



# **Planering och förverkligande av evenemanget OHO-Race**

Ett produktutvecklingsarbete för Jeppis Gym

Amanda Haga

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Idrott och hälsopromotion
Identifikationsnummer:	
Författare:	Amanda Haga
Arbetets namn:	Planering och förverkligande av evenemanget OHO-Race: Ett produktutvecklingsarbete för Jeppis Gym
Handledare (Arcada):	Riitta Vienola
Uppdragsgivare:	Jeppis Gym öppet bolag
Sammandrag:	
<p>Det här examensarbetet har gjorts som ett projekt och är ett beställningsarbete för motionscentret Jeppis Gym. Beställaren finansierade projektet som annars förverkligades så ekonomiskt som möjligt. Syftet med arbetet är att planera och förverkliga ett äventyrsevenemang för att ge beställaren publicitet. Evenemanget bör dessutom vara säkert för deltagarna. Den teoretiska referensramen i arbetet behandlar äventyrsidrott, evenemangsplanering och evenemangets säkerhet. Evenemanget är av äventyrskaraktär och arrangeras i form av en hinderbanetävling. Målgruppen för evenemanget är över 14-åriga fysiskt aktiva människor. Slutprodukten utvecklades således till en plan för arrangemanget av evenemanget OHO-Race (Old Harbour Obstacle Race), inklusive en evenemangsspecifik säkerhetsplan, och förverkligandet av själva evenemanget. OHO-Race blev en för allmänheten öppen cirka två kilometer lång hinderbana som bestod av sju hinder av olika karaktär. Till tävlingen hörde också tre olika priser. Evalueringen av evenemanget baserar sig på skriftlig feedback från deltagarna samt arrangörernas ställningstagande. OHO-Race ordnades lördagen 6.8.2016 vid Gamla Hamn, Jakobstad. Evenemanget fick 22 deltagare. Samtliga personer tog sig i mål med godkänd prestation och utan skador. Förverkligandet av evenemanget framskred huvudsakligen enligt planen. OHO-Race uppfyller kriterierna för ett äventyrsevenemang. Evenemanget var också säkert för deltagarna. Enligt den feedback som deltagarna gav blev evenemanget lyckat. Jeppis Gyms image anses även ha påverkats positivt eftersom evenemanget blev omtyckt.</p>	
Nyckelord:	Evenemangsplanering, äventyrsidrott, hinderbanetävling, säkerhetsplan, Jeppis Gym
Sidantal:	68
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Sports and Health Promotion
Identification number:	
Author:	Amanda Haga
Title:	Planning and execution of the event OHO-Race: A product development work for Jeppis Gym
Supervisor (Arcada):	Riitta Vienola
Commissioned by:	Jeppis Gym open company
<p>Abstract:</p> <p>This degree thesis has been done as a project by the commissioning of the fitness centre Jeppis Gym. The commissioner financed the project that otherwise was executed as economically as possible. The purpose of this thesis is to plan and execute an adventure event in order to give the commissioner publicity. The event should also be safe for the participants. The theoretical reference-frame of the thesis focuses on adventure sports, event planning and the safety at an event. The event is an adventure event, which is executed as an obstacle race. The target group consists of persons that are above 14 years old and physically active. The final product developed thus to a plan for the arrangements of the event OHO-Race (Old Harbour Obstacle Race), with an event specific safety plan included, and the execution of the event itself. OHO-Race became a public about two kilometres long obstacle course with seven different obstacles. Three different prices were also included in the competition. The evaluation of the event is based on written feedback from the participants and the organisers' standpoints. OHO-Race was held on Saturday 6.8.2016 at Vanha Satama, Pietarsaari. The event gathered 22 participants. Everyone finished with an approved performance and without injuries. The execution of the event advanced mainly according to the plan. OHO-Race meets the requirements for an adventure event. The event was also safe for the participants. According to the feedback from the participants, the event was a success. Jeppis Gyms image is also considered to have been positively affected due to the success of the event.</p>	
Keywords:	Event planning, adventure sports, obstacle race, safety plan, Jeppis Gym
Number of pages:	68
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

OPINNÄYTE	
Arcada	
Koulutusohjelma:	Liikunta ja terveyden edistäminen
Tunnistenumero:	
Tekijä:	Amanda Haga
Työn nimi:	OHO-Race tapahtuman suunnittelu ja toteuttaminen: Tuotekehitystyö Jeppis Gymille
Työn ohjaaja (Arcada):	Riitta Vienola
Toimeksiantaja:	Jeppis Gym avoin yhtiö
<p>Tiivistelmä:</p> <p>Tämä opinnäytetyö on tehty projektina, ja on tuotekehitystyö Jeppis Gymille. Tilaaja kustansi projektin, joka muuten toteutettiin mahdollisimman ekonomisesti. Työn tarkoituksena on suunnitella ja toteuttaa seikkailutapahtuman, antamaan tilaajalle julkisuutta. Tämän lisäksi tapahtuma tulee olla turvallinen osallistujille. Työn viitekehys käsittelee seikkailu-urheilua, tapahtumasuunnittelua ja tapahtuman turvallisuutta. Tapahtuma on seikkailutyypinen ja järjestetään esteratakilpailun muodossa. Kohderyhmä koostuu yli 14 vuotta täyttäneistä, fyysisesti aktiivisista henkilöistä. Suunnitelma OHO-Race (Old Harbour Obstacle Race) tapahtuman toteuttamista varten, sisältäen tapahtumaspesifinen turvallisuussuunnitelma, sekä itse tapahtuman toteuttaminen, muodostavat siten lopputuotteen. OHO-Racesta tuli julkinen, noin kaksi kilometriä pitkä esterata, joka koostui seitsemästä erilaisesta esteestä. Kilpailuun kuului myös kolme eri palkintoa. Tapahtuman arviointi pohjautuu osallistujien kirjalliseen palautteeseen ja järjestäjien kannanottoon. OHO-Race järjestettiin lauantaina 6.8.2016 Vanhassa Satamassa, Pietarsaaressa. Tapahtumaan tuli 22 osallistujaa. Kaikki osallistajat pääsivät maaliin hyväksytyllä suorituksella, ja ilman loukkaantumisia. Tapahtuman järjestäminen kulki pääsääntöisesti suunnitelman mukaisesti. OHO-Race täyttää seikkailutapahtuman kriteerit. Tapahtuma oli myös turvallinen osallistujille. Osallistujien jättämän palautteen mukaan, tapahtuma oli onnistunut. Vaikutus Jeppis Gymin imagoon pidetään myös positiivisena, sillä tapahtumasta pidettiin.</p>	
Avainsanat:	Tapahtumasuunnittelu, seikkailu-urheilu, esteratakilpailu, turvallisuussuunnitelma, Jeppis Gym
Sivumäärä:	68
Kieli:	Ruotsi
Hyväksymispäivämäärä:	

# INNEHÅLL

<b>1</b>	<b>Inledning.....</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>Jeppis Gym .....</b>	<b>10</b>
<b>3</b>	<b>Syfte och frågeställningar .....</b>	<b>11</b>
3.1	Avgränsningar .....	11
<b>4</b>	<b>Äventyrsidrott .....</b>	<b>12</b>
4.1	Allemansrätten.....	13
4.2	Hinderbanetävlingar i Finland.....	14
<b>5</b>	<b>Evenemangets säkerhet.....</b>	<b>15</b>
5.1	Säkerhetsrisker.....	16
5.2	Vid en nödsituation .....	18
5.3	Uppgörande av säkerhetsdokument .....	18
<b>6</b>	<b>Evenemangsplaneringsprocessen .....</b>	<b>19</b>
6.1	Målsättning .....	19
6.1.1	<i>Syfte och tema.....</i>	<i>20</i>
6.1.2	<i>Evenemang i syfte att marknadsföra.....</i>	<i>20</i>
6.1.3	<i>Målgrupp och deltagarantal.....</i>	<i>21</i>
6.2	Planering .....	21
6.2.1	<i>SWOT-analys .....</i>	<i>22</i>
6.2.2	<i>Tidsplanering och plats.....</i>	<i>23</i>
6.2.3	<i>Förverkligandeorganisation .....</i>	<i>24</i>
6.2.4	<i>Kartläggning av resurser .....</i>	<i>25</i>
6.2.5	<i>Marknadsföring.....</i>	<i>26</i>
6.2.6	<i>Ansvar och skyldigheter .....</i>	<i>27</i>
6.3	Förverkligande.....	28
6.3.1	<i>Evenemangets kvalitet .....</i>	<i>29</i>
6.4	Avslutande.....	30
6.4.1	<i>Dokumentation och utvärdering .....</i>	<i>30</i>
<b>7</b>	<b>Metod.....</b>	<b>31</b>
<b>8</b>	<b>OHO-Race – evenemangsprojektets faser .....</b>	<b>32</b>
8.1	Målsättning för evenemangsprojektet .....	32
8.1.1	<i>Syfte och tema.....</i>	<i>32</i>
8.1.2	<i>Målgrupp och deltagarantal.....</i>	<i>33</i>
8.2	Planering av OHO-Race.....	33

8.2.1	SWOT-analys .....	34
8.2.2	Tidsplanering och plats.....	36
8.2.3	Förverkligandeorganisation .....	38
8.2.4	Kartläggning av resurser .....	39
8.2.5	Marknadsföringsstrategi .....	40
8.2.6	Ansvar och skyldigheter .....	41
8.2.7	Dokumentations- och utvärderingsmetod.....	43
8.3	Förverkligande av OHO-Race .....	44
8.3.1	Förberedelser .....	44
8.3.2	Programinnehåll .....	46
8.3.3	Hinderbanetävlingen.....	47
8.3.4	Evenemangstillfället och prisutdelning .....	58
8.4	Avslutande av OHO-Race .....	58
8.4.1	Feedback.....	59
8.4.2	Projektledarens ställningstagande .....	59
<b>9</b>	<b>Utvärdering .....</b>	<b>60</b>
<b>10</b>	<b>Diskussion .....</b>	<b>61</b>
<b>11</b>	<b>Slutord.....</b>	<b>66</b>
	<b>Källor .....</b>	<b>67</b>
	<b>Bilaga 1. Kartläggning av säkerhetsrisker OHO-Race 2016.....</b>	<b>69</b>
	<b>Bilaga 2. Säkerhetsdokument OHO-Race 2016.....</b>	<b>70</b>
	<b>Bilaga 3. Bakgrundskarta 1:5000 Q3334B.....</b>	<b>77</b>
	<b>Bilaga 4. OHO-Race och Jeppis Gym grafisk logo.....</b>	<b>78</b>
	<b>Bilaga 5. OHO-Race reklamblad (svenska).....</b>	<b>79</b>
	<b>Bilaga 6. OHO-Race reklamblad (finska).....</b>	<b>80</b>
	<b>Bilaga 7. Tävlingsinbjudan (svenska).....</b>	<b>81</b>
	<b>Bilaga 8. Tävlingsinbjudan (finska).....</b>	<b>82</b>
	<b>Bilaga 9. Tävlingsdirektiv (svenska).....</b>	<b>83</b>
	<b>Bilaga 10. Tävlingsdirektiv (finska).....</b>	<b>89</b>
	<b>Bilaga 11. Reklam Instagram-tävling.....</b>	<b>95</b>
	<b>Bilaga 12. Godkännande av deltagande på egen risk.....</b>	<b>96</b>
	<b>Bilaga 13. Basal hjärt-lungräddning, vuxen (Rodakorset.fi 2016).....</b>	<b>97</b>

<b>Bilaga 14. Material.....</b>	<b>98</b>
<b>Bilaga 15. Arbetsindelning.....</b>	<b>101</b>
<b>Bilaga 16. Resultat.....</b>	<b>105</b>
<b>Bilaga 17. Deltagarnas skriftliga feedback.....</b>	<b>107</b>

## Tabeller

Tabell 1. SWOT-analys (Iiskola-Kesonen 2004 s. 9).....	22
Tabell 2. SWOT-analys, OHO-Race 2016. ....	34

## Figurer

<i>Figur 1. Start.</i> .....	47
<i>Figur 2. Pilmarkeringar och blåa band i terrängen.</i> .....	48
<i>Figur 3. Tävling pågår skyltning.</i> .....	49
<i>Figur 4. Hinder 1.</i> .....	50
<i>Figur 5. Hinder 2.</i> .....	51
<i>Figur 6. Hinder 3.</i> .....	52
<i>Figur 7. Hinder 4.</i> .....	53
<i>Figur 8. Hinder 5.</i> .....	54
<i>Figur 9. Hinder 6.</i> .....	55
<i>Figur 10. Hinder 7.</i> .....	56
<i>Figur 11. Mål.</i> .....	57



# 1 INLEDNING

Detta examensarbete har gjorts som ett produktutvecklingsarbete. Projektet handlar om att planera, förverkliga och avsluta ett evenemang. Centrala teman för projektet är äventyrsidrott och hinderbanetävlingar, evenemangsplaneringsprocessen samt riskhantering med fokus på säkerhetsrisker. Examensarbetet är ett beställningsarbete som innebär arrangering av ett helt nytt evenemang, i syfte att ge beställaren Jeppis Gym publicitet. OHO-Race står för Old Harbour Obstacle Race och är en hinderbanetävling i utomhusmiljö. Platsen för evenemanget är Gamla Hamn fritidsområde i Jakobstad.

Den teoretiska referensramen behandlar evenemangsplaneringsprocessen och riskhantering som är inriktad på just detta projekt. Det centrala inom äventyrsgrenar, med fokus på hinderbanetävlingar, tas också upp. Planen för själva förverkligandet av evenemanget är baserad på den teoretiska referensramen och befintliga resurser. I planen ingår förverkligande- och avslutandestrategi för evenemanget samt en evenemangsspecifik säkerhetsplan. I examensarbetet presenteras även det praktiska arrangemanget av OHO-Race och slutligen utvärderas samt diskuteras projektet.

Extremsporter av olika slag är populära idag och allt fler människor deltar i så kallade äventyrsevenemang. Det finns redan flera olika hinderbanetävlingar som ordnas i Finland, deltagarantalet för dessa ökar hela tiden. I Jakobstadsnejden har inte ett liknande evenemang arrangerats tidigare, dock anses det finnas ett stort intresse av detta eftersom olika extremsporter utövas flitigt. Planering och förverkligande av evenemang med fokus på fysisk aktivitet eller hälsa är relevant kunskap för en idrottsinstruktör. Projektet innebär en omfattande arbetsprocess med många olika delar som varje kräver noggrann planering. Examensarbetet är en ny erfarenhet för skribenten som förväntar sig ha stor nytta av projektet i framtiden. Projektet anses vara intressant eftersom det både ger beställaren en ny möjlighet att utöka sin verksamhet och är intressant för skribenten personligen.

## 2 JEPPIIS GYM

Som beställare för examensarbetet fungerar motionscentret Jeppis Gym. Jeppis Gym är beläget på Skolgatan 25 i centrala Jakobstad. Här erbjuds konditionssal med TechnoGyms maskiner, Kinesis, Easyline och diverse träningsredskap. Det finns även en välutrustad avdelning med fria vikter samt tre utrymmen med specialutrustning för olika typer av gruppträning. På Jeppis Gym erbjuder man tjänster som Wellness träningsystem, sport-coaching, personlig träning och seniorträningsspass. Det finns även solarium, café och barnhörna samt försäljning av kosttillskott, träningsredskap och -kläder.

Jeppis Gym har i regel öppet 365 dagar i året och det finns alltid personal på plats under öppettiderna. Betjäning fås på svenska, finska och engelska. Jeppis Gym har en hemsida, Facebooksida, telefon samt e-mail vart kunderna kan vända sig vid frågor och andra ärenden. Man kan också ta kontakt direkt vid receptionen. På Jeppis Gym vill man skapa en hemtrevlig atmosfär, man vill också att alla ska känna sig välkomna. Man strävar till att erbjuda träningsformer som passar många olika målgrupper. Man är även mycket mån om att leverera kvalitet och om att ge kunderna positiva upplevelser.

Enligt Jeppis Gyms ägare är arrangering av ett evenemang ett lämpligt beställningsarbete. Skribenten fick fria händer gällande evenemangets tema. Från beställarens sida anser man att arrangeringen av OHO-Race är relevant, eftersom man tidigare inte har arrangerat ett liknande evenemang. Evenemanget är också en marknadsföringsmetod och med hjälp av evenemanget vill man skapa publicitet. Tanken är att projektet också ska ge Jeppis Gym möjlighet att utöka sin verksamhet i form av utomhusträningsspass.

### **3 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR**

Examensarbetet handlar om att planera, arrangera och utvärdera ett nytt evenemang. Syftet är att, med hjälp av evenemanget, ge beställaren publicitet och marknadsföra motionscentrets verksamhet. Evenemanget är av äventyrskaraktär och arrangeras i form av en hinderbanetävling. Eftersom evenemanget kommer att äga rum utomhus i naturen är också evenemangets säkerhet en stor del av projektet.

Frågeställningar som projektet baserar sig på är A: Vad innebär äventyrsidrott och till vilken grad utövas detta i Finland? B: Hur arrangerar man ett lyckat evenemang i syfte att marknadsföra? C: Hur gör man ett utomhusevenemang som involverar fysisk aktivitet säkert?

#### **3.1 Avgränsningar**

Projektet görs huvudsakligen med fokus på evenemangsplaneringsprocessen. Eftersom projektet går ut på att planera och arrangera ett helt nytt evenemang, kräver den här delen mest uppmärksamhet för att projektet ska lyckas. Skribenten har valt att arrangera en hinderbanetävling och därför anses det vara relevant att ta upp information om hinderbanetävlingar, som är en form av äventyrsidrott. Den här delen avgränsas dock på så sätt att man får en helhetsbild av vad äventyrsidrott handlar om och hur situationen ser ut i Finland. Samtidigt fungerar informationen som inspiration till planeringen av evenemanget. Själva evenemangsinnehållet skapas utifrån skribentens egna idéer och med hjälp av de resurser som finns till förfogande. Det fokuseras mycket på säkerheten eftersom den här delen av projektet är speciellt viktig för både evenemangets lyckande samt beställarens och skribentens egen image.

## 4 ÄVENTYRSIDROTT

Ett äventyr kan beskrivas som en besvärlig, spännande och ofta farlig mångdimensionell händelse som avviker från det vardagliga livet. Fascinerande med äventyrshändelsen är den njutningsfulla upplevelsen av att ge sig in i handlingen så fullt, att allt annat förlorar sin mening för en stund. Alla idrottsgrenar var man utmanar naturen och sig själv och som kräver både skicklighet och muskelstyrka kan ses som äventyr (Degerman & Pohjola 2002 s. 5).

Idén med äventyrsidrott har ända från början varit att sätta den individuella tävlandes eller en grupps förmåga att klara sig under extrema förhållanden på provning. Inom äventyrsidrottens ramar kan man placera alla grenar som utövas med hjälp av människans eller naturens krafter. Motor- eller eldrivna fordon och redskap hör inte hit. Tanken är att man ska ta sig längs med tävlingens rutt så snabbt som möjligt, från en plats till en annan, med hjälp av egen förmåga och olika redskap. Tävlingarnas längd varierar och kan vara allt från tiotals dagar till kortare äventyrstävlingar som tar någon timme. Fascinerande med äventyrsidrott är att alla tävlingar är olika. De vanligaste grenarna som äventyrstävlingar består av är bland annat löpning, terrängcykling, paddling, klättring, segling, simning och ridning (Degerman & Pohjola 2002 s. 166).

Tävlingarna kräver ofta extrem uthållighet och en typisk äventyrsidrottare har tränat väldigt mycket under hela sitt liv. En exemplarisk äventyrsidrottare har också utövat flera olika grenar och bemästrar tekniken inom dessa (Degerman & Pohjola 2002 s. 166). Promenader, cykling, simning och skidåkning är exempel på aktiviteter som förbättrar viktiga egenskaper, som kondition och kroppskänedom, hos äventyraren (Degerman & Pohjola 2002 s. 12). Under 1990-talet blev begreppet professionell äventyrare känt och ett jobb som äventyrare eller upptäcktsresande är nuförtiden ett realistiskt alternativ för en elitidrottare. Äventyrstävlingar kan, också för en motionär, vara ett sätt att uppehålla träningsmotivationen (Degerman & Pohjola 2002 s. 166).

## 4.1 Allemansrätten

Ett privilegium som vi har i Norden är allemansrätten. Den innebär att alla har rätt att röra sig i naturen och njuta av den, med undantag för speciella förbjudna områden som har märkts ut. Reglerna kränks ofta vilket leder till att de blir strängare hela tiden. Det är viktigt att respektera dessa regler, så att vi får ha kvar vår unika allemansrätt (Degerman & Pohjola 2002 s. 165).

