenemangets själ, kan den indirekt påverka arrangörens möjlighet att locka till sig finansiering från kommunen eller sponsorer. (Andersson et al. 2009, 48-49.)

Evenemang är mycket beroende av stöd från en mängd olika intressenter i samhället. Ordandet av ett evenemang betyder att hantera intresserrelationer på ett så gynnsamt sätt som möjligt och undvika att relationer växer till fel håll, dvs. att sponsorer sedan kan säga upp avtalet och välja att sponsora ett annat evenemang. (Andersson et al. 2009, 56.)

2.4 Evenemangsplanering

Då man arbetar kring ett evenemang finns det tre frågor att analysera. De är vem, när, var, hur, och varför. Dessa kallas även de fem v: na. Först funderar man över vem som är gästerna och hur många de är. Att veta vem gästerna är spelar en stor roll då man planerar programmet för evenemanget. Allting från underhållning till dekoration blir lättare att planera då man känner till gästerna och vilket slag av underhållning som tilltalar gruppen i fråga. Det är också bra att veta eller att ta reda på till vilken åldersgrupp gästerna hör och huruvida de känner varandra från tidigare eller ej. (Wolf, Wolf & Levine 2005, 2-16.)

Alltid då man marknadsför evenemang skall man göra upp klara mål för vad man vill nå med evenemanget. Förbättra företagsbilden, skaffa synlighet, förbättra gamla eller skaffa nya kundförhållanden, demonstrera eller sälja produkter, motivera, coacha och

utbilda egen personal, forma grunden eller marknaden för försäljning av produkter. Det är viktigt att producenterna kan svara på varför de ordnar evenemanget i fråga och för vem det är riktat. Ju konkretare målen är desto lättare är de att mäta dem efter evenemanget. (Vallo & Häyrinen 2003, 24-28.)

När man marknadsför ett evenemang delas medlen traditionellt i fyra delar;

- Reklam
- Personlig försäljning (PS, personal selling)
- Säljbefrämjande åtgärder (SP, sales promotion)
- Kontakt och publicitet (PR, public relations, publicity)

Under marknadsföringen skall man framhäva en positiv och tydlig bild av evenemanget. Man skall skapa den önskade imagen redan vid marknadsföringskedet. Företagets tema och grund idén skall synas i marknadsföringen. (Vallo et al. 2003, 31-31.)

2.4.1 Planering av plats och program

Under ett evenemang är underhållningen en viktig del men man måste känna till sin målgrupp så bra att programmet är politiskt korrekt och når målgruppen. Andra frågan handlar om vad evenemanget står för. Genom att besvara den frågan får man en tydligare bild av hur man skall fortsätta planeringen och hur upplevelserummet skall se ut för att skapa rätt atmosfär. Övriga utrymmen för till exempel föreläsningar skall också planeras noga vad gäller användnings ändamål, storlek och dekoration. (Wolf et al. 2005, 125-136.)

Gällande programmet måste man känna till eller kunna räkna ut var gränsen mellan roligt, passande, och tråkigt, opassande går. En tidtabell skall göras där alla programpunkter finns utskrivna samt hur länge de får ta. Där finns också pauserna utskrivna för att all personal skall veta exakt när man kan försvinna och när man måste vara på alerten. Under ett evenemang är ett koncist tempo det viktigaste. För långa pauser gör gästerna uttråkade medan för snabb takt får dem förvirrade. Programmet skall ha en inledning med intressanta element, en handling som håller intresset uppe hela tiden samt en avslutning som sammanfattar hela programmet. (Wolf et al. 2005, 125-136.)

Det är viktigt att kunden ser en röd tråd genom hela evenemanget allt från inbjudan till själva evenemanget och uppföljning. I tidtabellen måste också finnas uträknat hur lång tid det tar för alla besökare att förflytta sig från ett ställe till ett annat. Känner gästerna varandra blir det lätt så att man stannar upp och diskuterar med varandra vilket stannar upp hela flödet. Med tanke på detta är det bra om det finns någon som dirigerar besökarna och visar vart och hur långt de skall gå. (Wolf et al. 2005, 32-39;139-146.)

Ett mångsidigt program lyfter fram stämningen under evenemanget. Erbjuder man någonting som är interaktivt och levande får kunden en trevligare stämning genast från början. Det viktigaste att tänka på, gällande de olika programmen är målgruppen. Man måste fundera ut vad de är intresserade av samt vilken sinnesstämning man vill skapa under evenemanget. God underhållning hittas lätt via internet, agenturer och bekanta. Personliga kontakter är dock det lättaste sättet att nå talare och konstnärer. (Wolf et al. 2005, 129-137.)

Det lönar sig alltid att ha en plan B för alla programpunkter. Om tekniken inte fungerar eller programmet på grund av annan orsak måste skjutas upp måste man ha något annat att komma med för att programmet inte skall stanna upp, och stämningen bland både gästerna och personalen bli sämre. Känn personalen, vilka deras starka sidor är och låt den arbeta enligt dem. En nöjd och självsäker personal leder till nöjda besökare av evenemanget. (Wolf et al. 2005, 129-137.)

2.4.2 Tidpunkt och tidsandvändning

Tredje frågan är när evenemanget äger rum. Tidpunkten kan påverka stämningen på hela evenemanget. Den påverkar dekoration, servering och ämnena. Att välja en viss dag påverkar också motivationen samt deltagarantalet under evenemanget. Att välja rätt klockslag för rätt målgrupp har betydelse för deltagarantalet. För studerande är ett evenemang under dagen mer passande än för människor som arbetar. Miljön runtom samt i upplevelserummet, upplevelserummets kapacitet det vill säga hur många det ryms in, logistik, bjudning och förvaring är sådant som påverkar var evenemanget hålls. (Wolf et al. 2005. 25-32.)

Då man planerar evenemanget skall man göra upp en tidtabell över hela processen. Det hjälper till att få allting gjort i god tid. Det är viktigt att från första början hålla god ordning på allting. Allting skall skrivas upp och de saker som hör ihop kan läggas i samma dokument. All insamlad information skall finnas till hands under hela planeringskedet i en så kallad evenemangsbok. I den finns alla kontaktuppgifter till de medverkande, eventuella kontrakt, budgetplan, allting berörande serveringen, dekoration och försäkringar, en räddningsplan, bottenplan för upplevelserummet, gästlista, vem som sköter ljus och ljud samt alla kommentarer kring det, tidtabeller, eventuell sittordning, lista över alla kostnader samt övriga noteringar. Man måste se till att allting som behövs finns, videoprojektor fungerar, talare, konstnärer, fotografer och guider skall veta vad deras roll är under evenemanget. (Wolf et al. 2005. 58-62.)

Tidpunkten för allting är en av de betydande sakerna vad gäller evenemang. Allting skall ske vid just rätt tillfälle och genom att hålla tidtabellen löper programmet smidigare och risken för att större problem uppstår angående dagordningen blir betydligt mindre. Innan själva evenemangsdagen skall man göra upp ett schema för i vilken ordning allting skall gå och all personal skall hela tiden veta vilken programpunkt som kommer till nästa och när en viss person skall uppträda eller tala. För personalen kan man dela ut en personalbok där de viktigaste detaljerna angående programmet står dvs. själva programmet, var toaletter ligger, detaljer om serveringen, nödutgångar osv. Denna personalbok samt kommunikationen all personal emellan är bland de viktigaste saker som händer i upplevelserummet och en förutsättning för att evenemanget skall lyckas och besökarna trivas. (Wolf et al. 2005, 10-12.)

2.4.3 Uppbyggande av evenemangsutrymme

Den fjärde frågan handlar om varför evenemanget ordnas, alltså vad idén bakom evenemanget är. Svaret på denna fråga hjälper till att fokusera på rätta saker. Man kan få hjälp med hur budgeten skall användas samt vad man vill satsa på och lyfta fram. Femte frågan är hur stor budgeten är. Vet man inte budgeten från början så kan man inte räkna ut hur stora kostnaderna kommer att bli. Speciellt om man ordnar ett evenemang för en betalande kund måste man känna igen budgeten och veta var max gränsen går och hur mycket man har råd att satsa på evenemanget. (Wolf et al. 2005, 8-9.)

Den kreativaste delen under hela planeringen är när det gäller att planera hur själva evenemanget skall se ut. Det kan också vara utmanande eftersom de planer man har, inte alltid är möjliga att förverkliga. I detta skede är det bra med kunskaper i problemlösning vilket hjälper till att programmet kan fortlöpa om problem uppstår. Planeringen av ett evenemang går långt utanför gränserna för endast upplevelserummet. Man måste samla in idéer och inspiration från olika ställen för att nå ett bra resultat. Redan under planeringsskedet är det viktigt att tänka på att allting hänger ihop från början till slut. Detta behövs för att kunna skapa en stark upplevelse. (Wolf et al. 2005,111.)

Det som påverkar besökarens upplevelse kan vara blommor, tyger, servering, programmet samt personalens klädsel. Det printade materialet som delas ut till gästerna skall tydligt hänga ihop med den övriga dekoren. Inbjudan och marknadsföring likaså. Budskapet skall vara tydligt och klart så att besökaren genast får veta hurdant evenemang det är fråga om. Eventuella gåvor till gästerna avslutar evenemanget och ger en god stämning samt ett minne att ta med hem. (Wolf et al. 2005, 79-81.) Det man måste tänka på då man anskaffar gåvorna är att de är nya och nyttiga och valda med eftertanke och inte genast hamnar långts bak i garderoben.

Personalen under evenemanget utför en stor del av evenemanget. Tillräckligt med personal lättar på arbetsbördan och därmed löper allting smidigare. Besökaren får också på detta sätt en känsla av att hon märks då det hela tiden finns någon som kontrollerar att allting är under kontroll. (Wolf et al. 2005, 107-108.)

Osynliga detaljer spelar också en stor roll för ett lyckat evenemang. Hela flödet beror på hur väl man planerat och skött verksamheten. Att koordinera alla medhjälpare samt att göra upp en plan för hur de skall arbeta gör att allting sköts väl och snabbt. Man måste planera när gästerna kommer, var de anländer, hur de kommer in, var de rör sig först, hur allting skall löpa och till slut hur allting avslutas och hur besökarna tar sig ut. (Wolf et al. 2005, 139.)

Då man bygger upp upplevelserummet kan man skapa ett uppbyggnings- och nerrivningschema. I dessa scheman står det hur allting skall byggas upp och i vilken ordning allting skall rivas ner och städas undan. Detta är viktigt med tanke på uppställning av

bord och stolar, dekorationer, soundchecks osv. Det som man alltid måste komma ihåg är att det tar längre tid att bygga upp upplevelserummet än att riva ner det. (Wolf et al. 2005, 144-145)

2.5 Volontärer

Personalens betydelse spelar stor roll i kvaliteten på ett evenemang och därför bör man vara mycket noggrann med vem man anställer eller rekryterar. En viktig sak man skall fundera på är om man vill anställda personal som får betalt eller om man skall rekrytera volontärer. (Iiskola- Keskonen 2004, 41.)

Då man söker volontärer lönar det sig att göra det i lugn och ro och inte ta förhastade beslut och ta första bästa som är intresserad att jobba gratis. Motiverade arbetare kan man hitta från många olika ställen, när man väl hittat dem gäller det att hitta en lämplig uppgift åt var och en som även volontärens kunskap och önskemål. Man bör uppmuntra volontärerna till att ta ansvar och inspirera dem till att göra mer krävande uppgifter. Under evenemanget skall man också visa att man uppskattar volontärerna och viktigt är även att man tackar dem för deras insats för att de själva skall känna sig nöjda med vad de åstadkommit. (Iiskola et al. 2004, 40.)

Man bör alltid visa personalen, speciellt volontärerna hur mycket man värdesätter deras arbete. Det är också viktigt att man visar respekt gentemot personalen och därmed försöker skapa en positiv upplevelse genom att ordna tillräckligt med pauser och förse dem med mat och dryck. Det lönar sig inte heller att hålla volontärerna kvar efter evenemanget i onödan om det inte mer finns någon uppgift för dem att göra. (Wolf et al. 2005, 154.)

Då det är fråga om ett större evenemang med mer än 500 besökare är volontärerna livsviktiga. Man måste komma ihåg att dessa människor kommer frivilligt och därför kan man inte dela ut alltför många eller krävande uppgifter. Det är upp till arrangörerna och planerarna att se till att volontärerna har alla medel de behöver för att lyckas under evenemanget. De skall vara välinformerade och utbildade. Personalen skall kunna lita på arbetsgivaren. Utbildningen av volontärer sker innan själva evenemanget och en personalhandbok skall delas ut i god tid för att volontärerna hinner bekanta sig med

den. Det är viktigt att enskilt för varje volontär beskriva exakt hennes arbetsuppgifter samt nämna hennes ansvar under evenemanget. Den nödvändiga information som måste ges till volontärerna innan evenemanget är en beskrivning över arbetet, passande utstyrsel och beteende och kontaktpersoner. En tidtabell över programmet och en plan över sittordningen och reservplaner bör även ges till volontärerna. Morgonen före evenemangsdagen skall ännu innehålla ett kort möte med hela personalen för eventuella sista minuten frågor samt ett sista förberedande inför evenemanget. Efteråt skall man komma ihåg att tacka volontärerna så att de faktiskt förstår att deras insats var viktig och att de hade en viktig roll under evenemanget. (Wolf et al. 2005, 147-154.)

2.6 Säkerhet inom evenemangsplanering

Säkerheten är viktig under ett evenemang men det betyder inte nödvändigtvis strikta säkerhetsarrangemang. Det gäller bara att se till att alla besökare går säkra, se till att upplevelserummet skyddas samt att alla försäkringar är i ordning. En god säkerhetsplan för öppna evenemang innehåller också namnen på första hjälps kunniga samt en tydlig beskrivning över vad som skall göras vid eventuella olycksfall. Det är en del av arrangörernas jobb att se till att alla gäster och all personal är trygga under hela evenemanget. Om man arrangerar ett slutet evenemang kan man kolla namnet på alla gäster från en namnlista och till exempel dela ut armband åt alla gäster som märke på att de finns på listan. Använder man sig av dessa märken skall hela personalen också bära dem. Dessa märken behöver inte vara märkvärdiga bara de är synliga och svåra att kopiera. I vissa fall ber man också att gästerna tar med sig sin inbjudan och visar det vid ingången. (Wolf et al. 2005, 155-161.)

