

Girl's Hockey Day Porvoo – Planering och genomförande av ett idrottsevenemang

Vera Miettinen

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Idrott och hälsopromotion
Identifikationsnummer:	6676
Författare:	Vera Miettinen
Arbetets namn:	Girl's Hockey Day Porvoo – Planering och genomförande av ett idrottsevenemang
Handledare (Arcada):	Marko Vaappo
Uppdragsgivare:	Finlands Ishockeyförbund rf
<p>Sammandrag: Detta examensarbete är ett projekt, Girl's Hockey Day Porvoo, som är ett beställningsarbete för Finlands Ishockeyförbund rf. Syftet med arbetet är att planera och genomföra ett idrottsevenemang för flickor med temat ishockey för att få dem intresserade av att prova på ishockey. Målgruppen för evenemanget är flickor i åldern 5-12 år. Den teoretiska referensramen i arbetet tar upp motivation, flickornas ställning inom idrott och evenemangsplaneringen. Även marknadsföringen beskrivs. Frågeställningar för arbetet är följande: A) Hur planera och förverkliga ett evenemang? B) Hur öka flickornas intresse för ishockey? Metoden som skribenten har valt är processbeskrivning för att redogöra för processen från en idé, planering av evenemanget, genomförande av evenemanget till avslutande av evenemanget. En genomföringsplan och säkerhetsplan, specifik för detta evenemang ingår i planen. Girl's Hockey Day Porvoo är ett evenemang med låg tröskel d.v.s. ingen tidigare erfarenhet av ishockey krävs. Det är även ett roligt och säkert evenemang. Säkerheten tas i beaktande genom att man skapar ett säkerhetsdokument. Girl's Hockey Day Porvoo ordnades 4.2.2018 i Borgå ishall. Evenemanget lockade 28 deltagare. Evenemanget erbjuder aktiviteter för alla nivåer, från nybörjarnivå- till en mera avancerad nivå. Feedback samlas genom att deltagaren får välja en röd eller grön kula som symboliserade deltagarens åsikt om evenemanget. Grön för roligt och röd för dåligt. Kulorna placeras en i en skål för sig. Deltagarna tilldelas pris. Evalueringen av evenemanget baserar sig på deltagarnas feedback, deltagarmängden och arrangörernas ställningstagande. Projektet framskrider enligt evenemangsplaneringsfaserna. Arbetet avslutas med diskussion om metodvalen och resultaten. Enligt deltagarnas feedback var evenemanget omtyckt.</p>	
Nyckelord:	Finlands Ishockeyförbund ry, evenemangsplanering, motivation, jämställdhet
Sidantal:	85
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	30.5.2018

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Sports and Health Promotion
Identification number:	6676
Author:	Vera Miettinen
Title:	Girl's Hockey Day Porvoo - Planning and executing a sportsevent
Supervisor (Arcada):	Marko Vaappo
Commissioned by:	Finnish Ice Hockey Association
<p>Abstract:</p> <p>This degree thesis is a project, Girl's Hockey Day Porvoo, which is commissioned by Finnish Ice Hockey Association. The purpose of this degree thesis was to plan and execute a sports event for girls with the theme ice hockey to get them more interested in trying out ice hockey. The target group for the event is girls in ages 5-12 year. The theoretical framework consists of motivation, girls position in sports and event planning. Even marketing is described. The research questions were the following: A) How to plan and execute an event? B) How to increase girls interest in ice hockey? The method the writer decided to use is process describing to describe the process from an idea, planning an event, executing the event to ending the event. A through-plan and security plan, specific for this event, is included in the plan. Girl's Hockey Day Porvoo is an event with low threshold, no earlier experience I required for participating. The event is also a fun and safe event. The security is taken I consideration with making a security document. Girl's Hockey Day Porvoo was arranged 4.2.2018 at Porvoo ice hall. The event attracted 28 participants. The event offers activities to all skill levels, from beginners to advanced. Feedback is collected by letting the participant choose between a green and a red bead to symbolize the participants feeling of the event. Green bead for a fun and red bead for a bad event. The beads are placed in a separate bowl. The participants get a price. The evaluating of the event is based on the participants feedback, number of participants and the organizers views. The project is progressing according to the event planning phases. The degree thesis is ended with a discussion about the method choices and results. According to the participants the event was liked.</p>	
Keywords:	Finnish Ice Hockey Association, event planning, motivation, equality
Number of pages:	85
Language:	Swedish
Date of acceptance:	30.5.2018

OPINNÄYTE	
Arcada	
Koulutusohjelma:	Liikunta ja terveyden edistäminen
Tunnistenumero:	6676
Tekijä:	Vera Miettinen
Työn nimi:	Girl's Hockey Day Porvoo – Liikuntatapahtuman suunnittelu ja toteutus
Työn ohjaaja (Arcada):	Marko Vaappo
Toimeksiantaja:	Suomen Jääkiekkoliitto ry
<p>Tiivistelmä: Tämä opinnäytetyö on projekti, Girl's Hockey Day Porvoo, joka on tilaustyö Suomen Jääkiekkoliitto ry:lle. Työn tarkoitus on suunnitella ja toteuttaa liikuntatapahtuma tytöille jääkiekkoteemalla, jotta tytöt saataisiin kiinnostumaan ja kokeilemaan jääkiekkoa. Kohderyhmä tapahtumalle on 5-12-vuotiaat tytöt. Työn teoreettinen viitekehys käy läpi motivaatiota, tyttöjen asemaa urheilussa sekä tapahtumasuunnittelua. Myös markkinointia kuvaillaan. Työn tutkimuskysymykset ovat seuraavat: A) Miten suunnitella ja toteuttaa tapahtuma? B) Miten lisätä tyttöjen kiinnostusta jääkiekkoa kohtaan? Menetelmä, jonka kirjoittaja on valinnut, on prosessikuvaus jossa käydään läpi koko prosessi ideasta, tapahtuman suunnitteleminen, tapahtuman toteuttaminen aina tapahtuman lopettamiseen. Toteutussuunnitelma ja turvallisuussuunnitelma, joka on tapahtumakohtainen, kuuluu suunnitelmaan. Girl's Hockey Day Porvoo on matalankynnyksen tapahtuma, johon osallistukseen ei tarvitse aikaisempaa kokemusta jääkiekosta. Tapahtuma on myös hauska ja turvallinen. Turvallisuus otetaan huomioon luomalla turvallisuussuunnitelma. Girl's Hockey Day Porvoo järjestettiin 4.2.2018 Porvooon jäähallissa. Tapahtuma keräsi 28 osallistujaa paikalle. Tapahtuma tarjoaa aktiviteetteja kaiken tasoisille osallistujille, alkeista kehittyneemmille. Palaute tapahtumasta kerätään tavalla jossa osallistuja valitsee joko punaisen tai vihreän kuulun kuvastamaan osallistujan mielipidettä tapahtumasta. Vihreä kuula hauska ja punainen kuula huonosta tapahtumasta. Kuulat asetetaan erilliseen kulhoon. Osallistujat saavat palkinnon. Tapahtuman arviointi pohjautuu osallistujien palautteeseen, osallistujamäärään sekä tapahtumajärjestäjien kannanottoon. Projekti etenee tapahtumasuunnitteluvaiheiden mukaisesti. Työ lopetetaan keskustelulla menetelmävalinnasta ja tuloksesta. Osallistujien palautteen mukaan tapahtuma oli pidetty.</p>	
Avainsanat:	Suomen Jääkiekkoliitto ry, tapahtumasuunnittelu, motivaatio, tasa-arvo
Sivumäärä:	85
Kieli:	Ruotsi
Hyväksymispäivämäärä:	30.5.2018

INNEHÅLL

1	Inledning.....	9
2	Beställaren	10
2.1	Finlands Ishockeyförbund ry	10
2.2	Hunters Juniors ry	10
3	Motivation.....	11
4	Flickornas ställning inom idrott.....	14
4.1	Inom ishockey.....	15
4.2	Girl's Hockey Day	17
5	Organisering av evenemanget.....	17
5.1	Målsättning för evenemanget	19
5.1.1	<i>Ställa upp mål.....</i>	<i>20</i>
5.1.2	<i>Målgrupp och deltagarantal.....</i>	<i>20</i>
5.2	Planering av evenemanget.....	21
5.2.1	<i>SWOT-analys</i>	<i>22</i>
5.2.2	<i>Tid och plats</i>	<i>24</i>
5.2.3	<i>Organisationen</i>	<i>24</i>
5.2.4	<i>Resurser</i>	<i>26</i>
5.2.5	<i>Marknadsföring.....</i>	<i>27</i>
5.2.6	<i>Kommunikation.....</i>	<i>30</i>
5.2.7	<i>Säkerhet</i>	<i>31</i>
5.3	Genomförandet av evenemanget.....	33
5.3.1	<i>Kvalitet.....</i>	<i>34</i>
5.4	Avslutandet av evenemanget	35
6	Syfte och frågeställningar	36
6.1	Avgränsning.....	36
6.2	Etik.....	36
7	Metod.....	37
8	Girl's Hockey Day Porvoo	38
8.1	Målsättning för evenemanget	38
8.1.1	<i>Syfte och tema.....</i>	<i>38</i>
8.1.2	<i>Målgrupp och deltagarantal.....</i>	<i>38</i>
8.2	Planering av evenemanget.....	39
8.2.1	<i>SWOT-analys</i>	<i>39</i>