Allemansrätten innebär att man får röra sig i naturen med egen kraft t.ex. till fots, med skidor eller med cykel. Man får också bosätta sig tillfälligt i t.ex. tält, var det annars också är tillåtet att ta sig fram, förutsatt att det är tillräckligt långt ifrån någon annans boende. Man får ta sig fram, simma och tvätta sig i vattendrag samt vara på isen, meta och pimpla. Man får också plocka bär, svamp och andra icke fredade växter som finns i naturen (Miljöministeriet 2016 s. 3 - 20).

Allemansrätten ger inte lov till att skada markägarens egendom eller naturen. Man får inte köra med motorfordon på annans mark utan markägarens lov. Det är också förbjudet att störa hemfriden genom att kampa för nära någon annans boende, föra oväsen eller skräpaner. Man får inte heller göra upp öppen eld utan lov, förutom i en nödsituation. Man får inte fälla eller skada växande träd, kvistar, mossor, lavar och dylikt som växer på någon annans mark. Man får inte störa fåglar, förstöra bon eller skada fågelungar. Det är också förbjudet att störa renar och annat vilt. Man får inte heller fiska eller jaga utan ändamålsenliga tillstånd (Miljöministeriet 2016 s. 3 - 20).

## 4.2 Hinderbanetävlingar i Finland

Hinderbanetävling (eng. obstacle race, fi. esteratakilpailu) är ett växande fenomen i Finland och evenemang var deltagarna tar sig igenom en bana med svåra hinder får allt fler deltagare. Det ordnas olika hinderbanetävlingar runtom i landet, här följer ett par exempel på populära evenemang.

*Tough Viking* tog obstacle racing till Skandinavien och har sedan dess lett utvecklingen av hinderbanetävlingar. *Tough Viking* anses vara den största och brutalaste hinderbanetävlingen i Skandinavien och Ryssland. Banans längd är 10 - 12 kilometer och består av över 25 extrema hinder. I *Tough Viking Race* som ordnades i Finland 2015 deltog över 2500 tävlande, varav ungefär 40 % var kvinnor ([toughviking.se](http://toughviking.se) 2016).

I Finland debuterade man 2010 med evenemanget *ExtremeRun*, med succé som följd. Meningen med *ExtremeRun* är att alla ska röra på sig. Det finns olika rutter att välja mellan och man kan ta sig fram i den takt man vill. Evenemanget ordnades igen år 2011 och fick då 3000 deltagare. Det här året byggde man en ännu tyngre och mer krävande 16 kilometer lång bana, som var utmanande för även de tuffaste uthållighetsidrottarna. Banan bestod av över 10 meter höga ”Goliats trappor”, vattensprutande kanoner, hinder gjorda av bilskrot, vattenhinder och rör som man skulle krypa igenom. Efter 2011 fortsatte evenemangets popularitet. 2012 deltog över 3000 löpare. *ExtremeRun* som ordnades 2013 hade 4000 deltagare. År 2014 ordnades *ExtremeRun* på fyra olika orter, tävlingen som ordnades i Vanda hade 4300 deltagare ([extremerun.fi](http://extremerun.fi) 2010 - 2016).

## 5 EVENEMANGETS SÄKERHET

Redan i evenemangets planeringsskede lönar det sig att överväga riskerna med evenemanget (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 54). Effektiv riskhantering kräver grundligt och systematiskt tänkande. Man bör undersöka och analysera varje delområde och sedan vidta de åtgärder som krävs och anskaffa ändamålsenliga resurser för att kontrollera riskerna (Rutherford Silvers 2008 s. 24). I riskhantering pratar man om *ABC-strategin*, med vilken man menar följande faser:

- A. Riskkartläggning (bli medveten om riskerna).
- B. Riskbedömning (kategorisera riskerna enligt sannolikhet och betydelse).
- C. Riskkontroll (minimera och eliminera riskerna genom planering och beslutsfattande).

Riskerna som evenemanget medför kan delas in på många olika sätt vid riskkartläggningen (A). Ett sätt är att dela in dem i olika riskområden enligt följande exempel (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 54):

**Risker i omgivningen:** Konkurrenter, negativ mediauppmärksamhet, väder- och lokala förhållanden och avfallshantering.

**Kundrisker:** Deltagarantal, deltagarkvalitet och deltagarnas ankomst och avfärd.

**Avtalsrisker:** Betalningar, missförstånd och oklarheter, beslutsfattande och samarbete mellan organisationer.

**Risker med tidtabellen:** Leveranstider och materialtillgänglighet, hantering av arbetsordning, växlande väderförhållanden, nya arbetsmetoder och tillståndsärenden.

**Personal- och organisationsrisker:** Personalens kvantitet och professionalitet, resurstillgänglighet, organisering av arbetet och ansvarsområden, ledningens professionalitet, projektgruppens samarbete, frånvaro och olyckor bland personalen och samarbete med samarbetspartners.

**Ekonomiska risker:** Sponsoring, förluster, räknefel, finansiering, stöld och försäkringar.

**Tekniska risker:** Teknisk skicklighet, nya metoder, transportskador, utrustningens hållbarhet, kapacitet och kvalitet och extra- eller ändringsarbete.

**Imagerisker:** Evenemangets och organisatörernas image och sponsorerers och samarbetspartners image.

**Säkerhetsrisker:** Trafik och parkering, deltagarnas säkerhet, första hjälpen och övervakning (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 150 - 151).

När man har kartlagt riskerna är följande steg att göra en riskbedömning (B). Detta innebär att man analyserar vilka risker som är aktuella för evenemanget i fråga och hur sannolikt det är att de inträffar (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 54 - 55). Riskkontroll (C) innebär de åtgärder som vidtas efter att man har kartlagt och bedömt riskerna. Det finns många sätt att kontrollera riskerna. En del risker kan man minimera genom egen planering. Vid behov kan man också anlita professionell hjälp inom området. Förutom att kontrollera riskerna före evenemanget, är det mycket viktigt att göra det även under evenemanget (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 56 - 57).

## 5.1 Säkerhetsrisker

Kartläggning av säkerhetsrisker innebär att man överväger vilka risker som evenemangets plats, miljön, sammansättning eller system medför. På det här sättet kan man upptäcka faktorer som kan vara till skada för hälsan eller säkerheten samt bedöma vilka aktiviteter som medför risker (Rutherford Silvers 2008 s. 37). Säkerhetsrisker är ofta lätta att upptäcka och har omedelbara konsekvenser. Hälsorisker däremot är ofta svårare att lägga märke till eftersom konsekvenserna sker i efterhand (Rutherford Silvers 2008 s. 80). Evenemangets arrangör och organisation har ansvar för att skapa en säker och hälsosam miljö för deltagare och alla andra som är involverade i evenemanget. Förebyggande åtgärder är det första som bör vidtas för att minimera risker som kan medföra skada, sjukdom eller i värsta fall livsfara (Rutherford Silvers 2008 s. 80). Utbildad och uppmärksam personal kombinerat med effektiv riskhantering, planering och ändamålsenliga system innebär effektivt förebyggande av olyckor (Conway 2009 s. 21).

Allt som inkluderas i evenemangets arrangemang, förverkligande och innehåll medför möjliga säkerhetsrisker. Alla tillfälliga konstruktioner måste vara ändamålsenligt byggda och hållbart konstruerade. All utrustning måste installeras och hanteras korrekt. Speciellt elektriska anordningar medför risk för brand. Farozoner i omgivningen bör märkas ut och



ändamålsenliga varningsskyltar bör placeras ut vid behov (Rutherford Silvers 2008 s. 87 - 88).

Deltagarna på evenemanget bildar en folkmassa som medför säkerhetsrisker. Hantering av en stor skara människor kräver bra samarbete och kommunikation hos evenemangsorganisationen och eventuella räddningstjänstemän (Conway 2009 s. 20 - 21). Genom att veta vilken typ av folkmassa man kommer att hantera, blir det lättare att kontrollera riskerna (Conway 2009 s. 34).

Den mest sannolika nödsituationen som kan ske på ett evenemang är en medicinsk nödsituation. Någon kan bli skadad eller lida av en sjukdom som kräver omedelbar vård (Rutherford Silvers 2008 s. 146). Man bör inom evenemangsorganisationen ha en plan för hur man hanterar dessa situationer. Personalen bör veta hur man känner igen en medicinsk nödsituation och hur man anskaffar ändamålsenlig hjälp. Man bör också se till att någon i personalen kan första hjälpen (Rutherford Silvers 2008 s. 150).

Naturen medför också speciella säkerhetsrisker. Kraftiga vindar kan exempelvis göra att olika konstruktioner kollapsar. Kraftigt regn kan bilda massiva gyttejepölar. Blixten kan slå ner. Man bör också ta den flora och fauna som finns i miljön i beaktande vid utomhus evenemang. Grenar som man kan snubbla eller riva sig på och fallande grenar är faktorer som påverkar säkerheten. Även faktorer som djur, pollen och giftiga växter kan påverka säkerheten och hälsan (Rutherford Silvers 2008 s. 88).

Brandsäkerhet är en primär faktor vid varje evenemang och innebär prevention av brand samt skydd av människor och egendom vid brand. Man bör vid riskhanteringen fokusera på agerande och utrustning som förebygger brand samt förmåga att evakuera människor och snabbt kunna kontakta brandkår vid brand (Rutherford Silvers 2008 s. 81 - 82).

## 5.2 Vid en nödsituation

Vid inträffande av en olycka eller ett överraskande sjukdomsanfall bör man tillkalla hjälp genom att ringa nödnumret 112, försöka förhindra att ytterligare olyckor sker och kunna ge första hjälpen. Första personen som anländer till olycksplatsen uppskattar de skadades behov av hjälp och inleder hjälpåtgärderna, alla som kan bör hjälpa till. Vid brand är det viktigt att kunna agera snabbt. Innan brandkårens ankomst kan man med rätt åtgärder rädda människoliv och begränsa materiella skador. När professionell hjälp anländer till platsen tar räddningstjänstemännen över ansvaret för räddningen (Suomi.fi 2016).

## 5.3 Uppgörande av säkerhetsdokument

Som tjänsteleverantör bör man uppgöra ett säkerhetsdokument, som innefattar en riskidentifierings- och riskhanteringsplan, före man kan inleda erbjudandet av tjänsten. Säkerhetsdokumentets omfattning och innehåll formas enligt den tjänst som kommer att erbjudas och enligt säkerhetsriskerna som tjänsten medför. Säkerhetsdokumentet bör i sin helhet uppvisas och överlämnas till de myndigheter som ansvarar för tillstånd för och övervakning av tjänsten (Turvallisuus- ja kemikaalivirasto (Tukes) 2016 s. 1 - 2).

Säkerhetsdokumentet bör innehålla tjänsteleverantörens kontaktuppgifter samt information om vilka tjänster säkerhetsdokumentet gäller. Här listas också för säkerhetsdokumentet ansvarig(a) person(er) samt telefonnummer och eventuella underleverantörer och säkerhetsansvariga. I riskhanteringsplanen bör det framkomma förutsebara risksituationer och deras eventuella följder (riskbedömning). Även åtgärder för att eliminera risker och för att förebygga olyckor och katastrofer samt anvisningar för agerande vid olika förutsedda olycks-, risk- och skadesituationer (riskkontroll) bör framkomma. Man bör även beskriva den säkerhetsrelaterade introduktionen och utbildningen som ingår i tjänsteleveransen samt eventuella kompetens- och utbildningskrav hos personalen. I dokumentet bör man även lista i tjänsten använda utrymmen, konstruktioner, redskap, rutter och annan rekvisita samt fordringar gällande dessa. Även förhållanderelaterade begränsningar till leverans av tjänst, det största säkra kundantalet samt diverse bestämmelser gällande kunderna bör framkomma. Man bör också beskriva nödvändiga åtgärder för att säkerställa säkerheten för utomstående som befinner sig inom tjänstens verkningsområde. Slutligen

bör man beskriva hur de i säkerhetsdokumentet ingående uppgifterna bringas till kännedom för personalen som levererar tjänsten (Turvallisuus- ja kemikaalivirasto (Tukes) 2016 s. 3 - 5).

## 6 EVENEMANGSPLANERINGSPROCESSEN

Ett evenemang innebär nöje, social samvaro och spänning. Finland är ett utmärkt land för arrangering av evenemang och våra korta somrar sätter fart på många evenemangsplanerare. De flesta evenemang som ordnas i vårt land åstadkoms huvudsakligen med hjälp av talkoarbete som ännu utförs i hög grad i Finland (Iiskola-Kesonen 2004 s. 3).

När det gäller evenemangsplanering kan det i början vara svårt att skapa en helhetsbild av vad som ska göras. Ett konkret hjälpmedel är att jämföra evenemangsplanering med ett projekt. Att skapa ett nytt evenemang är ett typiskt projektarbete med många delområden som varje kräver särskild uppmärksamhet (Iiskola-Kesonen 2004 s. 8). Evenemanget är, liksom ett projekt, en engångsföreteelse som baserar sig på klara målsättningar och har en bestämd tidtabell. För förverkligandet av uppgiftshelheten skapas det en särskild organisation med tydligt definierade resurser och insatser (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 24). Evenemangsprojektet framskrider i faser. En bra idé följs av *målsättning*, *planering*, *förverkligande* och *avslutande*. Dessa faser utgör evenemangsprojektets livsbåge och kräver alla olika tillvägagångssätt (Iiskola-Kesonen 2004 s. 8).

### 6.1 Målsättning

Mål som är noggrant igenomtänkta uppnås troligtvis också (Iiskola-Kesonen 2004 s. 9). Målen med evenemanget kan t.ex. vara att underhålla människor, med fokus på image eller ekonomiska (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 36). Med ett evenemang kan man också aktivera människor eller liva upp neyden. Tydliga mål ger en professionell bild av arrangörerna och underlättar marknadsföringen av evenemanget. Välformulerade mål underlättar också kommunikationen och arbetet inom evenemangsorganisationen (Iiskola-Kesonen 2004 s. 9). Efter att man har beslutat sig om målen med evenemanget är det lättare att ta ställning till idén och bestämma varför evenemanget skapas och för vem (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 36).

### **6.1.1 Syfte och tema**

Det lönar sig att direkt i evenemangsprojektets startskede klargöra syftet med evenemanget, från vilket evenemangets karaktär skapas (Iiskola-Kesonen 2004 s. 17). I det här skedet är det skäl att gå lite mer detaljerat in på evenemangets innehåll och klargöra evenemangets karaktär (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 36). Det lönar sig att ta sina egna färdigheter, erfarenheter och kunskaper i beaktande när man beslutar om evenemangets syfte och tema (Conway 2009 s. 40). Man bör i det här skedet även ta eventuella begränsningar som påverkar arrangemanget i beaktande. Exempel på sådana är omständigheter, finansiering, tid, årstid, lagstiftning, utrymme och deltagare (Conway 2009 s. 44 - 46). Det är viktigt att man strävar till att skapa ett evenemang av sådan karaktär som evenemangsorganisationen klarar av att leverera (Conway 2009 s. 41). När man har fastställt evenemangets syfte och tema är det viktigt att inte ändra sig halvvägs, eftersom detta kommer att krångla till processen och påverka arrangemanget negativt (Conway 2009 s. 40).

### **6.1.2 Evenemang i syfte att marknadsföra**

Den kontinuerligt ökande informationsströmmen i samhället har lett till konkurrens i kommunikationen. Till följd av detta har organisationer börjat söka nya sätt att nå sina målgrupper (Valo & Häyrinen 2003 s. 23). Marknadsföring med hjälp av ett evenemang är en ny marknadsföringsmetod som innebär att kombinera marknadsföring med ett evenemang. Alla evenemang var ett företag marknadsför en produkt eller en tjänst hör till den här metoden (Iiskola-Kesonen 2004 s. 60). Ett evenemang som ordnas i syfte att marknadsföra är alltid planerat på förhand, har bestämda mål samt en bestämd målgrupp. Evenemanget ger deltagarna erfarenheter, upplevelser och interaktion (Valo & Häyrinen 2003 s. 26).

Företaget kan endera arrangera ett eget evenemang eller utnyttja ett evenemang som någon annan arrangerar (Iiskola-Kesonen 2004 s. 60). Mål för det enskilda evenemanget kan t.ex. vara att utveckla företagets image, skapa synlighet, stärka aktuella kundförhållanden, presentera och sälja produkter eller tjänster, skaffa nya kunder eller samarbetsparter, motivera, utbilda eller coacha de egna anställda samt göra grund för försäljning av produkter eller tjänster (Valo & Häyrinen 2003 s. 28).

### **6.1.3 Målgrupp och deltagarantal**

När man definierar målgruppen för evenemanget är det många variabler som spelar roll t.ex. ålder, kön, ursprung och intresse (Conway 2009 s. 53, 55). Evenemang som styrs av ett speciellt programinnehåll har ofta en mer begränsad målgrupp. Det är viktigt att överväga om man riktar evenemanget till alla eller om det ska finnas en bestämd åldersgrupp för evenemanget (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 36 - 37). Evenemangets innehåll bestämmer vilken åldersgrupp det intresserar. Innehållet bör alltså motsvara åldersgruppens intresse och behov (Conway 2009 s. 53). Det lönar sig också att ta i beaktande hur långt ifrån det är sannolikt att deltagare kommer till evenemanget (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 36 - 37).

Det är nödvändigt men ofta svårt att uppskatta hur stort evenemangets deltagarantal kommer att bli, det här gäller både evenemang som kostar och gratisevenemang. Deltagarantalet bestäms alltid av vad som görs, för vem och var. När man arrangerar ett evenemang för första gången lönar det sig att ta redan existerande evenemangs deltagarantal i beaktande. På så sätt blir det uppskattade antalet mer realistiskt, dock inte direkt jämförbart (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 47). Man kan också kräva förhandsanmälan och på så sätt få reda på hur många deltagare som tänker komma till evenemanget. Ett annat sätt är att ha ett bestämt deltagarantal (Conway 2009 s. 59).

## **6.2 Planering**

Genom noggrann planering hittar man sätt att uppnå målen och skapa ett lyckat evenemang. En välplanerad och tydlig projektplan effektiviserar arbetsprocessen, ger en effektivare resurs- samt tidsanvändning och förenklar ledningen av olika processer. I projektplanen bör förverkligandestrategi, inklusive förverkligandeorganisation, projektets budget samt vilka resurser som finns till förfogande för förverkligandet av evenemanget framkomma. I planen bör också projektets mål samt de faktorer som avgör om målen uppnås finnas med (Iiskola-Kesonon 2004 s. 9 - 10).

En grovskiss över tidtabellen för förverkligandet är en del av förverkligandestrategin. Här bör arbetsordningen för projektet och olika deadlines framkomma (Kauhanen, Juurakko

& Kauhanen 2002 s. 50). När man vet datumet för evenemanget och hur lång tid man har på sig för arrangemanget, kan man börja planera projektets arbetsordning (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 100). Arbetsordningen är den del av förverkligandestrategin som innefattar förverkligandeorganisationens alla uppgifter. Varje medlem av organisationen hittar sina uppgifter i arbetsordningen, som även fungerar som checklista för projektledaren vid arrangemanget. I arbetsordningen listas alltså alla uppgifter som kräver åtgärder samt en ansvarsperson vid arrangemanget, under evenemanget och vid avslutandet (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 50 - 51).

### 6.2.1 SWOT-analys

I samband med planeringen lönar det sig att genom en *SWOT-analys* överväga styrkor och möjligheter samt svagheter och hot med evenemanget (Iiskola-Kesonen 2004 s. 9). Alla identifierade styrkor och möjligheter går att utnyttja medan svagheter och hot bör analyseras noggrant, bearbetas och övervakas (Rutherford Silvers 2008 s. 38).

<b>SWOT-analys</b>	<b>Styrkor</b>	<b>Svagheter</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>
<b>Möjligheter</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	<b>UTNYTTJA</b>	<b>UTVECKLA/ REPARERA</b>
<b>Hot</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	<b>VAR BEREDD</b>	<b>UNDVIK/ ELIMINERA</b>

Tabell 1. *SWOT-analys* (Iiskola-Kesonen 2004 s. 9).

## 6.2.2 Tidsplanering och plats

Tidpunkten för evenemanget har ofta väldigt stor betydelse. Evenemangets karaktär och målgrupp avgör till stor del när det lönar sig att arrangera evenemanget. Saker som man bör ta i beaktande vid planeringen är årstid, semestertider, högtider och konkurrerande evenemang. Även veckodag och klockslag kan ha stor betydelse (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 37).