En del evenemang kanske inte kräver säkerhetsvakter men ibland förekommer det att platsen där man håller sitt evenemang kräver att det förekommer någon form av säkerhetsvakter under hela evenemanget. Säkerhetsvakterna finns till för att se till gästerna, aktiviteterna och platsen. Vakterna ses i vissa fall som festförstörare men deras insats under ett evenemang kan vara av väldigt stor betydelse då till exempel ett olycksfall inträffar eller vid eventuella farosituationer. Om evenemanget i fråga besöks av fler än 740 personer kan det vara skäl att ha ett medicinskt team och ambulans på plats samt kännedom om var närmaste sjukhus ligger. Vid anmälningplatserna kan det vara bra att placera den bästa och smartaste personalen. Vid anmälningen gäller det att vara bra

människokännare för att upptäcka om någon beter sig suspekt eller för att kunna agera rätt om någon inte har sitt namn på listan. (Wolf et al. 2005, 155-161.)

Efter att evenemanget är över och gästerna lämnat platsen finns det ännu några hinder att ta sig över. Det kan under planeringsskedet eller under själva evenemanget uppkomma överraskande kostnader och de vanligaste kostnaderna som kommer till efter budget fastslagningen är kostnader för dekorationer och underhållning. Borddukarna kan ta slut eller blommorna bör eventuellt bytas ut. Om festen håller på längre än planerat, skall bandet ha tilläggsbetalning och hyran för övertiden skall betalas. (Wolf et al. 2005, 163-166.)

2.7 Utvärdering av evenemang

Själva utvärderingen är en viktig del av planeringen. De två största rubrikerna vid utvärderingen är vad gick bra och vad borde förbättras. Vid utvärderingen gäller det att vara brutalt ärlig, speciellt vid de egna handlingarna och det egna uppförandet. Vid så gott som varje evenemang finns det rum för förbättring vid något område. Några frågor man kan svara på är: (Wolf et al. 2005, 164-166.)

- Hände allting i tid?
- Var budgeten realistisk?
- Skötte evenemanget sig själv?
- Gick allting smidigt?
- Hur såg upplevelserummet ut?
- Fanns det tillräckligt med sittplatser och rum för gästerna?
- I vilket tillstånd lämnades platsen?
- Vad var inte perfekt?

Till sist är det viktigt att komma ihåg att tacka gästerna för sitt deltagande till exempel med ett tack kort. Hela teamet av volontärer och övriga medhjälpare skall också tackas. (Wolf et al. 2005, 164-166.)

Inom marknadskommunikationen samlar man mycket feedback. Man gör olika undersökningar berörande kontakter, marknadsföring osv. Det är viktigt att efter varje evenemang samla in feedback från många olika håll bland annat gästerna, föreläsarna, volontärerna samt övriga deltagare och medhjälpare. Det är ett enkelt och nyttigt sätt att få reda på alla åsikter om evenemanget. Frågor att ställa vid utvärderingen kan vara;

- Nådde vi vårt mål?
- Hur upplevde vår målgrupp evenemanget?
- Hur upplevde uppdragsgivaren evenemanget?
- Översteg vi gästernas förväntningar?
- Vad kostade evenemanget per person?
- Vad lärde vi oss inför kommande evenemang?

(Vallo et al. 2003, 205-208.)

2.8 Upplevelser

O'Dell beskriver i (Mossberg 2003, 22) att en upplevelse kan vi bara förstå och uppskatta efteråt, när vi ser tillbaka på händelsen. Upplevelsen är en medvetenhet som är omedveten om sig själv. När vi är med om en upplevelse berörs våra sinnen och genom vårt medvetande påverkas våra känslor. (Mossberg 2003, 22.)

Inom upplevelseindustrin har det blivit en global trend att bygga hela eller delar av verksamheten runt en historia. Det kan vara en enskild produkt, ett företag eller en destination. Det finns två grundförutsättningar som föreslås. Den första är upplevelsen som sker i ett sådant område där det finns gränser som gör att kunderna kan kliva ut ur vardagen. Och den andra grunden är att kunden är med och skapar upplevelsen. Om verksamheten lyckats med att skapa en unik och bra historia, är detta en fördel som är svår för andra verksamheter att kopiera och word-of-mouth sprids. Det är viktigt att skapa en helhets bild av konceptet, utforma varumärket och att utveckla kunderna en upplevelse, genom detta skapar man ett nytt och viktigt konkurrensmedel till verksamheten. (Mossberg 2003, 22; 39-41.)

Individen söker något extra, något nytt, spännande och annorlunda men det kan också röra sig om en tid i lugn och stillhet. En upplevelse är ett personligt fenomen som man är med om och som man därigenom åtminstone delvis skapar själv. Denna process äger rum under hela konsumtionen och individens känslor och deltagande spelar en stor roll. Upplevelsen kan beskrivas efter både värde och styrka och uppfattas som positiv eller negativ och mer eller mindre stark. (Mossberg 2003, 22.)

Arnould & Price (1993) betonar i (Mossberg 2003, 23.) att vid upplevelser inom turism, har många kunder inte några klara förväntningar. Det är i många fall första gången tjänsten utnyttjas och därför kan en jämförelse med andra tjänster vara svår. Spontaneiteten skiljer extraordinära händelser från våra vardagliga rutiner och bidrar till att uppfattningen om händelsen känns som något extra och där-för blir minnesvärd. (Mossberg 2003, 23-24.)

Ofta räcker det inte med att kunden är nöjd för att få en upplevelse. Man kan vara nöjd då man besöker banken, men man kan inte direkt kalla att man fått en upplevelse av detta. Då vi gör våra dagliga rutiner så tänker man inte på samma sätt. Det måste hända något mer som engagerar oss. Det kan vara något oväntat som inträffar vilket leder till intresse eller spänning, eller en överraskning som kan få positiva följder. (Mossberg 2003, 26.)

Det är inte lätt att definiera eller beskriva en evenemangsupplevelse, vare sig om man frågar en besökare på ett evenemang eller en arrangör eftersom alla tycker olika och man kan även välja att satsa på olika saker så som programmet eller helheten. Genom att fokusera på några viktiga dimensioner kan förståelsen för evenemangsupplevelsen ändå underlättas. (Andersson, Larson & Mossberg 2009, 97.)

Definitionen på ett evenemang lyder: ”Evenemang är publika, inträffar högst en gång om året, med ett program som vänder sig till allmänheten och deras fritidsintressen”. Redan det att ett evenemang är något som högst inträffar en gång om året och är något ordinarie utöver den vardagliga situationen gör det oftast till en upplevelse för besökaren. Tidsperspektivet är alltså viktigt, det är inte något vanligt och det är en slags utflykt för besökaren som kopplar bort från vardagliga situationer. Samverkan hör även ihop

med hur upplevelsen uppfattas som, det kan både vara positivt och något negativt. (Andersson et al. 2009, 98.)

O' Dell (2005) refererad i Andersson et al. (2009, 98) anser att deltagande för besökaren på ett evenemang är en investering av tid, men tiden och evenemangets bestående varierar hos människorna. Evenemangsupplevelsen har givetvis en början och ett slut men det kan vara svårt att dra en tydlig gräns för det. Evenemangsupplevelsen kan vara i flera dagar eller bestå av en rad tillfälliga händelser under besökarens vistelse. Det finns en fysisk klocktid när besökarna t.ex. går in och ut till evenemangsplatsen men förberedelser kan ha påbörjats långt innan. Till förberedelser kan höra när någon tränar i ett år före och sedan får ett pris och sätter det i skåpet där hemma. Varaktigheten på evenemangsupplevelsen varierar alltså och en evenemangsupplevelse kan variera i två dagar t.ex. vid något evenemang som håller på ett veckoslut. Man kan också berätta om evenemanget och detaljerat beskriva det och förklara vad som var så unikt med upplevelsen. En evenemangsupplevelse kan alltså ses som en helhet eller som en utfärd som består av en serie tillfälliga händelser eller möten under besökarens uppehåll. (Andersson et al. 2009, 98.)

Evenemangsupplevelser är ytterst personliga. De är olika för varje gång och är subjektiva och abstrakta. Detta kan hända på oräkneliga platser t.ex. konserthall, golfbana eller på en sportarena. Planeringen sker oftast på en annan plats än förverkligandet. Planeringen kan göras på själva arbetsplatsen medan evenemanget kan utföras t.ex. i naturen eller på en totalt annan plats. Inom turismforskning talas det mycket om hur turisten beter sig relaterat till förflyttning av tid och rum. Man utgår ifrån att turisten lämnar vardagen och det vanliga för en tillfällig undanflykt till något icke-ordinärt. Då turisten återvänder hem igen återgår hon sedan till vardagen med rutiner, som däremot har bortsetts vid evenemanget för det är oftast något icke-ordinärt som händer där. Enligt definitionen turism förutsätts en "rumslig förflyttning" och det samma gäller även de flesta evenemangsupplevelser, alltså att en flyttning krävs då man förflyttar sig till evenemangsområdet. (Andersson et al. 2009, 99-100.)

Man anses inte som turist om evenemanget man besöker finns på samma ort. Ändå kan det för lokala befolkningen kännas som man vore en turist eftersom platsen man

är van vid, kan vid väldigt stora evenemang har förändrats helt till att vara en internationell destination. Tillgång till mat kan vara annorlunda och förutom artister och kända personer kan det krylla av turister som talar ett annat språk och dessutom kan det finnas mycket aktiviteter. Då evenemanget uppfattas som något ovanligt beror det troligtvis på avstånd, tillgänglighet och tidsuppfattning och om man även varit med om något liknande förut och kan man känna sig bekväm eller osäker. Beroende på om man exempelvis bjudits in till VIP- loungen, uppfattas detta säkerligen som något extra ordi- närt. (Andersson et al. 2009, 99-100.)

På ett evenemang kan personer få en ny status med olika symboler. På sportseve- nemang kan det t.ex. vara en nummerlapp och på festivaler kan det vara kläder som shorts. Då personen är rätt utklädd är man redo för evenemanget. Bjälsejö (1999) be- skriver att festivalupplevelsen verkar handla om att förverkliga och upptäcka det an- norlunda samtidigt som det annorlunda upptäcks så synliggörs det vardagliga. Möjlig- heten att vara någon annan startas, det handlar om en annan värld där andra sociala koder tas i bruk än de som gäller i vardagen. (Andersson et al. 2009, 101.)

I marknadsföring pratas det mycket om att tillfredsställa kunden. Tillfredsställelse är ett tillstånd i enskilda kunders huvud och uppkommer som ett resultat av kundens erfa- renheter av företaget eller evenemanget. Erfarenheter kan framställas som en känsla eller bedömning. I en studie om kundtillfredsställelse jämför man skillnaden mellan kundens tidigare förväntningar till produkten eller evenemanget. Tillfredsställelse anses vara en funktion av avvikelser mellan förväntad och egentligt prestation. (Andersson et al. 2009, 106.)

Att mäta kundfredsställelse vid evenemang på det här sättet är svårt eftersom det inte är frågan om något rutinmässigt och därför har besökarna sällan några klara förvänt- ningar. Speciellt när det i många fall är första gången man besöker denna typ av eve- nemang och jämförelser med andra evenemang kan vara svåra. Hur besökare upplever ett evenemang påverkas också av andra känslor och beteende. Det är inte samma sak att mäta kvaliteten på t.ex. restaurang som att mäta kvaliteten på ett evenemang, ef- tersom programmet förändras från år till år medan en restaurangtjänst erbjuds konti- nuerligt under året. Det som erbjuds och som skall utvärderas ändras alltså också från

år till år samtidigt som programmet ändras. Evenemanget består dessutom ofta av ett antal delar och dessa bidrar sedan tillsammans till besökarens upplevelse. (Andersson et al. 2009, 106.)

Enligt O'Dell, Getz och Carlson (1999) refererat i (Andersson et al. 2009,107) består ett evenemang av såväl konkreta komponenter såsom kvaliteten på sittplatser, restauranger och toaletter som abstrakta komponenter, till vilka räknas programmets kvalitet och evenemangets atmosfär. Kvaliteten på de olika evenemangsdelarna upplevs inte på samma sätt hos alla människor utan varierar eftersom man sätter olika grad av vikt på dem. En del värdesätter mer det konkreta, att mat och dryck finns och att toaletter finns nära till hands, medan någon annan inte bryr sig om det. Dålig kvalitet på de påtagliga komponenterna kan ses som en del av evenemangsatmosfären. I många fall är det ändå på de abstrakta komponenterna dvs. på programmet och möjligheten till annat som man sätter vikt på. (Andersson et al. 2009, 107.)

Det finns olika begrepp som används i litteraturen då man beskriver hög styrka och intensivitet av en upplevelse. Optimal upplevelse och extra ordinär upplevelse är de två vanligaste begreppen. Båda innefattar att det för personen betyder personlig kontroll, glädje och uppskattning. Personen är också mycket koncentrerad på aktiviteten. Optimala upplevelsen är en känsla av att ens förmåga räcker till för att klara av den kommande utmaningen. Det rör sig om något speciellt, extra ordinärt och glädje. Berättelser berörande optimala upplevelser s.k. "flow" handlar om en medvetandenivå som utestänger alla andra tankar och känslor. Personen är helt och hållet försjunken i det han eller hon gör och för det krävs koncentration. Många är ute efter en optimal upplevelse vid ett evenemangsbesök och har man en gång uppnått detta är det inte så underligt att man förmodligen vill uppnå detta igen. Efter evenemangets slut berättar man gärna om sina upplevelser och man vill bevara dem genom att tala med andra. Evenemanget ger möjligheter till att skapa goda minnen. (Andersson et al. 2009,108.)

3 Planering av Fokus på Östnyland

I detta kapitel beskrivs planeringen av seminariet ”Fokus på Östnyland” och det beskrivs hur man gått tillväga då man valt platsen, programmet och förfarandet för seminariet.

3.1 Bakgrund till evenemanget

Finlandssvenskarna som till antalet är 280 000, vilket motsvarar 5,5 % av Finlands befolkning är mestadels bosatta längs med kusterna i Nyland, Åboland och Österbotten. Drygt 4 % av finlandssvenskarna bor i enspråkigt finska kommuner och landskapet Åland är hem till 26 000 finlandssvenskar. (Folktinget, 2012.)

Enligt demografiska fakta ser framtiden för den svenska befolkningen i Finland ljusare ut. I medeltal föder vi fler barn än vad hela befolkningen gör och allt fler barn födda i tvåspråkiga familjer registreras som svenskspråkiga och får därmed gå i svensk skola. Utbildning på svenska i Finland är en förutsättning för att svenska språket och den svenska kulturen i Finland skall leva vidare. (Folktinget, 2012.)