8.2.2	<i>Plats och tidsplanering</i>	41
8.2.3	<i>Organisationen</i>	42
8.2.4	<i>Resurser</i>	42
8.2.5	<i>Marknadsföring</i>	43
8.2.6	<i>Kommunikation</i>	45
8.2.7	<i>Säkerhet</i>	46
8.2.8	<i>Metoder</i>	46
8.3	Genomförandet av evenemanget.....	47
8.3.1	<i>Förberedelser</i>	47
8.3.2	<i>Program</i>	48
8.3.3	<i>Programmet på isen</i>	48
8.3.4	<i>Evenemangstillfället</i>	50
8.4	Avslutandet av Girl's Hockey Day Porvoo.....	50
8.4.1	<i>Feedback</i>	50
9	Utvärdering	51
10	Diskussion	52
10.1	Metoddiskussion.....	52
10.2	Resultatdiskussion.....	54
11	Slutord	56
	Källor	57
Bilagor		
Bilaga 1. Projektets tidsplan		
Bilaga 2. Logon		
Bilaga 3. Girl's Hockey Day Porvoo reklamblad (SVENSKA)		
Bilaga 4. Girl's Hockey Day Porvoo reklamblad (finska)		
Bilaga 5. Girl's Hockey Day Porvoo reklamkort		
Bilaga 6. Marknadsföringsmaterial till skolbesöken		
Bilaga 7. Publikationer om evenemanget		
Bilaga 8. Finkey-maskot		
Bilaga 9. Säkerhetsdokument Girl's Hockey Day Porvoo		
Bilaga 10. Hjärt-lungräddning för barn		
Bilaga 11. Girl's Hockey Day Porvoo Anmälningsblankett		

Bilaga 12. Lista på behövliga material och redskap till Girl's Hockey Day Porvoo

Bilaga 13. Arbetsindelning

Bilaga 14. Spelskjorta och namnlapp

Bilaga 15. Indelning av isen

Figurer

Figur 1. Motivationens olika faser.....	14
Figur 2. Könsfördelning säsongen 2017-2018.	16
Figur 3. Evenemangsprojektets olika faser	18
Figur 4. Meddelandets komponenter	30
Figur 5. Modell för hantering av en nödsituation.....	33
Figur 6. Kvalitetens två dimensioner.....	34
Figur 7. Var evenemanget roligt?.....	51

Tabeller

Tabell 1. SWOT-analys.	23
Tabell 2. SWOT-analys, Girl's Hockey Day Porvoo.	40

1 INLEDNING

Detta examensarbete är ett funktionellt examensarbete i form av ett projekt, Girl's Hockey Day Porvoo, där flickorna får prova på ishockey. Evenemangets olika faser går igenom; planering, genomföring och avslutning. Projektets centrala teman är motivation, jämställdhet inom idrott, evenemangsplaneringsprocessen och säkerheten.

Planeringsprocessen för evenemanget och riskhanteringen för detta projekt tas upp i den teoretiska referensramen. Även motivationsteorin och jämställdheten inom idrott och ishockey presenteras. En genomföringsplan och säkerhetsplan specifik för detta evenemang ingår i planen. Evenemangets praktiska upplägg redovisas och till sist analyseras resultaten och projektet diskuteras.

Beställaren för detta examensarbete är Finlands Ishockeyförbund ry. De ville ha ett evenemang som drar nya flickor till sporten och samtidigt bjuder på en ny upplevelse för flickorna som redan är med i verksamheten. Därför valde vi ett evenemang med låg tröskel, d.v.s. ingen utrustning eller erfarenhet av ishockey behövdes från tidigare. (Puputti 2017)

Detta ämne har jag valt eftersom jag själv spelar ishockey och har gjort det nu i 12 år. Jag har alltid åkt mycket skridsko på fritiden med familjen så intresset har funnits redan som litet barn, men det var först då det ordnades en liknande dag, som detta evenemang, som jag själv började spela ishockey. Jag tyckte det var lätt att börja min ishockeykarriär på detta vis, eftersom alla flickor var nya i sporten. Därför var det viktigt för mig att ordna ett evenemang med låg tröskel för flickor. Det fanns några utmaningar, nämligen hur åstadkommer jag ett lyckat evenemang och hur får jag flickor att delta i evenemanget i ishockey, vilket inte är en populär sport bland flickorna?

Då vi pratar om en sport som inte är så vanlig bland det kvinnliga könet hamnar vi direkt in på ämnet om jämställdhet. Damhockey visas inte på tv, man kan inte läsa om det i tidningen och man ser inte heller så mycket av den på sociala medier. Dock är det lättare för damidrotten att ta sig över nyhetströskeln och få plats i media under Olympiska spelen än vid någon annan tidpunkt (Pirinen 2006 s. 40). Bristen på jämställdhet syns i

träningstiderna, samarbetet med möjliga sponsorer, utrustningens kostnader och framför allt i avlöningen. I herrlagen får spelarna betalt medan damerna tvingas betala för att få spela. (Gilenstam et. al. 2008 s. 244)

2 BESTÄLLAREN

Beställaren av examensarbetet är Finlands Ishockeyförbund ry. Evenemanget hölls för Hunters Juniors ry som är en ishockeyförening i Borgå.

2.1 Finlands Ishockeyförbund ry

Finlands Ishockeyförbund ry är en icke vinstdrivande organisation och har som uppgift att utveckla ishockeyn samt fungera som en nationell förening. Förbundets verksamhet baserar sig på idrottens etiska värde och dess fair play-princip. Förverkligande av förbundets syfte sker genom att t.ex. främja ishockeyns image och respekt, göra upp spel-, tävlings- och andra behövliga regler, övervaka att reglerna följs och vid behov lösa brott mot reglerna. Till uppgifterna hör även att svara för det internationella samarbetet och representera det internationella ishockeyförbundet IIHF. Finlands Ishockeyförbund ry ordnar internationella och nationella tävlingar samt utbildnings- och coachningsverksamhet. Det är också deras uppgift att utse landslagen och stöda dem, främja skapandet av nya föreningar och stöda deras verksamhet. Att främja och övervaka speciellt barnens och ungdomens sunda utveckling till idrottare är en del av arbetet. En del av arbetet är också att informera pressen i frågor som rör förbundet. (Leijonat)

2.2 Hunters Juniors ry

Hunters Juniors ry är en ishockeyförening i Borgå vars målsättning är att erbjuda barn i Borgå regionen möjlighet att spela ishockey kostnadseffektivt. Föreningen fungerar som uppfödarförening och strävar efter att utveckla spelare till det egna herrlaget såväl som till huvudstadsregionens stora föreningar. I Hunters Juniors ry finns det ungefär 350 stycken spelare ända från ishockeyskolan till B-juniorerna. Verksamheten i dagens läge fokuserar sig på grundverksamheten, som man ständigt försöker utveckla och förbättra. Man har nått goda resultat genom att försäkra sig om att grunderna är under kontroll

förrän man lägger till andra komponenter. ”Varje år har vi hämtat något nytt med som har fört oss framåt”. Spelarantalet har en uppåt pekande kurva men antalet varierar självklart på basen av hur bra åldersgrupperna har hållits ihop. Om man jämför förhållandet mellan spelare som slutar och nya spelare, är det helt klart fler som börjar spela. Det har under årens lopp uppstått situationer där t.ex. halva laget har anslutit sig till en annan förening. Hunters Juniors ry förhåller sig positivt till flickhockey och de strävar efter att hitta ett koncept, där de kan erbjuda Borgåflickorna en möjlighet att spela ishockey. Detta är under planering och målet är att komma igång säsongen 2018-2019. Målsättningen är att få en flickgrupp som det skulle vara lätt att komma till och den vägen förflytta sig till åldersklassgrupper, s.k. pojklag, ifall flickan vill spela i seriematcher. Målet på lång sikt är att kunna grunda ett eget flicklag efter några år då spelarantalet är tillräckligt. (Karppinen 2018)

3 MOTIVATION

I detta kapitel går motivationens olika faser igenom för att kunna förstå vad som styr människans beteende och vad som får människan att handla på ett visst sätt. Också hur man behåller och stimulerar motivationen tas upp.

Motivation svarar på frågan varför individen agerar på ett visst sätt (Liukkonen et. al. 2012 s. 48). För att individen skall kunna prestera behövs motivation. Alla individer har motivation, men nivån kan variera från uppgift till uppgift. Situationen samspelar med individens uppfattningar och värderingar av situationen. Detta påverkar graden av motivation hos individen. (Hassmén et. al. 2006 s. 164-165) Motivationen har två funktioner för individen; motivationen fungerar som energi och får individen att handla på ett visst sätt och med iver samt styr individens beteende (Liukkonen et. al. 2012 s. 48).