När man har spikat datumet för evenemanget bör man också bestämma en deadline för när allt förhandsarrangemang bör vara klart (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 99). I tidsplaneringen bör man också ha med datum när t.ex. marknadsföringskampanjen bör inledas. Det lönar sig också att bestämma ett sista anmälningdatum om evenemanget kräver förhandsanmälning (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 50). Datumet för evenemanget kan inte ändras efter att det har publicerats för allmänheten, därför är det mycket viktigt att tidtabellen håller. Det lönar sig att planera tiden så att det viktigaste blir gjort till först och sådant som eventuellt kan lämnas bort kommer sist i arbetsordningen. På så sätt kan evenemanget börja fastän någonting lämnar halvfärdigt (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 99).

Platsen för evenemanget har också avgörande betydelse för evenemangets lyckande. Valet av evenemangsplats avgörs av faktorer som vilken image man vill skapa med läget, utrymmen och miljö, tilläggstjänster och eventuella kostnader (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 38). Hur lätt det är att komma till evenemanget påverkas av förhållanden som trafikförbindelser och parkeringsutrymme (Iiskola-Kesonen 2004 s. 20). Man bör också överväga om det behövs transport av t.ex. material samt redskap, till och från evenemangsplatsen, före, under och efter evenemanget. Man bör på förhand ta reda på vilket transportsätt som lämpar sig bäst och om det inom evenemangsorganisationen finns ändamålsenliga resurser (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 83).

### **6.2.3 Förverkligandeorganisation**

#### **Projektledaren**

Projektledaren leder evenemangsarrangemanget och organisationen som ansvarar för det. Hens viktigaste uppgift är att kontrollera att arrangemanget framskrider enligt planen (Iiskola-Kesonen 2004 s. 31). Hos projektledaren krävs det organisationsförmåga eftersom hen måste organisera både sitt eget samt andras arbete och samtidigt ha helheten under kontroll (Iiskola-Kesonen 2004 s. 38).

Projektledaren sammansätter projektplanen i samarbete med resten av förverkligandeorganisationen och sätter igång arbetet (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 33). Projektledaren behöver inte vara expert på alla områden och måste, för att själv inte bli överbelastad med arbete, kunna överlåta olika uppgifter åt andra personer i organisationen (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 119). Att dela ut arbetsuppgifter är en viktig del av projektledarens arbete. Det är viktigt att tydligt berätta vad som ska göras och varför (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 121).

Projektledaren har huvudansvaret för rekryteringen av projektgruppen. Projektledaren fungerar också som den viktigaste förmedlaren av information. Till projektledarens uppgifter hör det att ta emot information och dela denna till rätt personer. Det är viktigt att all nödvändig information förmedlas inom förverkligandeorganisationen. Projektledaren har också huvudansvaret för den externa kommunikationen. Projektledaren bör även behärska budgetering och dokumentering som hör till evenemanget (Iiskola-Kesonen 2004 s. 38).

#### **Grundorganisationen**

Grundorganisationen fattar de viktigaste besluten och har det slutliga juridiska ansvaret för evenemangsarrangemanget. Grundorganisationen bör även ge projektgruppen, som ansvarar för det praktiska arrangemanget, tillräckligt med ansvar. (Iiskola-Kesonen 2004 s. 30).



## **Projektgruppen**

Projektgruppen består av ansvarspersoner för olika delområden. En fungerande projektgrupp består av experter som planerar, förverkligar, övervakar och utvecklar arrangementet inom sitt eget område (Iiskola-Kesonen 2004 s. 31). Av medlemmarna i projektgruppen krävs det intresse för och åtagande av arbetet samt samarbetsförmåga (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 33).

Projektgruppen är projektets viktigaste kraftresurs. Samtidigt är det viktigt för arbetsteamet att mängden arbete är passlig och att arbetet känns meningsfullt (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 120). Det lönar sig att göra rekryteringen av talkoarbetare med omsorg och man bör hitta uppgifter som motsvarar olika personers färdigheter och intressen. Talkoarbetarna bör introduceras till arbetet ordentligt så att de förstår sina uppgifter och behärskar dessa. På så sätt tar de också mer ansvar och klarar av att lösa eventuella problem självständigt (Iiskola-Kesonen 2004 s. 40 - 41).

## **Biträdande personer**

För varje ansvarsperson bör det finnas en biträdande person. De biträdande personerna bör få all nödvändig information, ifall en ansvarsperson av någon anledning måste avstå från sin(a) uppgift(er) (Iiskola-Kesonen 2004 s. 31).

### **6.2.4 Kartläggning av resurser**

Förverkligandestrategin utgörs av de ekonomiska samt mänskliga resurser som finns till förfogande och det egentliga tillvägagångssättet. Att skapa ett helt nytt evenemang med ett nytt arbetsteam är allra svårast och mest riskabelt. När man planerar evenemanget lönar det sig att hela tiden beakta förverkligandeorganisationens entusiasm, vilja och kunskap (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 39).

När man har valt en projektidé att verkställa lönar det sig att, i ett tidigt skede av planeringen, klargöra vilka samarbetspartners som eventuellt finns. Man kan minimera riskerna med evenemanget genom att tydligt klargöra bl.a. sponsoreringen och finansieringen av projektet (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 28). Man bör planera enligt både

egna möjligheter att finansiera evenemanget och eventuell utomstående finansiering (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 39).

### **6.2.5 Marknadsföring**

En av de viktigaste faktorerna gällande arrangeringen av ett evenemang är marknadsföringen. Syftet med marknadsföringen är att sälja evenemanget (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 113). Marknadsföringen är speciellt viktig om ett evenemang ordnas för första gången. Att bara ordna ett evenemang och förvänta sig att besökare ska hitta dit räcker inte. Många evenemang misslyckas på grund av att ingen visste om dem (Conway 2009 s. 65). Det lönar sig att tydligt definiera målen med marknadsföringen, de kan t.ex. vara med fokus på image, kvalitet eller ekonomisk vinst. En del evenemang arrangeras endast för deltagare. Marknadsföring riktad till deltagare är viktig vid t.ex. idrottsevenemang, olika tävlingar och mässor. Det är viktigt att noggrant överväga vad målgruppen för evenemanget i fråga vill ha och hur man marknadsför ett sådant evenemang för den definierade målgruppen (Iiskola-Kesonen 2004 s. 56).

Det lönar sig att redan i början av evenemangsplaneringen designa sin grafiska logo, för att skapa en sammanhängande helhet. Till följande väljer man marknadsföringskanaler och planerar genomförandet. Man bör överväga vem som berättar om evenemanget och vad som berättas. Man bör också planera när man börjar informera om evenemanget och hur mycket tid man vill ägna åt detta. Vilka resurser som finns till förfogande bör hela tiden tas i beaktande (Iiskola-Kesonen 2004 s. 67).

Med hjälp av t.ex. en websida kan man marknadsföra och informera om sitt evenemang. Internet och e-post hör till de mest använda kanalerna för information samt feedback nu-förtiden (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 85). Dagstidningar och andra tidningar är också kanaler för marknadsföring. Man kan eventuellt lyckas få någon tidning att göra en liten artikel om evenemanget och på så sätt ge det publicitet och locka deltagare (Conway 2009 s. 66 - 67). Det är svårt att marknadsföra ett evenemang utan någon typ av personligt försäljningsarbete. Genom att bara informera och placera ut reklam får man sällan fram sitt budskap och det lönar sig att marknadsföra på många plan (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 114). Genom att informera och dela ut reklamblad till

personer inom samma gemenskap kan man väcka intresse och få dem att sprida informationen vidare till vänner och släktingar (Conway 2009 s. 67).

### **6.2.6 Ansvar och skyldigheter**

Det är arrangörerna som ansvarar för evenemangets säkerhet. Vilka säkerhetsåtgärder som bör vidtas styrs av diverse lagar gällande säkerhet (Iiskola-Kesonen 2004 s. 87). Man bör som arrangör införa en positiv hälso- och säkerhetskultur i förebyggande syfte vid sitt evenemang och främja denna genom att intyga om att hälsa och säkerhet alltid kommer först (Conway 2009 s. 20).

#### **Tillstånd och anmälningsfrågor**

Vilka tillstånd som behövs beror på evenemangets plats, storlek, format och innehåll (Conway 2009 s. 141). Det lönar sig att göra en noggrann och detaljerad skriftlig förverkligandeplan för evenemanget. På så sätt får myndigheterna en klar bild av evenemanget och kan ta beslut så snabbt som möjligt. En detaljerad förverkligandeplan ger också en pålitlig bild av arrangören som tillståndssökande och organisatör av en offentlig tillställning. När man ansöker om tillstånd borde man kunna lista åtminstone följande saker om evenemanget: Evenemangets arrangör, syftet med evenemanget, program på evenemanget, platsen för evenemanget, tidpunkten för evenemanget samt start- respektive sluttid och beräknat deltagarantal (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 86 - 87).

Med offentliga tillställningar avses i lagen om sammankomster nöjestillställningar, tävlingar, uppvisningar och andra med dessa jämförbara tillställningar som är öppna för allmänheten och som inte är allmänna sammankomster. Arrangören måste genom att fylla i en speciell blankett meddela den lokala polisen om arrangemanget av den offentliga tillställningen senast fem dygn före evenemanget börjar (Finlex.fi 2015). Om evenemanget förutsätter avvikande trafikanordningar, bör man också i sådana här fall vara i kontakt med polisen (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 89).

För alla evenemang som arrangeras utomhus behövs tillstånd från markägaren, om inte evenemanget arrangeras på egen mark (Valo & Häyrinen 2003 s. 248). Städer och kommuner äger oftast gator, torg, parker och andra offentliga platser. Man bör ansöka om

tillstånd från staden eller kommunen och från den lokala polisen för att få använda dessa (Iiskola-Kesonen 2004 s. 87). Tillstånd att använda idrottsplaner, badstränder och andra idrottsanläggningar bör man ansöka om från idrottsverket (Valo & Häyrinen 2003 s. 248.)

Enligt konsument säkerhetslagen 7§ bör en tjänsteleverantör som erbjuder bl.a. gym, äventyrs-, upplevelse- och naturtjänster eller evenemang som är förenade med betydande risk upprätta ett säkerhetsdokument specifikt för tjänsten. Dokumentet innefattar en plan för identifiering och hantering av risker. Informationen bör ges samtliga personer som ansvarar för säkerheten (Finlex.fi 2015).

### **Ansvar för miljön**

Man bör sträva till att göra sitt evenemang miljövänligt (Iiskola-Kesonen 2004 s. 96). Arrangören bör se till att området hålls städlat och ansvarar även för transport och sortering av det avfall som skapas. Evenemangets inverkan på miljön går att minimera med hjälp av omsorgsfull planering (Iiskola-Kesonen 2004 s. 94).

### **Ansvar för etiskt agerande**

Etiskt agerande bör vara en del av varje evenemang. Etik innebär att ta beslut och agera enligt vad man anser att är rätt respektive fel. Standarder som sanningsenlighet, ansvar, ärlighet och pålitlighet styr de val som görs och det som utövas, på ett sätt som stöder rättvist agerande (Rutherford Silvers 2008 s. 72).

## **6.3 Förverkligande**

Förverkligandet av evenemangsprojektet mäter projektledarens professionalitet. Det är projektledaren som ansvarar för att arrangemanget framskrider enligt planen och att tidtabellen håller (Iiskola-Kesonen 2004 s. 11). Arbetet bör vara systematiskt och tidsanvändningen välplanerad och effektiv. Effektiv tidsanvändning innebär att man minskar arbetet genom att skilja viktigt arbete från mindre viktigt arbete (Iiskola-Kesonen 2004 s. 78). Det är viktigt att projektledaren strävar till att uppehålla en god atmosfär inom arbetsteamet och uppmuntrar talkoarbetarna. En god stämning märks också under själva evenemanget (Iiskola-Kesonen 2004 s. 11).

Förverkligandet av evenemangsprojektet är mångdimensionellt och skapandet av evenemanget som deltagare, publik och media ser har krävt en stor mängd arbete. Under förverkligandet av evenemanget kan det förekomma olika brådskande situationer och problem som bör lösas. Dessa får dock inte synliggöras för deltagare, publik eller de arbetare som inte har med saken att göra. I krissituationer bör projektledaren hålla sig lugn och fungera som en förebild för arbetsteamet. Ett bra utbildat och entusiastiskt arbetsteam klarar av att lösa största delen av problemen själv. Projektledaren bör dock vara beredd att vid behov lösa problemsituationer samt kontrollera att evenemanget lyckas och får därför inte inneha någon fast uppgift under förverkligandet (Iiskola-Kesonen 2004 s. 11).

Under evenemanget och arrangemanget är det viktigt att kunna handla snabbt (Iiskola-Kesonen 2004 s. 67). Mobiltelefon är ett utmärkt snabbt kommunikationsmedel både under själva evenemanget och arrangemanget. Man bör kontrollera att mobiltelefonerna fungerar före evenemanget för att minimera risken att någonting misslyckas. Som kommunikationsmedel vid ett litet evenemang räcker det med, förutom mobiltelefon, dator med olika ändamålsenliga program (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 111).

### **6.3.1 Evenemangets kvalitet**

Nöjda deltagare betyder ett lyckat evenemang. Det är deltagarnas upplevelser som baserar sig på förväntningar, behov och erfarenheter som avgör evenemangets kvalitet. Evenemangets innehåll som deltagarna erbjuds d.v.s. den tekniska kvaliteten är bara en del av helhetsupplevelsen, således kan arrangören inte bestämma evenemangets kvalitet. Kvaliteten bestäms under evenemanget. Olika interaktionssituationer påverkar ofta deltagarna starkast. Om personalen är dåligt förberedd inför dessa situationer kan det ge deltagarna negativa upplevelser eller en känsla av att evenemanget är misslyckat. En överdriven marknadsföringskampanj, som lovar för mycket, kan också skapa ouppfyllbara förväntningar hos deltagarna. Fastän evenemanget är tekniskt bra, försämrar besvikna kunder evenemangets image och kvalitet (Iiskola-Kesonen 2004 s. 25).

Varje evenemangsprojekt är unikt och formas av evenemangsorganisationens medlemmars färdigheter, förmågor och personligheter. Evenemangsorganisationen bör alltid sträva till ett lyckat evenemang (Iiskola-Kesonen 2004 s. 34). Det är hela arbetsteamet

som ansvarar för att evenemangets kvalitet och deltagarnas upplevelser blir så bra som möjligt (Iiskola-Kesonen 2004 s. 25).

## **6.4 Avslutande**

Avslutandet av evenemanget är en viktig del av projektet. Till rivnings- och städningsarbetet är det bra att välja talkoarbetare som inte har arbetat under själva evenemanget. Ansvarspersonerna bör också ta avslutandet i beaktande vid planeringen av sitt eget arbete och sin tidsanvändning. Således finns det tillräckligt med krafter för slutupprepningen och det avslutande arbetet kan göras med omsorg. Till avslutandet hör det också till projektledaren att tacka alla talkoarbetarna och medverkande. Tackandet av samarbetsparter och intressenter bör även ske snabbt efter evenemanget. Då evenemanget avslutats i god stämning är det lättare att påbörja skapandet av nästa evenemang (Iiskola-Kesonen 2004 s. 12).

### **6.4.1 Dokumentation och utvärdering**

Det är viktigt att dokumentera alla gjorda planer, uppmätta resultat och annan relevant information med omsorg. Fotografering är en bra metod till det här ändamålet. Dokumentationen är speciellt viktig om man tänker arrangera evenemanget igen. Insamling av feedback är också viktigt för framtiden (Iiskola-Kesonen 2004 s. 12). Man kan samla in feedback från deltagare med hjälp av exempelvis en skriftlig enkät. Fördelen med den här metoden är att det går snabbt och att det är billigt. Med personliga intervjuer får man ofta mer ingående och detaljerade svar, den här metoden är dock svårare att använda sig av och mer tidskrävande. Logiskt är att man bestämmer sig för vilka faktorer man vill utvärdera före evenemanget och före själva utvärderingen. Man kan t.ex. bedöma om tidtabellen hållit, evenemangets kvalitet samt resultat och hur evenemanget har påverkat organisationens image. Man kan också reflektera kring vad man har lärt sig av evenemanget och hur kunskapen kan utnyttjas i framtiden (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 125).

## 7 METOD

Att göra ett produktutvecklingsarbete som examensarbete innebär att man stegvis skriver ner arbetsprocessen till en slutrapport. Produktutvecklingsarbetet kan t.ex. vara en konkret produkt, en tjänst, en demonstration eller ett evenemang. Rapporten är en text som innefattar beskrivning av arbetsprocessen samt vilka slutsatser och resultat man har kommit fram till. I rapporten finns också bedömning av slutprodukten samt den egna inläringen med. Rapporten bör skrivas på ett sådant sätt att det tydligt framkommer hur skribenten har lyckats med arbetet. Examensarbetet berättar om skribentens professionalitet för läsaren. Forskningsmetodik som används i ett produktutvecklingsarbete är bland annat användning av källor och hänvisning till dessa. Med hjälp av en teoretisk referensram reder man ut olika koncept eller begrepp, argumenterar för användningen av olika metoder och lösningar samt uttrycker fakta. Rapporten är en konsekvent text var man presenterar en detaljerad arbetsprocess för läsaren på ett sammanhängande och ändamålsenligt sätt (Vilkka & Airaksinen 2004 s. 65 - 66).

Uppbyggnaden av detta examensarbete baserar sig på teorier om evenemangsplaneringsprocessen. Den teoretiska referensramen som utformar produktens karaktär består av fakta gällande äventyrsidrott, evenemangsplanering och evenemangets säkerhet. Arbetsprocessen dokumenteras i form av en teoridel och en planerings- samt förverkligandedel. I teoridelen presenteras den fakta som har använts i examensarbetet. I planerings- och förverkligandedelen planeras den konkreta produkten, alltså evenemanget, basis på teorin och förverkligandet av evenemanget presenteras. Skribenten reflekterar slutligen kring projektet samt diskuterar arbetsprocessen och slutprodukten.

## **8 OHO-RACE – EVENEMANGSPROJEKTETS FASER**

OHO-Race är ett äventyrsevenemang av hinderbanekaraktär. Till följande beskrivs faserna för evenemanget som projekt. De olika faserna är målsättningen för evenemangsprojektet, planeringen av evenemanget och det praktiska förverkligandet samt avslutandet av OHO-Race.

### **8.1 Målsättning för evenemangsprojektet**

Målsättningen för evenemanget är främst med fokus på image, alltså att ge Jeppis Gym synlighet. Målen med OHO-Race är också att underhålla och aktivera människor samt att erbjuda deltagarna en rolig och krävande tävlingsupplevelse. Samtidigt bör evenemanget också vara säkert för deltagarna.

#### **8.1.1 Syfte och tema**

Evenemangets huvudsyfte är att marknadsföra Jeppis Gym och ge beställaren synlighet i en liten stad var det lyder hård konkurrens bland olika motionscenter. Syftet är också att aktivera människor i Jakobstadsnejden. Tanken är att både redan existerande kunder vid Jeppis Gym samt nya potentiella kunder ska få ökat intresse för motion och träning, genom att erbjudas ett intressant evenemang som involverar fysisk aktivitet. Syftet är att skapa någonting som det finns intresse för men ännu inte har arrangerats och på så sätt locka deltagare. Det finns ett ökande intresse för äventyrsidrott och syftet med ett evenemang av hinderbanekaraktär är att möta detta intresse.

Evenemangets namn OHO-Race står för Old Harbour Obstacle Race. Namnet är inspirerat av platsen för evenemanget, Gamla Hamn. Evenemangets hinderbanetema framkommer också i namnet. Projektledaren anser att OHO-Race innehållsmässigt är möjligt att förverkliga i form av ett mindre evenemang, med tanke på den egna förmågan, resurser, omständigheter och målsättningar.



### **8.1.2 Målgrupp och deltagarantal**

Evenemanget är gratis och öppet för allmänheten. Det är upp till varje deltagare att själv bedöma sin förmåga att delta i OHO-Race. Den enda begränsningen är åldersgränsen 14 år, eftersom samma ålder krävs för att få träna vid Jeppis Gym. Evenemanget ordnas för första gången på en liten ort, således är det logiskt att inte förvänta sig ett enormt deltagarantal.