År 2000 i mars fick Finland en ny grundlag enligt vilken både svenska och finska är Finlands nationalspråk. Enligt den skall både den finskspråkiga och svenskspråkiga befolkningens samhälleliga och kulturella behov tillgodoses på lika grunder. Detta betyder att det skall finnas samhällservice, utbildning och informationsförmedling på båda språken. Finlands förvaltning är också enligt lag tvåspråkig. Det innebär att alla lagar, förordningar och övriga viktiga dokument skall finnas både på svenska och finska. Den nya språklagen godkändes av riksdagen den 11 februari 2003 och trädde i kraft den 1 januari 2004 efter att rösterna föll 179 för och tre emot. Enligt språklagen har varje svenskatalande individ i Finland rätt att använda sitt eget språk i alla kontakter med statliga myndigheter. (Folktinget, 2012.)

Enligt opinionsundersökningen ”Svenskans ställning” utförd av Finlandssvenska tankesmedjan Magma år 2008 är fördelningen väldigt jämn då frågan ställs om svenskan fortsättningsvis borde vara obligatorisk i grundskolan. Däremot anser över hälften att

Finland har ekonomisk nytta av sin tvåspråkighet. Enligt Kjell Herberts sammanfattning tycker 66 % att man skall ha ett intyg på svenska kunskaper för att få en statlig tjänst i Finland och samtidigt anser 58 % att Finland har politisk nytta av tvåspråkigheten. Hälften av respondenterna är av den åsikten att det skulle behövas mer kunskap i svenska i Finland. (Magma 2008.)

En stor del (65 %) skulle kunna tänka sig ett äktenskap med en finlandssvensk och 41 % av de svarande kunde tänka sig låta sitt barn gå till ett svenskspråkigt daghem eller en svenskspråkig skola. Största delen av de svarande (84 %) tycker också att de finns helt vanliga medelinkomsttagare bland finlandssvenskarna precis som bland de finskspråkiga. (Magma 2008.)

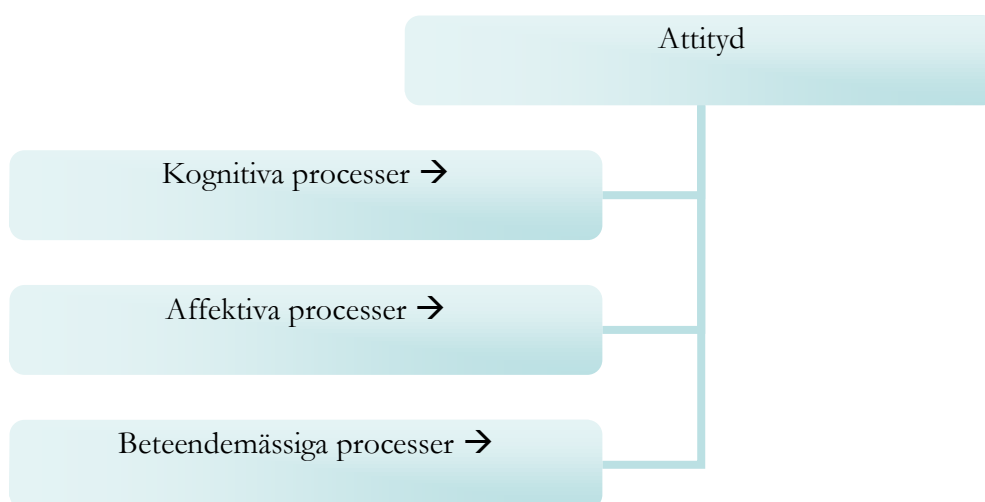
Utgående ifrån det som skrivits innan verkar det som om de finskspråkiga har en rätt så bra attityd till finlandssvenskarna. Det verkar mer som om de finskatalande har en negativare inställning till själva svenska språket och inte till finlandssvenska människor. Detta påstående grundar sig även på att hela 70 % av de svarande är av den åsikten att det hela tiden blir mindre viktigt med kunskaper i svenska. Allmänt sett så har kvinnor en bättre attityd gentemot finlandssvenskar och det svenska språket jämfört med män. Även de som själva har god kunskap i svenska och de som har svenskspråkiga vänner har en väldigt positiv och bra attityd mot finlandssvenskar. Beroende på var man bor spelar även en roll då man ser på hurdan attityd man har till finlandssvenskar. (Magma 2008.)

Jämför man resultaten man fått från ovannämnda undersökning med resultat man fått från en tidigare gjord undersökning år 1996 kommer det fram en del skillnader. En större del ansåg år 2008 att svenskan i Finland är en betydelsefull del av det finska samhället men samtidigt tyckte man år 2008 att svenska språket blir mindre viktigt. I undersökningen gjord 2008 tyckte 29 % att finlandssvenskar är högfärdiga och jämför man med år 1996 då 44 % ännu tyckte det så har antalet minskat. (Magma 2008.)

Programmet på seminariet Fokus på Östnyland går enbart på svenska och eftersom majoriteten av besökarna är finskspråkiga antar vi att en stor del kan ha en viss attityd

gentemot finlandssvenskar, både på gott och ont. Nedan skrivs det därför om attityder, först på allmän nivå och sedan tas det upp attityder mot finlandssvenskar.

Attityder är en psykologisk tendens som kommer fram genom att man bedömer någonting eller någon med endera en positiv eller negativ inställning emot detta attitydobjekt. Attitydobjekt kan vara konkreta eller abstrakta och individuella eller kollektiva, det kan t.ex. vara frågan om en person, en idé, en sak eller företeelse. Attityder anses ofta vara resultat av inläring eller bygga på tidigare erfarenheter och detta gör att attityder är lättare att förändra än t.ex. en persons personlighet. Attityder antar man ofta att ligger nära i förhållande till beteende, men sambandet är inte enda orsaken. Man antar att attityder består av tre delar gentemot företeelsen; kunskap, känsla och en beredskap att agera mot företeelsen. Den kognitiva eller kunskapsmässiga delen kan vara den kunskap och förstånd om attitydobjektet det är frågan om. Känslodelen är de känslor man har för objektet och de kan vara både något bra och dåligt. Beteendeden visar hur villig man är att besvara beteendemässigt på objektet. (Von Borgstede 2008.) Attityder behöver inte bestå av alla komponenter utan bildas tvärtom ur en av dem (Augustsson, G. 2005).



Figur 1. Eagly & Chaiken 1993 ur (von Borgstede, 2008)

Attityder uppkommer från tidigare erfarenheter av attitydobjektet men även gener påverkar hur vi uppfattar information och detta påverkar också vilka attityder vi har. So-

ciala interaktioner och familjen bidrar även till hur hordana attityder man har. (Von Borgstede 2008.)

I en arbetssituation kan en attityd gälla ett beteende mot bland annat medarbetare, arbetsuppgifter, lön eller chefer, också värderingar och humör kan hjälpa till att förklara varför det inte går att förutspå beteenden i specifika arbetssituationer. Med hjälp av personlighetstester kan ett visst beteende förutspås där de själva får beskriva sina känslor, övertygelser och beteenden gällande en viss fråga. En positiv attityd och jobbtillfredsställelse leder oftast till motivation och viljan att prestera bra. (Von Borgstede 2008.)

3.2 Planeringsprocessen

Arrangörerna fick projektet som uppdrag av Reija Sandelin, programdirektör vid HAAGA-HELIA yrkeshögskola, enheten i Borgå. Planeringen började i februari 2012 då arrangörerna hade diskuterat och gått igenom idén med anordnandet av seminariet. Ett preliminärt schema för tidsanvändningen görs upp i ett tidigt skede samtidigt som man kommer att ta reda på bakgrundsinformation om de tidigare ordnade seminarierna och började läsa litteratur om evenemangsplanering.

Planeringen börjar med idékläckning av eventuella teman, föreläsare och övrigt program. Eftersom utrymmena på Campus ofta är svåra att få till förfogande för en hel dag bokas rummen i tid och planeringen av upplevelserummet kan då börja. Efter en budgetgenomgång med Reija Sandelin skickas de färdiga sponsorbreven ut till eventuella företag och e-post meddelanden skickas till de personer som man önskar ställa upp som föreläsare. Som volontärer för seminariet kommer ett tiotal första årets studerande att tillfrågas. De kommer att få vissa uppgifter under planeringsskedet men deras största uppgift kommer att vara under själva seminariedagen. Under en intensivdag kommer seminariedagen att planeras mer detaljerat. Marknadsföringen för seminariet sker i skolan på TV-skärmar, på skolans interna nätsida och en inbjudan skickas till alla gäster.

Valet av platsen för seminariet är ganska naturligt eftersom det i hjärtat av Borgå Campus finns en stor, öppen och ljus aula som utrymmer plats för 200 personer. I aulan har

även tidigare ordnats olika slag av evenemang, produktdemonstrationer, uppträdanden och mässor, vilket bevisar att platsen är ypperlig för händelser som detta.

Eftersom seminariet arrangeras av två personer klarar de inte själva av att sköta hela seminariet på egen hand och därför kommer 13 volontärer av första årets studerande att rekryteras. När det blir klart vilka volontärerna är, kommer de att kontaktas via e-post och kallas till två infoträffar med arrangörerna. På första infoträffen kommer det att berättas om uppgiftsfördelningen och uppgifter kommer att tilldelas till de närvarande. Uppgifterna är att koka kaffe och te, se till att serveringsbordet är städad, sköta ljudet för talarna och musiken och hälsa gästerna välkomna. Förutom de ovannämnda uppgifterna kommer volontärerna även att ha en viktig uppgift i det sista programnumret, som består av en s.k. work shop där volontärerna kommer att fungera som ledare för diskussioner i mindre grupper.

I början av planering var det tänkt att alla som kommer att hjälpa till vid seminariet skall ha liknande kläder eller samma färger men eftersom man ändå vill att stämningen under seminariet skall vara ledig uppmanar arrangörerna alla att klä sig i stiliga kläder som de också kan känna sig bekväma i. Förutom seminariedagen kommer volontärerna också att hjälpa till innan seminariet med bl.a. marknadsföring i klasser och förberedelser.

Marknadsföringen börjar två veckor före seminariet då ett infomeddelande om seminariet skickas ut via e-post till alla svenska och finskspråkiga studerandena på Borgå campus, se bilaga 7-8. Samtidigt kommer en annons om seminariet att läggas ut på HAAGA-HELIA:s interna nätsidor, se bilaga 12. Detta meddelande kommer de studerande i Helsingfors att få i ett lite tidigare skede via svensklärarna i de finska enheterna. En vecka före seminariet kommer en presentation på de interna TV-skärmarna att bli synlig för studerandena och personalen på Campuset, se bilaga 9. Då börjar också arrangörerna tillsammans med volontärerna att marknadsföra seminariet i olika klasser vid bestämda tidpunkter.

Då man ordnar ett evenemang är säkerheten väldigt viktig. Eftersom Borgå Campus har en egen säkerhetsplan behövs ingen ny plan göras utan arrangörerna använder sig

av den som finns till förfogande. Säkerhetsplanen innehåller all information som man kan behöva om en olycka inträffar allt från bränder till första hjälp. Säkerhetsplanen för Borgå Campus finns alltid tillförfogande och kan läsas av de som är intresserade.

Planeringen av själva upplevelserummet kommer att påbörjas i mars. Aulan kommer att mätas och en bottenplan på nätet kommer att göras, (se bilaga 18) för att man skall få en klar på över hur allting skall uppställas. Scenen, stolarna, serverings- och infobordet skall ställas fram så att en normal skoldag kan pågå samtidigt som seminariet går av stapeln. Detta betyder att det måste finnas fria gångar för studerande att röra sig på i skolan och tillräckligt med plats att utrymma stället ifall någon olycka skulle ske. Förutom nedre aulan kommer också kabinetten i matsalen och några undervisningsrum på andra våningen att användas. Kabinetten kommer att användas som matsal för de medverkande för att de inte skall behöva trängas eller vänta på en sittplats i matsalen. Undervisningsrummen används för både grupparbete och för filmförevisningen som kommer att äga rum efter det egentliga programmet.

3.3 Uppställda mål

Ett av arrangörernas mål med seminariet är att väcka intresse för Östnyland och visa vad Borgå med omnejd har att erbjuda samt att skapa en positivare attityd mot finlandssvenskar. Målet är att ordna ett relativt stort seminarium med 150-200 besökare och 20-40 deltagare som stannar på middag och filmförevisning. Ett av de uppställda målen är också att ordna ett lärorikt seminarium med inslag av underhållning som skall göra deltagandet till en upplevelse för besökarna. Ett mål som arrangörerna ställt upp gällande dem själva är att de skall lära sig hur evenemangsplanering går till från början till slut. Målet är också att hålla budgeten så liten som möjligt och få det mesta som behövs sponsorerat.

Målen för de finskspråkiga besökarna är att de skulle få en bättre bild av Östnyland och få veta hur stort område det är fråga om, vad som gör Östnyland speciellt och vad här finns att göra. För de svenskspråkiga gästerna är målet att ge en bättre bild över vad Östnyland har att erbjuda inom arbets- och fritidsmöjligheter.

3.4 Arbets- och ansvarsfördelning

Dokumentering och rapportering i ett projekt är synnerligen viktigt. I utförande av Fokus på Östnyland är tanken att allting man gör skrivs ner och dokumenteras fastän det bara är frågan om en liten sak. Dokumenteringen och rapportering delas upp mellan arrangörerna. Båda sköter sponsoreringen, kontaktande av föreläsare och uppträdande samt kontakten med volontärerna och andra medverkare. Dock delas det på förhand in vem som kontaktar vilka företag och föreläsare så att det inte uppstår några oklarheter. Emma Wahlström sköter huvudsakliga kontakten med föreläsarna och har huvudansvaret för kaffeserveringen och maten. Charlotta Lökström har hand om budgeten, anskaffandet av stolar och har huvudansvaret för marknadsföringen samt fungerar som kontaktperson för besökarna i Helsingfors. Båda arrangörerna sparar allt material som de framställer, allt från skickade e-post till sponsorbrev, tidsscheman och marknadsföringsmaterial.

Meningen är ändå att arbetet skall bli gjort och arrangörerna kommer att arbeta ihop en hel del och hjälpa varandra vid behov. Under planeringsprocessen samarbetar arrangörerna dagligen med varandra.

3.5 Tillvägagångssätt

För att detta seminarium skall bli så lyckat som möjligt krävs det mycket planering samt god kommunikation bland organisatörerna, uppdragsgivaren, föreläsare, sponsorer och de övriga medhjälparna. Under projektets gång upprätthålls en dagbok som fylls i varje gång man gör något angående projektet för att man vid utvärderingsskedet skall ha lättare att komma ihåg allting som gjorts. Tydliga och klara instruktioner kommer att ges till alla medverkare och arrangörerna vill satsa på en god stämning inom hela teamet. Efter idékläckning och genomgång av tidigare liknande seminarier görs ett preliminärt program för att ge arrangörerna och deltagarna en inblick över vad seminariet kommer att gå ut på.