Enligt självbestämmandeteorin är individen till sin natur aktiv, motiverad och självledande, alltså sätter individen upp mål och försöker klara av utmaningar. Den naturliga motivationen får individen att möta utmaningar, lösa problem och lära sig. Utvecklingen och psykologiska mognaden hos individen sker i växelverkan med sociala omgivningen. Således inverkar sociala omgivningen stort på hur individen formas. Motivationens ursprung och motivets natur har större betydelse än mängden motivation. Motivationen

kan vara hög men det är motivet för varför individen agerar som avgör resultatet. För att åtskilja motiven har motiven delats in i inre och yttre motivation. (Vasalampi 2017 s. 54-55)

Då individen utför en uppgift p.g.a. uppgiftens karaktär och för de positiva känslorna uppgiften medför, kallas det för inre motivation (Liukkonen et. al. 2012 s. 50). Inre motivationens kännetecknande faktor är alltså att individen själv väljer uppgiften, då upplevs en känsla av autonomi (Hassmén et. al. 2009 s. 107). Ju mer individen har inre motivation desto mer är individen ägnad för uppgiften. Individen gör val i enlighet med uppgiften och är tålmodig. (Liukkonen et. al. 2012 s. 50-51)

Behovet av autonomi, samhörighet och kompetens är faktorer som driver individen framåt och är viktiga för den inre motivationen. (Liukkonen et. al. 2012 s. 49) För att stöda autonomi i den sociala omgivningen, strävar man efter att ta alla individers synvinklar i beaktande. I en omgivning där autonomi upplevs kan alla känna någon grad av valfrihet. (Vasalampi 2017 s. 60) *Autonom och kontrollerad motivation* betyder att individen väljer de egna målsättningarna. Detta leder till iver och framgång som i sin tur återspeglas i hälsan. (Deci & Ryan 2000 s. 236-237) Ifall individen utför uppgiften tillsammans med en grupp, uppfylls behovet av samhörighet. Behovet av kompetens tillfredsställs då individen utför uppgiften med glädje och klarar av utmaningen. (Hassmén et. al. 2009 s. 107).

Inre motivationen består av tre dimensioner:

- Motivationen att lära sig, upptäcka och försöka förstå nya saker.
- Uppnå och skapa något, försök att överträffa sig själv.
- Uppleva stimulans och positiva känslor. (Hassmén et. al. 2006 s. 170-171)

Intresset för uppgiften håller kvar en längre tid om inre motivationen stimuleras. Detta kan göras genom att utveckla, lära sig ny kunskap och prova på nya saker och miljöer. (Hassmén et. al. 2009 s. 107-108) En individ som får positiv feedback för uppgiftens genomförande har högre inre motivation än individen som inte får positiv feedback (Vasalampi 2017 s. 60).

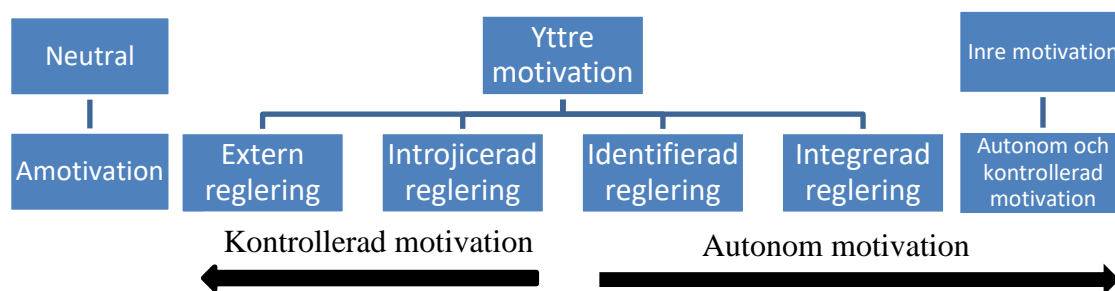
Yttre motivation beskrivs som att individen utför en uppgift p.g.a. fördelarna som uppgiften medför. Denna typ av motivation belönas med priser som kan vara sociala eller materiella. (Hassmén et. al. 2006 s. 170) En individ med yttre motivation bedömer sin kunskap utifrån belöningar, större pris är lika med högre kunskap. Individen har möjligtvis börjat med uppgiften av eget intresse, men efter en längre tid börjat glida från inre motivation allt mer till att motiveras av yttre faktorer. (Hassmén et. al. 2009 s. 108) Individen som motiveras av yttre faktorer kan känna sig tvungen till och nervös inför uppgiften. (Hassmén et. al. 2006 s. 170) Belöningar kan göra så att individen förlorar intresset och till och med blir amotiverad (Hassmén et. al. 2009 s. 108).

Då motivet styrs av externa händelser, såsom belöningar och att undvika straff, pratas det om *extern reglering*. Denna typ av motiv är också kontrollerande och försvagar inre motivationen. *Introicerad reglering* har som motiv att undvika känslor av skam, skuld och ångest. Denna typ av motiv försvagar hälsan, påverkar känslorna och har yttre styrning. Motivet leder inte till en uthållig och långvarig prestation. Då individen observerar och accepterar målets värde kallas det för *identifierad reglering*. Personen ser omgivningens mål och regler som viktiga och en del av egna värderingar. Här styrs motivationen av viljan att bli respekterad. *Integrerad reglering* är yttre motiv med anpassad styrning. Här är individen förenad med omgivningens mål och värderingar, d.v.s. omgivningens mål är lika med egna värderingarna. Målet är viktigt och betydelsefullt för individen och bidrar till starkt engagemang. Integration är viktigt för att uppnå mål eftersom det hjälper att jobba mot målet fastän det inte alltid är roligt. (Deci & Ryan 2000 s. 236-237)

Individer som saknar syfte med uppgiften och brist på motivation lider av amotivation (Hassmén et. al. 2006 s. 170). *Amotiverade* saknar viljan att agera, effektivitet eller kontroll för att uppnå önskat resultat. Amotivationen har en neutral eller obemärkt styrning. (Deci & Ryan 2000 s. 236-237) Utmärkande exempel på amotivation är att individen är osäker på sitt kunnande, sina val, sin ambition och självkontroll (Hassmén et. al. 2009 s. 109). Det bör finnas en balans mellan den inre och yttre motivationen för att undvika amotivation. Då motivationen enbart handlar om yttre faktorer ökar risken för amotivation signifikant. Därför vore det bra att fokusera på den inre motivationens stimulering

för att höja den, därmed har yttre faktorerna inte så stor betydelse. (Hassmén et. al. 2009 s. 109)

Motiven för motivation kan illustreras som en linje där det går från amotivation till yttre motivation och till sist till inre motivation (se figur 1).



Figur 1. Motivationens olika faser. Modifierad (Deci & Ryan 2000 s. 236-237).

4 FLICKORNAS STÄLLNING INOM IDROTT

Tävlingsidrott har setts som det manliga könets område och människorna har ofta haft en skeptisk syn på damidrott. Det har ansetts att damerna ska utöva fysisk aktivitet där det strävas efter att främja hälsan, istället för att tävla om vinster, mästerskap och rekord. I många idrottsgrenar framhävs styrka, uthållighet och snabbhet som har setts mer som den manliga kroppens egenskaper. Dessa egenskaper har setts som bristfälliga hos den kvinnliga kroppen. På grund av att den kvinnliga kroppen ses som naturligt svagare än den manliga, skiljer sig poängräkningen, sträckorna, redskapen och reglerna från varandra i många idrottsgrenar. Kvinnornas prestationer mäts på olika, lättare sätt vilket resulterar i att damsporten uppskattas mindre. (Pirinen 2006 s. 13-14)

Brist på uppskattning syns även i sociala medier där damsport får minimal synlighet jämfört med män. Damsportens minimala synlighet i media motiveras med att kvinnornas idrott är på låg nivå och att kvinnornas idrottstävlingar inte ses som spännande och intressanta. Att publiken är mer intresserad av manliga idrottare används också som argument. Detta är ett problematiskt tänkande eftersom publikens intresse är kopplat till utbudet. Det är svårt för läsare och tittare att bli intresserade av damidrott om inte damidrotten förs fram. (Pirinen 2006 s. 40) Faktum är att media ses som ett negativt verktyg

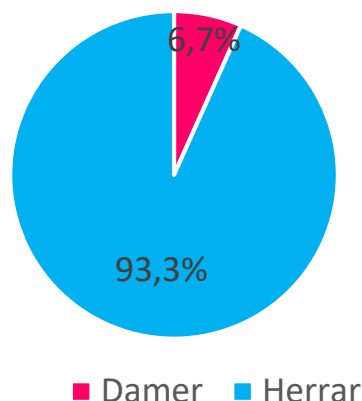
då den begränsar, censurerar och förnekar verkligheten men det är också ett effektivt verktyg som skapar möjligheter. Medians betydelse för olika idrottsgrenars utveckling är viktig, eftersom sporten når offentlig synlighet med hjälp av den. (Thorpe 2008 s. 200)