Deltagarskaran för evenemang som man från Jeppis Gym har ordnat tidigare har bestått av både stamkunder och personer som besöker gymmet mer sällan samt personer som endast deltar i speciella evenemang. Det har varit frågan om tonåringar till seniorer, både kvinnor och män, idrottare, motionären och nybörjare inom träning. Deltagarantalet för tidigare evenemang har varit allt från några tiotal till över hundra deltagare. Att uppskatta ett realistiskt deltagarantal för OHO-race visade sig vara nästan omöjligt. Förhandsanmälan till evenemanget krävs således. På så sätt kan man justera arrangemanget vid behov. Det måste finnas ett beräknat deltagarantal för tillståndsärenden, till det här ändamålet uppskattades antalet till max. 50 pers. För publiken finns det inga begränsningar vad gäller antal, man behöver inte heller meddela på förhand om man kommer för att titta på tävlingen.

## **8.2 Planering av OHO-Race**

Planeringsfasen börjar med SWOT-analys. Till följande utformas evenemangets förverkligandestrategi som består av tidsplanering och evenemangsplatsbeskrivning, förverkligandeorganisationens sammansättning samt kartläggning av resurser. Till förverkligandestrategin hör också marknadsföringsstrategin för OHO-Race. Ansvar och skyldigheter aktuella för evenemanget presenteras också i den här fasen. Dokumenterings- samt utvärderingsmetod tas också upp i slutet av planeringsfasen.

## 8.2.1 SWOT-analys

Redan i planeringens startskede övervägdes styrkor, möjligheter, svagheter och hot med evenemangsprojektet genom att göra en SWOT-analys enligt följande tabell. Varje tillvägagångssätt gavs också en egen färg för att göra analysen tydligare.

<b>SWOT- analys: OHO-Race 2016</b>	<b>Styrkor</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evenemangsplatsen</li> <li>• Grafisk design</li> <li>• Kreativitet</li> <li>• Organisationsförmåga</li> <li>• Intressant tema</li> </ul>	<b>Svagheter</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bristande ekonomiska resurser</li> <li>• Tidsbrist</li> <li>• Brist på projektspecifik erfarenhet</li> </ul>
<b>Möjligheter</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rekrytering av ett mångsidigt arbetsteam</li> <li>• Utnyttjande av miljön och gratismaterial</li> <li>• Lyckad marknadsföringskampanj</li> </ul>	<b>UTNYTTJA</b>	<b>UTVECKLA/ REPARERA</b>
<b>Hot</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Väderförhållanden</li> <li>• Bortfall i arbetsteamet</li> <li>• Inga deltagare</li> <li>• Brister i säkerheten och tillståndsärenden</li> </ul>	<b>VAR BEREDD</b>	<b>UNDBIK/ ELIMINERA</b>

Tabell 2. SWOT-analys, OHO-Race 2016.

Efter att SWOT-analysen hade gjorts kunde man konstatera att OHO-Race är ett projekt av typen ”man tar vad man har och gör det bästa möjliga av det”. I projektets startskede kunde flera styrkor och möjligheter kartläggas. Evenemangsplatsen är en tillgång och en resurs i sig. Det finns möjlighet att utnyttja miljön vid Gamla hamn på flera olika sätt. Utnyttjande av gratismaterial från beställaren samt potentiella medverkande i arbetsteamet är också en möjlighet. Projektledaren anser även att det är möjligt att rekrytera ett mångsidigt arbetsteam med experter på flera områden.

Till projektledarens styrkor hör kreativitet och organisationsförmåga, dessa egenskaper utnyttjas i hög grad under projektets gång. Projektledaren har också tidigare erfarenhet av grafisk design samt ändamålsenlig utbildning som underlättar den estetiska delen av projektet. Med tanke på projektledarens bakgrund samt beställarens erfarenhet av marknadsföring anses det vara möjligt att åstadkomma en lyckad marknadsföringskampanj. Själva temat för evenemanget är intressant, vilket är en styrka som påverkar projektet positivt på många fronter.

En av projektets svagheter är brist på ekonomiska resurser och evenemanget kommer att nästan helt arrangeras med hjälp av talkoarbetskraft och gratismaterial. Det här är en faktor som det inte går att göra någonting åt och som måste tas i beaktande under planeringen, eftersom den begränsar projektet. Tidsbrist är ofta en svaghet för varje projekt, men går att undvika genom noggrann resurskartläggning, tidsplanering och organisering samt genom att prioritera och inte göra projektet för stort. Personligen har projektledaren väldigt liten erfarenhet av liknande projekt. Det är också från beställarens sida ett delvist obekant område. Projektledaren ser dock inte bristen på erfarenhet som en avgörande svaghet, utan som en faktor som medför större behov av noggrannhet vid planeringen.

Hot med projektet är främst väderförhållanden under förberedelserna och själva evenemangstillfället. Dessa kan man naturligtvis inte påverka men man kan alltid vara förberedd. Enligt projektledaren kommer lite busväder inte att påverka projektet märkbart eftersom det är någonting som man är van vid i Finland. Bortfall från arbetsteamet p.g.a. sjukdom eller plötsliga förhinder hotar alltid projektets framskridande. För att minimera de negativa effekterna av bortfall bör tillräckligt med arbetare och eventuella ersättare rekryteras. Väldigt få deltagare, eller i värsta fall inga alls, är ett hot som bör undvikas för att evenemanget ska lyckas. Genom en lyckad marknadsföringskampanj samt genom att arrangera ett lockande evenemang, som dessutom är kostnadsfritt för deltagarna, kan man lyckas få ihop en tillräckligt stor grupp tävlande. Hot som kan sätta stop för evenemanget är bristande säkerhet och olovligt arrangemang. Detta går att undvika genom noggrann riskkartläggning, genom att uppgöra ett detaljerat säkerhetsdokument och genom att sköta alla tillståndsärenden med omsorg och i tid.

## 8.2.2 Tidsplanering och plats

### Tidsplan för projektet

- Förberedelserna för samt arrangemanget av OHO-Race planeras i maj, juni och juli. Under den här tiden sker kartläggning av evenemangsplatsen samt insamling av material till hinderbanan och priser.
- Rekryteringen av arbetsteamet sker främst i maj och juni, men fortsätter vid behov allteftersom projektet framskrider.
- Säkerhetsdokumentet för OHO-Race bör vara klart måndag 6:e juni.
- Tillståndsärenden sköts enligt följande:
  - Markägare, Staden Jakobstad - i juni.
  - Jakobstads Polis - i juli, senast 1:a augusti.
- Det preliminära evenemangsinnehållet för OHO-Race bör vara färdigt planerat måndag 20:e juni. Detta innebär skiss av hinderbanan och hinder samt uppmätt rutt.
- Måndag 27:e juni bör allt reklammaterial för evenemanget vara klart i elektroniskt format och sändas in för tryckning. Under veckan görs reklam- och informationsinlägg till Facebook samt reklamblad i tryckt format, dessa bör vara färdiga att publiceras i slutet av veckan.
- Fredag 1:a juli bör tävlingsinbjudan och -direktiv inklusive kartor vara klara.
- Lördag 2:a juli publiceras OHO-Race för allmänheten och marknadsföringskampanjen inleds. Tävlingsdirektiv och information publiceras på evenemangssidan på Facebook samt Jeppis Gyms Facebooksida. Man har nu 4 veckor tid på sig att anmäla sig till evenemanget.
- Förhandsanmälning till OHO-Race bör ske senast en vecka på förhand. Sista anmälningsdatum är alltså lördag 30:e juli.
- Detaljerad informering av alla funktionärer sker mellan 30:e juli och 5:e augusti.
- Startlistorna och alla dokument till tävlingsdagen görs klara och de sista justeringarna sker när deltagarantalet är fastställt. Ytterligare informering av deltagarna sker mellan 30:e juli och 5:e augusti.
- Man har nu en vecka tid att förbereda och bygga hinderbanan. Den slutliga utplaceringen i terrängen bör ske så nära testlöpningen som möjligt för att förhindra stöld och skadegöra.

- Testlöpning av hinderbanan sker på lördag morgon 6:e augusti. Det finns tid för eventuella justeringar ända fram till att evenemanget börjar.
- **Datumet för OHO-Race är lördag 6:e augusti 2016.**
- Insamling av feedback från deltagare sker direkt efter målgång.
- Efter evenemanget sker undanröjning samma dag, så snabbt som möjligt.
- Lördag kväll 6:e augusti senast, bör resultaten vara klara och vinnaren av OHO-Race utses. Vinnaren av utlottningspriset dras samma dag. Vinnaren av Äventyrarens Goodie Bag utses söndag 7:e augusti. Vinnarna meddelas personligen och resultaten publiceras på evenemangsidan på Facebook.
- Tackande av alla medverkande sker så snabbt som möjligt efter evenemanget, då samlas också muntlig feedback in.

### **Evenemangsdagen**

OHO-Race arrangeras under slutet av sommaren. Enligt projektledaren har den här årstiden de bästa utomhusförhållandena för ett sådant här evenemang. Många människor har också semester under augusti månad, vilket ger dem tid att delta. Datumet för evenemanget är lördag 6:e augusti 2016. Valet av dagen baserar sig på några avgörande faktorer; på lördag är det mest sannolikt att människor som arbetar kan delta i ett evenemang som arrangeras dagtid, 6:e augusti förekommer inga större evenemang i Jakobstad med omnejd, det är inte heller någon högtid eller dylikt den dagen. Registreringen sker kl. 10:45 - 11:45. Starttiden är kl. 12:00 på dagen och tävlingen tar slut när alla deltagare har kommit i mål. Evenemanget börjar enligt projektledaren varken för tidigt, så att det känns jobbigt att delta, eller för sent, så att evenemanget begränsar deltagarnas eventuella planer för lördagskvällen.

### **Evenemangsplatsen**

Platsen för evenemanget är Gamla Hamn fritidsområde (se bilaga 3). Platsen har varit bestämd sedan projektets idéstadium. Gamla Hamn valdes som evenemangsplats eftersom det anses vara den mest ändamålsenliga platsen i Jakobstad för evenemanget. Platsen har gett inspiration till namnet för evenemanget och utgör en stor del av temat. Platsen är också ett bekant tränings- och rekreationsställe för många som bor i närheten. Vid Gamla Hamn finns skog med elljusspår och spånkana i kuperad terräng med ett litet stignätverk, grusväg runtomkring skogen och på sidan om skogen finns en sandstrand. Gamla

Hamn ligger nära centrum, trafikförbindelserna är goda och det finns en grusplan var man kan parkera bilar, cyklar och andra fordon. Jeppis Gym ligger också på några hundra meters avstånd från evenemangsplatsen, vilket underlättar arrangemanget och transport av material. Marken ägs av Jakobstads stad. Att arrangera ett evenemang på området är kostnadsfritt, man bör dock ansöka om tillstånd från markägaren.

### **8.2.3 Förverkligandeorganisation**

Skribenten fungerar själv som projektledare. Det är projektledaren som har det huvudsakliga ansvaret för planeringen och arrangemanget av OHO-Race.

Grundorganisationen består av projektledaren, Jeppis Gyms ägare och två fastanställda. Deras uppgift är främst att fatta alla avgörande beslut. Grundorganisationen sköter också alla tillståndsärenden samt övervakar arrangemanget och informerar projektgruppen.

Projektgruppen består av talkoarbetare som är instruktörer på Jeppis Gym samt deras familjer och vänner. Till projektgruppens uppgifter hör att medverka under evenemangstillfället och under förberedelserna. Samtliga personer får olika ansvarsområden. Till projektgruppens experter hör en extremsportsutövare som kommer att testlöpa banan, en brandman som fungerar som säkerhetsansvarig och två vildmarksguider som är ansvariga för bl.a. första hjälpen.

Uppgiftsindelningen sker på så sätt att ingen själv, förutom projektledaren, har ansvaret för något område. Det är alltså minst två personer som delar på ansvaret för diverse uppgifter. På det här sättet finns det alltid åtminstone en biträdande person vid bortfall. All relevant information kommer också att delas mellan samtliga medlemmar i evenemangsorganisationen, så att det är lätt för vem som helst att hoppa in på vilken uppgift som helst i nödfall. Som kommunikationssystem under förberedelserna och arrangemanget fungerar huvudsakligen Facebook och mobiltelefon. Under evenemanget sker kommunikationen muntligt och med hjälp av mobiltelefon.

## **8.2.4 Kartläggning av resurser**

### **Ekonomiska resurser**

Det är beställaren som finansierar projektet. Arrangemanget bör ske så ekonomiskt som möjligt. Till marknadsföringen beställs tryckta reklamblad. Reklamaterialet, avgiften för tillstånd att arrangera en offentlig tillställning samt en liten del material, inklusive delar av priserna, är de enda ekonomiska utgifterna för beställaren.

### **Mänskliga resurser**

Projektledaren har ett väldigt stort ansvar för projektet och är beredd att sköta det mesta på egen hand. Mänskliga resurser som finns till förfogande är Jeppis Gyms personal samt deras och projektledarens kontakter. Bland dessa finns ivriga motionärer, professionella inom idrottsbranschen, elitidrottare, professionella inom räddningsväsendet, professionella inom byggnadsbranschen samt övriga med ändamålsenliga intressen och kunskaper.

### **Materiella resurser**

Till evenemangsorganisationens förfogande finns under hela projektet bärbar dator och internet, printer, mobiltelefoner, systemkamera och dokumentationsmaterial. Program och tjänster för kostnadsfri nedladdning av kartor och editering av marknadsföringsmaterial finns. Användning av evenemangsplatsen är kostnadsfri och miljön utnyttjas så effektivt som möjligt. Bildäck fås gratis från Däckhuset Lyks Ab. Gratis- och lånematerial samlas in från bl.a. arbetsteamets medlemmars arbetsplatser. Lasttrallar, olika band och annat smått material fås också gratis. En del material så som bord, vattenkanistrar och koner lånas från arbetsteamets medlemmar. Material som finns i beställarens lager, så som stolar och gummimattor samt en del redskap från gymmet används. Det finns även tillgång till diverse verktyg för konstruktion av hinderbanan och skapande av olika tillbehör. Evenemangsorganisationen har också bil med släpkärra till sitt förfogande vid arrangemanget och under evenemangsdagen. Första hjälpen väska och instruktioner samt brandsläckningsutrustning finns också till förfogande under arrangemanget och evenemangstillfället. Småsaker och en del säkerhetsutrustning inskaffas på beställarens bekostnad (se bilaga 14).

### **8.2.5 Marknadsföringsstrategi**

Målet med marknadsföringen av OHO-Race är att locka deltagare till ett evenemang som arrangeras för första gången. Evenemanget arrangeras för deltagarna, det är alltså dessa man vill nå med marknadsföringen. Målgruppen består av ungdomar över 14 år samt vuxna, som är fysiskt aktiva och intresserade av äventyrsidrott. Evenemanget erbjuder fysisk aktivitet, tävling, utmaning och äventyr. Målgruppen i fråga använder sig mycket sannolikt av internet och sociala medier, en stor del av målgruppen besöker också Jeppis Gym. Det är alltså via dessa kanaler som marknadsföringen sker. Målgruppen pratar huvudsakligen svenska och/eller finska, därför bör marknadsföringen ske på båda språken.

#### **Grafisk design**

I början av projektet skapades evenemangets grafiska logo (se bilaga 4), för att på så sätt åstadkomma en sammanhängande helhet. Till det här ändamålet användes programmet Microsoft Paint. Tanken med logon är att den symboliserar temat och platsen för evenemanget på ett kreativt och estetiskt tilltalande sätt, samtidigt som det tydligt syns vilket evenemang det är frågan om. Till följande skapades botten till reklamblad bestående av logon och karta över området. Till det här ändamålet användes Picasa bildredigeringsprogram.

#### **Reklamblad**

På reklambladen framkommer evenemangets namn och logo samt Jeppis Gyms logo. Datum och plats för OHO-Race samt kort allmän information om evenemanget framkommer tydligt. Arrangörernas kontaktinformation för anmälningar och ytterligare information, anmälningsdatum, åldersgräns, Facebook-, Instagram-logo och hashtag för evenemanget finns också med. Från Forsbergs Tryckeri beställs 50 reklamblad i storlek A5, med svenskspråkig version (se bilaga 5) på ena sidan och finskspråkig version (se bilaga 6) på andra sidan, samt fem reklamblad i storlek A4, av båda versionerna.

#### **Marknadsföringskanaler**

Jeppis Gym: Större reklamblad sätts upp på synliga ställen runtomkring i gymmet. Vid receptionen finns mindre reklamblad som besökare kan ta av. Personalen uppmanas att dela ut reklamblad samt berätta om evenemanget för gymbesökare.



Facebook: Ett evenemang skapas på Facebook, här kan man anmäla sig, visa intresse samt få information om OHO-Race. Till evenemanget inbjuds alla tänkbara. Evenemanget marknadsförs också på Jeppis Gyms Facebooksida. På evenemangssidan och Jeppis Gyms Facebooksida publiceras tävlingsinbjudan, tävlingsdirektiv samt övrig information om evenemanget. Informativa och lockande inlägg görs med jämna mellanrum på evenemangssidan och på Jeppis Gyms Facebooksida för att uppehålla människors intresse.

Instagram: I samband med Facebookevenemanget startas en Instagram-kampanj (se bilaga 11) var man genom att publicera en äventyrlig bild och använda evenemangets hashtag, kan vinna ”Äventyrarens Goodie Bag” (fi. ”Seikkailijan Yllätyskassi”). Hashtagen för OHO-Race är #OHORace2016. Projektledaren kommer från sitt eget Instagram-konto att marknadsföra evenemanget och hålla koll på kampanjen.

Övrig marknadsföring: Evenemangsorganisationens medlemmar lägger upp och delar ut reklamblad på arbetsplatser, hobbyställen, i butiker osv. samt berättar om evenemanget för familj, vänner och bekanta.

## **8.2.6 Ansvar och skyldigheter**

### **Tillstånd och anmälningsfrågor**

Enligt de bestämmelser som gäller allemansrätten får man vistas fritt och utöva fysisk aktivitet i området för evenemanget. Eftersom arrangemanget kräver bl.a. konstruktioner i naturen bör man få tillstånd av markägaren. Gamla Hamn fritidsområde ägs av Jakobstads stad. Tillstånd ansöks genom att ringa Jakobstads idrottskoordinator Tove Jansson på 044 785 1625 samt genom att kontakta den lokala polisen. Blanketten för arrangemang av en offentlig tillställning hittas på polisens hemsida (<https://www.poliisi.fi/tillstand/anmalan-om-offentliga-tillstallningar>). Blanketten fylls i och lämnas in tillsammans med säkerhetsdokument och tillhörande bilagor senast fem dygn före evenemanget. Avgiften för tillståndet är 55 €.

## **Säkerhet**

Noggrann riskkartläggning görs (se bilaga 1) och ett detaljerat säkerhetsdokument för OHO-Race (se bilaga 2) som tjänst uppgörs enligt avisningar från Turvallisuus- ja kemikaalivirasto (TUKES). Programmet som erbjuds på evenemanget bör vara säkert för deltagarna. Samtliga personer i evenemangsorganisationen bör vara medvetna om och följa det som framkommer i dokumentet samt bekanta sig med första hjälpen anvisningarna (se bilaga 13). Vid registreringen ombeds deltagarna underteckna ett dokument var man godkänner deltagande på egen risk (se bilaga 12), deltagarna får information om detta före anmälning till evenemanget.

## **Användning av logon**

Logon för OHO-Race är ritad av projektledaren och kan därför användas fritt i projektet. Jeppis Gyms ägare har gett lov till användning av företagets logo. Användning av Facebook- och Instagram-logon i lågupplöst filformat är, enligt företagets hemsidor, tillåtet för bl.a. marknadsföring riktad till allmänheten.

## **Användning av kartor**

Bakgrundskarta 1:5000 Q3334B som används till projektet är beställd från lantmäteriverkets filnedladdningstjänst (<https://tiedostopalvelu.maanmittauslaitos.fi/tp/kartta?lang=sv>). Enligt lantmäteriverkets hemsida innebär användarlicensen världsomfattande, avgiftsfri, oåterkallelig parallell användningsrätt, enligt vilken material som licenstagaren tagit emot fritt kan; kopieras, distribueras och publiceras, bearbetas och utnyttjas för kommersiella och icke-kommersiella ändamål samt kombineras med andra produkter.

## **Fotografering**

På bilder som tas under förberedelserna finns endast personer som tillhör arbetsteamet med. Personerna har gett muntligt lov till fotograferingen. Bilderna används dock endast till detta projekt och i dokumentationssyfte. Bilder på deltagare tas inte.