Sponsorerings av olika slag söks även för seminariet och sponsorbrev skickas ut i ett tidigt skede till möjliga samarbetspartners. Sponsoreringen gäller såväl material och förfriskningar som lotterivinster. De praktiska arrangemangen gällande utrymmen och

möbler samt olika hjälpmedel anskaffas genom att kontakta de personer och företag som har den information eller det material som behövs. Allting som köps inför seminariet går via uppdragsgivaren som godkänner utgiften.

Föreläsarna som kontaktats per e-post och telefon ombeds komma till Campuset en timme före själva seminariet börjar för att man de skall ha möjligheten att göra eventuella förberedelser inför sitt eget uppträdande och för att de tillsammans med arrangörerna skall hinna gå igenom programmet och tidsschemat. Då besökarna anländer till seminariet är det tänkt att volontärerna tar emot dem.

När själva seminariet är över kommer man att gå igenom hur seminariet lyckades och en självutvärdering av arrangörerna görs. Utvärderingsblanketter som görs samlas in och svaren går igenom. Man kommer också att reflektera över var man lyckats och var det eventuellt skulle ha funnits rum för förbättring.

3.6 Resurser och kostnader

Budget är en plan som för en viss tidsperiod hjälper verksamheten för ett evenemang. Budgeten fungerar som en plan för det som väntas ske och för vad som hänt och budgeten sätter även mål som arrangörerna skall sträva till att uppnå. Budgeten fungerar alltså som ett medel med vilket man jämför den s.k. planen med verkligheten. Budgetering är också en metod för regleringen av utgifter och kostnader, eftersom den borde hjälpa med att göra upp klara gränser för vem som kan använda pengar och till vad. (Shone & Parry 2001, 108.)

Budgeten för seminariet Fokus på Östnyland var inte fastslagen direkt då projektet inleddes, men arrangörerna vet att det rör sig om en summa på ca.2000 euro. Seminariet skall också vara kostnadsfritt för besökarna och det skall finnas någonting att bjuda på under seminariet. Platsen för seminariet, som är Borgå Campus aula är redan fastställd och detta betyder att inga kostnader går åt till en hyra av något slag. Yrkes högskolan HAAGA-HELIA står för busstransporten för de besökare som kommer från Haga och Böle i Helsingfors, vilket betydde att en summa på ca.500 euro direkt kommer att dras bort från budgeten. Eftersom det rör sig om ett besökarantal på nästan 200 personer är det också aktuellt att hyra in stolar för att det skall finnas sittplatser

för alla besökare och detta var kommer troligen att vara den näst största kostnaden och kommer att täcka nästan halva budgeten.

Fastän budgeten är rörlig och det finns pengar som kan användas till seminariet försöker arrangörerna ändå göra sitt bästa med att hitta föreläsare som kan ställa upp utan någon egentlig lön, dock kommer transportkostnaderna för de uppträdande att ersättas och en lunch före seminaret kommer att ingå. Uppskattade kostnader som arrangörerna gjort är kostnader för vinster, medhjälpare under dagen, mat och dryck under pausen samt maten för besökarna från Helsingfors. Tanken är ändå att få volontärer som hjälper till under själva seminariet och med förberedelser före seminariet. Man har också som mål att få vinstlotterna samt dryck och smått tilltugg sponsorerade så att inga kostnader skall gå åt till dem.

3.7 Tidsfördelning och tabell

En tidtabell i form av ett GANTT-schema i Excel kommer att göras upp. Ett GANTT-schema presenterar en tydlig överskådlig bild av hur arbetet i ett projekt väntas fortskrida. Schemat visar också hur de olika händelserna hör ihop med varandra. Ett GANTT-schema är ett av de vanligaste flödesscheman inom projektledning.

Beslutet om att använda sig av ett GANTT-schema uppstod efter att ha läst många böcker om projekt och evenemang, vilka alla i något skede föreslog användningen av ett GANTT-schema för att göra upp en tidtabell för projektet. Tabellen görs upp i planeringsskedet för att arrangörerna skall kunna följa med vad som behövs göras och när. Tabellen kommer att omfatta de viktigaste händelserna under projektet men tabellen är riktgivande eftersom man inte alltid kan veta vad som händer då man ordnar ett evenemang. Det är också viktigt att komma ihåg att ta i beaktande efterarbetet då man gör upp tabellen. Tidtabellen kan ses från bilaga 1.

3.8 Slutliga programmet

Förväntade besökarantalet var från början 200 personer men efter närmare omtanke är målet att få 150 personer till seminariet samt att få 40 personer att stanna på filmen och middagen efter det egentliga programmet. Programmet är anpassat för både svenskspråkiga och finskspråkiga besökare och formas enligt det förväntade besökarantalet.

Programmet uppstår efter grundligt genomtänkande. I början fanns det många olika alternativ gällande såväl uppträdare, serveringen, praktiska arrangemang som temat. Under intensivdagen den 10.3 fastslår arrangörerna de flesta av de konkreta idéerna. Programmets indelning kommer att diskuteras och arrangörerna kommer att bestämma sig för uppställningen och ordningen under seminariet. Arrangörerna vill att hela programmet skulle följa en röd tråd och de vill att alla programpunkter skall höra ihop och stöda varandra. De olika delarna kommer att kopplas ihop så att besökarna både deltar genom aktiv och passiv aktivitet.

Programpunkterna har ett gemensamt tema, Östnyland och man har valt att se på Östnyland ur olika synvinklar. Temat kommer att presenteras genom föreläsarna och man kommer att se på Östnyland ur företagarens, invandrarens och turismens synvinklar. Programmet börjar med att projektdirektören Reija Sandelin öppnar seminariet. Förutom Sandelin är riksdagsledamot Mikaela Nylander en annan uppträdare som redan på förhand är bestämd.

För att få en föreläsare som representerar Östnyland med i programmet kontaktade vi bl.a. Klaus Härö som skulle ha ställt upp om det inte varit för hans princip att inte uppträda utan ersättning och eftersom arrangörerna har som ett mål att försöka få uppträdarna att ställa upp utan ersättning, fick arrangörerna fundera vidare på andra möjliga uppträdare. Istället kommer nu Klaus Suhonen, som är producent för reklambyrån Village People och Ratata bloggen att representera företagare från Östnyland. Han är positivt inställd till seminariet och ställer upp med enbart lunch som ersättning.

Kontakter kommer att användas då man vill få turismen ihopkopplad med seminariet. Borgå stads turistbyrå som en av arrangörerna jobbat på, kontaktas i hopp om att turistchefen skulle kunna ställa upp som föreläsare. Efter ett svar från turistchefen från turistbyrån blir det Tanja Peisala som berättar om Östnyland och turismen här. Även hon ställer upp utan ersättning.

Arrangörerna hade ett förslag på en vän som skulle vara en lämplig underhållare och som skulle kunna ge seminariet en extra kick. Magikern Alfonso Rios, bekräftade direkt

att han ställer upp i seminariet. Eftersom en sketch också står på programmet behöves några skådespelare och då kontaktades också en vän till arrangörerna som studerar teater och hade kontakter till andra skådespelare. Fyra unga skådespelare från Östnyland bekräftade att de kommer och därmed är sketchen fastslagen. En paus där det bjuds på kaffe och förfriskningar kommer också att hålls i mitten av programmet.

För att också få publiken att delta vill man slutligen ha ett programnummer som leder till diskussion och därifrån föddes idén med grupparbete och paneldiskussion. Till dem vet man att det kommer att behövas extra personal och därför kontaktades några studerande som kan tänka sig ställa upp som volontärer under seminariet. Arrangörerna har kommit fram till att fyra personer skall sitta i panelen och ett naturligt val är Reija Sandelin som även öppnar seminariet. Förutom henne ville man ha några glada och positiva personer till och Paola Dadda med erfarenhet av evenemangsplanering kontaktas och kommer att sitta i panelen. Klaus Suhonen som också kommer att medverkade i ett tidigare programnummer lovade också ställa upp i panelen. Alfonso Rios meddelade som en fjärde person att han kan ställa upp ifall det behövdes. Slutliga programmet finns som bilaga 6.

4 Genomförandet av evenemanget

Detta kapitel handlar om genomförandet av själva seminariet. Här hittar man information om sponsorer, förberedelser för seminariet och utförandet av själva seminariet. En noggrann beskrivning av programmet presenteras också under utförande delen.

4.1 Sponsorer

För seminariet Fokus på Östnyland skickades mycket förfrågningar om sponsorer till olika företag och det var i tidigt planeringsskede man redan började fundera på möjliga sponsorer. Arrangörerna började processen med att göra en lista över möjliga sponsorer efter att man funderat på vad som kommer att behövas och sedan tänkt ut vad som kan erhållas som sponsorer. Efter detta skrev man ned potentiella företag som kunde tänkas bidra med något, främst gällde det företag inom Borgå med omnejd men även andra större företag i hela landet sågs som tänkbara sponsorer. Nästa steg i processen, var att främst genom Internet söka kontaktuppgifter till företagen och man tog upp namn, e-post adresser och telefonnummer. Följande steg var att fundera ut hur man ville kontakta de utvalda företagen och i detta fall valde man att försöka nå dem med ett sponsorbrev som skickades ut per e-post. I sponsorbrevet stod det information om seminariet och vem som stod bakom ordnandet av detta. Det berättades även vad man önskade företaget i fråga att bidra med men framför allt betonades det vad företaget skulle få för fördelar med att vara med och sponsora detta seminarium. Svenskspråkiga sponsorbrevet finns som bilaga 4 och finskspråkiga sponsorbrevet hittas som bilaga 5.

Vissa företag svarade redan samma dag att de inte har som princip att sponsora några företag alls med tanke på rättvisa eller att de enbart sponsora väldigt stora evenemang. Dock kom en hel del svar om företag som var intresserade men ville ha en noggrannare beskrivning över vad de kunde bidra med eller så hade de två alternativ att komma med som vi sedan fick välja emellan. Så fanns det också några företag som kom med ett positivt svar direkt och var glada över att få vara med.

Slutresultatet blev att seminariet fick mycket sponsorerings från lokala företag men också från några stora företag inom huvudstadsregionen. Rättare sagt sponsorerades seminariet av sju stycken företag. Sponsorerings gällde allt från godis till pennor och böcker. Se bilaga 3 för den fullständiga listan över sponsorer. Som tack för att företagen sponsorerade seminariet hängdes deras logo eller enbart deras namn vid ett bord som under seminariet fungerade som en slags sponsoreringshörna. HAAGA-HELIA var en betydande sponsor under hela projektets gång och materialet som besökarna fick från HAAGA-HELIA och logon syntes då tydligt även på de material som användes på seminariet.

4.2 Förberedelser

Mycket förberedelser hade naturligtvis gjorts innan seminariet, speciellt veckan innan hade arrangörerna fullt upp med att ordna med sådant som inte kunnat göras tidigare. Eftersom seminariet ägde rum på en måndag gjordes de slutliga förberedelserna till stor del på fredagen före veckoslutet eftersom volontärerna även hjälpte till då. Trots detta förberedde arrangörerna seminariet också dagen innan och ännu på seminarium dagen.

Volontärerna var till stor hjälp då förberedelser gjordes på förmiddagen och veckoslutet innan seminariet. Mest hjälp behövdes med förberedelser gällande materialmappar, som skulle delas ut till alla besökare eftersom varje mapp skulle fyllas med anteckningsblad, penna, programbladet, lotterinumner och en färglapp. De mest synliga förberedelserna gjordes ändå på förmiddagen innan seminariet började. Då var alla volontärer på plats tre timmar före seminariet började och tillsammans med arrangörerna gick man kort igenom hela programmet och arbetsuppgifterna. Efter genomgången gick alla till sina arbetsuppgifter och arrangörerna tog emot material och annan utrustning som anlände till seminarieplatsen. Kaffekokarna fylldes, tillbehören för serveringen plockades fram och serveringsbordet dukades.

Stolar och bord, klädhängare och scenen placerades på rätta platser och annat material hämtades och ställdes fram. Tekniken testades och skyltar för reserverade platser sattes ut och sponsorerade företagens logor skrevs ut för att hängas upp på en synlig plats. I förberedelserna ingick även att skaffa blommor och gåvor för alla uppträdare samt att bekräfta beställningen av kaffe och middagen efter den egentliga seminariedelen.

4.3 Utförandet

Seminarieret började direkt efter lunchen och efter att besökarna från Helsingfors också blivit bjudna på lunch visade volontärerna besökarna till sittplatserna, utan att dela ut något extra material eftersom en materialmapp med allt nödvändigt material redan fanns på varje sittplats. Volontärerna hade klart för sig vad deras arbetsuppgifter gick ut på och hade koll på tidtabellen, så arrangörerna kunde koncentrera sig på sitt arbete. Under lunchen hade arrangörerna talat med föreläsarna om programmet i detalj och besvarat på frågor som uppstått.

Programmet under seminariet ”Fokus på Östnyland” var indelat i tre delar. Två delar under den egentliga delen av seminariet avskiljdes med en paus där det bjöds på skink- och kycklingpaj, sallad och mockarutor som Fazer Amica hade tillrätt. Kaffet och teet som det bjöds på var sponsorerat av kafferosteriet Porvoon Paahtimo i Borgå.

Den första delen av programmet bestod av föreläsningar med fyra olika profiler bosatta i Borgå. Reija Sandelin öppnade seminariet och hälsade alla välkomna. Vid det här skedet lyssnade publiken noga på men redan då märkte man att publiken var aningen fundersamma över vad seminariet egentligen skulle handla om. Efter öppningstalet var det dags för arrangörerna, som även fungerade som moderatorer under seminariet att gå upp på scen. Då arrangörerna gick upp på scen presenterade de sig och seminariet på ett avslappnat och ledigt sätt för att bryta, den annars lite spända seminariestämningen. I det här skedet märkte publiken att de kunde slappna av och man märkte att stämningen genast ändrades. Besökarna vände sig mer bekvämt i sina stolar, några började viska och andra bläddrade i sina materialmappar.

Första talaren på seminariet var riksdagsledamoten Mikaela Nylander som tidigare också fungerat som lektor vid HAAGA-HELIA yrkeshögskola. Nylander uppmunttrade de unga att följa sina drömmar och göra det som känns bra. Hennes tal fick förhoppningar och drömmar att växa i salen och besökarna att tro på att de faktiskt kan klara av någonting som tidigare känts främmande. Efter Mikaelas tal var det dags för helt annat program. Besökarna fick nämligen njuta av en magi show med Alfonso Rios från Spanien, som är magiker till yrket och har underhållit bl.a. kungafamiljen i Eng-

land och oljeshejker i Dubai. Arrangörerna hade ivrigt väntat på Rios uppträdande eftersom en av dem redan tidigare hade sett Rios uppträdande och visste att det skulle bli en fantastisk och häpnadsväckande upplevelse för alla närvarande. Eftersom Rios är en bekant till arrangörerna ställde han upp utan någon ersättning för att publiken skulle få njuta av ytterligare något fascinerande. Publiken var totalt förbryllad och full av iver efter Rios show. De talade med varandra och försökte förstå hur det är möjligt att utföra de saker han gjorde, t.ex. att ta av en jacka från en besökare ur publiken och få den på sig trots att han hela tiden vara hårt fastspänd i ett långt rep.