För kvinnor har det varit lätt att få tävla i sporter där estetik samt uttryckande poängteras eller där det används lätta redskap. Sådana sporter är till exempel konståkning, gymnastik, simhopp, golf och tennis. Däremot har kvinnorna haft svårt att få tävla i grenar som anses manliga. Sådana grenar är där det används tunga redskap, i hoppgrenar, där uthålligheten framhävs, i grenar som kräver teknik eller där idrottarna är i fysisk kontakt med varandra. Exempel på grenar som beskriver detta är tyngdlyftning, backhoppning, maraton, motorsporter och ishockey. Det har inte funnits något hinder för kvinnor att utöva dessa sporter. Problemet har uppstått då man har önskat ordna officiella tävlingar för kvinnor, där det tävlas om internationella titlar. Detta har stött på motstånd. (Pirinen 2006 s. 14-15)

4.1 Inom ishockey

Ishockeyn har en stark position bland finländarna, men för det mesta endast som herrarnas sport. I media presenteras både herrarnas internationella och nationella resultat, medan damerna får ytterligt liten eller ingen plats alls i media. Detta ger en bra bild av hur lite damhockeyn uppskattas. Damernas position i ishockeyns hierarki är på lägsta nivån. Först kommer herrarna, sedan pojkarnas junior FM-lag, därefter yngre pojkar och till sist flickor och damer. (Berg & Kokkonen 2016 s. 46) Säsongen 2014-2015 var det 4170 flickor som spelade ishockey och motsvarande siffra för pojkarna var över tio gånger mer, 57746. Denna säsong, 2017-2018, var antalen 4179 flickor och 58454 pojkar. Könsfördelningen för säsongen 2017-2018 är 6,7% damer och 93,3% herrar (se figur 2). (Finlands Ishockeyförbund ry 2018)

Könsfördelning 2017-2018



Figur 2. Könsfördelning säsongen 2017-2018 (Finlands Ishockeyförbund ry 2018).

Ishockey är inte en lika populär sport bland flickorna som hos pojkarna och flickorna är således en minoritet inom ishockeyn. Detta uppmärksammas t.ex. genom att fokus ligger mer på pojkarna och man tänker att ishockey är mera en gren för det manliga könet. Enligt forskning ges också träningsturer mer åt pojkarna, då flickorna och damerna får nöja sig med tidiga morgonturer eller sena kvällsturer. (Berg & Kokkonen 2016 s. 46-47) I vårt samhälle syns skillnaden mellan könen också i språket: då man pratar om en ishockeyspelare menar man det manliga könet och man får en bild av en stark, maskulin och maktfull man. Då man pratar om det kvinnliga könet sätts ordet *dam-* framför *ishockeyspelare*, d.v.s. damishockeyspelare. Eftersom damishockeyspelaren anses mer maskulin än andra kvinnor kopplas ofta frågor om sexuell läggning med. Idrottande män beskrivs ofta som maskiner, ambitiösa, bra på att behandla kritik samt sådan som alltid gör sitt bästa på träningarna. Kvinnor som utövar sporter beskrivs mer negativt, som mindre ambitiösa och mer emotionella än männen. Damspelarna utmanar könsrollerna helt enkelt genom att utöva sporten. De ser sig själva som annorlunda än andra kvinnor på ett positivt sätt. Damspelarna är inte sköra och svaga. De känner inte något behov av att anpassa regler bara för att de är kvinnor. (Gilenstam et. al. 2008 s. 239, 242)

Synligaste skillnaden mellan herrar och damer i ishockeyn är hjälmen. Flickorna och damerna bör använda en hjälm med galler, medan pojkarna får byta från galler till visir då de fyller 18 år. Damerna får inte tackla och ifall det sker blir de utvisade på 2 minu-

ter. (Suomen Jääkiekkoliitto & IIHF 2014 s. 30, 87) Med begränsningar producerar man myter om kvinnans svaghet. Begränsningar har motiverats med att kvinnan inte har färdigheter som sporten kräver, kvinnans kropp är för svag och skadas lätt. De fysiska kontaktgrenarna har ansetts vara ett hot för kvinnans förökning. (Herrala 2015 s. 38) Kvinnorna avstår medvetet från våld, kraft och fysisk aggression genom att de inspireras till ett icke-våldsamt spel som passar alla nivåer. Damspelarnas spel beskrivs ofta som skickligt och rent spel, jämfört med herrarnas våldsamma och smutsiga spel. Kvinnornas spel ses också som ett alternativ till herrarnas s.k. riktiga spel. (Pelak 2002 s. 103)

4.2 Girl's Hockey Day

Girl's Hockey Day är ett internationellt koncept som har startat 2011 och målet är att erbjuda flickor en möjlighet att prova på ishockey. Flickorna får lära sig baskunskaper i ishockey, träffa andra flickor och hitta en ny sport. Förbundet, serier, föreningar, lag eller vem som helst som har intresse för flickishockey kan ta äran att förverkliga ett evenemang och evenemanget kan göras så litet eller stort som resurserna tillåter. Konceptet ger frihet att planera evenemanget från början till slut. Enda kriteriet är att evenemanget skall vara riktat för flickor för att spela ishockey. Innehållet får planeras enligt egen kunskap och intresse. Internationella Girl's Hockey Day veckoslutet är vecka 40 och då är det en ypperlig tidpunkt att ordna detta evenemang. (International Ice Hockey Federation 2016)

5 ORGANISERING AV EVENEMANGET

Begrepp som karaktäriserar ett projekt är att det är en engångshändelse, hålls under en utsatt tidpunkt, genomförs enligt resurserna, har fastställda mål, projektet går enligt specifika arbetsmetoder från början till slut samt utförs av en temporär arbetsgrupp (Hassmén et. al. 2009 s. 22). Osäkerhet och att ta risker hör också till projektets natur (Ruuska 2005 s. 20). Evenemanget är inget projekt längre om det utvecklas från ett engångs evenemang till ett traditionellt evenemang. (Iiskola-Kesonen 2006 s. 8)

Organiseringen av ett evenemang är ett typiskt projektarbete. Organiseringen av evenemanget framskrider alltid stegvis och varje steg kräver olika åtgärder. Det är att sätta

upp mål och definiera dem, att planera, själva genomförandet och till sist evenemangets avslutande (se figur 3). Evenemanget bör ha tydliga målsättningar och egen tidtabell (Iiskola-Kesonen 2006 s. 8-9).



Figur 3. Evenemangsprojektets olika faser. Modifierad (Iiskola-Kesonen s. 8)

Från en modell för faser skall det lätt kunna markeras var en fas slutar och en annan börjar, d.v.s. att kunna avgränsa de olika faserna tydligt. Att specifikt ange vad som skall vara gjort för att en fas är klar är en betydande del för att projektets utveckling kan kontrolleras. Projektets karaktär bestämmer fasernas längd och mängd och kan således vara olika. (Eklund 2002 s. 44) Projektet är också en egen helhet. Det sker förändringar under processens gång och det är inte alltid klart vad det händer i nästa fas, eftersom resultaten från föregående fas påverkar det kommande. (Ruuska 2005 s. 19)

Till evenemanget hör en egen organisation (Iiskola-Kesonen 2006 s. 8). Personerna i organisationen kan representera olika kategorier, såsom företag, andra organisationer och nationaliteter. (Ruuska 2005 s. 19) Projektet har också alltid en uppdragsgivare eller beställare, som spikar fast projektets avgränsningar och förutsättningar (Hagström & Mattsson 2010 s. 7).

Det finns s.k. agila projekt, flexibla projekt, vilket betyder att det används metoder i projektledningen som är lätta att anpassa till möjliga förändringar. De centrala punkterna inom agila projekt är att det viktigaste skall göras först, att vara redo för förändringar samt att uppföljningen skall vara noggrann. För att skapa en metod som lämpar sig för projekt inom idrottsvärlden, har det plockats delar både av den traditionella projektmetoden samt den agila metoden. (Hagström & Mattsson 2010 s. 7-8)

5.1 Målsättning för evenemanget

Ett projekt får en början från idé att ändra eller utveckla något. Att vara öppen för andra alternativ och inte ta det första bästa då det bollas med projektidéer är ett bra tips. (Hagström & Mattsson 2010 s. 18) Det första som görs är att reda ut behovet och bestämma uppdragsgivarens förutsättningar för projektet, d.v.s. klargöra målsättningarna och förväntade resultaten för projektet (Eklund 2011 s. 121). Beställaren spelar en stor roll eftersom det är deras uppgift att godkänna projektet samt fastställa resurserna. (Hagström & Mattsson 2010 s. 18) Också projektgruppen bildas genom rekrytering (Eklund 2011 s. 121).