### **Ansvar för miljön**

OHO-Race är ett miljövänligt evenemang. Detta innebär att man inte förstör området var evenemanget arrangeras samt transporterar bort och sorterar det avfall som skapas. Återanvändning av material utnyttjas i hög grad vid arrangemanget och inskaffandet av nytt material minimeras.

### **Ansvar för etiskt agerande**

Under hela evenemangsprojektet följs riktlinjerna för etiskt agerande. Samtliga beslut och tillvägagångssätt avspeglar sig i vad man anser att är rätt respektive fel. Sanningsenlighet, ansvar, ärlighet och pålitlighet styr de val som görs under projektets gång. Rättvist agerande eftersträvas under arrangemanget, evenemangstillfället och avslutandet.

### **8.2.7 Dokumentations- och utvärderingsmetod**

Det här examensarbetet fungerar till en del som dokumentationsmetod. Planen för evenemanget dokumenteras i sin helhet. Marknadsföringsmaterial, blanketter, kartor och andra dokument sparas i elektroniskt format. Evenemangsinnehållet dokumenteras i form av fotografier och beskrivande text. Projektledaren sammanfattar förberedelserna och själva evenemangstillfället i form av flytande text. Alla viktiga siffror så som deltagarantal, löptider m.m. dokumenteras i skriftligt format. Feedback från deltagare och beställaren dokumenteras i skriftligt format.

Deltagarnas upplevelser bestämmer den subjektiva kvaliteten av evenemanget. Deltagarna ombeds fylla i en feedbacklapp efter loppet, man får formulera sig fritt och vara anonym. Lapparna läggs i en feedbackpåse och analyseras sedan av projektledaren. Om arrangemanget har lyckats ge Jeppis Gym synlighet kan bedömas genom att analysera deltagarantal samt hur långt ifrån deltagarna har kommit. Hur beställarens image har påverkats kan också analyseras med hjälp av deltagarnas kommentarer samt visat intresse. Feedbackdiskussion med beställaren sker muntligt efter evenemanget. Projektledaren bedömer hur den tekniska kvaliteten blev och om målen med evenemanget uppnåddes. Projektledaren reflekterar också kring utvecklingsmöjligheter.

## **8.3 Förverkligande av OHO-Race**

Förverkligandefasen börjar med beskrivning av förberedelserna för OHO-Race. Till följande presenteras evenemangsinnehållet i sin helhet, inklusive hinderbanan. Slutligen sammanfattas evenemangstillfället och prisutdelningen.

### **8.3.1 Förberedelser**

#### **Kartläggning av evenemangsplatsen och planering av hinderbanan**

Projektledaren började med att kartlägga evenemangsplatsen. Första varvet inspekterades området och alla tänkbara hinder och platser för hinder fotograferades. Samtidigt kontrollerades det att diverse konstruktioner var säkra att använda i hinderbana. Efter det gick projektledaren igenom fotografierna och bestämde vad som skulle utnyttjas i miljön. På så sätt kunde hinderbanan planeras och kartor över evenemangsområdet samt rutten skapas. Projektledaren gick ytterligare ett varv längs den planerade rutten för att kontrollera och fastställa den.

#### **Insamling av material**

Efter att ha kartlagt vad som redan finns till förfogande vid Gamla Hamn gjorde projektledaren upp en plan för vad som behöver inskaffas till hinderbana och varifrån. Nästan allt nödvändigt material lyckades man få tag i från donatorer och från beställaren, en del saker fick man också låna. Några små nödvändiga inköp gjordes, utgiften blev dock knappa 10 € för beställaren. Transporten av materialet skedde med talkoarbetskraft. Priserna är sponsorerade av Jeppis Gym, här blev det inte heller några större utgifter.

#### **Tillståndsärenden**

Det var inga problem med varken tillståndet från Staden Jakobstads eller den lokala polisen och evenemanget kunde förverkligas enligt planen. Dock blev tillståndet från polisen en ganska stor, men oundviklig utgift.

### **Rekrytering och informering av arbetsteamet**

Rekryteringen av arbetsteamet skedde främst genom att projektledaren frågade människor personligen. Rekryteringen skedde också via Facebook, i Jeppis Gyms slutna instruktörsgrupp. Projektledaren gjorde en sluten grupp på Facebook var alla medlemmar i arbetsteamet inkluderades. Här publicerades allmän information om evenemanget samt säkerhetsdokumentet och arbetsuppgifter delades ut. Funktionärerna kunde också meddela till vilken grad de fanns till förfogande. Medlemmarna i arbetsteamet informerades också personligen i sådana ärenden som det inte var nödvändigt att informera hela arbetsteamet om. Arbetsteamet bestod av 12 personer inklusive projektledaren (se bilaga 15).

### **Marknadsföringen av OHO-Race**

Reklamblad placerades förutom vid Jeppis Gym ut i affärer, idrottsinrättningar och andra allmänna platser i Jakobstad, Kronoby och Karleby. Det beställda antalet räckte bra till. Vid Jeppis Gym uppmuntrade man kunder att delta i OHO-Race och delade ut reklamblad. Evenemangssidan på Facebook fungerade som den främsta informationskällan. Evenemanget fick online 28 deltagare, 65 intresserade och 593 inbjudna. Människors aktivitet på evenemangssidan ökade allteftersom evenemanget närmade sig och var som högst under evenemangsdagen efter att resultaten hade publicerats. Inlägg som publicerades på evenemangssidan delades också vidare på Jeppis Gyms Facebooksida. På Instagram delades 12 äventyrliga bilder varav fem delades av deltagare.

### **Mottagning av anmälningar och informering av deltagare**

OHO-Race fick 34 anmälningar, varav två var efteranmälningar. De som anmälde sig bor i Jakobstad, Pedersöre, Larsmo, Kronoby, Vasa och Korsholm. Mottagning av anmälningarna skedde via SMS. Deltagarna kunde hitta all information på evenemangssidan på Facebook och kunde även få information vid Jeppis Gym och från projektledaren. Deltagarna fick även en blankett med ytterligare information om hinderbanan och regler vid registreringen.

### **Skapandet av hinderbanan och testlöpning**

Projektledaren och två funktionärer transporterade material, märkte ut och gjorde alla konstruktioner färdiga att placeras ut i terrängen på fredagskvällen. Det här tog ungefär fyra timmar. På lördag morgon kl. 8:30 - 10:45 hjälpte halva arbetsteamet till att placera

ut konstruktionerna till banan och att bygga infopunkten och startområdet samt målområdet och första hjälpen punkten. På morgonen skedde också testlöpning av banan, tiden blev 8:55. Projektledaren gick också en sista runda runt banan för att kontrollera att allt var som det skulle före tävlingen började, gjorde en del finjusteringar och fotograferade banan i dokumentationssyfte. Mellan kl. 11:00 och 11:30 kom resten av arbetsteamet till Gamla Hamn och gick, efter att ha fått instruktioner av projektledaren, vidare till sina stationer.

### **8.3.2 Programinnehåll**

Under anmälningstiden hade man möjlighet att läsa ”Tävlingsinbjudan och -direktiv” både på svenska (se bilaga 7 & 9) och finska (se bilaga 8 & 10) på evenemangets Facebooksida och på Jeppis Gym. I dessa dokument fick man reda på allmän information om evenemanget samt detaljerad information om programinnehållet. Efter att anmälningstiden hade gått ut fick deltagarna ytterligare information om hinderbanan (se text 8.3.3 Hinderbanetävlingen). Till programinnehållet hörde också Instagram-tävlingen. Till tävlingarna hörde även tre olika priser bestående av gymkort och småsaker sponsorerade av Jeppis Gym. Första priset bestod av ett månads- eller 10-gångers träningskort till Jeppis Gym, en shaker, en nyckelring och en förpackning energigel. Utlottningspriset bland alla deltagare bestod av en Jeppis Gym-väska innehållande en fribiljett, en shaker, en nyckelring, en energigel och en proteinbar. Äventyrarens Goodie Bag bestod av samma innehåll som utlottningspriset. Alla som deltog fick också en fribiljett till Jeppis Gym då de efter målgång gav feedback.

### 8.3.3 Hinderbanetävlingen

#### Start

Startområdet är på stranden och är utmärkt med en skylt var det står ”START”. Startlinjen märks ut tydligt med koner. Startlinjen får inte passeras före egen starttid. Deltagarna startar parvist enligt nummerordning med en minuts mellanrum. Starterna sker till signal ljud från visselpipa. Första start sker kl. 12:00. Vid försening till start har man möjlighet att starta efter att alla andra deltagare har skickats ut i terrängen. Till följd av försening blir det tre minuter tilläggstid.



*Figur 1. Start.*



## Hinderbanan

Hinderbanan består av sju hinder av olika karaktär och svårighetsgrad. Rutten är ca två kilometer lång och i kuperad terräng. Terrängen utgörs av sandstrand, spånkana och blandskog med ett litet stignätverk och rikligt med stenar. Rutten märks ut tydligt med blåa band. Pil-skyltar finns med täta mellanrum längs hela banan. Avvikelse från rutten leder till diskvalificering.



*Figur 2. Pilmarkeringar och blåa band i terrängen.*





*Figur 3. Tävling pågår skyltning.*

## Hinder 1

Hindret är på stranden. Vid det här hindret ska deltagarna ta sig under linorna. Det finns cirka 40 centimeter utrymme uppåt. Hindret är cirka tre meter brett och sex meter långt.



*Figur 4. Hinder 1.*

## Korsning av väg

Efter första hindret korsar banan en väg. Här finns två funktionärer som dirigerar trafiken. Efter att deltagarna har korsat vägen bör de springa/gå längs med höger sida av vägen fram till spånbana.



## Hinder 2

Hindret består av två parallella träningsställningar, framför dessa finns en box. Deltagarna ska klättra över hindret i sin helhet och hoppa ner på andra sidan. OBS! I mitten av hindret finns en öppning



*Figur 5. Hinder 2.*



### Hinder 3

Hindret är inne i skogen. Vid det här hindret ska deltagarna ta sig upp på den stora stenen och ringa i en ringklocka som finns ovanpå stenen. Området spärras av så att deltagarna måste ta sig upp på ena sidan och ner på andra sidan av stenen.



*Figur 6. Hinder 3.*



#### **Hinder 4**

Hindret är en klätterställning som finns på spånbanan. Vid det här hindret ska deltagarna ta sig vidare genom att svinga sig längs med stängerna, utan att röra vid marken. Båda händerna måste vid början röra den första stängen och vid slutet den sista stängen.



*Figur 7. Hinder 4.*

## Hinder 5

Hindret är på spånbanan i en brantare uppförsbacke. Vid det här hindret finns bildäck tätt placerade längsmed backen. Deltagarna ska ta sig upp för backen längs med däcken, man måste röra vid det första och vid det sista däcket, man får inte stiga utanför däcken.



*Figur 8. Hinder 5.*



## Hinder 6

Hindret är inne i skogen. Vid det här hindret ska deltagarna balansera längs med en stock ända fram till det markerade området, utan att röra vid marken.



*Figur 9. Hinder 6.*

## Hinder 7

Hindret är en träningsställning bredvid spånbanan. Vid det här hindret ska deltagarna ta sig över den första stocken, under den andra stocken och över den tredje stocken. Instruktioner märks ut med pilmarkeringar.



Figur 10. Hinder 7.

## Misslyckande och på nytt försök

Vid misslyckande bör deltagaren börja om från hindrets början. Man får försöka på varje hinder så många gånger man vill.

## Utförande av burpees

Ifall att deltagaren omöjligt kan ta sig förbi något hinder går det att kompensera genom att utföra 15 burpees (tekniken visas på tävlingsplatsen) och samtidigt räkna högt. Antalet och utförande kontrolleras. Det är tillåtet att lämna bort obegränsat antal hinder. Rörelsen bör utföras med rätt teknik: Från stående - böj ner, sparka benen bakåt, bröstet rör marken i vågrät läge, tillbaka till nerböjd position - stig upp, hoppa rakt upp med armarna sträckta ovanför huvudet. Man får hoppa snabbt eller göra rörelserna så långsamt som man vill och med egen stil, så länge kriterierna för rätt teknik följs.



## Mål

Målområdet är på spånbanan och är utmärkt med en skylt var det står ”MÅL”. Mållinjen märks ut tydligt med koner. Målgång sker genom att passera mållinjen. Efter målgång leds deltagarna till vattenstationen och sedan till feedbackstationen. Nära mål finns också första hjälpen stationen.



*Figur 11. Mål.*

## Resultat och prisutdelning

Vinnaren är den person som tar sig snabbast i mål med godkänd prestation. Vinnaren utses så fort alla deltagare har kommit i mål och resultaten är klara. Resultaten i sin helhet publiceras på evenemangets Facebooksida. Vinnaren belönas med ett månadsgymkort till

Jeppis Gym. En goodie bag lottas ut bland alla som kommit i mål, vinnaren av utlottningsspriset meddelas personligen. Priserna kan hämtas från Jeppis Gyms reception.

#### **8.3.4 Evenemangstillfället och prisutdelning**

Registreringen började kl. 10:45 och höll på till kl. 11:45. Till registreringen kom 21 personer av 34 anmälda, ytterligare en person kom oanmäld. Totalt 22 personer skickades ut i terrängen, alla kom i tid till start. Under registreringen var vädret soligt och varmt, ungefär 15 minuter före start började regnet ösa ner och de tävlande sprang i ösregn. Alla deltagare fick en sluttid, alltså blev det inga diskvalificeringar (se bilaga 16). Alla kom också välbehållna i mål och inga olyckor skedde under evenemanget. Efter målgång fick deltagarna vatten och ombads ge skriftlig feedback. Resultaten gjordes klara så snabbt som möjligt på lördag och publicerades på evenemangets Facebooksida, vinnaren hade tiden 8:57. Utlottningspriset lottades ut, vinnaren av priset publicerades även på Facebook. På söndag valdes den äventyrligaste bilden på Instagram, även detta publicerades på Facebook. Vinnarna meddelades personligen. Alla priser fanns färdiga att hämtas vid Jeppis Gym.

#### **8.4 Avslutande av OHO-Race**

Direkt efter att alla deltagare hade kommit i mål började undanröjningen av start och målområdet samt rivningen av de tillfälliga konstruktionerna. Samma personer som skötte förberedelserna skötte också rivningen. Följande dag samlades band och skyltar in från skogen. Lånematerial lämnades tillbaka, material som hade inskaffats sparades för framtiden och avfall sorterades och slängdes. Projektledaren tackade alla deltagare och funktionärer genom ett tackinlägg på evenemangets Facebooksida. Projektledaren tackade också alla funktionärer personligen.

Alla deltagare hade gett feedback, en lapp var dock oläsbar (se bilaga 17). Feedbackdiskussion med beställaren skedde efter evenemanget. Projektledaren dokumenterade och tog ställning till den feedback som mottagits.

### **8.4.1 Feedback**

Enligt den feedback som deltagarna gav tyckte många att banan var bra. En del tyckte den var av passlig svårighetsgrad och en del tyckte att den kunde ha varit svårare och/eller längre, någon önskade också vattenhinder. Det gavs även feedback på att hindrens variation var bra och att evenemanget var bra arrangerat. De flesta tyckte att bana var bra utmärkt i terrängen. Ett par personer tyckte dock att det var lite otydligt på vissa ställen. Någon tyckte att registreringstiden var för lång. Samma person tyckte också att man borde ha fått se startlistorna på förhand och inte först vid registreringen. Sammanfattningsvis var deltagarna mycket nöjda, tyckte evenemanget var roligt och önskar att OHO-Race arrangeras igen.

Beställaren var nöjd med projektledarens initiativ och arbete. Han var också nöjd med evenemanget samt marknadsföringen. Beställaren ansåg att evenemanget blev lyckat innehållsmässigt och att deltagarantalet var hyfsat. Beställaren ansåg också att det var bra att det arrangerades någonting nytt och intressant för allmänheten. Beställaren var inte riktigt säker på hur ett utomhus evenemang kan locka kunder till att träna inomhus, dock ansåg han att all typ av publicitet är hemåt. Dessutom skapade det här evenemanget ett bra botten för eventuella kommande evenemang.

### **8.4.2 Projektledarens ställningstagande**

Ett alternativ om evenemanget ordnas igen är att ha skild motions- respektive tävlingsklass, med olika banor, för att på så sätt skilja på olika nivåer bland deltagarna. Vattenhinder hade övervägts redan till den här gången, men lämnades bort p.g.a. säkerhetsskäl. Dock kan det eventuellt förverkligas, om evenemanget ordnas igen. Projektledaren anser att rutten var tydligt utmärkt och att deltagarna hade fått väldigt detaljerad förhandsinformation. Det enda som man skulle kunna ändra på är att nästa gång inte göra banan så att den korsar sig själv på något ställe, eftersom det högst antagligen var här som det blev oklarheter.

Enligt projektledaren kunde förhandsinformeringsen inte ha varit tydligare och det var upp till var och en att bekanta sig med den så att man förstår den. Personen som tyckte att registreringstiden var för lång hade antagligen missuppfattat och trodde att man måste vara

kvar vid registreringen i en timme, vilket alltså inte var meningen. Startlistorna kunde ha publicerats före evenemanget. Tanken var dock att hålla kvar en viss spänning och därför hölls de hemliga fram till registreringen. Startlistorna skulle ha publicerats på förhand om det hade varit fler deltagare, eftersom starttiden då hade blivit längre. På så sätt hade deltagarna, i sådant fall, inte behövt vänta onödigt länge på sin start.

Projektledaren håller med beställaren och anser att den här typen av evenemang inte är optimal för att locka kunder till inomhusträning. Tanken var dock att man vid Jeppis Gym i framtiden ska utveckla sin utomhusverksamhet och till det anses OHO-Race vara ett ändamålsenligt evenemang.

## 9 UTVÄRDERING

Examensarbetet baserar sig på tre olika frågeställningar. Den första frågan som behövde besvaras för att kunna gå vidare med projektet var; vad äventyrsidrott egentligen är och hur situationen ser ut i vårt land. I den teoretiska referensramen ingår en kort sammanfattning om ämnet. Sammanfattningen motiverar projektets tema och ett av de konkreta målen med evenemanget. Målet var att underhålla och aktivera människor och samtidigt erbjuda deltagarna en rolig samt krävande tävlingsupplevelse. Syftet att arrangera ett intressant evenemang som involverar fysisk aktivitet motiveras också. Planen för OHO-race är inriktad på äventyrsidrott och evenemanget blev av äventyrskaraktär.

Den andra frågan som det söktes svar på var; hur man arrangerar ett lyckat evenemang i syfte att marknadsföra någonting. I den teoretiska referensramen beskrivs evenemangsplaneringsprocessen detaljerat och marknadsföring med hjälp av ett evenemang som marknadsföringsmetod motiveras. Den här informationen var tillräcklig för att kunna skapa ett helt nytt evenemang och på basis av teorin kunde planen för förverkligandet av evenemanget skapas. Planen blev tillräckligt omfattande för att med hjälp av den kunna arrangera ett lyckat evenemang i syfte att marknadsföra beställaren.

Den tredje frågan som besvaras i examensarbetet är; hur man gör ett utomhusevenemang som involverar fysisk aktivitet säkert. Med hjälp av teori om säkerhetsrisker och riskhan-

tering kunde en projektspecifik säkerhetsplan utarbetas, denna användes vid både planeringen och förverkligandet av evenemanget. Säkerhetsplanen blev tillräckligt omfattande för att göra OHO-Race till ett säkert evenemang.

## **10 DISKUSSION**

### **Metoddiskussion**

Examensarbetet som projekt krävde en hel del förhandsstudier, före det praktiska arbetet kunde påbörjas. Examensarbetet utformades som ett typiskt projektarbete och planeringen framskred enligt evenemangsplaneringsprocessens faser (Iiskola-Kesonen 2004 s. 8). Genom att systematiskt följa tillvägagångssätten specifika för varje fas, blev det en logisk struktur på planen för evenemanget.

Evenemangets namn OHO-Race är en förkortning av Old Harbour Obstacle Race och symboliserar platsen samt temat för evenemanget (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 38). Evenemangets syfte och tema går hand i hand med målsättningarna. Det visade sig vara bra att ha bestämt dessa saker redan i ett tidigt skede (Iiskola-Kesonen 2004 s. 9 & 17). Evenemangets tema ändrades inte under processen och på så sätt blev det en sammanhängande helhet (Conway 2009 s. 40). Det visade sig vara svårt att uppskatta evenemangets deltagarantal eftersom ett liknande evenemang inte hade arrangerats på orten tidigare (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 47). Således förblev det uppskattade deltagarantalet en gissning. För att på något sätt hålla koll på deltagarantalet, var det logiskt att evenemanget skulle kräva förhandsanmälning (Conway 2009 s. 59).