Klaus Suhonen, producent för reklambyrån Village People samt Ratata- bloggen, berättade om sin syn på Östnyland ur företags synvinkel. Suhonens presentation var något som han själva kallade ”fifty-sixty” uppträdande. Eftersom en så stor del av publiken hade en väldigt svag svenska hade Suhonen valt att ta sin del på både finska och svenska. Detta uppskattades stort av publiken eftersom de verkligen förstod vad Suhonen talade om. Presentationssättet fick också positiv feedback under seminariet. Även han uppmanade de unga att gå efter sina drömmar eftersom det finns så mycket att se och uppleva i världen. Enligt Suhonen finns det också en marknad för företag i Östnyland.

När Suhonen avslutade sitt uppmuntrande och inspirerande tal var det dags för de unga skådespelarförmågorna Kristo Salminen, Alexandra Gustafsson, Emilia Jansson och Olli Hietanen att underhålla publiken med sketchen ”Vill du bada med min tunga” skriven av Bengt Ahlfors. Idén bakom den humoristiska sketchen var att påvisa hur lätt missförstånd uppstår mellan finsk- och svenskspråkiga ifall kommunikationen inte löper mellan dessa två inhemska språk. Fastän största delen av sketchen gick på svenska fanns där inslag av finska ord vilket bidrog till att alla i publiken kunde förstå budskapet och humorn i den. Detta kom till synes när publiken skrattade och smålog under sketchen gång.

När sketchen tog slut var det dags för kaffepaus med kaffe, te, saltiga pajer och mockarutor. Moderatorerna bad besökarna att under denna paus fylla i utvärderingsblanketterna som hade delats ut. Detta för att man skulle få insamlat en objektiv bild av seminariet.

Under kaffepausen hade majoriteten av de som studerar på Campuset gått på egna lektioner eller hem för dagen. Arrangörerna lät dock inte detta störa seminariets gång utan fortsatte med det här tills väldigt lyckade seminariet. Alumnen Tanja Peisala från Borgå stads turistbyrå fick turen efter pausen och hon balanserade programmet genom att hålla ett lugnt och mer faktabaserat inslag. Hon berättade genom statistik och egna erfarenheter om turismen i Östnyland, om hur den utvecklats och hur den uppskattningsvis kommer att utvecklas i framtiden. Hon talade även om vilka arbetsmöjligheter som finns inom turismbranschen i Östnyland.

Magikern Alfonso Rios som också uppträdde i ett tidigare programnummer berättade till nästa om Östnyland ur ett inflyttar perspektiv i form av en intervju med Emma Wahlström. Redan innan han gick upp på scen märktes det att publiken hade stora förväntningar efter hans magiföreställning och Rios har en märklig kraft att dela sin energi bland människor och fånga deras uppmärksamhet. Efter att alla sett den mer vågade sidan av Rios fick de nu se den mer seriösa och lugnare sidan av honom. Publiken lyssnade noga då Rios, som bott i Borgå i tre år berättade om det svåra med att integreras i ett samhälle där man inte förstår någon och ingen förstår en själv.

Efter den sista föreläsaren blev det dags för grupparbete. Besökarna delades in i mindre grupper enligt olika färger som de hade i sina materialmappar. I denna del behövdes alla volontärer som ställt upp på seminariet. Deras uppgift var att leda diskussionerna i grupperna som skulle komma på frågor att ställa paneldebatten som följde efter grupparbetet. Efter 20 minuter, varav i vissa grupper aktivt arbete och i andra mindre aktivt samlades alla igen i campus aulan för debatten.

Debattpanelen bestod av Reija Sandelin, Paola Dadda, en energisk och positiv eldsjäl född i Argentina men som bott och jobbat i Finland i 18 år, unga och inspirerande Kristo Salminen och Alexandra Gustafsson vilka även deltog i sketchen. Dessa fyra satte på scenen i en halv cirkel och besvarade frågorna som grupperna i workshopen ville ha svar på. Inga rätta svar fanns under paneldebatten utan meningen var att hålla en öppen diskussion där alla kunde komma fram med sina åsikter. Paneldebatten var den sista egentliga programpunkten. Efter debatten tackades talarna och skådespelarna

med blommor. För de gäster som ännu var kvar vid detta skede lottade moderatorerna ut kryssningspresentkort, en bok från Finska bokhandeln samt biobiljetter till BioRex. Lottdragningen skedde med de nummerlappar som besökarna hade i sina mappar. Lottdragningen löpte dock inte lika smidigt som arrangörerna hade önskat eftersom så många numror hade försvunnit med de i publiken som hade avlägsnat sig från seminarieplatsen. Efter skratt och støj hade arrangörerna alla priser utdelade och publiken var väldigt nöjd över dem, likaså arrangörerna.

Bussen tillbaka till Helsingfors startade klockan 16.00, då filmförevisningen för de besökare som stannat kvar började. Dessa var ett tiotal besökare från Borgå campus som stannade för den tankeväckande filmen som visades. ”När mörkret faller” av Anders Nilsson handlar om tre parallella människoöden vars problem löser sig i slutet av filmen. Middagen som serverades under filmförevisningen bestod av fyllda tortillas och sallad och uppskattades stort. När filmen tagit slut, diskuterades den en stund bland hela gruppen. Sedan tackade arrangörerna de som deltagit ända till slut och blev själva kvar för att städa undan det som plockats fram inför seminariet. Programmet finns som bilaga 6.

5 Utvärdering av evenemanget

Detta kapitel redogör för utvärderingen som en helhet och i man besvarar frågor som enligt referensramen är centrala vid utvärderingen. Feedbacken som samlats in från besökarna presenteras också.

5.1 Utvärdering

Utvärderingen anses som en stor del redan i planeringsskede och det mest viktigaste frågorna som återstår att besvaras är vad som gick bra och vad som borde förbättras. Arrangörerna utvärderade evenemanget genom att svara på några centrala frågor (se s. 19) som anses viktiga i utvärderingen.

5.1.1 Tidsplaneringen och budgeten

Vid planeringsskede gjordes ett GANTT-schema upp, som var till för att fördela aktiviteterna som skulle göras före evenemanget så att allting inte skulle ske samtidigt. GANTT-schemat var noga planerat så detta följdes till en början väldigt exakt men längs med vägen måste några ändringar göras eftersom tidschemat inte enbart var bundet till arrangörernas kalendrar utan också av andra medverkande personer i seminariet. Vid planeringen av tidschemat var det beräknat att man skulle få kontakt med eventuella uppträdare och föreläsare vid en viss tidpunkt men detta gick inte att utföra helt inom tidsramen utan sköts upp en aning tills uppträdarna med säkerhet kunde bekräfta att de kommer.

Utskickningen av programmet för seminariet sköts också upp med några veckor eftersom programmet inte var fullständigt då alla uppträdare inte ännu hade bekräftat sin närvaro. Marknadsföringen av seminariet skulle påbörjas en månad före själva evenemanget men i och med att första tillfället av marknadsföring i klass blev avbokat startade marknadsföringen av seminariet en vecka senare. På själva seminariet gick programmet helt enligt tidtabell och allting skedde vid rätt tidpunkt och programmet hölls inom tidsramen vilket var väldigt positivt.

Budgeten var inte helt och hållet fastslagen vid planeringsskede utan var ännu rörlig men budgeten låg på några tusen euro, vilket var realistiskt med tanke på att arrangörerna hade som avsikt att skaffa uppträdare som skulle ställa upp utan ersättning. Med tanke på att seminariet ändå väntades få 150-200 besökare och att det skulle serveras förfriskningar och bjudas på middag efter det egentliga programmet var budgeten realistisk. Under planeringens gång kom det till kostnader med eftersom det fanns rum för att dra ut på den summa som fanns till förfogande räckte budgeten till förr det väsentliga utgifterna som mat och hyrning av stolar för sittplatser. Slutliga budgeten för seminariet blev 3 080,95€, se bilaga 14.

5.1.2 Arrangemanget

Tack vare att arrangörerna hade ett tiotal volontärer till sitt förfogande på seminariet löpte allting mer eller mindre av sig själv. Seminariedagen var noga planerad från morgon till kvällen och under själva seminariet följde man programmet fullständigt. Arrangörerna var på plats flera timmar före seminariet började och volontärerna var ombedda att komma tre timmar tidigare för att ställa allting på sin plats. Alla hade sin egen uppgift och detta underlättade saken märkbart eftersom alla genast kunde ta itu med sin arbetsuppgift och bygga upp seminarieplatsen. Arrangörerna organiserade det praktiska och såg till att allting blev gjort och svarade på frågor om det behövdes. Programmet löpte smidigt och allting skedde som planerat ända fram till den sista programpunkten som bestod av paneldebatten. Det var meningen att en av föreläsarna också skulle medverka i paneldebatten men med en timmes varsel måste han åka iväg och kunde inte ställa upp. Arrangörerna fick då tillfråga en annan medverkare om han kunde hoppa in och efter en kort och intensiv diskussion fick arrangörerna en som ställde upp. Förutom detta skötte seminariet i stort sett sig själv eftersom mycket planering och organisering hade gjorts före och under seminarium dagen.

5.1.3 Upplevelserummet

Upplevelserummet d.v.s. Borgå Campus aula är till största del omringat av stora fönster och ljusa väggar. Detta betyder att aulan i sig är väldigt ljus och öppen vilket gjorde att aulan drog till sig uppmärksamheten direkt. Ljuset i aulan visste arrangörerna att skulle bli ett problem redan innan seminariedagen. Eftersom en del av föreläsarna hade

presentationer som visades på vita duken som är mitt emot det största fönstret blev texten och bilderna i presentationerna väldigt otydliga. Scenen där programmet skulle ta plats placerades framför aulans enda egentliga vägg. Konstverket på väggen fungerade som en vacker bakgrund och den blåa färgen gav en ugn och harmonisk stämning till besökarna. Sittplatserna var helsvarta stolar som hade mjuk fodring för bekvämlighetens skull. Stolarna ställdes upp så att gästerna satte mot scenen och det fanns 15 sittplatser utplacerad i 10 rader. Eftersom Campus i sig är så nytt och vackert och ansåg arrangörerna att den egentliga arkitekturen skulle få komma fram och beslöt därför att inte använda sig av några extra dekorationer.

Det krävande med uppbyggandet av upplevelserummet var att det skulle pågå en vanlig skoldag samtidigt som seminariet tog plats. Detta betydde att studerande och personal fritt måste komma fram från en punkt till en annan samtidigt som upplevelserummet måste fungera för besökarna och för de som medverkade i seminariet. Då en kaffepaus, där det bjöds på små saltigt och sött fanns med i programmet måste arrangörerna även ta detta i beaktande och se till att serveringsbordet fungerade som det skulle. Besökarnas luktsinnen aktiverades då doften av kaffe spred sig och synsinnet påverkades således också då förfriskningarna placerades fram på serveringsbordet. Bottenplan över seminarieplatsen finns i bilaga 18.

Då vi planerade upplevelserummet visste vi att alla gäster måste ha en sittplats. Vi skickade ut inbjudningarna innan vi bokade stolarna för att vara säkra på att alla skulle ha en egen stol. Då vi visste hur många gäster skulle komma från vilken HAAGA-HELIA enhet kunde vi göra bokningen. 150 stolar beställdes från Cosa Nostra, ett företag i Helsingfors som hyr ut allting från stolar till soffor för olika evenemang och fester. Under uppbyggandet av upplevelserummet reserverades även några av de stolarna som fanns i Campus aulan för eventuella oanmälda gäster eller för gäster som bara ville sätta sig ner en stund och följa med någon specifik programpunkt.

Genast efter den egentliga seminariedelen, då arrangörerna fortsatte med filmförevisning blev volontärerna kvar för att städa aulan. Serveringskärlen fördes till cafeterians kök och bord och stolar ställdes tillbaka på sina platser. De stolar som hyrts för seminariet putsades lätt av och packades tillbaka i lådorna de kommit i. Scenen och tekni-

ken fick bli kvar så efter undanstädningen kunde volontärerna också delta i filmföreläsningen. Efter filmföreläsningen städade arrangörerna klassrummet där föreläsningen ägt rum. Kärlen fördes ner till köket och borden och stolarna ställdes tillbaka i den ordning som de var innan. Efter att klassrummet var städat, gick arrangörerna igenom alla utrymmen som använts för seminariet och samlade ihop allt material som sedan fördes till källaren för att sorteras dagen efter.

5.1.4 Svagheter i processen

Middagen med filmföreläsningen hade förberetts med en intressant film och god mat bestående av tortilla och en fräsch sallad men trots detta lockade det inte nära på så många deltagare som förväntades. Troligen berodde detta delvis på hela seminariets längd och på att besökarna som kom från Helsingfors hade en gemensam busstransport som avgick kl. 16.00 då filmföreläsningen skulle börja.

Paneldebatten gick bra men kunde förmodligen ha lett till en mer varierande diskussion. I diskussionen fokuserade man mycket på Borgå och i vissa fall kunde man ha fokuserat mer på hela Östnyland och finlandssvenskan.

Lotteriutdragningen som skedde efter paneldiskussionen gick inte heller så smidigt som tänkt. Då lotteridragningen skedde var inte alla besökare på plats och eftersom dragningen skedde med de nummerlappar som varje besökare hade fått, borde så gott som alla varit på plats för att det skulle ha fungerat perfekt. Lotterivinsterna delades ändå ut bland de besökare som blivit kvar.

5.2 Besökarna

Besökarna var främst studerande från yrkeshögskolan HAAGA-HELIA:s enhet i Borgå samt från enheterna i Haga och Böle. Största delen var finskspråkiga men även svenskspråkiga studerande besökte seminariet. Besökarna välkomnades direkt av organisatörerna samt av några volontärer som visade dem till sittplatserna. För varje besökare fanns en mapp på sittplatsen, vilken innehöll programbladet, anteckningspapper, en penna och en färglapp. Programbladet var avsett för att besökarna skulle få en helhetsbild över seminariet och kunna vara förberedda på det kommande. Pennan och

anteckningsmaterialet hade HAAGA-HELIA donerat och dessa fanns där ifall att besökarna ville skriva ned något med tanke på vad de lärt sig eller hört under dagen.