För att beställaren kan godkänna idén behövs en uppdragsbeskrivning. I uppdragsbeskrivningen kommer det fram bakgrund till projektet, orsaken till projektet och om det finns information från tidigare samt vem som är projektets beställare. Syfte och målsättning är en viktig del. Här begrundar man vilket mål man vill uppnå och varför det är viktigt att genomföra projektet. (Hagström & Mattsson 2010 s. 20) Intensivt samarbete mellan projektgruppen och målgruppen är en förutsättning för att lyckas med definieringen av vad som vill åstadkommas med projektet (Ruuska 2005 s. 36). På basis av uppdragsbeskrivningens resultat kan planeringen av projektet påbörjas eller förkastas (Kauhanen et. al. 2002 s. 28).

Det är väldigt viktigt att tänka på varför och vem som är evenemangets målgrupp. Målsättningarna kan t.ex. vara ekonomiska, relaterade till image eller konkurrensmässiga. Med ett evenemang kan medlemmarna eller orten aktiveras. När målsättningarna är noggrant genomtänkta är det mer sannolikt att uppnå dem. Genom att definiera målen får man svar på följande frågor: varför evenemanget görs, åt vem evenemanget arrangeras, hur evenemangets olika roller, rättigheter och skyldigheter fördelas, till vad används den möjliga ekonomiska vinsten och hur man har förberett sig för en eventuell ekonomiska förlust samt om projektet kommer att göras till ett fortsatt evenemang. (Iiskola-Kesonen 2006 s. 9)

I uppdragsbeskrivningens resultatdel diskuteras det vilken typ av projekt det kommer vara, en bok, ett evenemang eller en produkt? Avgränsningar är bra att ha i ett projekt så

att det inte blir för brett. Resurser har en stor betydelse för projektet. Här pratar vi om pengar, tid, kompetens och material. Projektets ansvarsfördelning hör till organisationsdelen. Där skall det komma fram vem som har huvudansvaret och vad det finns för andra roller inom projektet. Kommunikationsdelen tar upp grupper som skall informeras och ifall det finns samarbetspartners. Till sist följer en skiss över tidtabellen. (Hagström & Mattsson 2010 s. 20)

5.1.1 Ställa upp mål

Om målen för projektet är tydliga och innehåller mätbara faktorer är det mycket sannolikt att projektet lyckas. Målen kan motivera och underlätta arbetet. (Hagström & Mattsson 2010 s. 30) Projektgruppen fungerar tillsammans som ett och samma team då de har ett gemensamt mål att sträva efter. Ett team har också specifika uppgifter som är bundna till varandra. (Eklund 2011 s. 25, 72). Ifall uppdragsbeskrivningen är grundligt gjord är det lättare att sätta upp lämpliga mål för projektet. (Hagström & Mattsson 2010 s. 30)

Det finns en minnesregel för att forma mål, nämligen SMART-regeln.

- Specifikt – Tydliga fastställda mål motiverar och går att evaluera.
- Mätbart – Det är lätt att bestämma om mål som kan skrivas i siffror har uppnåtts eller inte.
- Aktionsinriktat – För att hållas motiverad är det viktigt att sätta upp mål som är verksamhetsinriktade.
- Realistiskt – Mål som är utmanande men ändå möjliga att nå.
- Tidssatt – Målen bör ha en tidsgräns. (Hassmén et. al. 2009 s. 110)

5.1.2 Målgrupp och deltagarantal

Olika faktorer påverkar bestämningen av målgruppen. När temat för evenemanget är bestämt skall åldersgruppen och könet som evenemanget vill nå klarläggas. Målgruppen och temat för evenemanget inverkar på olika faktorer som gäller planeringen av evenemanget. Evenemangs innehållet bör vara passande för målgruppen. Ett omväxlande innehåll med flera alternativ medför större deltagarantal. Dock är det svårare att planera

och genomföra ett sådant evenemang. Också valet av om evenemanget är avgiftsbelagt eller gratis skall vara passande för målgruppen, t.ex. ett evenemang för barn är högst antagligen gratis. (Conway 2009 s. 53-54)

Det finns flera metoder för hur deltagarantalet kan uppskattas. Ett sätt är att ifall evenemanget har ordnats förr kan deltagarantal kollas upp. Siffrorna skall endast vara vägledande, eftersom omständigheterna kan ha varit bättre eller sämre än för det kommande evenemanget. Deltagarantal för liknande evenemang kan också beaktas. Här lönar det sig att diskutera med evenemangets arrangörer för att få tips och förståelse för hur de uppnått antalet deltagare. Ett annat sätt att uppskatta deltagarantalet är att ha en förhandsanmälning. På detta vis fås en uppfattning om antalet deltagare tills tiden för anmälningen tagit slut. Om evenemanget ordnas för första gången utan att statistik finns att tillgå, är alla planer baserade på tolkningar och uppskattningar. Börja med ett tillräckligt litet evenemang som är hanterbart. (Conway 2009 s. 57-59, 62)

5.2 Planering av evenemanget

Föregående fas gav svar på vad som skall åstadkommas och denna fas svarar på hur det kommer att uppnås. Det innebär att se på projektet som en helhet och fördjupa sig i detaljerna. Detta görs genom att fundera ut alla arbetsmoment inom projektet och bestämma enskilda tidtabeller och mätbara kriterier för dem. (Eklund 2011 s. 122, 149)

Då evenemanget är väl planerat är det lätt att utvärdera om målsättningarna är realistiska och klart utformade. Målsättningarna bör vara lätta att förstå så att alla i projektgruppen kan ta del av dem. Även marknadsföringen är lättare då målen är tydliga.

Planeringen hjälper att hitta sätt för att uppnå målen och åstadkomma ett lyckat evenemang. En välplanerad verksamhet är effektiv, då det finns en plan över hur olika resurser används samt hur olika aktiviteter leds. På detta sätt effektiviseras också tidsanvändningen. (Iiskola-Kesonon 2006 s. 9)

Det är viktigt att det reserveras tid för planeringen. I en bra planering förenas kort- och långsiktiga perspektiv. Dessutom är det bra att vara förberedd på förändrade omständigheter och våga lita på planen. Från projektplanen bör det framgå projektets målsättning-

ar och hur dessa uppnås. I planen presenteras en grov skiss för tidtabellen, strategi för genomförandet, projektets budget samt tillgängliga resurser. Projektplanen berättar också vad som skall åstadkommas med projektet genom att presentera konkreta åtgärder, d.v.s. vad som verkligen görs. (Iiskola-Kesonen 2006 s. 10)

5.2.1 SWOT-analys

I samband med planeringen kan det vara bra att fundera över evenemangets risker och hot. En traditionell SWOT-analys (se tabell 1) som räknar upp styrkor (Strengths), svagheter (Weaknesses), möjligheter (Opportunities) och hot (Threats) är ett ypperligt hjälpmedel för evenemangsplanering. (Iiskola-Kesonen 2006 s. 9-10) Objektet för analysen kan vara hela verksamheten eller delar av den, viktigt är att avgränsa det som bedöms så att resultaten är jämförbara. Olika synpunkter och motiveringar är väsentliga i denna process. (Juurakko et. al. 2012 s. 29)

Organisationer och grupper använder denna modell i varierande situationer eftersom man får en bild av nuläget för att kunna evaluera processen i projektet. Med hjälp av SWOT-analysen går det att avgöra om projektet lyckas eller misslyckas. Också lämpligaste metoden för projektets genomförande kan avgöras utifrån analysen och resultaten kan användas till riskanalysen. (Hagström & Mattsson 2010 s. 25)

Tabell 1. SWOT-analys (Iiskola-Kesonen 2004 s. 10).

SWOT-analys	Styrkor • • •	Svagheter • • •
Möjligheter • • •	UTNYTTJA	UTVECKLA/ KORRIGERA
Hot • • •	VAR BEREDD	UNDVIK/ ELIMINERA

Styrkor är faktorer som är fördelar i konkurrensen och styrkorna bör definieras i förhållande till konkurrenterna. Ett vanligt misstag som görs är att uppge styrkor som är helt bra men i förhållande till konkurrenterna är de dåliga. I gällande projekt måste styrkorna kunna utnyttjas. Bättre resultat kan åstadkommas ifall man inte fokuserar på svagheter, utan istället koncentrerar sig på att göra styrkorna ännu starkare. Organisationen kan köpa de tjänster som är svaga och förbättra de som är starka och på detta sätt utvecklas snabbt. (Lind 2001 s. 91)

Genom att definiera svagheter upptäcks det faktorer som kan förbättras. Faktorer som upplevs svåra att eliminera kan listas som svagheter. Genom att kritiskt granska svagheter hålls motivationen för projektet uppe. (Lind 2001 s. 91)

Möjligheterna kan inte påverkas. Möjligheterna för projektet fås fram då man tänker över vad som sker i framtiden. Största nyttan får man om det görs en grundlig analys av dessa möjligheter och deras betydelse för projektet. (Lind 2001 s. 92)

Liksom möjligheterna, kan inte hot påverkas. Hot kan inte förhindras men genom att förbereda sig för möjliga inträffande hot, kan skadorna som hotet medför, minimeras. (Lind 2001 s. 91)