I planeringsfasens början gjordes en SWOT-analys (Iiskola-Kesonen 2004 s. 9). Analysen var till stor hjälp för att få en helhetsbild av projektet och för beslutsfattande gällande evenemangets omfattning. Efter att ha fastställt datumet för OHO-Race, gick det smidigt att planera när diverse delar av projektet bör vara klara (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 100). Tidsplanen för projektet fungerade som en check-lista under processen och underlättade arbetet märkbart (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 50 - 51). Tidpunkten för evenemanget visade sig vara fördelaktig med tanke på de faktorer som avgör den (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 37). Platsen för evenemanget var också

lättillgänglig och ändamålsenlig med tanke på evenemangets tema (Iiskola-Kesonen 2004 s. 20).

Efter detaljerad kartläggning av resurser och överenskommelse om budgeten med beställaren, kunde det slutliga evenemangsinnehållet planeras (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 39). Evenemangsinnehållet skapades från projektledarens egna idéer. Innehållet kunde dock placeras inom ramarna för äventyrsidrott (Degerman & Pohjola 2002 s. 166). Evenemangsplaneringen inspirerades av äventyrsevenemang som Tough Viking ([toughviking.se](http://toughviking.se) 2016) och ExtremeRun ([extremerun.fi](http://extremerun.fi) 2010 - 2016). Med tanke på resurser kunde OHO-Race naturligtvis inte förverkligas som ett lika stort evenemang som dessa. Det var nödvändigt att fokusera på marknadsföringen för att nå en stor skara människor och locka deltagare till evenemanget (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 113). Marknadsföringen var också viktig för att skapa den image man ville att evenemanget skulle få (Iiskola-Kesonen 2004 s. 56).

Vilka säkerhetsaspekter som var relevanta för OHO-Race kartlades och togs i beaktande i förebyggande syfte under planeringen. På så sätt kunde hälsa och säkerhet prioriteras under planeringen och förverkligandet av OHO-Race (Conway 2009 s. 20). Säkerhetsplanen för OHO-Race krävde mycket arbete och skapades, i början av planeringsfasen, genom systematiskt tänkande och noggrann analysering (Rutherford Silvers 2008 s. 24). ABC-strategin, som man talar om i riskhantering, fungerade bra till det här ändamålet (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 54). Säkerhetsdokumentet gjordes evenemangsspecifikt och användes i tillståndsärenden (Turvallisuus- ja kemikaalivirasto (Tukes) 2016 s. 1 - 2). Dessa ärenden sköttes så tidigt som möjligt för att försäkra att evenemanget kunde arrangeras på utsatt datum (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 99). Genom att kunna presentera en detaljerad förverkligandeplan för evenemanget, inklusive säkerhetsdokument, gick diverse tillståndsärenden smidigt och professionellt till (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 86 - 87).

Förverkligandet av OHO-Race framskred systematiskt enligt tidsplanen. Planeringen av programinnehållet tog inte så lång tid när förhandsarbetet var gjort med omsorg (Iiskola-Kesonen 2004 s. 78). Marknadsföringen gick enligt planen och lockade tillräckligt med deltagare för att evenemanget, som arrangerades för första gången, skulle lyckas (Conway

2009 s. 65). Informeringen av deltagarna gick smidigt via Facebook och största delen av deltagarna verkade ha förstått informationen i sin helhet (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 85). OHO-Race hölls på utsatt datum och allt arrangemang hann bli klart i tid (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 99). Projektledaren var noggrann med att förmedla all viktig information inom evenemangsorganisationen och på så sätt förstod alla medlemmar sina uppgifter (Iiskola-Kesonen 2004 s. 38). Kommunikationen mellan arbetsteamets medlemmar gick också smidigt med mobiltelefon under förverkligandet av evenemanget (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 111).

OHO-Race förverkligades med talkoarbetskraft (Iiskola-Kesonen 2004 s. 3). Eftersom de ekonomiska resurserna var bristande, var det här den enda möjligheten. Det var rekryteringen av arbetsteamet som innebar mest problem. Det visade sig vara brist på mänskliga resurser och att få ihop ett optimalt arbetsteam visade sig vara omöjligt. 12 personer fungerade som funktionärer på evenemangsdagen, detta var absoluta minimiantalet för att evenemanget skulle lyckas och vara lagligt arrangerat. Det optimala antalet funktionärer skulle ha varit 21 personer inklusive projektledaren. Projektledaren blev tvungen att göra största delen av förberedelserna själv och var dessutom tvungen att sköta flera fasta uppgifter under evenemanget, vilket inte hör till projektledarens uppgifter (Iiskola-Kesonen 2004 s. 11). Nu fanns det inte heller några biträdande personer och därmed inte rum för bortfall (Iiskola-Kesonen 2004 s. 31). De få funktionärer som var involverade i evenemanget var dock experter på sina områden, kunde ta emot information bra och skötte sina uppgifter med omsorg (Iiskola-Kesonen 2004 s. 31). Arbetsteamet var med andra ord bra, men för litet.

Undanröjningen gick smidigt och miljön togs hela tiden i beaktande. Evenemangets inverkan på naturen minimerades genom omsorgsfull planering (Iiskola-Kesonen 2004 s. 94 & 96). Evenemanget avslutades med effektiv undanröjning och tackande av alla medverkande i evenemanget (Iiskola-Kesonen 2004 s. 12). Skrivandet av det här examensarbetet fungerade till en del som dokumentationsmetod. Arbetet innefattar alla planer och annan viktig information (Iiskola-Kesonen 2004 s. 12). Feedbackinsamlingsmetoden var ändamålsenlig och det gick smidigt att ta ställning till den feedback som mottagits (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 125). Dessa delar av projektet gjordes inte allt för omfattande, de behövde dock finnas med.

## Resultatdiskussion

När man ser tillbaka på SWOT-analysen, kan man konstatera att planen för förverkligandet av OHO-race reflekteras i den (Rutherford Silvers 2008 s. 38). Själva förverkligandet skedde också huvudsakligen enligt planen. Styrkorna; evenemangsplatsen, grafisk design, kreativitet, organiseringsförmåga och det intressanta temat utnyttjades. Möjligheter som miljön, gratismaterial och arbetsteamets medlemmars kompetens utnyttjades också i planeringen och förverkligandet (Iiskola-Kesonen 2004 s. 9 - 10).

Det fanns inte så mycket resurser till marknadsföringen, dock lyckades skapandet av en sammanhängande och tilltalande helhet både ur design- och imageperspektiv (Iiskola-Kesonen 2004 s. 67). När man tolkar Facebookstatistiken, kan man konstatera marknadsföringen har nått rätt så långt på relativt kort tid. Instagram-kampanjen var inte speciellt populär och var kanske lite onödig ur marknadsföringsperspektiv, men ett intressant experiment. Möjligheten till en lyckad marknadsföringskampanj utnyttjades och därmed eliminerades hotet inga deltagare (Conway 2009 s. 65).

Alla som hade anmält sig kom inte till evenemanget, deltagarantalet blev dock hyfsat. Vädet rensade antagligen bort en del deltagare, speciellt från orter längre bort. Väderförhållandena störde dock inte, utan skapade en speciell stämning. Evenemangsorganisationen var också beredd på alla möjliga väderförhållanden och hot som dessa medför (Rutherford Silvers 2008 s. 88). Evenemanget har gett Jeppis Gym synlighet både i verkligheten och i sociala medier samt visat att man vid Jeppis Gym aktivt hittar på nya aktiviteter för människor som vill röra på sig (Valo & Häyrinen 2003 s. 28). Motionscentrumets image anses också ha påverkats positivt eftersom evenemanget blev omtyckt och människor är medvetna om att Jeppis Gym stod för den huvudsakliga finansieringen (Iiskola-Kesonen 2004 s. 60).

OHO-Race blev enligt deltagarnas feedback av lyckad kvalitet. Enligt projektledaren och beställaren blev evenemanget också tekniskt lyckat (Iiskola-Kesonen 2004 s. 25). OHO-Race blev även ett säkert evenemang som arrangerades lagligt (Finlex.fi 2015). Alla deltagare kom i mål välbehållna trots att regnet gjorde banan hal och svårare att ta sig igenom. Målen att underhålla och aktivera människor samt att erbjuda deltagarna en rolig



och krävande tävlingsupplevelse uppnåddes enligt projektledaren (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002 s. 36). Evenemanget fick rätt så många anmälningar med tanke på att Jakobstad är en liten ort och att evenemanget ordnades för första gången. Anmälningar mottogs från personer bosatta i Jakobstad och på flera närliggande orter, vilket visar att intresse för äventyrsevenemang finns. Härmed är intresset för äventyrsidrott bevisat och mött (Conway 2009 s. 53). OHO-Race motsvarar projektledarens vision av ett äventyrs-evenemang (Degerman & Pohjola 2002 s. 5).

### **Etiska aspekter**

Etiska standarder är sanningsenlighet, ansvar, ärlighet och pålitlighet. Dessa bör utövas på ett sätt som stöder rättvist agerande (Rutherford Silvers 2008 s. 72). Under arrangementet och evenemangstillfället agerade arrangörerna och personalen enligt ovanstående standarder. Rättvist agerande uppnåddes genom att alla hade samma rättigheter gällande deltagande. Samma regler gällde också alla deltagare. Alla hade även rätt till samma förhandsinformation, som dessutom fanns tillgänglig på två olika språk. Deltagarna blev informerade om och hade rätt att godkänna deltagande på egen risk före start. Privat information om samtliga deltagare i OHO-Race delades inte vidare till utomstående personer.

Etiskt agerande och beslutsfattande bör vara en del av varje evenemang, också OHO-Race (Rutherford Silvers 2008 s. 72). Under evenemangsprojektets gång agerade man etiskt genom att hela tiden beakta säkerheten och sträva till att göra ett säkert evenemang. Man var också beredd att utföra räddningsåtgärder vid behov. Under projektets gång har också allemansrättens regler följts (Miljöministeriet 2016 s. 3 - 20). Beslut som gjordes och tillvägagångsätt äventyrade varken evenemangets säkerhet eller etiska värdegrund.

## 11 SLUTORD

Helhetsmässigt är jag väldigt nöjd med OHO-Race. Processen har varit lång och delområdena många. Jag är speciellt nöjd med det mångsidiga programinnehållet, trots bristande resurser. Jag anser att jag lyckades skapa en varierad, rolig och för målgruppen ändamålsenlig hinderbana. Jag lade ner mycket arbete på tävlingsdirektiven och annan information för deltagarna. Detta visade sig vara bra eftersom deltagarna på så sätt fick en klar bild av vad OHO-Race går ut på och var väl förberedda då de kom till tävlingsplatsen. Jag är också väldigt nöjd med säkerhetsplanen och jag anser att allt som är relevant för just OHO-Race har blivit taget i beaktande.

Det här projektet har varit väldigt tidskrävande men också givande på många sätt, intressant och framför allt roligt. Examensarbetet blev dock kanske lite mer omfattande än vad som krävdes. Temat var mycket intressant för mig personligen och det har varit ett nöje att skapa OHO-Race, därför lade jag också ner mycket arbete på projektet. Planeringen har gett mig enorm erfarenhet och värdefull kunskap gällande allt som krävs för att arrangera även ett mindre evenemang. Jag anser att jag kan vara nöjd med slutprodukten och stolt över vad jag har åstadkommit. OHO-Race har fått en bra start och en positiv image. Kanske äventyret fortsätter nästa år.

## KÄLLOR

- Anvisning för hur man skall handla i en nödsituation*, Suomi.fi. 2016. Tillgänglig: [https://www.suomi.fi/suomifi/svenska/service\\_enligt\\_tema/sakerhet\\_och\\_ordning/nodnummer\\_och\\_olyckor/anvisningar\\_for\\_hur\\_man\\_skall\\_handla\\_i\\_en\\_nodsituation/index.html](https://www.suomi.fi/suomifi/svenska/service_enligt_tema/sakerhet_och_ordning/nodnummer_och_olyckor/anvisningar_for_hur_man_skall_handla_i_en_nodsituation/index.html)  
Hämtad: 3.10.2016
- Basal hjärt-lungräddning, vuxen*, Rodakorset.fi. 2016. Tillgänglig: [https://www.rodakorset.fi/sites/frc2011.mearra.com/files/tiedostolataukset/2016\\_\\_ru\\_kuvallinen\\_aikuisen\\_ppe\\_yksi\\_auttaja\\_svenska.pdf](https://www.rodakorset.fi/sites/frc2011.mearra.com/files/tiedostolataukset/2016__ru_kuvallinen_aikuisen_ppe_yksi_auttaja_svenska.pdf)  
Hämtad: 12.3.2016
- Brand Resources; Brand Assets, Instagram-brand.com*. 2016. Tillgänglig: <https://www.instagram-brand.com/>  
Hämtad: 23.5.2016
- Brand Resources; Download Brand Assets, Facebookbrand.com*. 2016. Tillgänglig: <https://www.facebookbrand.com/>  
Hämtad: 23.5.2016
- Conway, D.G. 2009, *The Event Manager's Bible: The Complete Guide to Planning and Organising a Voluntary or Public Event*, Oxford: How To Books Ltd, 316 s.
- Degerman, Patrick & Pohjola, Panu. 2002, *Sinustako seikkailija?: seikkailun lajiopas*, Helsinki: Edita Prima Oy, 188 s.
- Iiskola-Kesonen, Hanna. 2004, *Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille, SLU-julkaisusarja 10/04, Suomen Liikunta ja Urheilu ry*, 103 s.
- Kauhanen, Juhani, Juurakko, Arto & Kauhanen, Ville. 2002, *Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus*, Vantaa: Werner Söderström Osakeyhtiö, 164 s.
- Konsumentssäkerhetslag*, Finlex.fi. 2015. Tillgänglig: <http://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/2011/20110920>  
Hämtad: 1.6.2016
- Lag om sammankomster*, Finlex.fi. 2015. Tillgänglig: <http://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/1999/19990530>  
Hämtad: 3.10.2016
- Licens till Lantmäteriverkets avgiftsfria datamaterial - version 1.0 - 1.5.2012*, maanmittauslaitos.fi. 2012. Tillgänglig: [http://www.maanmittauslaitos.fi/sv/Licens\\_till\\_avgiftsfria\\_datamaterial\\_version1\\_20120501](http://www.maanmittauslaitos.fi/sv/Licens_till_avgiftsfria_datamaterial_version1_20120501)  
Hämtad: 26.5.2016

- Mikä ihmeen ExtremeRun?*. Extremerun.fi. 2010 - 2016. Tillgänglig: <http://www.extremerun.fi/mika-extremerun/>  
Hämtad: 8.2.2016
- Miljöministeriet. 2016, Allemansrätten; Lagstiftning och praxis, 20 s. Tillgänglig: [http://www.ym.fi/sv-FI/Aktuellt/Publikationer/Broschyren/Broschyren\\_om\\_alle-mansratten\(4530\)](http://www.ym.fi/sv-FI/Aktuellt/Publikationer/Broschyren/Broschyren_om_alle-mansratten(4530))  
Hämtad: 1.6.2016
- Rutherford Silvers, Julia. 2008, Risk Management for Meetings and Events, Oxford: Elsevier Ltd, 354 s.
- Tough Viking*, Toughviking.se. 2016. Tillgänglig: <http://toughviking.se/fi/>  
Hämtad: 8.2.2016
- Turvallisuus- ja kemikaalivirasto (Tukes), 2016, Säkerhetsdokument enligt konsument-säkerhetslagen, 5 s.
- Vallo, Helena & Häyrinen, Eija. 2003, Tapahtuma on tilaisuus: opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen, Helsinki: Tietosanoma Oy, 298 s.
- Vilka, Hanna & Airaksinen, Tiina. 2003, Toiminnallinen opinnäytetyö, Jyväskylä: Kustannusosakeyhtiö Tammi, 168 s

# **BILAGA 1. KARTLÄGGNING AV SÄKERHETSRISKER OHO-RACE 2016**

## **Kartläggning av säkerhetsrisker OHO-Race 2016**

### **Riskfaktorer i den naturliga miljön vid Gamla Hamn**

- Farozoner i naturen är skogen och havet.
- Väderförhållanden som kan medföra risker är regn/hagel, åskväder, kraftiga vindar samt hög lufttemperatur och starkt solsken.
- Risker som tillhör den lokala floran är grenar och rötter, pollen samt giftiga växter.
- Den lokala faunan består främst av harmlösa smådjur.

### **Riskfaktorer i miljön som skapats av människan**

- Trafiken runtomkring området, motorfordon och cyklister.
- Träningskonstruktioner.
- Icke kopplade husdjurshundar kan förekomma.

### **Riskfaktorer som tillfälliga konstruktioner och aktiviteter medför**

- Bristande teknisk skicklighet bland arbetare.
- Ohållbara och osäkra konstruktioner.
- Kringliggande avfall.
- Fysisk aktivitet.

### **Riskfaktorer som deltagare medför**

- Stor folkmassa, trängsel.
- Aggressivt eller hotfullt beteende.
- Otillräcklig fysisk och/eller psykisk förmåga.
- Otillräcklig kunskap och skicklighet.
- Icke ändamålsenlig utrustning.
- Medicinsk nödsituation p.g.a. skada.
- Medicinsk nödsituation p.g.a. sjukdom.

### **Övriga riskfaktorer**

- Bristande professionalitet bland arrangörer och arbetare.
- Risk för brand p.g.a. miljö, människa eller sak.

## **BILAGA 2. SÄKERHETSDOKUMENT OHO-RACE 2016**

### **Säkerhetsdokument OHO-Race 2016**

#### **1. Tjänsteleverantörens uppgifter**

**Amanda Haga & Jeppis Gym**

**Skolgatan 25**

**68600 Jakobstad**

**Telefon: 044 777 2322**

Säkerhetsdokumentet gäller evenemanget OHO-Race 2016. Tidpunkten för evenemanget är 6.8.2016 kl. 10:45 - 15:00 och platsen är Gamla Hamn, Jakobstad. Programmet består av en hinderbanetävling i utomhusmiljö. Banan är cirka två kilometer lång och består av sju hinder (se bilaga 1 & 2).

#### **2. För säkerhetsdokumentet ansvarig(a) person(er), underleverantörer och säkerhetsansvariga**

**Amanda Haga**

**Telefon: 045 639 1288**

Kommunal- och anläggningsmyndigheter: Staden Jakobstad.

Projektgrupp: 12 personer (se bilaga 3).

#### **3. Förutsebara risksituationer och deras eventuella följder**

- Skador p.g.a. den kuperade och obekanta terrängen.
- Snubblings- och/eller stukningsolyckor orsakade av utstickande grenar, rötter och stubbar.
- Stick- och/eller skrapskador orsakade av utstickande kvistar och grenar.
- Drunkning eller hypotermi p.g.a. vistelse i havet.
- Halknings-/fallolyckor orsakade av att regn/hagel försämrar greppförmågan.

- Personskador och/eller brand vid åskväder om blixten slå ner.
- Olyckor p.g.a. att kraftiga vindar välter träd, konstruktioner och/eller tillfälliga konstruktioner.
- Värmeslag och/eller vätskebrist orsakade av hög värme och stark UV-strålning.
- Skador till följd av hundattack.
- Trafikolyckor så som kollision med motorfordon eller cyklister.
- Olyckor p.g.a. av söndriga/dåligt konstruerade träningskonstruktioner som finns i terrängen.
- Olyckor p.g.a. ohållbara och osäkra tillfälliga konstruktioner så som hinder.
- Olyckor p.g.a. avfall från arrangemanget som ligger omkring.
- Olyckor p.g.a. bristande professionalitet bland organisatörer och arbetare.
- Olyckor p.g.a. trängsel under tävlingen.
- Aggressivt eller hotfullt beteende bland deltagare.
- Skador till följd av otillräcklig fysisk och/eller psykisk förmåga bland deltagarna.
- Skador till följd av otillräcklig kunskap och skicklighet bland deltagarna.
- Skador till följd av icke ändamålsenlig utrustning hos deltagarna.
- Medicinsk nödsituation orsakad av fysisk aktivitet.
- Medicinsk nödsituation p.g.a. allergiskt symptom så som andnöd orsakad av pollen (kombinerat med fysisk aktivitet).
- Medicinsk nödsituation p.g.a. sjukdom hos deltagare.
- Medicinsk nödsituation p.g.a. akut skada.
- Skogsbrand.
- Brand orsakad av människa och/eller sak.