Färglappen var avsedd för besökarna som i ett senare programnummer skulle delas in i grupper med hjälp av den. På färglappen fanns även en siffra nedskriven och den kom till att spela roll vid lottdragningen då de utlottades vinster bland besökarna. Sista programnumret bestod alltså av grupparbete och därför delades besökarna in i mindre grupper på basis av färglappen de fått. Varje grupp hade en handledare som ansvarade för att gruppen fick information om uppgiften som skulle utföras samt att se till att uppgiften också blev utförd. Handledarna var volontärer som ställt upp. Genom detta programnummer fick besökarna vara med och själva delta och inte enbart lyssna vilket gjorde att en samverkan mellan publiken och uppträdarna uppstod.

5.3 Vi själva

Arrangörerna ville få så mycket feedback som möjligt från besökarna och hade därför förberett utvärderingsblanketter som besökarna önskades fylla i. Arrangörerna pratade även med föreläsarna, uppträdarna och besökarna under seminariet för att få höra deras åsikter direkt. En självutvärdering gjordes också.

Som tidigare nämnts träffade arrangörerna volontärerna före seminariet för att ge dem en sista upplysning om dagen och för att se till att de kände sig säkra med sin uppgift och detta uppskattades av de flesta eftersom man då upprepade hela dagens program. Under seminariet höll arrangörerna koll på allting som hände och tog emot föreläsare och uppträdare samt visade dem till rätt plats. Detta fungerade väldigt bra eftersom arrangörerna kunde programmet utantill och behövde då enbart fokusera sig på väsentliga saker. Detta gjorde att tidtabellen också hölls.

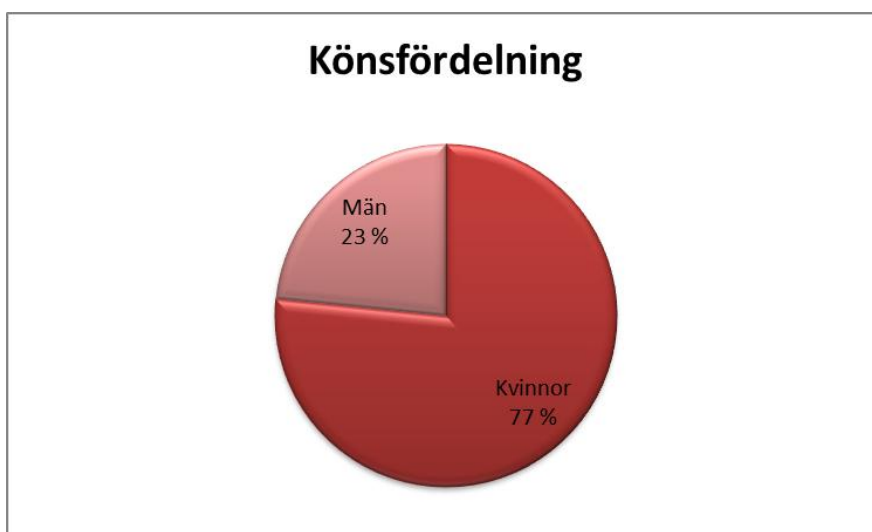
Överlag var arrangörerna själva nöjda med programnumren och föreläsarna och allting gick väldigt smidigt till men efter att det egentliga programnumret tagit slut. Den sista delen av programmet bestod av filmförevisning och middag men blev det en liten besvikelse att så många besökare inte tog chansen att stanna kvar utan antalet deltagare under andra delen av programmet blev mindre än förväntat. Detta berodde till en viss del av att bussen för de gäster som kom från Helsingfors avgick kl. 16.00 genast efter

den egentliga programdelen. Ett ordentligt jobb med middags förberedelser och filmen hade ändå gjorts så de som deltog ansåg det vara väldigt fint och bra. Marknadsföring hade gjorts lika mycket för alla programnummer, också för middagen men eftersom seminariet redan räckte fyra timmar så kunde dagen ha känts lång om man måste ha stannat kvar längre än det. Därför beslöts det att filmförevisningen och middagen skulle vara en frivillig programpunkt utanför det egentliga programmet.

5.4 Feedback

En utvärderingsblankett över seminariet som besökarna fick fylla i, gjordes för att få reda på vad besökarna ansåg om seminariet. Utvärderingsblanketten bestod av fem frågor och ett fält för övriga kommentarer. Totalt besvarades blanketten av 47 besökare, varav 36 var kvinnor och 11 män.

Tabell 1. Könsfördelningen över de svarande



Ett av arrangörernas mål var att ordna ett intressant seminarium och detta mål uppnåddes då majoriteten av de svarande (38 st.) ansåg att "Fokus på Östnyland" var ett intresseväckande seminarium. Motiveringarna till detta var bl.a. att programmet gick bra och var intressant, varierande och man fick skratta. Kommentarer som de svarande också kom med var:

“Bättre än en vanlig skoldag”
”Man fick veta om Östnyland”
”Intressanta föreläsare”
”Imponerande trollkarl!”
”God mat”
”Kiva med olika uppträdare”

En mindre del av de svarande (12 st.) var av den åsikten att de skulle ha nytta av seminariet i framtiden och detta kan bero på att seminariet fokuserade till stor del på ganska allmänna saker och var därför inte så omfattande att de skulle kunna bidra till nytta för i framtiden. Slutligen uppskattade besökarna också mer de roliga programpunkterna än de lärrika. Seminariet kan kanske ses som en bra utfyllnad till studierna och speciellt de finska besökarna sade att de blev positivt överraskade av att de förstod nästan allting som sades och detta tack vare att arrangörerna gjort programpunkter passande för målgruppen.

På frågan om besökarna tyckte att de fått en bättre helhetsbild efter seminariet var det under hälften som inte ansåg att det. Eftersom ett av målen var att förtydliga besökarnas bild över Östnyland var resultaten positivt eftersom majoriteten (26st.) av de svarande ansåg att seminariet var nyttigt för dem vilket påvisar att detta var ett seminarium värt att ordna och detta var också ett av arrangörernas mål.

Så gott som alla var väldigt nöjda med de praktiska arrangemangen, bortsett från några enstaka som kommenterade att det uppstod lite trängsel och kö vid pausen då det bjöds på kaffe och förfriskningar. Med tanke på att seminariet besöktes av 150 personer och endast ett fåtal kommenterade om något som hade att göra med de praktiska så anser arrangörerna sig ha lyckats med sin planering gällande uppställningen av seminariet.

Slutligen fick de som svarade fritt kommentera och ge åsikter om seminariet och där gav nästan alla sin synpunkt och kom med en eller flera kommentarer. Största delen av kommentarerna var positiva och besökarna var relativt eniga om vad de hade att säga. Citaten nedan är besökarnas kommentarer över seminariet:

“Jätteduktig trollkarl 😊”

”Magic showen var bäst”
”Bra program och varierande”
”Sketchen var rolig”
”Man förstod nästan allt fast alla talade svenska”
”Det var lätt att förstå alla uppträdare”
”Föreläsarna verkade gilla att uppträda”
”Bra att programmet var blandat med både finska och svenska”
”Tack för ett fint seminarium! De märks att ni har lagt ned mycket tid på programmet. Skådespelarna verkade mycket professionella och trollkarlen var mycket underhållande!”

Även några förbättringsförslag och några negativare kommentarer kom från besökarna. Dessa kommentarer är av betydelse både för arrangörerna och för eventuella liknande evenemang som görs i framtiden.

”Det kunde ha fokuserats mer på Östnylands företag och det kunde varit roligt att höra någon föreläsare från t.ex. Brunberg som skulle ha berättat om företagande inom Borgå”

“Grupparbetet blev lite tråkigt. Kunde kanske ordnats på ett annat sätt. ”

Arrangörerna anser att dessa kommentarer är rimliga. För att få en bättre bild av företagsamheten i Östnyland kunde man ha haft en representant från ett större och ett mindre företag i Östnyland. I detta fall representerades de mindre företagen av Klaus Suhonen med Ratata bloggen och reklambyrån Peoples Village medan de större företagen kunde ha representerats av bland annat Brunberg Oy, som också var en av sponserna.

Vad gäller grupparbetet hade arrangörerna aningen högre förväntningar på arbetet än vad det visade sig var. Diskussionen i grupperna löpte inte lika aktivt som förväntat, vilket kan ha varit en av orsakerna till att tiden kändes lite lång. I detta fall kunde volontärerna ha uppmuntrat till en aktivare diskussion och kommit med mer förslag och idéer. Arrangörerna kunde också på förhand ha bestämt olika teman för varje grupp som de sedan skulle ha diskuterat kring. Detta skulle i sin tur ha lett till en mer varierande diskussion i paneldebatten.

Tabell 2. Tabell över feedback

Fråga	Ja	Nej	Totalt
Intressant	38	9	47
Framtiden	12	35	47
Helhetsbild	14	33	47
Nyttigt	26	21	47
Kunde arrangemangen förbättras	4	43	47
Övriga kommentarer	+ Magic showen var bäst! x 10 + Jätteduktig trollkarl 😊 x 6 + God mat x 4 + Sketchen var rolig x 6 + Uppträdarna såg ut att gilla vad de gjorde x 5 + Allmänt lyckat seminarium x 7	- Det kunde ha fokuserats mer på Östnylands företagare, kunde varit roligt att höra någon föreläsare från t.ex. Brunberg som skulle ha berättat om företag inom Borgå x 1 - Grupparbetet blev lite tråkigt. Kunde kanske ordnats på ett annat sätt. x 2	

I tabellen sammanfattas hur svaren delades mellan de svarande. Som det framgår ur tabellen var många av gästerna väldigt nöjda med magikern och de andra mer aktiva programpunkterna. Detta tyder på att det var de programpunkter där det hände mycket på scen som fångade deras intresse. Däremot var grupparbetet mindre omtyckt av gästerna och kunde enligt dem ha ordnats på annat sätt.

6 Slutdiskussion

Målet för seminariet var att ta upp finlandssvenskans roll i Östnyland, samt att försöka presentera finlandssvenskan på ett positivt och intressant sätt. Målet var också att besökarna skulle få en mer omfattande bild över vad Östnyland har att erbjuda och detta skulle ske genom medryckande föreläsare och andra uppträdare. Ett delmål var också att öka gemenskapen mellan HAAGA-HELIA:s olika enheter bl.a. mellan Borgå och Helsingfors enheterna men också mellan de finska och svenska enheterna.

Målet att föreläsare ur olika synvinklar skulle berätta om Östnyland genom sina upplevelser och erfarenheter uppfylldes mycket bra. Föreläsarna hade alla en koppling till Östnyland och genom att berätta om sig själva togs många intresseväckande ämnen upp. Föreläsarna hade anpassat sin föreläsning till målgruppen, som bestod av både svensk- och finskspråkiga. Föreläsarnas sätt att berätta var därför enkelt och ledigt, vilket gjorde att även de finskspråkiga besökarna uppfattade så gott som allting som sades och detta bidrog till att de inte blev för invecklat eller tråkigt för dem.

Målet gällande att visa besökarna från Helsingfors vad Östnyland har att erbjuda uppfylldes, och samtidigt uppfylldes även målet att visa för Östnylänningar vad Östnyland har att erbjuda. Såväl Mikaela Nylander som Klaus Suhonen kom med många bra exempel på företag som fungerar i Östnyland och de berättade också om vilka ypperliga möjligheter Borgå har att erbjuda unga som kommer ut i arbetslivet.

Ett av målen vad gäller budgeten var också att få allt material och tillbehör som behövs sponsorerat, detta mål uppfylldes delvis eftersom många av de viktigaste företagen som tillfrågats ställde upp för seminariet och t.ex. alla lotterivinster som utlottades ut hade man fått sponsorerat. Till målet hörde även att försöka få föreläsare och uppträdare att ställa upp utan någon lön och detta lyckades man även åstadkomma efter hårt arbete. Dock blev det ändå en del utgifter vad gäller maten och hyrningen av stolar för sittplatser.

Seminarieriet hade 150 besökare vilket nästan uppnådde målet som var 150-200 besökare. Målet för programpunkten som fortsatte efter det egentliga programmet var att få 40 besökare att stanna kvar på film och middag men detta uppnåddes inte då endast 15 personer blev kvar. En stor orsak till detta var att besökarna från Helsingfors hade en gemensam busstransport och bussen åkte iväg kl. 16.00 då det egentliga programmet var slut. Även en del av besökarna avlägsnade sig från seminarieriet efter pausen vilket gjorde att antalet minskade. Dock var de besökare som stannade på film samt mid-dagen väldigt nöjda med båden maten och filmvalet.

6.1 Förbättringsförslag

Seminarieriet ”Fokus på Östnyland” utfördes till stor del enligt planerna och resultatet var till en stor del lyckat. Små missar på själva seminarieriet skedde men för besökarna spelade de ingen större roll.

Tidsanvändningen var den största lärdom arrangörerna fick genom planering av detta seminarium. Då man planerar och gör upp grundliga tidscheman och tabeller är det förstås meningen att man även skall hålla dem. Man bör ändå komma ihåg att man inte blint skall följa dem utan även lämna utrymme för förändringar i tidtabellen eftersom man inte kan styra allting vad gäller t.ex. svar från medverkare och deltagare. Fastän det i god tid skickades ut sponsorförfrågningar kunde de ändå ta väldigt lång tid innan man fick något klart svar och det samma gäller föreläsare och uppträdare som kontaktades. Tidsanvändningen kunde alltså ha kunna använts på ett bättre sätt och klara beslut för arrangörernas sida kunde ha gjorts i tidigare skeden.

Marknadsföringen för seminarieriet kunde ha påbörjats tidigare genom att man i de interna marknadsföringskanalerna skulle ha gjort meddelandet synligt en längre tid före man började marknadsföra seminarieriet i klasserna. Även arbetsfördelningen för volontärerna kunde ha fastslagits i ett tidigare skede för att klargöra helheten för såväl volontärerna som arrangörerna.

Största åtgärden som kunde gjorts gäller besökarantalet på filmförevisningen som skedde efter det egentliga programnumret. Besökarantalet minskade redan till andra delen av seminarieriet, vilket var efter pausen. Programmet pågick i fyra timmar och pro-

gramnumren hade delats in med turvist föreläsare och underhållning, vilket torde hade lett till en bra fördelning som skulle ha hållit besökarnas intresse uppe men trots detta ansåg de flesta besökare att fyra timmar var ett tillräckligt långt program och att det skulle blivit för långt om man ännu stannat två timmar kvar för filmförevisningen och middagen. Arrangörerna hade marknadsfört programmen väldigt mycket och berättat om det på ett positivt och glatt sätt så där misslyckades man inte. Det var snarare i planering av programmet som man borde tagit detta i beaktande och förkorta eller fördela programmet på ett förnuftigt sätt som skulle ha gjort att flera besökare skulle ha fått chansen att delta i filmförevisningen med middagen. Slutligen kan man konstatera att seminariet var ett intressant, informativt och lyckat seminarium.