5.2.2 Tid och plats

Tidpunkten för evenemanget, i vissa fall även specifik veckodag och klockslag, har en stor betydelse. Passande tidpunkter för olika evenemang bestäms långt på basis av evenemangets karaktär och målgrupp. Veckodagen för fritidsevenemang begränsas till veckoslut och andra lediga veckodagar såsom t.ex. flaggdagar, eftersom de flesta människor är lediga från jobb och skola dessa dagar. Datumet bör också tas i beaktande, eftersom möjliga andra evenemang och speciella datum kan begränsa deltagarantalet. Det är bra att tänka på säsongtiden för evenemangstemat vid planering av tidpunkten. Klockslaget för evenemanget är viktigt att fundera över. Här tas evenemangets omfattning och utbud i beaktande. Evenemangets karaktär, tema och målgrupp skall passa in med klockslaget och tidpunkten för evenemanget. (Conway 2009 s. 48-50)

Kriterier för evenemangsplatsen är oftast platsen och tillgängligheten. På valet av platsen inverkar också om det är lätt att ta sig till stället, om det finns parkeringsplatser och om andra tjänster kan utnyttjas, såsom restauranger mm. Den möjliga evenemangsplatsens lokaliteter och pris påverkar också beslutet. (Kauhanen et. al. 2002 s. 37-38)

5.2.3 Organisationen

Organisationen för ett projekt består av en projektledare, en projektgrupp samt samarbetspartners och sponsorer.

Projektledaren

Ledaren för projektet har fått projektgruppens tillit och det är dennes uppgift att övervaka projektets process. För att projektet skall hållas inom ramarna för resurserna och uppnå god kvalitet är det projektledarens arbete att planera, fastställa och styra uppdraget. Med andra ord är det ledarens roll att åstadkomma bra omständigheter för projektet. (Eklund 2011 s. 101-102) Projektledarens ansvar är att göra upp projektplanen tillsam-

mans med de andra i projektgruppen samt bevara alla dokument på ett säkert ställe. Projektgruppens motivering och kunskapsutveckling hör också till ledarens uppgifter. (Kauhanen et. al. 2002 s. 33) En projektledare som har möjlighet att arbeta med projektet på heltid är en bra utgångspunkt, eftersom det är tidskrävande. En projektchef och som underordnade flera delprojektledare, behövs ofta i större projekt. (Löow 2001 s. 26-27)

Projektgruppen

Projektgruppen kan vara med redan i planeringen av projektet eller kan läggas till först efter planeringen. I mindre projekt fungerar det bra att projektgruppen kommer med efter att planeringen gjorts. Det är projektgruppen som bidrar till att målsättningarna för projektet nås. Projektgruppen hjälper till med att bestämma detaljer, ansvarar för att arbetet framskrider och agerar enligt planen. (Löow 2001 s. 27, 38) Dokumentering och rapportering över arbetets framgång hör naturligtvis till projektgruppens ansvar. Projektgruppens medlemmar bör vara intresserade av sitt eget delområde inom projektet och vara benägna till samarbete. (Kauhanen et. al. 2002 s. 33-34) Nya idéer kommer upp i projektgruppen ifall den består av olika personligheter. Att gruppen består av personer som kompletterar varandra är viktigt för att gruppen skall utvecklas. (Löow 2001 s. 38) Projektgruppen kan bildas av personer som projektledaren känner från förr. Fördelar med detta är att projektledare känner till gruppmedlemmarnas kunskaper, styrkor och svagheter. De är tillgängliga samt har intresse för evenemanget och det är möjligt att de arbetar utan lön. Hjälpt kan möjligtvis begäras av deras familj och vänner. (Conway 2009 s. 186)

Samarbetspartners och sponsorer

För att hitta passande samarbetspartners är det skäl att fundera över vad som egentligen behövs av samarbetspartnern. Tillförlitligheten är en viktig del. Sponsorerna ger finansiellt eller materiellt stöd av vilket både sponsorn och mottagaren drar nytta av. Objektet för sponsoreringsen kan väljas enligt produktsamband eller imagesamband. Produktsamband är t.ex. då en musikaffär sponsrar ett musikevenemang. Imagesamband är då man önskar koppla det sponsrade objektets image till en produkt, t.ex. snabbhet. Även företagets beslutsfattarens intressen påverkar beslutet om sponsring. (Juurakko et. al. 2012 s. 35, 91-92)

Möjliga sponsorer bör kartläggas i ett tidigt skede av planeringen. Ju större och framgångsrikare evenemang desto större sannolikhet att sponserna är intresserade. (Conway 2009 s. 76) Fundera över hurdana företag och organisationer som skulle vilja fungera som sponsorer för evenemanget, d.v.s. för vems marknadskommunikation kunde evenemangets sponsorer passera in. Fyra olika nivåer för samarbete med sponsorer finns. Dessa är:

- Utnyttjande av reklamvärde – Företaget utnyttjar evenemangets reklamvärde. T.ex. utnyttjande av Olympiska spelens logo.
- Reklam på evenemangsplatsen – Vanligaste formen för sponsorer.
- Fast samarbete – Tydligaste formen av sponsorer; fast, långvarigt samarbete och handelspartner. T.ex. sponsorer av en idrottare.
- Skapa ett evenemang eller en kampanj – Företaget skapar ett evenemang eller ansluter till ett redan existerande evenemang sin egen urskiljbara helhet. T.ex. utställningar, seminarier och tävlingar. (Kauhanen et. al. 2002 s. 70)

5.2.4 Resurser

Med resurser menas medel som är tillgängliga när dessa behövs (Kauhanen et. al. 2002 s. 104). Resurser behövs för att kunna genomföra ett projekt. Resurserna ger möjlighet till en effektiv projektprocess och en god planering av resurserna ger värde till evenemanget som kunden uppskattar. Olika krav för projektet bör iaktas vid planeringen av resurserna. Dessa kan vara investeringar av olika slag och hur resurserna skall användas. (Macheridis 2009 s. 92) Resurshantering och tidsplanering korrelerar med varandra (Kauhanen et. al. 2002 s. 104).

Ekonomiska resurser

Inkomster fås oftast först sedan alla inköp gjorts. På ett evenemang består inkomsterna främst av inträdesbiljetter, försäljning av produkter och möjliga sponsorer. (Kauhanen et. al. 2002 s. 104)

Mänskliga resurser

I ett evenemang består mänskliga resurserna oftast av anställda arbetstagare och av frivilliga talkoarbetare. Att det finns tillräckligt av rätt sorts personer på plats vid rätt tidpunkt hör till de mänskliga resurserna. Arbetsuppgifterna hopar sig om det inte finns tillräckligt antal personer, vilket medför övertidsarbete som kan leda till extra kostnader. Detta kan undvikas med en noggrann resurshantering. Förutom tillräckligt antal, bör också kunskaper hos arbetarna tas i beaktande. Arbetarna behöver inte veta allt men de måste veta varifrån information fås. Alla i kundbetjäningen påverkar deltagarnas uppfattning om evenemanget. Deltagarna skall få en känsla av att de är omhändertagna. (Kauhanen et. al. 2002 s. 105)

Materiella resurser

Då material anskaffas bör man fundera över om evenemanget arrangeras endast en gång eller flera gånger. Ifall målsättningen är att evenemanget blir fortgående, kan det vara bra att överväga om materialet köps, lånas eller hyrs. (Kauhanen et. al. 2002 s. 106)

5.2.5 Marknadsföring

För att deltagare skall hitta till evenemanget är marknadsföringen viktig. Deltagare behövs för att evenemanget skall lyckas. Marknadsföringen omfattar en rad olika funktioner som bl.a. främjar utvecklingen av evenemanget och formar evenemangets image och värde. Marknadsföringens olika funktioner är sätt att kommunicera. Evenemangets framgång eller misslyckande beror på användning av rätt verktyg, tekniker och strategier för att uppnå målen för både köparen och säljaren. Deltagarna är en del av och ökar värdet för produkten som i sin tur ökar energin för att definiera och analysera över attityder, uppfattningar och kundens samt arrangörens beslutsfattande processer för att säkerställa att kommunikationen tagit plats under rätt tidpunkt och på rätt sätt. (Rutherford Silvers 2008 s. 212-213)

För att det skall ske en ökning i att uppnå kort- och långsiktiga mål, bör man anlita en anpassad marknadsförings- och kommunikationsstrategi som placerar den traditionella strategin i en bredare kontext. Den traditionella strategin omfattar produkten, priset, platsen och PR. Marknadsföringen måste ses som en sammanhängande, aktiv och kon-

tinuerlig process. Kontakterna mellan köparen, säljaren, produkten och växelverkan mellan dessa bör man känna till för att en affär skall inträffa. (Rutherford Silvers 2008 s. 212-213)

Dagens marknadsföring är kundorienterad, långsiktig och påverkar all aktivitet. Marknadsföringen skapar efterfrågan, ökar kundkretsen och upprätthåller kundrelationerna vid behov. Vid planeringen av evenemangets marknadsföring bör deltagarens förväntningar tas i beaktande. Deltagarens förväntningar kan bli så höga till följd av en marknadsföringskampanj att evenemanget inte kan uppfylla förväntningarna. (Iiskola-Kesonen 2006 s. 24, 53)