#### **4. Åtgärder för att eliminera risker och för att förebygga olyckor och katastrofer**

- Risken för skador och olyckor som sker i terrängen p.g.a. den naturliga miljön går att minimera genom noggrann planering av rutten samt testning av banan.
- Drunkning och hypotermi går att undvika genom att inte leda ut banan i vattnet.
- Risken för skador till följd av väderförhållanden går främst att minimera genom informering av deltagarna. Om det är kraftigt åskväder vid tidpunkten för evenemanget

måste evenemanget skjutas upp. Annars hålls evenemanget oavsett väder, personalen bör dock vara beredd på allt.

- Genom att i planeringen och skapandet av hinderbanan inte göra den överdrivet krävande och ta målgruppen i beaktande, kan man i hög grad undvika olyckor samt medicinska nödsituationer orsakade av fysisk aktivitet. Det bör också finnas möjlighet för deltagaren att kompensera hinder som är för krävande.
- Genom att så noggrant som möjligt informera om evenemanget och evenemangsplatsen samt om vad tävlingen kräver av deltagaren, kan man försäkra sig om att den som anmäler sig har övervägt om hens fysiska och psykiska förmågor är tillräckliga för att kunna delta och att hen har ändamålsenlig utrustning under tävlingen.
- Man bör också vid anmälningen begära att samtliga personer berättar om sina eventuella sjukdomar/skador som i värsta fall kan medföra en medicinsk nödsituation under tävlingen.
- Alla konstruktioner som redan finns i terrängen bör inspekteras före evenemanget. Man kan på så sätt försäkra sig om att de är hållbara och säkra att använda i hinderbanan.
- Alla tillfälliga konstruktioner som hinderbanan består av bör vara hållbart konstruerade och får inte ha vassa utstickande delar eller på annat sätt vara farliga.
- Avfall som skapas vid konstruktionsarbetet och verktyg får inte lämnas i naturen var de kan vara till skada.
- Risken för trafikolyckor kan minimeras genom att två funktionärer dirigerar trafiken från båda hållen där banan korsar en väg och genom att märka ut tävlingsområdet med band och skyltar. Funktionärerna bör bära reflexväst. Deltagarna bör också informeras om vägkorsningen på förhand.
- Genom att märka ut tävlingsområdet och skylta samt genom att informera allmänheten, kan man också försäkra att området hålls fritt från lösa hundar.
- För att undvika olyckor p.g.a. stor folkmassa bör aktivitetsområdet vara tillräckligt stort. Evenemanget bör även vara välorganiserat.
- Rökning är absolut förbjuden under evenemanget och på evenemangsområdet, skyltar med denna information läggs ut. Genom att göra evenemanget rökfritt kan man minimera risken för både brand och astmatiska symptom.
- All elektronisk utrustning bör hanteras varsamt och hållas borta från vatten, hög värme och direkt solljus för att undvika brand.



- Ansvarsområden bör delas ut så att de motsvarar arbetarnas kompetens, i specialfall anlitas professionell hjälp.
- De personer som arbetar under evenemanget bör se till att hens mobiltelefon är fulladdad före hen anländer till evenemangsplatsen.

## **5. Anvisningar för olika enligt punkt 3 förutsedda olycks-, risk- och skadesituationer**

- Alla personer som arbetar under evenemanget bör ha med sig mobiltelefon med alla nödvändiga telefonnummer.
- Vid startområdet finns två ansvarspersoner som organiserar och informerar deltagarna samt kontrollerar att allt går säkert till.
- Det bör vid varje hinder finnas en person som övervakar säkerheten. Samtliga personer har med sig mobiltelefon och kan snabbt kontakta andra i arbetsteamet eller professionell hjälp om situationen kräver. Vid strandområdet finns en övervakare med livboj till sitt förfogande.
- Vid målområdet finns två ansvarspersoner som organiserar och informerar deltagarna samt kontrollerar att allt går säkert till och rycker ut om situationen kräver. Här finns första hjälpen utrustning samt brandsläckningsutrustning. Här finns även dricksvatten, salt och snabbt upptagbara kolhydrater ifall deltagarnas tillstånd kräver intag av dessa.
- Under evenemanget finns det två funktionärer var banan korsar en väg. Funktionärerna dirigerar trafiken från varsitt håll och kontrollerar att det är säkert för deltagarna att ta sig över vägen.
- Personalen bör se till att alla utomstående med sina eventuella sällskapsdjur hålls borta från tävlingsområdet under tävlingen.
- Personalen bör se till att röningsförbudet följs.
- All elektronisk utrustning bör skyddas från diverse väderförhållanden som kan skada denna eller orsaka brand.

### **Anvisning för agerande vid en nödsituation**

Vid inträffande av en olycka eller ett överraskande sjukdomsanfall bör man tillkalla hjälp genom att ringa nödnumret 112, försöka förhindra att ytterligare olyckor sker

och kunna ge första hjälpen. Första personen som anländer till olycksplatsen uppskattar de skadades behov av hjälp och inleder hjälpåtgärderna, alla som kan bör hjälpa till. Vid brand är det viktigt att kunna agera snabbt. Innan brandkårens ankomst kan man med rätt åtgärder rädda människoliv och begränsa materiella skador. När professionell hjälp anländer till platsen tar räddningstjänstemännen över ansvaret för räddningen.

## **6. Den i tjänsteleveransen ingående säkerhetsrelaterade introduktionen och utbildningen samt eventuella kompetens- och utbildningskrav**

- Alla i arbetsteamet bör bekanta sig med säkerhetsdokumentet och ta ansvar för att följa samtliga punkter. Alla i arbetsteamet bör även bekanta sig med anvisningarna för basal hjärt-lungräddning.
- Funktionärerna som dirigerar trafiken bör vara myndiga och ha körkort.

## **7. I tjänsten använda utrymmen, konstruktioner, redskap, rutter, personlig skyddsutrustning och annan rekvisita samt fordringar gällande dem och deras underhåll**

### **Evenemangsområde**

Evenemanget arrangeras i utomhusmiljö vid Gamla Hamn, Jakobstad (se bilaga 2 (hinderbanan & evenemangsområdet)). Jakobstads stad äger området och har gett arrangörerna tillstånd att använda området för evenemanget.

### **Konstruktioner**

Till hinderbanan används konstruktioner så som träningsställningar som redan finns i miljön vid Gamla Hamn. En del tillfälliga konstruktioner skapas enkom för evenemanget. Alla konstruktioner som redan finns i terrängen bör inspekteras före evenemanget. Man kan på så sätt försäkra sig om att de är hållbara och säkra att använda i hinderbanan. Alla tillfälliga konstruktioner som hinderbanan består av bör vara hållbart konstruerade och får inte ha vassa utstickande delar eller på annat sätt vara farliga.

### **Säkerhetsutrustning**

- En mobiltelefon per person samt lista med samtliga ansvarspersoners telefonnummer och ansvarsområden.
- Reflexvästar.
- Anvisningar för basal hjärt-lungräddning (se bilaga 4).
- Första hjälpen utrustning.
- Brandsläckare/brandsläckningsfilt.
- 15 liter vatten och 50 engångsmuggar.
- Salt och snabbt upptagbara kolhydrater.
- Livboj.
- Plastpåsar att skydda elektronik med.
- Band att märka ut tävlingsområdet med.
- TÄVLING PÅGÅR/KILPAILU KÄYNNISSÄ-skyltar.
- RÖKNING FÖRBJUDEN/TUPAKOINTI KIELLETTY-skyltar.

### **8. Förhållanderelaterade begränsningar till leverans av tjänst**

Vid kraftigt åskväder under tidpunkten för evenemanget måste evenemanget skjutas upp. Annars hålls evenemanget oavsett väder, personalen bör vara beredd på alla möjliga väderförhållanden. Risken för skador till följd av väderförhållanden går främst att minimera genom informering av deltagarna.

### **9. Det största möjliga säkra kundantalet i tjänsten under olika förhållanden samt de i tjänsten deltagandes hälsotillstånd, fysiska kondition, erfarenhet, utbildning, språkkunskap och bestämmelser gällande andra motsvarande omständigheter**

Maximalt deltagarantal: 50 personer.

Åldersgräns: 14 år.

- Varje deltagare överväger själv om hens fysiska och psykiska förmågor är tillräckliga för att kunna delta och ser till att hen har ändamålsenlig utrustning under tävlingen.

- Samtliga deltagare bör även berätta om sina eventuella sjukdomar/skador som kan medföra en medicinsk nödsituation.
- Samtliga deltagare godkänner deltagande på egen risk före tävlingen skriftligt (se bilaga 5).
- Rökning är absolut förbjuden under evenemanget och på evenemangsområdet.

#### **10. Nödvändiga åtgärder för att säkerställa säkerheten för andra än kunder som befinner sig inom tjänstens verkningsområde**

- Risken för trafikolyckor kan minimeras genom att två funktionärer dirigerar trafiken från två olika håll där banan korsar en väg och genom att märka ut tävlingsområdet med band och skyltar. Funktionärerna bör bära reflexväst.
- Genom att märka ut tävlingsområdet, skylta och genom att informera allmänheten kan man också försäkra att området hålls fritt från lösa hundar. Personalen bör se till att alla utomstående med sina eventuella sällskapsdjur hålls borta från tävlingsområdet under tävlingen.

#### **11. Hur kan de i säkerhetsdokumentet och -planen ingående uppgifterna bringas till kännedom för de deltagande i tjänsteerbjudande**

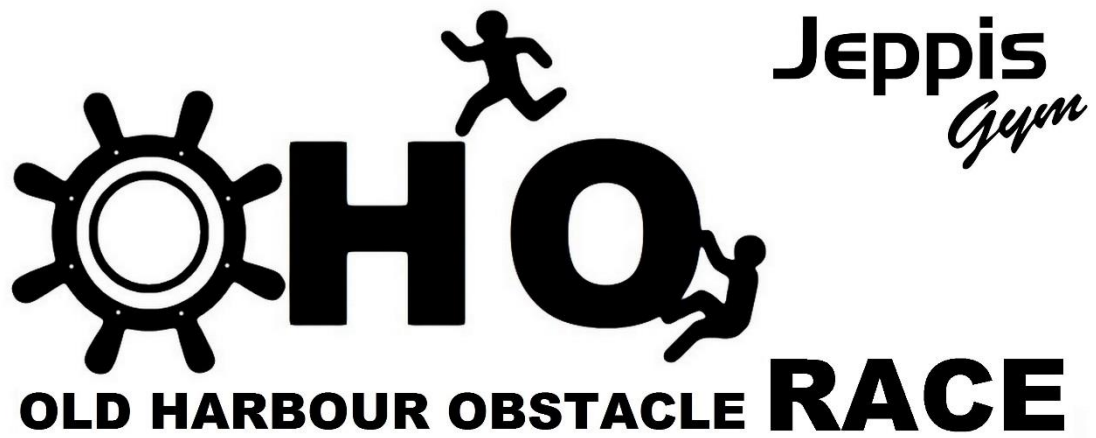
Detta säkerhetsdokument, inklusive bilagor, finns tillgängligt för evenemangets personal i elektroniskt format och till pappers. Informationen kan även fås muntligt. Personen som är ansvarig för dokumentet kontrollerar att samtliga personer har förstått informationen och följer anvisningarna.

#### **12. Bilagor**

1. Tävlingsinbjudan.
2. Tävlingsdirektiv.
3. Arbetsindelning.
4. Basal hjärt-lungräddning, vuxen.
5. Godkännande av deltagande på egen risk.



BILAGA 4. OHO-RACE OCH JEPPIS GYM GRAFISK LOGO.





## BILAGA 5. OHO-RACE REKLAMBLAD (SVENSKA).

**Jeppis**  
*Gym*

**OHO**

**OLD HARBOUR OBSTACLE RACE**

*Kostnadsfritt deltagande!  
Fina priser!*

**6.8.2016**

har du chansen att delta i den  
fartfyllda hinderbanetävlingen **OHO-Race**

**2 tuffa kilometer & 7 krävande hinder**  
i Gamla Hamns terräng

**LOCKA FRAM ÄVENTYRAREN I DEJ!**

**Anmälningar: 044 777 2322 / 045 639 1288**  
*Sista anmälningsdatum: 30.7.2016 Åldersgräns: 14 år*

  **Följ evenemanget OHO-Race på Facebook för mer info**  
**Var med och tävla på Instagram #OHORace2016**

BILAGA 6. OHO-RACE REKLAMBLAD (FINSKA).

**Jeppis**  
*Gym*

**OHO**

**OLD HARBOUR OBSTACLE RACE**

**Ilmainen osallistuminen!  
Hienoja palkintoja!**

**6.8.2016**

**sinulla on mahdollisuus osallistua  
vauhdikkaaseen esteratakilpailuun OHO-Raceen**

**2 kovaa kilometriä & 7 haastavaa estettä  
Vanhan Sataman maastossa**

**HOUKUTTELE SISÄINEN  
SEIKKAILIJASI ESILLE!**

**Ilmoittautumiset: 044 777 2322 / 045 639 1288**  
**Viimeinen ilmoittautumispäivä: 30.7.2016 Ikäraja: 14 v.**

  **Lisää infoa löydät Facebookista kun seuraat OHO-Race tapahtumaa  
Osallistu kilpailuun Instagramissa #OHORace2016**



## BILAGA 7. TÄVLINGSINBJUDAN (SVENSKA).

### TÄVLINGSINBJUDAN

Nu har du chansen att locka fram äventyraren i dig! Kom med och delta i det fartfyllda idrottsevenemanget OHO-Race som står för Old Harbour Obstacle Race. OHO-Race är en hinderbanetävling var din snabbhet, uthållighet, smidighet, styrka, balans och framför allt kämparanda sätts på provning. Alla som är över 14 år kan delta i denna roliga tävling som lämpar sig för både motionärer och tävlingsidrottare. Deltagandet är kostnadsfritt. Förutom en fantastisk äventyrsupplevelse i Gamla Hamns mångsidiga terräng, lovas även fina priser sponsorerade av Jeppis Gym. Anta utmaningen och anmäl dig redan idag!



## BILAGA 8. TÄVLINGSINBJUDAN (FINSKA).

### KILPAILUKUTSU

Nyt sinulla on mahdollisuus houkutella sisäinen seikkailijasi esille! Tule mukaan ja osallistu vauhdikkaaseen esteratakilpailuun OHO-Raceen, joka tarkoittaa Old Harbour Obstacle Race. OHO-Race on esteratakilpailu jossa nopeutesi, kestävyytesi, ketteryytesi, tasapainosi ja ennen kaikkea taisteluhenkesi koetellaan. Kaikki jotka ovat yli 14 vuotta, voivat osallistua tähän hauskaan kilpailuun, joka soveltuu sekä kuntoilijoille, että kilpaurheilijoille. Osallistuminen on ilmainen. Vanhan Sataman monipuolisessa maastossa saat mahtavan seikkailukokemuksen. Tämän lisäksi luvataan myös Jeppis Gymin sponsoroimia hienoja palkintoja. Ota haaste vastaan ja ilmoittaudu jo tänään!



## **BILAGA 9. TÄVLINGSDIREKTIV (SVENSKA).**

### **TÄVLINGSDIREKTIV**

#### **DATUM**

Lördag 6.8.2016

#### **PLATS**

Gamla Hamn, Jakobstad

#### **ANMÄLNING**

Anmälningstiden för OHO-Race är 2.7 - 30.7.2016. Anmälning sker via SMS till numret 0456391288 eller 0447772322. SMS:et bör innehålla deltagarens namn, födelsedatum och bostadsort. Vid anmälning bör även eventuella skador eller sjukdomar som kan orsaka svåra besvär under loppet meddelas. Arrangörerna har tystnadsplikt.

#### **REGLER**

- Tävlingen består av en hinderbana som deltagaren ska ta sig igenom med egen kraft t.ex. löpande, gående eller krypande och på så kort tid som möjligt.
- Banan består av diverse hinder som man ska ta sig över, under, igenom eller längs med.
- Ifall att deltagaren omöjligt kan ta sig förbi något hinder går det att kompensera genom att utföra 15 burpees (tekniken visas på tävlingsplatsen) och samtidigt räkna högt. Antalet och utförande kontrolleras. Det är tillåtet att lämna bort obegränsat antal hinder.

- Rutten är tydligt utmärkt i terrängen och bör följas. Avvikelse från rutten leder till diskvalificering.
- Tillåten utrustning är ändamålsenliga kläder och skor samt eventuell vätska och näring.
- Det är förbjudet att vistas på tävlingsområdet före start.

## **RESULTAT**

Vinnaren är den person som tar sig snabbast i mål med godkänd prestation. Vinnaren utses så fort alla deltagare har kommit i mål och resultaten är klara. Resultaten i sin helhet publiceras på evenemangets Facebooksida.

## **PRISER**

Vinnaren belönas med ett månads- eller 10-gångers gymkort till Jeppis Gym. En goodie bag lottas ut bland alla som kommit i mål. Vinnarna meddelas personligen. Priserna kan hämtas från Jeppis Gyms reception.

## **REGISTRERING**

Varje deltagare bör registrera sig för att kunna delta. Registreringen sker kl. 10:45 - 11:45 på tävlingsdagen vid evenemangsområdets infopunkt. Vid registreringen får deltagaren sitt tävlingsnummer. Vid registreringen får också deltagaren ytterligare information om starten och rutten. Vid registreringen godkänner man deltagande på egen risk.

## **TÄVLINGSNUMMER**

Varje deltagare får ett eget tävlingsnummer som fästs med sporttejp på höger överarm så att det syns.

## **START**

Första start sker på stranden kl. 12:00 till signalljud. Ytterligare detaljer fastställs när alla anmälningar har mottagits. Deltagarna får detaljerad information om starten vid registrering.

## **HINDERBANAN**

Hinderbanan består av sju hinder av olika karaktär och svårighetsgrad. Rutten är ungefär två kilometer lång och i kuperad terräng. Terrängen utgörs av sandstrand, spånkana och blandskog med ett litet stignätverk och rikligt med stenar.

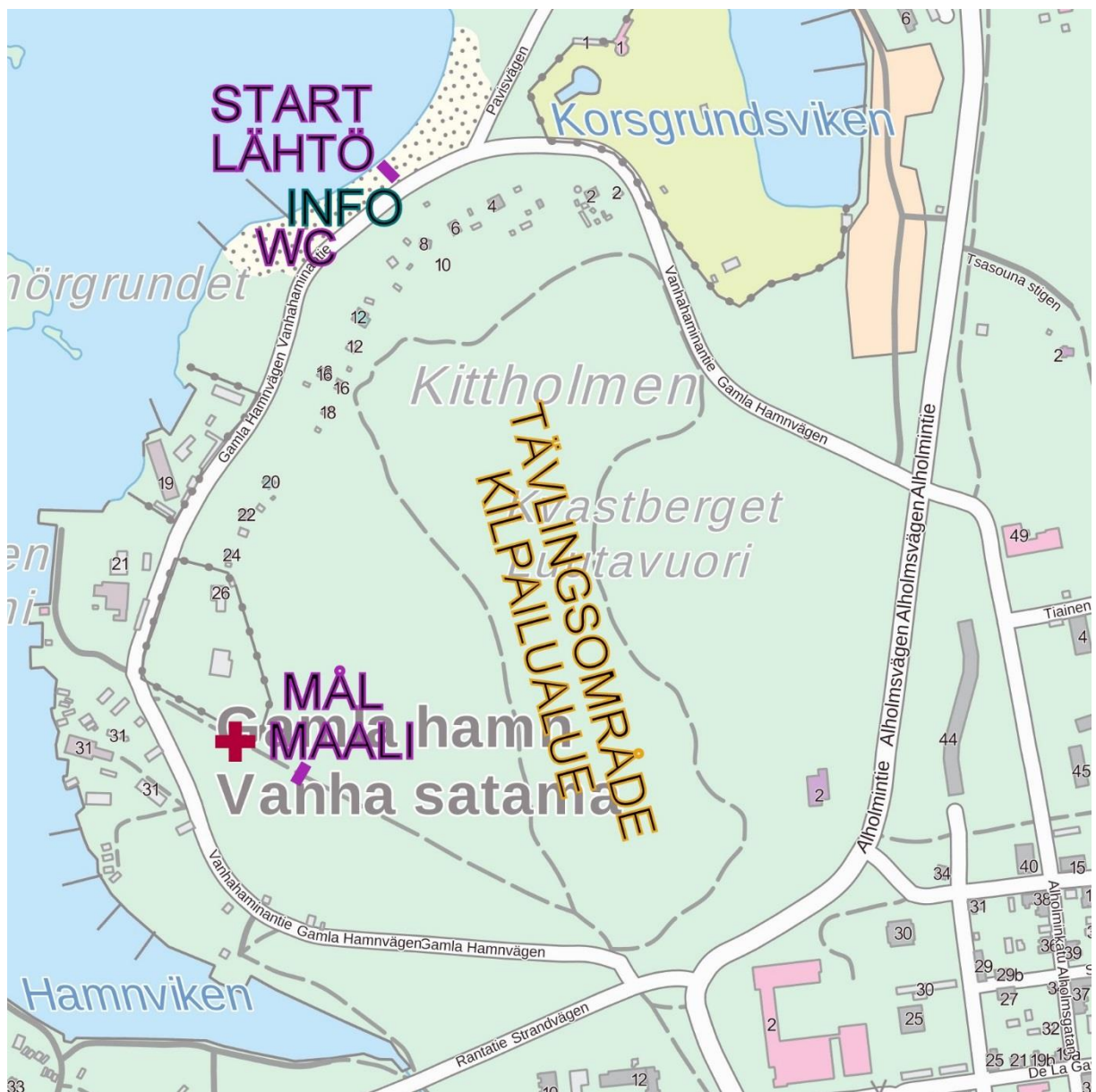
## **MÅL**

Målgång sker på målområdet genom att passera mållinjen. Vid mål serveras vatten. Efter målgång ombeds varje deltagare ge skriftlig feedback anonymt.