Källor

- Allen, J. 2002. The business of event planning: behind the scenes secrets of successful special events. Tri-Graphic Printing Ltd. Kanada.
- Andersson, T., Larson, M. & Mossberg, L. 2009. Evenemang- från organisering till utvärdering. Studentlitteratur.
- Augustsson, G. 2005. Socialpsykologins ansikten. Lund. Studentlitteratur. Powerpoint presentation. Psykologiska instituten. Göteborgs universitet.
- Campbell, F., Robinson, A., Brown, S. & Race, P. 2003. Essential tips for organizing conferences & events. MPG books Ltd, Bodmin, Cornwall. Storbritannien.
- Elämyskolmio 2009. Finns att läsa på:
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>. Läst 24.3.12
- Folktinget 2012. Finns att läsa på: <http://www.folktinget.fi/sve/svenskan/>. Läst 15.8.2012
- Mossberg, L. 2003. Att skapa upplevelser- från OK till WOW. Studentlitteratur AB. Lund.
- Myrgård, K. 2009. Projektsamarbete- metodbok för effektiva projekt. Uppsala Publishing House AB. Uppsala.
- Shone, A. & Parry, B. 2001. Successful Event management-a practical handbook. Second edition. Continuum. Kroatien.
- Skårbratt, L-G. 2009. Att driva projekt- en enkel projektstyrning för stora och små projekt. Sandstens tryckeri. Västra Frölunda.
- Vallo, H. & Häyrinen, E. 2003. Tapahtuma on tilaisuus. Tietosanoma Oy. Helsinki

Von Borgstede, C. 2008. Kan normer och attityder påverka vårt dagliga beteende?
Powerpoint presentation. Göteborgs universitet.
<http://www.stockholmresilience.org/download/18.6b38234911d6cedb125800028431/Kan+normer+attityder+p%C3%A5verka+december+SEI++2008.pdf> Läst 19.4.12

Wolf, P., Wolf, J. & Levine, D. 2005. Event planning made easy. USA.

Young, T. 1996. The handbook of project management: A practical guide to effective policies and procedures. Biddles Ltd. Stor-Britannien.

Bilagor

Bilaga 1. Tidtabell

Uppgift	Månad	Februari			Mars			April			Maj
	Vecka	5	6	8	11	12	13	15	16	17	
Brainstorming av evenmanget		■									
Bokande av utrymmen för 16.4		■									
Träff med stödperson Paola Dadda		■									
Budget genomgång med uppdragsgivaren		■									
Skriva sponsorbrev			■								
Lämna in ämnesanalysen			■								
Skicka sponsorbrev åt möjliga sponsorer				■							
Första kontakt med volontörerna				■							
Kontakta möjliga föreläsare				■							
Positivt svar av någon föreläsare					■						
Kontakta uppträdare/skådespelare					■						
Delta på ONT-camp					■						
Personlig träff med volontärerna						■					
Information till kordinatorer via e-post							■				
Första version av utvärderingsblankett							■				
Fastslagning av utrymmes användning								■			
Bekräftelse av föreläsare som kommer								■			
Marknadsföring via inter nätsida/infotv								■			
Marknadsföring av evenmanget i klasser								■			
Marknadsföring via e-post								■			
Skicka informationsbrev till föreläsare								■			
Städa undan efter evenmanget									■		
Skicka tack brev										■	
Genomgång av utvärderingsblanketterna										■	

Bilaga 2. Tidtabell för volontärerna

KLOCKAN	VAD	VEM
9.30	Snabb genomgång av arbetsfördelning	ALLA
9.45	Aulan ställs i ordning, stolarna ställs ut och mapparna söka från källaren. Första stolraden reserveras för föreläsarna.	ALLA
10.00	Stolar och bord omplaceras i klasserna 2624a, 2624b och 2605, ställs i mindre grupper så att de är färdiga inför grupparbeten	Essi, Julia & Johanna
10.00	Kaffekokarna ställs i ordning (fylls färdigt, även te skall bryggas) Serveringsborden ordnas och placeras (bl.a. borddukarna, muggarna söka från köket, mjölk och socker ställs fram)	Lillemor, Carolina, Dina, Maria L.
10.00	All teknik som behövs gås igenom, mikrofonerna kollas, stereon kollas att ljudet hörs	Janni, Maria P. & Emil
10.00	Ett bord i aulan ställs i ordning (används som förvaringsställe) karamell lådorna söks från källaren, skålar för karamellerna söks från Svenska rummet, ser till att skräpkorgar finns till förfogande	Essi, Julia, Johanna
11.00	Föreläsarna anländer, tags emot av Charlotta och Emma. Lunch för dem som vill äta!	

11.30	Deltagarna från Helsingfors anländer, tags emot vid ingången med mappar	Pia, Michaela & Emil
12.00	Programmet inleds	ALLA sitter i publiken
12.30	Tre pojkar från publiken ombeds gå upp under "Magic showen" och Emil är en av dem. EMIL skall ha en kavaj på sig! (Kavajen används vid underhållningen)	Emil
12.50	Direkt efter "magic showen" görs förberedningar för kaffeserveringen -> upp till Pro köket. Te skall bryggas, kaffe skall kokas och hällas upp i termosarna och hämtas ned till serveringsbordet.	Lillemor, Carolina, Dina och Maria L.
13.30	Sköter kaffeserveringen och ser till att allt ser städigt ut, "övervakar" att allt löper smidigt samt att deltagarna tar en paj bit per person. Tre personer står nere vid serveringsbordet och två personer blir i Proköket och kokar till kaffe och brygger till te. Efter kaffeservering städas bordet lite upp men ingenting behövs föras bort.	Lillemor, Carolina, Dina, Pia, Freja och Maria L.
14.00	Deltar som publik	ALLA
14.30	Grupparbeten börjar. I varje mapp finns en färglapp och deltagarna delas in enligt färgerna. Som ledare för de små grupperna fungerar:	

	<p>Lillemor Lila Carolina Ljusröd Dina Mörk Grön Pia Gul Janni Mörk röd Emil Grå Maria P. Mörk blå Maria L. Orange Kati Ljus blå Essi Svart Julia Brun Johanna Ljus grön Michaela Ljus lila</p> <p>Ledarna tar grupperna upp till klasserna; 2624a & 2624b och 2605</p> <p>Under grupparbetena är det på gruppledarens ansvar att gruppen får till stånd några frågor till paneldebatten (aktivera deltagarna!)</p> <p>Frågorna som gjorts skall finnas på papper och ledaren tar ned pappret med frågorna till paneldebatten när work-shopen avslutas efter ca.20 minuter.</p>	
14.50 ->	<p>Gruppledaren tar ner gruppen till aulan och ser till att frågorna finns med. Grupperna sitter tillsammans under paneldebatten.</p> <p>Under paneldebatten är det gruppledarens roll att se till att gruppen aktivt ställer frågor och kommenterar.</p>	ALLA gruppledare!
Ca. 15.45	<p>Paneldebatten avslutas av Charlotta och Emma.</p> <p>Gruppledarna sitter i publiken.</p>	ALLA

16.00 ->	<p>Efter att seminariet avslutats börjar undan städningen (stolarna sätts ihop, serveringsbordet städas bort osv.) som sköts av alla förutom Janni och Pia som följer med till klass 2624b och tar hand om filmföreläsningen.</p> <p>Efter undan städandet är alla välkomna att komma på filmföreläsningen där det också bjuds på fyllda tortillas! 😊</p>	
----------	---	--

Bilaga 3. Lista på företag som sponsorerade seminariet Fokus på Östnyland

VEM	VAD
1. Yrkehögskola HAAGA-HELIA	Mappar, pennor och skrivpapper
2. Brunberg Oy	1 låda och 4 kg Alku karameller i lösvikt
3. Östra Nylands Andelsbank	Marianne- karameller samt pennor
4. Bio Rex	Biobiljetter
5. Viking Line	5 st. Kryssningspresentkort
6. Porvoon paahtimo	1 kg kaffe & te
7. Finska bokhandeln	Svensk bok

Bilaga 4. Sponsorbrev på svenska

Var med och understöd evenemanget "Fokus på Östnyland"!

Vi är två studerande vid HAAGA-HELIA yrkeshögskola gör vårt lärdomsprov under våren 2012 om evenemangsplanering. Vi ordnar evenemanget "Fokus på Östnyland" som går av stapeln den 16.4.2012 klockan 12.00–16.00. Evenemanget ordnas för 300 inbjudna finska talande studerande från Haaga, Helsingfors. Programmet går på svenska och skall genom finlandssvenska föreläsare från Östnyland öka kännedomen för finlandssvenskan samt Östnyland bland de finska studerande.

Programmet består av olika aktiviteter som t.ex. föreläsningar, sketcher, tävlingar, kaffeservering och filmförevisning.

Med tanke på de ovan nämnda programnumren skulle vi vara väldigt glada om ni kunde bidra med någonting. Vad gäller våra önskemål till Er skulle vi vara tacksamma för (material så som karameller och pennor eller annat dylikt.)

Ert namn kommer att få en plats på vårt programblad samt nämnas under evenemanget. Genom Ert bidrag får Ni publicitet bland studerande som efter detta kan bli potentiella kunder.

Med vänliga hälsningar

Restonomstuderandena Charlotta Lökström och Emma Wahlström

Charlotta.lokstrom@myy.haaga-helia.fi

0408408994

emma.wahlstrom@myy.haaga-helia.fi

041 5455219

Ole mukana tukemassa tapahtumaa ”Fokus på Östnyland”!

Olemme kaksi matkailualan opiskelijaa HAAGA-HELIAsta ja teemme opinnäytetyömme nyt keväällä 2012, tapahtumajärjestelystä.

Pääohjelmana opinnäytetyssämme järjestämme tapahtuman 16.4.2012 Porvoon Campuksella. Suomenruotsalainen tapahtuma ”Fokus på Östnyland” saavuttaa 300 suomea puhuvaa kutsuvierasta Pasilasta. Tapahtuman ideana on tunnettujen suomenruotsalaisten välityksellä lisätä tietoisuutta suomenruotsalaisuudesta ja Itä-Uudenmaasta.

Luentojen lisäksi järjestämme sketsejä, kilpailuja, kahvitarjoilua ja elokuvaesityksen. Näitä ohjelmanumeroita ajatellen olisimme todella kiitollisia jos voisitte jotenkin tukea tätä tapahtumaa.

Toivomuksia Teille olisi X... Kiitoksena teille mainitsimme teidät ohjelmassamme ja saisitte paikan meidän ohjelma lehtiössä.

Ystävällisin terveisin

Restonomiopiskelijat Charlotta Lökström & Emma Wahlström

Charlotta.lokstrom@myy.haaga-helia.fi

0408408994

emma.wahlstrom@myy.haaga-helia.fi

041 5455219

Bilaga 6. Programmet för Fokus på Östnyland 16.04.12

FOKUS på Östnyland

**På HAAGA-HELIA yrkeshögskola, Konstfabriksgränd 1 Borgå campus
mån 16.4 kl. 12-18**

- Kl. 12 **Välkomstord**, Reija Sandelin, programdirektör
- 12.10 **Mikaela Nylander**, riksdagsledamot – Östnylands utveckling
- 12.30 **Underhållning- ”Magic show”**, Alfonso Rios, magiker
- 12.50 **Klaus Suhonen, producent för reklambyrån peoples Village & Ratata bloggen-**
Som företagare i Östnyland
- 13.10 **Vill du bada med min tunga? – sketch av Bengt Ahlfors**, skådespelare Kristo Salminen
& co.
- 13.30 **Kaffeservering**
- 14.00 **Tanja Peisala, representant från Borgå stads turistbyrå -Östnyland som**
turistdestination
- 14.15 **Alfonso Rios-** Som inflyttare i Östnyland
- 14.30 **Grupparbete med finlandssvenska studerande som gruppledare**
(7-8 personer grupper) Förbereder frågor om aktuella teman till panelen
- 14.50 **Paneldebatt** (studerandenas frågor)
Klaus Suhonen, Kristo Salminen
- 15.50 **Avslutning- evaluering och prisutdelning bland deltagarna**
- 16.10 **Mat** (för dem som stannar på filmen)
- Ca kl.16.10 **När mörkret faller** (Kun pimeys koittaa)
Berättar om tre parallella människöden som kretsar kring respekt, lojalitet och hemligheter till varje pris samt om modet att ta strid för det man tror på.
Regi Anders Nilsson, produktionsår 2006
I rollerna bl.a. Lia Boysen, Oldoz Javidi, Reuben Sallmander, Per Graffman, Peter Engman, Anja Lundqvist, Bahar Pars m fl

Bindande anmälan till charlotta.lokstrom@myy.haaga-helia.fi före 13.4 kl. 16.
Vänligen meddela också om du deltar i filmvisningen.

Varmt välkommen till seminariet!

Vi stöder ”Fokus på Östnyland”



VIKING LINE



Bilaga 7. Meddelande till studerande på svenska

Subject: Seminariet Fokus på Östnyland

Meddelande:

Hej,

Seminariet Fokus på Östnyland ordnas på Borgå campus måndagen 16.4 kl. 12.00-16.00 (18.00) och behandlar ämnen som Östnyland och finlandssvenska. På programmet finns intressanta föreläsningar, en rolig sketch, kaffeservering samt en filmförevisning med middag från kl. 16.00 framåt. Seminariet riktas till studerande och är gratis för alla.

Anmälan till seminariet skickas senast på torsdagen 13.4 kl. 16.00 till adressen charlotta.lokstrom@my.haaga-helia.fi. Meddela även om du stannar på middagen.

Du är hjärtligt välkommen att delta i seminariet för att få ny kunskap och nya erfarenheter!

Programmet finns som bilaga.

Med vänliga hälsningar

Charlotta Lökström
Emma Wahlström

Bilaga 8. Meddelande till studerande på finska

Hei,

Seminaari Fokus på Östnyland järjestetään maanantaina 16.4 klo. 12.00-16.00 (18.00) Porvoo campuksella. Seminaari on ruotsinkielinen ja keskittyy Itä-Uusimaata koskeviin aiheisiin. Tarjolla on mielenkiintoisia luentoja, hauska sketsi, kahvitarjoilu sekä elokuvanäytös illallisen yhteydessä klo. 16.00 eteenpäin. Tilaisuus on tarkoitettu opiskelijoille ja on ilmainen kaikille.