Effektiv marknadsföring förutsätter att marknadsföringen delas i segment, åtskiljda grupper. Detta kan göras genom att dela in evenemangets kunder i olika kundgrupper. Hit hör t.ex. publiken, deltagarna och samarbetspartners. Härifrån kan man, utöver denna segmentering, göra en ännu djupare uppdelning genom att rikta sig in på en enskild kundgrupp. Evenemangets deltagare kan t.ex. delas in i hur ofta de deltar i evenemanget. De som går regelbundet, de som går nu och då och de som är för första gången på evenemanget. Samma evenemang kan erbjuda upplevelser åt många olika kundgrupper. Därför är det viktigt att producera flera innehållshelheter som kan erbjudas åt olika kunder. (Iiskola-Kesonen 2006 s. 54)

Produktutvecklingsprocessen

Det är viktigt att noggrant granska målgruppen och vad deras önskemål är för evenemanget, före man listar ut bästa sättet att marknadsföra. (Iiskola-Kesonen 2006 s. 56) Målgruppens motiv och värderingar är också bra att reda ut. I processen att producera en produkt skall sex stycken frågor kunna besvaras:

- Vad?
- Åt vem?
- När?
- Var?
- Hur?
- Till vilket pris?

Svaret på frågan som preciserar produktens innehåll ger en uppfattning om vad produkten omfattar. (Juurakko et. al. 2012 s. 53)

Evenemanget skall kunna marknadsföras åt rätt målgrupp med rätt image, till rätt pris och vid rätt tidpunkt. Efter att målgruppen är bestämd skall information om evenemanget levereras åt dem på något sätt. (Kauhanen et. al. 2002 s. 113)

AIDA-modellen

Marknadsföringens strävan att påverka kan delas in i fyra skeden:

- Attention (uppmärksamhet) – Uppmärksamheten fångas med hjälp av reklam.
- Interest (intresse) – Människorna blir intresserade av produkten.
- Desire (begäran) – Människorna vill ha produkten.
- Action (handling) – Människorna agerar, köper således produkten.

Man definierar målet för varje skede och tänker ut sätten att nå det. Processen följs upp och vid behov ändras planerna ifall målet inte uppfylls. (Juurakko et. al. 2012 s. 80, 84)

Marknadsföringsformer

Olika former för marknadsföring:

- Tidningar – Den lokala tidningen är en bra marknadsföringsplattform eftersom den når den lokala befolkningen. Andra tidningar som målgruppen läser kan det löna sig att marknadsföra via.
- Medlemmar – Medlemmar i föreningen kan marknadsföra evenemanget gratis åt sina vänner och sin familj.
- Reklamlappar – Kan delas ut till hem och företag på orten.
- Internet – Reklam kan göras på föreningens sida och i lokala grupper.
- Kedjepost – Skicka ett kort mail angående evenemanget och be mottagaren skicka vidare till olika personer. Kedjeposten kan nå många personer på en kort tid.
- Tilläggsinformation – Förutom den vanliga informationen såsom datum, plats och tid är det bra att ha tilläggsinformation. Sådan information kan t.ex. vara

hurdan utrustning som är bra att ha med sig till evenemanget. (Conway 2009 s. 66-70)

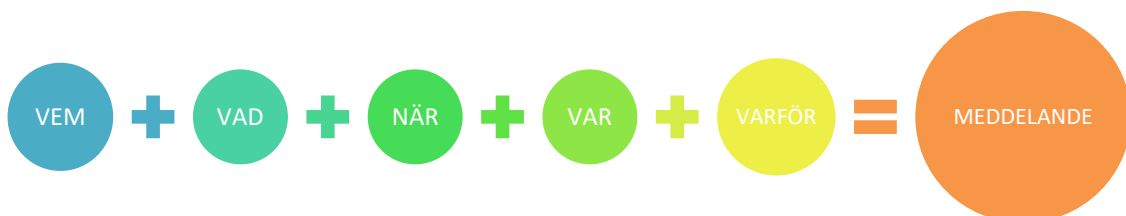
- Personlig försäljning – Baserar sig på personlig kontakt och förmåga till muntlig försäljning. Att hjälpa och bekräfta kundens beslut att köpa produkten samt upprätthålla kundrelationer är försäljningsarbetets uppgift. (Juurakko et. al. s. 93)

5.2.6 Kommunikation

Huvudansvaret för kommunikationen bär projektledaren. Principen är att den som sköter kommunikationen har tillräckligt med information om evenemanget. Projektledaren behärskar helheten och vet oftast mest om evenemanget samt dess detaljer. (Iiskola-Kesonen 2006 s. 64)

Intern kommunikation berättar om ärenden för projektgruppen och målet är att hålla dem uppdaterade. Viktig information skall inte läsas från tidningar eller på nätet, utan personer som hör till den interna gruppen bör känna till informationen före den skickas ut till allmänheten. Extern kommunikation berättar om arrangemangets gång t.ex. till publiken, deltagare och samarbetspartners. (Iiskola-Kesonen 2006 s. 64)

Innehållet i meddelandet bör alltid vara väl genomtänkt. Meddelandet skall vara klart och tydligt samt all väsentlig info bör finnas utan svåra detaljer. Kommunikationen skall ske i kanaler som passar målgruppen. En viktig målgrupp inom extern kommunikation är media. Information om evenemanget kan finnas i t.ex. pressen och radio. Meddelandet skall svara på frågorna vem, vad, när, var och varför (se figur 4). (Iiskola-Kesonen 2006 s. 65-66)



Figur 4. Meddelandets komponenter. Modifierad (Iiskola-Kesonen 2006 s. 66)

Kommunikationen är annorlunda i projektets olika faser. Före evenemanget är kommunikationen informerande, säljande och intresseväckande. Då planeras helheten och målsättningen med kommunikationen. Under evenemanget berättas det oftast färskt nyheter. Här väljs de kanaler kommunikationen skall ske via och genomförandet planeras. Därtill planerar man när informationen om evenemanget skall ske, hur mycket som berättas och vem berättar samt hur mycket tid används för kommunikationen. Efter evenemanget kan kommunikationen glömmas men den har en viktig uppgift kvar. Efteråt är det viktigt att berätta om hur evenemanget lyckades och hur målsättningarna uppfylldes. (Iiskola-Kesonen 2006 s. 68-69)

5.2.7 Säkerhet

Arrangören för evenemanget har ansvaret för säkerheten. Identifieringen av riskerna samt bedömningen av hur sannolikt det är att de inträffar under evenemanget, är basen för säkerheten. Tillvägagångssättet väljs efter att riskerna är identifierade. (Paasonen et. al. 2013 s. 27) För att vara redo för överraskande problem är det befogat att kartlägga möjliga risker. Att göra upp strategier för riskerna räcker i vissa projekt medan det i andra projekt är det nödvändigt att t.ex. teckna försäkringar. (Löow 2001 s. 53)

Sannolikhetskalkyler är ett traditionellt sätt för att bedöma riskerna. Det handlar om att mäta riskens sannolikhet och skadans storlek ifall risken inträffar. (Paasonen et. al. 2013 s. 27) Efter detta kan en åtgärdsplan utarbetas. Vad som skall göras ifall problemet uppkommer, vem som skall vidta åtgärder och inom vilken tidsram det skall ske, framgår ur planen. (Löow 2001 s. 53-54)

Säkerhetsarrangemangen för ett evenemang bör dokumenteras systematiskt så att åtgärderna och skyldigheterna kan bekräftas på basis av dokumentationen. Med hjälp av dokumenteringen kan evenemanget styras i undantagssituationer enligt färdiga verksamhetsmodeller. (Paasonen et. al. 2013 s. 29)

Säkerhetsplan

Syftet med en säkerhetsplan är att kartlägga möjliga risker och förhindra dessa. En god regel är att i varje evenemang finns personal med kunskap i första hjälp. (Vallo & Häyrinen 2014, 184)