## EVENEMANGSOMRÅDET

På evenemangsområdet finns en infopunkt, utedass, första hjälpen station samt start-, tävlings- och målområde. Uppvärmning sker t.ex. längs med vägen runtomkring Gamla Hamn skogen, inte på tävlingsområdet. Rökning och nedskräpning är strängt förbjudet på evenemangsområdet.



## **INSTAGRAM-TÄVLING**

Var med och tävla om Äventyrarens Goodie Bag genom att dela en äventyrlig bild och använda hashtaggen **#OHORace2016**. Juryn utser den bästa bilden 7.8.2016.

***Vid eventuella frågor kontakta arrangörerna via SMS: 0456391288 eller 0447772322.***

Arrangörer: Amanda Haga & Jeppis Gym



# **BILAGA 10. TÄVLINGS DIREKTIV (FINSKA).**

## **KILPAILUOHJEET**

### **PÄIVÄMÄÄRÄ**

Lauantai 6.8.2016

### **PAIKKA**

Vanha Satama, Pietarsaari

### **ILMOITTAUTUMINEN**

Ilmoittautumisaika OHO-Raceen on 2.7 - 30.7.2016. Voit ilmoittautua lähettämällä tekstiviestin numeroon 0456391288 tai 0447772322. Tekstiviestin tulee sisältää kilpailijan nimi, syntymäaika ja asuinpaikka. Kun ilmoittaudut, sinun tulee myös kertoa mahdollisista vammoista tai sairauksista jotka voivat aiheuttaa merkittävää haittaa kilpailun aikana. Järjestäjillä on vaitiolovelvollisuus.

### **SÄÄNNÖT**

- Kilpailu koostuu esteradasta, jonka läpi kilpailijan tulee selvitä omin voimin esim. juosten, kävellen tai ryömien, ja mahdollisimman lyhyessä ajassa.
- Rata koostuu erilaisista esteistä, joiden yli, alta, läpi tai pitkin on tarkoitus mennä.
- Tapauksessa jossa kilpailijan on mahdotonta päästä jonkin esteen ohi, esteen voi ohittaa. Tässä tapauksessa kilpailijan tulee tehdä 15 burpeeta (tekniikka näytetään kilpailupaikalla) ja samalla laskea ääneen. Määrä ja tekniikka tarkistetaan. Saa ohittaa niin monta estettä kuin tarve vaatii.

- Rata on selkeästi merkitty maastoon, ja sitä tulee seurata. Reitiltä poikkeaminen johtaa hylätyyn suoritukseen.
- Sallitut varusteet ovat tarkoitukseen soveltuvat vaatteet ja kengät sekä mahdollinen neste että ravinto.
- Kilpailualueella oleskeleminen ennen lähtöä on kielletty.

## **TULOKSET**

Voittaja on se henkilö, joka tulee maaliin nopeimmalla ajalla ja hyväksytyllä suorituksella. Voittajaa nimetään heti kun kaikki osallistujat ovat tulleet maaliin ja tulokset ovat valmiit. Tulokset julkaistaan kokonaisuudessaan tapahtuman Facebook-sivulla.

## **PALKINNOT**

Voittaja palkitaan kuukauden tai 10-kerran treenikortilla Jeppis Gymille. Arvotaan myös yöllätyspalkinto kaikkien maaliintulijoiden kesken. Voittajiin otetaan yhteys henkilökohtaisesti. Palkinnot ovat haettavissa Jeppis Gymin vastaanotolta.

## **REKISTERÖINTI**

Jokainen kilpailija tulee rekisteröityä osallistuakseen kilpailuun. Rekisteröityminen tapahtuu klo. 10:45 - 11:45 kilpailupäivänä, kilpailualueen infopisteellä. Rekisteröinnissä kilpailija saa kilpailunumeronsa. Rekisteröinnissä kilpailija saa myös lisää infoa lähdöstä ja radasta. Rekisteröinnissä hyväksytään osallistuminen omalla vastuulla.

## **KILPAILUNUMERO**

Jokainen kilpailija saa oman kilpailunumeron, joka tulee kiinnittää urheiluteipillä oikeaan olkavarteeseen niin, että se näkyy.

## **LÄHTÖ**

Ensimmäinen lähtö tapahtuu rannalla klo. 12:00 äänimerkistä. Yksityiskohdista päätetään kaikkien osallistujien ilmoittautumisten saapumisen jälkeen. Kilpailijat saavat rekisteröinnissä selkeää infoa koskien lähtöä.

## **ESTERATA**

Esterata koostuu seitsemästä esteestä, joiden laatu ja vaikeusaste vaihtelevat. Rata on noin 2 km pitkä, epätasaisessa maastossa. Maastoon kuuluvat hiekkaranta, pururata ja sekametsä jossa on pieni polkuverkosto sekä runsaasti kiviä.

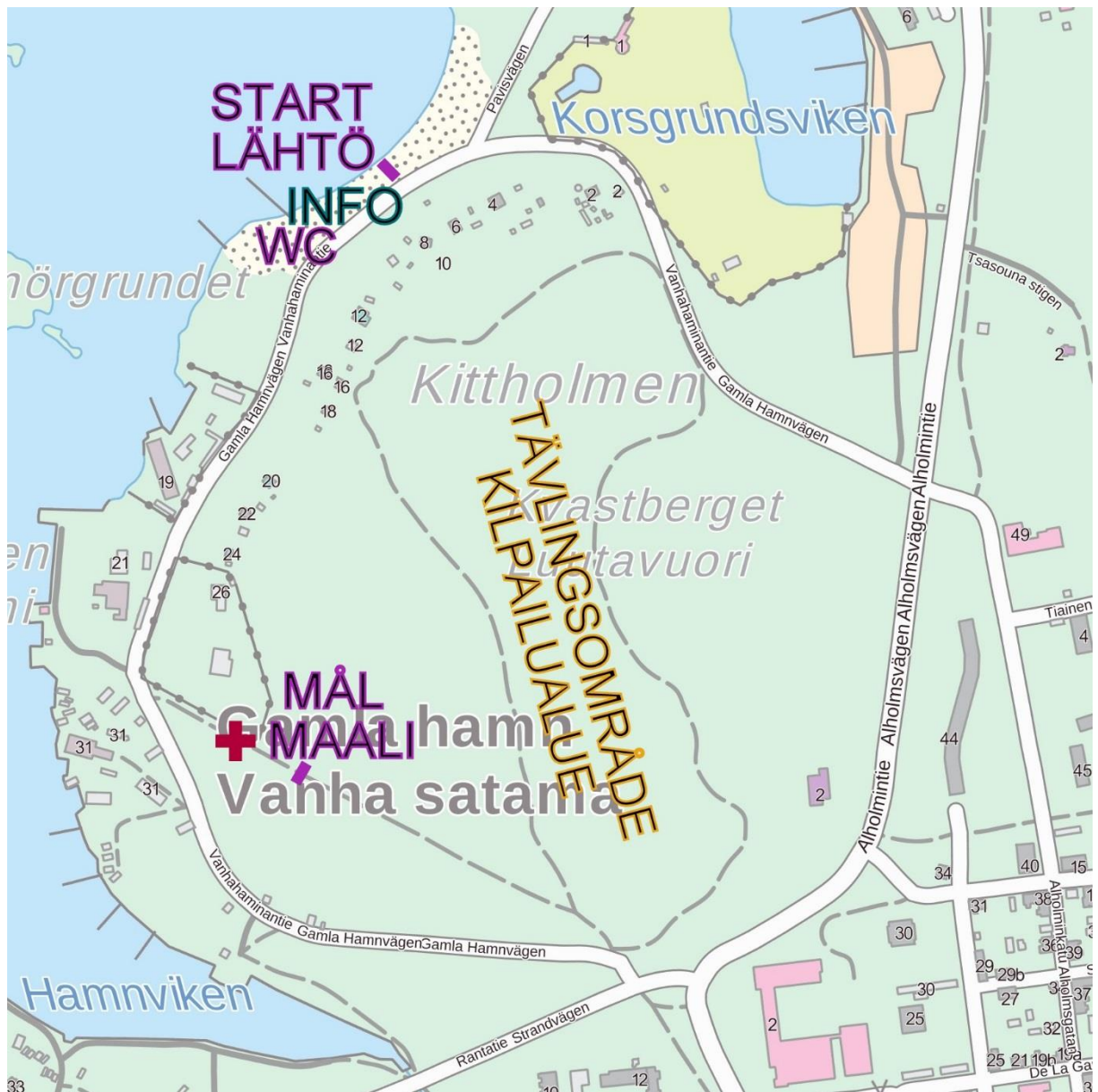
## **MAALI**

Maaliintulo tapahtuu maalialueella ylittämällä maaliviivaa. Maalissa tarjotaan vettä. Maaliintulon jälkeen pyydetään kaikkia osallistujia antamaan kirjallisen palautteen anonyymina.



## TAPAHTUMA-ALUE

Tapahtuma-alueelta löytyy infopiste, ulkokäymälät, ensiapupiste sekä lähtö-, kilpailu-  
että maalialue. Lämmittely tapahtuu esim. Vanhan Sataman metsää ympäröivää tietä  
pitkin, ei kilpailualueella. Tupakoiminen ja roskaaminen tapahtuma-alueella on ehdot-  
tomasti kielletty.



## **INSTAGRAM-KILPAILU**

Osallistu kilpailuun ja voita Seikkailijan Yllätyskassi, jakamalla seikkailullisen kuvan ja käyttämällä hashtagia **#OHORace2016**. Tuomaristo valitsee parhaan kuvan 7.8.2016.

***Lähetä mahdolliset kysymykset tekstiviestillä järjestäjille numeroon: 0456391288 tai 0447772322.***

Järjestäjät: Amanda Haga & Jeppis Gym



BILAGA 11. REKLAM INSTAGRAM-TÄVLING.

**VINN ÄVENTYRARENS GOODIE BAG**

*Ta en äventyrlig bild och  
dela den på Instagram  
för att vara med och tävla*

**#OHORace2016**

**VOITA SEIKKAILIJAN YLLÄTYSKASSI**

*Ota seikkailullinen kuva ja  
jaa se Instagramissa  
osallistuaksesi kilpailuun*





## BILAGA 13. BASAL HJÄRT-LUNGRÄDDNING, VUXEN (RODA-KORSET.FI 2016).



### Basal hjärt-lungräddning, vuxen



**1 Vid medvetslöshet;** försök väcka personen genom tilltal och genom att ruska om.

**2 Om personen inte vaknar, ring 112.**

– Aktivera telefonens högtalarfunktion och fortsätt hjälpa.



**3 Placera personen på rygg, kontrollera om andningen är normal.**

– Öppna luftvägarna genom att korrigera huvudets ställning, ta tag under hakan och för den uppåt.

– Kan du känna en luftström mot din kind?  
Kan du se bröstkorgen häva?



**4 Om personen inte andas normalt, inled återupplivning med kompressioner, tryck 30 gånger.**

– Placera nedre delen av din handflata mitt på personens bröstben, lägg din andra hand över.

– Tryck bröstbenet rakt neråt 30 gånger.



**5 Fortsätt med två inblåsningar.**

– Se till att luftvägarna är öppna, täpp för personens näsborrar, täck personens mun med din och gör två lugna inblåsningar, personens bröstkorg ska då höja sig.

– Fortsätt med rytmen 30:2 tills akutvårdarna tar över ansvaret eller tills personen vaknar till liv.

## **BILAGA 14. MATERIAL.**

### **MATERIAL OHO-RACE 2016**

#### **TILL INFON OCH STARTOMRÅDET**

- Bord och stolar
- Tävlingsdirektiv
- Tävlings-info
- Anmälningsskyltar
- Deltagarlistor
- Godkännande av deltagande på egen risk
- Sporttejp och svart tjock tusch
- Pennor
- INFO-skylt
- Koner
- Startklocka
- Visselpipa
- START/LÄHTÖ-skylt

#### **TILL MÅLOMRÅDET OCH FÖRSTA HJÄPEN STATIONEN**

- Koner
- Band till målområdet
- Målklocka
- Deltagarlistor
- Feedbackpåse, papper och pennor
- Fribiljetter
- Bord och stolar
- Vattenkanistrar

- MÅL/MAALI-skylt
- 1:A HJÄLP/ENSIAPU-skylt

### SÄKERHETSUTRUSTNING

- En mobiltelefon per person samt lista med samtliga ansvarspersoners telefonnummer och ansvarsområden
- Reflexvästar
- Anvisningar för basal hjärt-lungräddning
- Första hjälpen utrustning
- Brandsläckare/brandsläckningsfilt
- 15 liter vatten och 50 engångsmuggar
- Salt och snabbt upptagbara kolhydrater
- Livboj
- Plastpåsar att skydda elektronik med
- Band att märka ut tävlingsområdet med
- TÄVLING PÅGÅR/KILPAILU KÄYNNISSÄ-skyltar
- RÖKNING FÖRBJUDEN/TUPAKOINTI KIELLETTY-skyltar

### TILL HINDERBANA OCH KONSTRUERING

- Blåa band (i träden)
- Rött band (till avgränsningar)
- Spraymål (miljövänligt)
- Papper, tusch, plastfickor och silvertejp (gör skyltar med pilar och nummer 1 - 7)
- Verktygsback
- Trallar
- Några tiotals meter linor
- Stor box och gummimattor
- Ringklocka och viktskiva

- 24 bildäck

### **ÖVRIGT**

- Bärbar dator (och internet)
- Printer
- Systemkamera
- Pennor och anteckningspapper
- Bil med släpkärra
- Paraplyer

### **PRISER**

- Jeppis Gym månads eller 10-gångers kort
- Goodie bag för utlottning
- Äventyrarens Goodie Bag (Instagram-tävling)

## **BILAGA 15. ARBETSINDELNING.**

### **ARBETSINDELNING OHO-RACE 2016**

#### **Före evenemanget**

##### **Amanda Haga (0456391288)**

- Projektledare
- Tillståndsärenden
- Rekrytering av arbetsteamet
- Marknadsförings- och informeringsansvarig
- Materialanskaffning
- Gör deltagarlistor för registrering, start och mål
- Materialtransport
- Märker ut rutten och bygger hinder 5.8
- Kontrollerar banan 6.8
- Bygger och organiserar infopunkten och startområdet 6.8

##### **Jeppis Gym (0447772322)**

- Informering och marknadsföring
- Mottagande av anmälningar
- Materialanskaffning

##### **Stefan Wiklund (0414593093)**

- Materialtransport
- Märker ut rutten och bygger hinder 5.8

**Jörgen Haga (0405300355)**

- Materialtransport
- Märker ut rutten och bygger hinder 5.8
- Bygger hinder 6.8

**Emilia Sågfors (0400163460)**

- Bygger och organiserar målområdet och första hjälpen punkten 6.8

**Casimir Karlsson (0503438478)**

- Bygger och organiserar målområdet och första hjälpen punkten 6.8

**Antonia Haga (0456391703)**

- Bygger hinder 6.8
- Testlöpning av banan 6.8
- Bygger och organiserar infopunkten och startområdet 6.8

**André Haga (0456391266)**

- Säkerhetskontrollant

**Under evenemanget**

**Amanda Haga (0456391288)**

- Ansvarig för infopunkten och startområdet
- Infopunkt; ger info om starten och banan, sköter registreringen och delar ut tävlingsnummer
- Organiserar starten och skickar iväg deltagarna

**Antonia Haga (0456391703)**

- Infopunkt; registrering och visar burpees
- Övervakar hinder 1

**Stefan Wiklund (0414593093)**

- Dirigerar trafiken

**Jörgen Haga (0405300355)**

- Dirigerar trafiken

**Anita Snellman (0442861288)**

- Övervakar hinder 2

**André Haga (0456391266)**

- Övervakar hinder 3

**Mariann Kurula (0503754276)**

- Övervakar hinder 4

**Anita Narbro (0504341356)**

- Övervakar hinder 5

**Maria Björkgård (0503480673)**

- Övervakar hinder 6

**Minna Sjöblom (0504902000)**

- Övervakar hinder 7

**Emilia Sågfors (0400163460)**

- Skriver upp målgångstid och organiserar deltagarna som kommer i mål
- Första hjälpen

### **Casimir Karlsson (0503438478)**

- Övervakar målområdet och organiserar deltagarna som kommer i mål
- Delar ut vatten och samlar in feedback
- Första hjälpen

### **Efter evenemanget (undanröjning)**

**Stefan Wiklund, Antonia Haga, Jörgen Haga, Emilia Sågfors & Casimir Karlsson**

**Amanda Haga** (+ sammanställer resultaten, sköter prisutdelningen och kontaktar vinnarna)



## BILAGA 16. RESULTAT.

### RESULTAT OHO-RACE 6.8.2016

PLACERING	NAMN	TÄVLINGSNR.	SLUTTID
1	Kanckos Anders	11	8:57
2	Lassila Christoffer	16	9:12
3	Enlund Christofer	5	9:14
4	Wärnman Andreas	31	9:27
5	Enlund Pontus	6	9:31
6	Fagersund Jimmy	7	9:57
7	Enkvist Janina	4	10:16
7	Lehtola Katri	17	10:16
9	Roos Janina	19	10:18
10	Kongari Vijay	14	10:33
11	Virtanen Elsa	27	10:46
12	Granbacka Mika	9	11:20
13	Kock Jeanette	12	13:14
14	Saarijärvi Hanna	21	13:41
15	Kock Johanna	13	13:58
16	Virtanen Paula	28	14:43
17	Bodbacka Camilla	33	17:28

<b>17</b>	Jansson Mathias	34	17:28
<b>19</b>	Wik Liselott	30	17:44
<b>20</b>	Wärnman Petra	32	18:00
<b>21</b>	Lassfolk Fredrika	15	19:00
<b>22</b>	Roslund Tarja	20	22:44

## BILAGA 17. DELTAGARNAS SKRIFTLIGA FEEDBACK.

### FEEDBACK OHO-RACE 2016

- *Roligt, lagom svåra hinder, kunde ha varit lite längre.*
- *Roligt ☺ Kunde vara lite längre hinderbana.*
- *Hyvä rata. ILMO-aika liian pitkä. Lähtölistat ois kiva tietää etukäteen.*
- *Banan var riktigt rolig. Man kunde delta fast man inte är den som tränar mest. Det var bra.*
- *Bra ordnat. Roliga hinder. Variationen i hindren var bra!*
- *ROLIGT!*
- *Helt ok... lite dåligt väder.*
- *Bra bana. Kul grej.*
- *VATTENHINDER, LÄNGRE BANAN.*
- *Bra! Nästa år igen!*
- *Hyvä rata! Voisi olla pidempi!*
- *Bra, flera gånger.*
- *Riktigt kul race. Bra ordnat. Stationerna var int för svåra, kunde t.o.m. vara mer utmanande. Regnet var inte ens ett -.*
- *Bra bana.*
- *Lite otydlig hinderinformation. Banrutten också lite otydlig. PS. Kul evenemang, mera sånt.*
- *Roligt, lite utmanande p.g.a. regnet annars kunde hindren t.o.m. vara lite mer krävande.*
- *Bra bana.*
- *Kul. Näst år igen. Bra bana, superbBra utmärkt vart man ska fara.*
- *Kul race! Riktigt bra!*
- *Riktigt kul och lagom utmanande.*
- *Skitkul! Kunde ha betalat för det.*
- *-*