Olet sydänmellisesti tervetullut seminaariin!

Ilmoittaudu viimeistään torstaina 13.4 klo. 16.00 osoitteeseen: charlotta.lokstrom@myy.haaga-helia.fi. Kerro myös jos jätät päivälliselle.

Ohjelma liitteenä.

Ystävällisin terveisin

Charlotta Lökström
Emma Wahlström

Fokus på Östnyland

Seminariet Fokus på Östnyland ordnas måndagen
16.4 kl. 12-16 i Borgå campus aula

Filmförevisning från kl. 16.00 framåt

Programmet går på svenska och alla är välkomna!

✓ Korta
föreläsningar

✓ Sketch

✓ Filmförevisning

Det bjuds på kaffe, mockarutor och paj!

Fullständiga programmet finns på **MyNet**

Anmälan görs till charlotta.lokstrom@myy.haaga-helia.fi

Meddela även om du deltar i filmförevisningen.





AIKA JA PAIKKA

- o 16.4.2012
- o Kello 12.00-16.00 (->18.00)
- o Porvoon campuksella

 PORVOO CAMPUS



IDEA

- Ruotsinkielinen seminaari
 - Suomenruotsalaisia ja kansainvälisiä esiintyjä ja luennoitsijoita
- Itä-Uusimaa
 - Tarjonta ja kehitys
 - Eri näkökulmista
- Yhdessäoloa ja iloisia kokemuksia! 😊



OHJELMA

- Luentoja
- Sketsi
- Tarjoilua (kahvi ja ruoka)
- Keskustelua
- Elokuvanäytös (klo. 16.10)
- Palkintoja



Microsoft Word
7 - 2003 Documer

HYÖDYT

- 1 op. (osallistuminen ja kirjoitus tehtävä)
- Uutta tietoa ja uusia kokemuksia
- Tarjoilua
- Hienoja palkintoja!



VIKING LINE





- nti
- Opiskelijatoiminta
- Ura ja työharjoittelu
- Kansa

Koulutusohjelmasi ja yksikkösi tiedotteet

Yleiset uutiset ja tiedotteet

Julkaistu	Otsikko
18.4.2012 21:00	Come and find the entrepreneur in you!
5.4.2012 11:00	HAAGA-HELIA järjestää: Helsingin Torikortteleihin eloa designkilpailulla
4.4.2012 14:00	Fokus på Östnyland; anmälan före 11.4
4.4.2012 11:00	Suomalaisen Työn Liiton Roadshow HAAGA-HELIAssa

Otsikko

Fokus på Östnyland; anmälan före 13.4

Uutinen tai tiedote

Bindande anmälan till charlotta.lokstrom@myy.haaga-helia.fi före 13.4 kl. 16. Vänligen meddela också om du deltar i filmvisningen.

Fokus på Östnyland

på HAAGA-HELIA yrkeshögskola, Konstfabriksgatan 1 i Borgå campus aulan mån 16.4 kl. 12-18

Gratis busstransport från HAAGA-HELIA, Böle kl. 10.45- tillbaka i Böle kl. 17.15

Kl. 12

Välkomstord, Reija Sandelin, programdirektör

12.10

Mikaela Nylander, riksdagsledamot – Östnylands utveckling

12.30

Underhållning – "Magic show", Alfonso Rios, magiker

12.50

Klaus Suhonen, producent för reklambyrån peoples Village & Ratata bloggen – Som företagare i Östnyland

13.10

Vill du bada med min tunga? – sketch av Bengt Ahlfors, skådespelare Kristo Salminen & co.

Utvärdering av seminariet "Fokus på Östnyland" 16.04.12

Kvinna

Man

1. Anser du att seminariet var intressant? Motivera:

Ja

Nej

Motivera: _____

2. Tror du att du i framtiden kommer att ha nytta av det du har lärt dig i dag?

Ja

Nej

3. Har du fått en bättre helhetsbild om finlandssvenskan och Östnyland?

Ja

Nej

4. Var detta ett nyttigt evenemang för dig?

Ja

Nej

5. Kunde något angående de praktiska arrangemangen ha förbättrats?

Ja

Nej

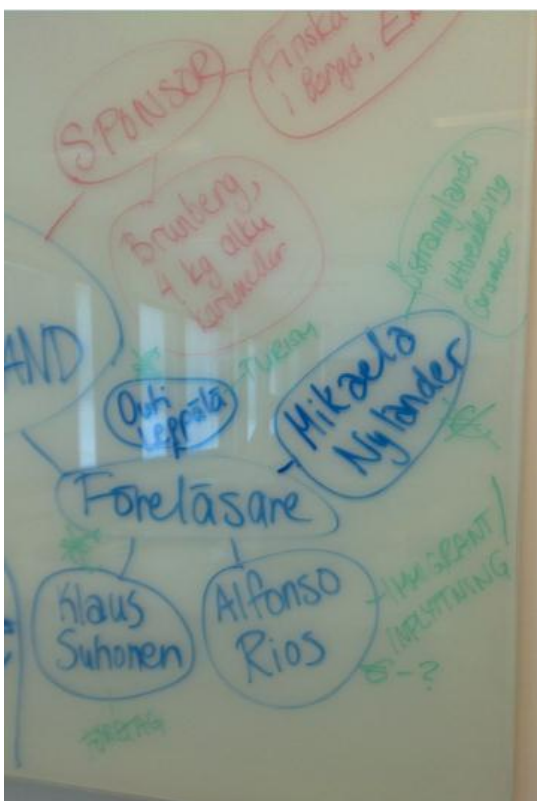
5. Övriga kommentarer? _____

Tack för dina svar!:)

Bilaga 14. Tabell över slutliga utgifter

TILLGÅNG	KOSTNAD
Cosa Nostra Crew Oy, hyrning av stolar	1 014,75 €
Resekostnader för buss H:fors-Borgå	538,20 €
Lunch, pajbit & sallad + mockarutor	1 110,00 €
Middag	325,00 €
Blomsterhuset, blommor åt medverkare	93 €
	3 080,95 €

Bilaga 15. Planering på skolan 10.3



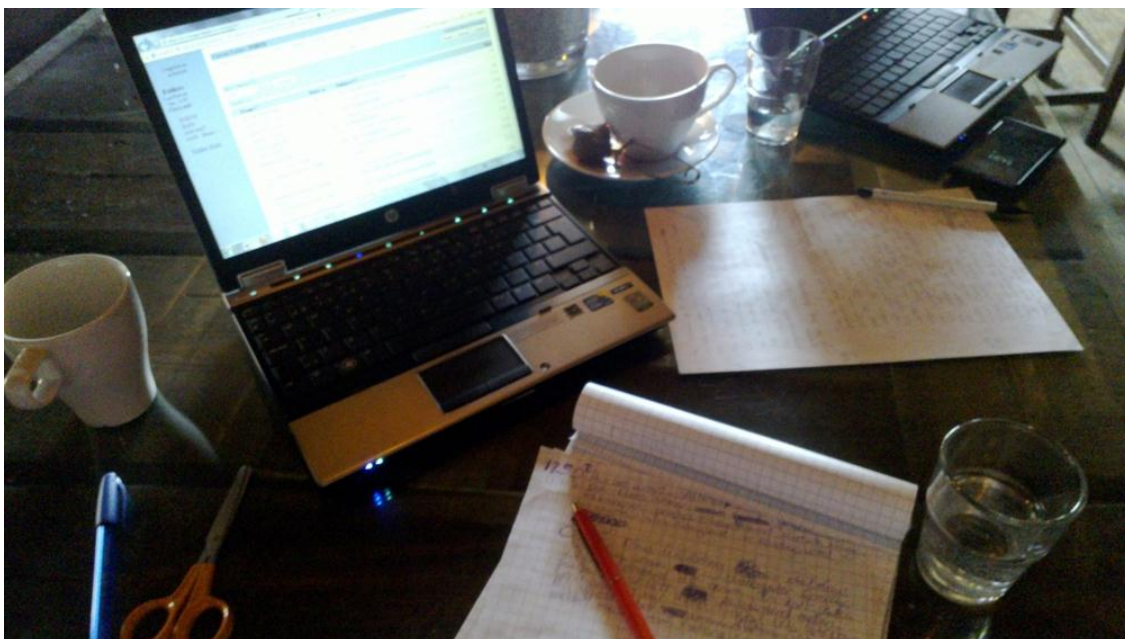


Bilaga 16. Förberedelser för evenemanget fredagen 13.4

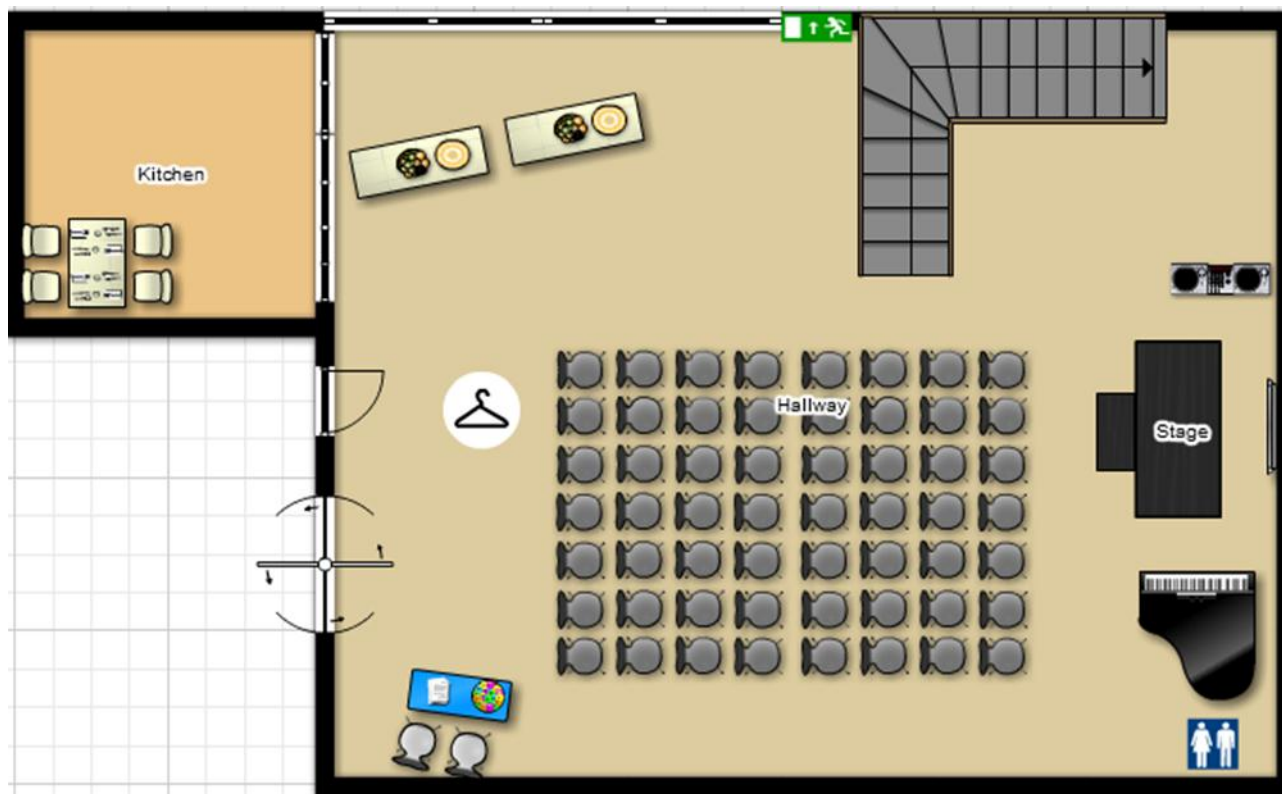




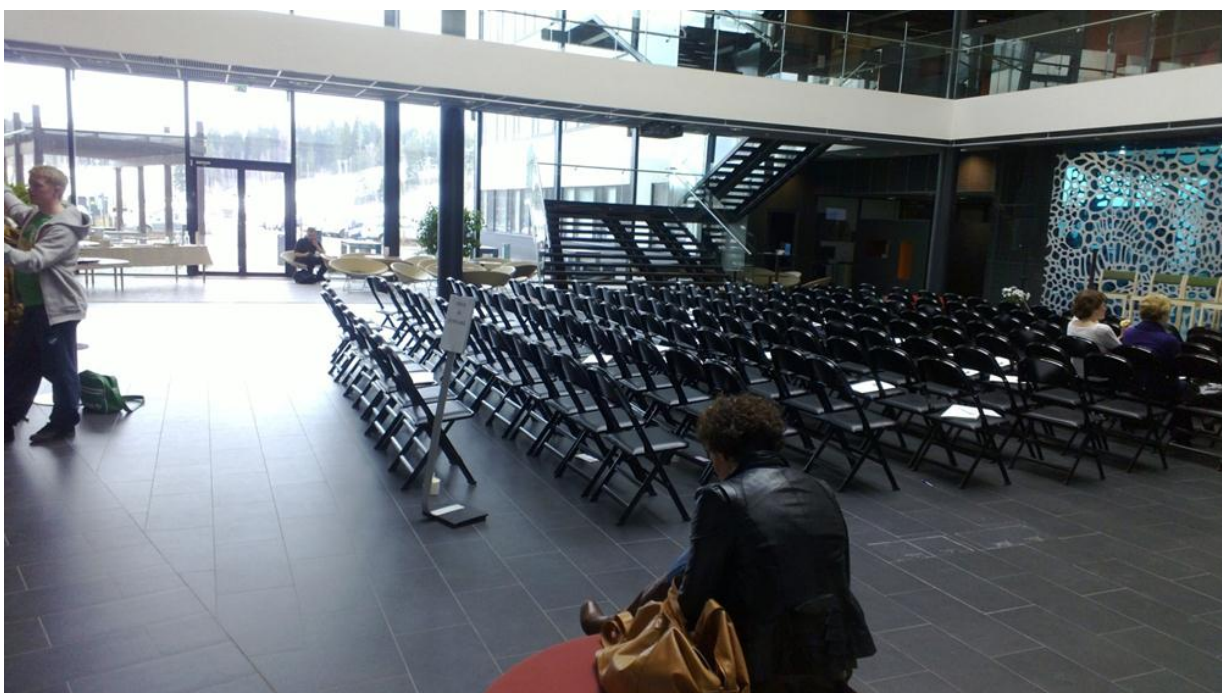
Bilaga 17. Stämningen dagen innan seminariet



Bilaga 18. Bottenplan över seminarium platsen



Bilaga 19. Uppställningen av seminarium platsen





Bilaga 21. Tack från lärarna i Helsingfors enheten



”Tack för ett trevligt och givande seminarium!”

-Studeranden och svensklärarna vid HAAGA-HELIA:s finska enheter-