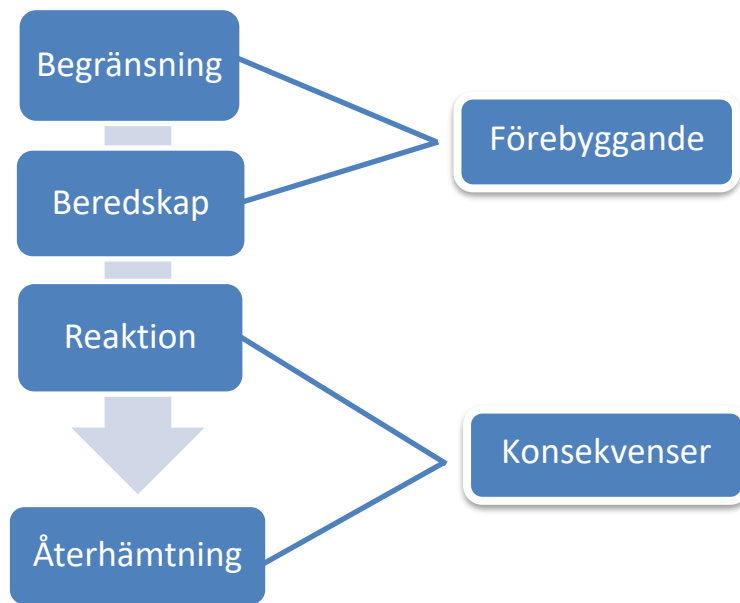
Första hjälp

Alla evenemang bör ha en riskanalys för första hjälp. Analysen skall beakta alla aspekter av evenemanget såsom deltagarantal, antalet aktiviteter som genomförs samt ifall det finns specifika aktiviteter och situationer med hög risk. Genom att göra detta identifieras farorna och riskerna och nivån för första hjälpen som krävs kan avgöras. Personerna som sköter första hjälpen skall inte ha andra bindande arbetsuppgifter, eftersom deras tid skall vara ägnad åt att vid behov ge deltagarna första hjälp. (Conway 2009 s. 193)

Hantering av en nödsituation

Det är inte på arrangörernas ansvar att hantera stora nödsituationer, utan det är de lokala myndigheternas uppgift. Det finns två viktiga orsaker till att veta och förstå vad dessa gör och hur de handlar i situationen. Evenemangsorganisationen bör veta hur de skall agera och samspela i en nödsituation. Det finns ett system för detta som träder i kraft direkt efter att det kallas på hjälp. Planen för evenemanget bör följa de strategier och protokoll som lokala myndigheterna använder, eftersom dessa har bevisats vara effektiva. (Rutherford Silvers 2008 s. 129)

Centrala delar av nödhanteringsfunktionerna kan användas för att bedöma evenemangsorganisationens förmåga att hantera en nödsituation (se figur 5). Förebyggande faser, begränsning och beredskap, omfattar bedömningen av möjliga faror och kapaciteten att hantera dem. Konsekvensfaserna, reaktion och återhämtning, riktar sig till aktiviteter som genomförs när det blir nödvändigt att reagera på en händelse när den inträffar och konsekvenserna av den. (Rutherford Silvers 2008 s. 128-129)



Figur 5. Modell för hantering av en nödsituation (Rutherford Silvers 2008 s. 129).

5.3 Genomförandet av evenemanget

I denna fas förverkligas planen med hjälp av föregående fasers svar på vad och hur (Eklund 2011 s. 122).

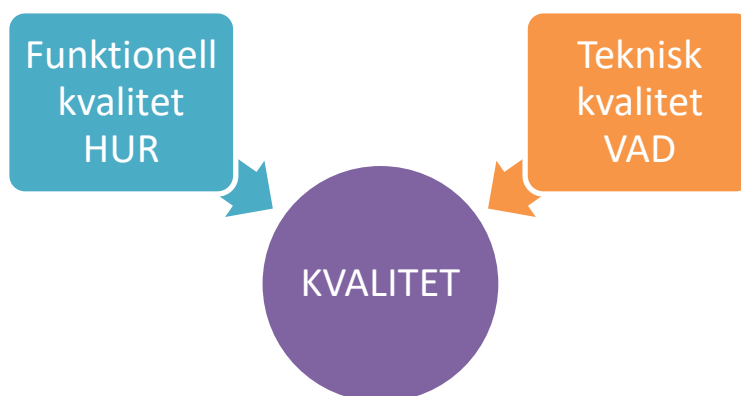
Projektets genomförande mäter projektledarens yrkeskompetens. Det är på dennes ansvar att arrangemanget framskrider enligt planen och att tidtabellen håller. Att skapa en bra stämning som inspirerar, uppmuntrar och hjälper till att trivas med arbetsuppgifterna, är väldigt viktigt. En god atmosfär bland arbetarna löser många problem och märks även i själva evenemanget. När evenemanget har satts igång bör allt vara klart. (Iiskola-Kesonen 2006 s. 11)

Under evenemanget uppkommer olika situationer och små problem som måste klaras av. Projektledaren skall inte vara bunden till en arbetsuppgift, utan till dennes uppgift hör att observera evenemangets gång, lösa problem samt sporra arbetarna. Att kunna skilja stora och små problem från varandra är viktigt, eftersom man inte skall ägna värdefull tid på detaljer som kanske inte spelar någon roll i hur evenemanget löper eller hur deltagarna upplever det. Det kan uppstå flera brådskande situationer och fel som måste

lösas, men detta får inte synas utåt åt deltagarna eller publiken. Alla som är med och arbetar med projektet skall ha klart för sig vem som är ansvarig över olika områden och kontaktuppgifterna till dem. (Iiskola-Kesonen 2006 s. 11)

5.3.1 Kvalitet

Kvaliteten som begrepp förstås ofta annorlunda och felaktigt. Kvalitet är ett relativt begrepp, vilket kan bedömas enligt situationen och de uppställda målen. Kvaliteten på produkter eller tjänster kan bedömas utifrån hur resultatet matchar de uppsatta målen. Ingen kvalitet kan direkt mätas, garanteras eller utvecklas. Kvaliteten består av små detaljer som inte nödvändigtvis kostar något. För kvaliteten ansvarar hela projektgruppen. Oftast är det inte smart att kräva högsta kvalitet, utan hellre ändamålsenlig kvalitet. (Ruuska 2005 s. 210-212) I ett evenemang är det deltagaren som fungerar som domare över kvaliteten. Evenemangets kvalitet är tvådimensionell (se figur 6). (Iiskola-Kesonen 2006 s. 22)



Figur 6. Kvalitetens två dimensioner. Modifierad (Iiskola-Kesonen 2006 s. 23).

Teknisk kvalitet berättar vad deltagaren får konkret ut ur evenemanget. Tekniska kvaliteten blir kvar hos deltagaren när evenemanget är slut, såsom t.ex. ett programblad. Eftersom största delen av evenemanget inte har något material, behövs det en annan dimension för kvaliteten. Funktionell kvalitet omfattar deltagarens upplevelser samt sättet på vilket deltagaren blir bemött. Rättare sagt är funktionell kvalitet förknippad med växelverkan och arrangörens handlingar. Denna typ av utvärdering är alltid personlig. Utöver teknisk och funktionell kvalitet kan evenemangets rykte påverka deltagarens åsikt. (Iiskola-Kesonen 2006 s. 22)

Om evenemanget är lyckat enligt deltagaren är tekniska och funktionella kvaliteten inte alltid den avgörande faktorn. Hur evenemanget har mött deltagarens förväntningar påverkar också. Ifall evenemanget är lika med förväntningarna är kvaliteten bra och på motsvarande sätt blir deltagaren besviken om evenemanget inte är samma som förväntningarna. Evenemangets innehåll får inte stiga mycket över förväntningarna för då finns risken att deltagaren blir förvirrad och är missnöjd. Oftast har evenemanget lyckats bäst om verkligheten överstiger en aning deltagarens förväntningar. (Iiskola-Kesonen 2006 s. 23)

5.4 Avslutandet av evenemanget

I denna fas skall projektets resultat evalueras genom att jämföra dem med målsättningarna, förutsättningarna och förväntningarna. Det görs en kritisk granskning av projektet. Att genomföra denna fas grundligt är viktigt för att kunna prestera bättre och undvika samma felsteg i följande projekt. (Eklund 2011 s. 167, 168-169)

Det är viktigt att spara energi till att avsluta evenemanget, plocka ihop samt städa. Till avslutningen hör att samla in feedback samt att tacka alla som hjälpt till. Fastän man ofta tycker att små detaljer hålls kvar i minnet är det viktigt att dokumentera all väsentlig information noggrant och så snabbt som möjligt för att allt skall vara korrekt, (Iiskola-Kesonen 2006 s. 12). Då projektet analyseras bör man reflektera över verksamhet i projektet, målsättningarna och resultatet för att få fram om resurserna använts på rätt sätt. För att motivera och hjälpa andra med likartade projekt skrivs en rapport över projektet. Rapporten innehåller målsättningar, resultat och erfarenheter. (Hagström & Mattsson 2010 s. 58, 60) Projektledarens uppgift är att se till att alla dokument samlas ihop, dokumenteras och sparas. Onödigt material skall förstöras. Till sist sammanställer projektledaren en slutrapport. (Ruuska 2005 s. 37)

Ifall evenemanget är ett engångsprojekt är arbetet färdigt efter arkiveringen. Om det är tänkt att evenemanget får en fortsättning är dokumentationen ytterligt viktig för att man skall kunna gå igenom alla nivåer. (Iiskola-Kesonen 2006 s. 12)

6 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

Syftet är att planera och genomföra ett evenemang för att få flickor i Borgå att prova på och väcka intresse för ishockey.

Frågeställningar för examensarbetet är:

- A) Hur planera och förverkliga ett evenemang?
- B) Hur öka flickornas intresse för ishockey?

6.1 Avgränsning

Arbetet fokuserar på evenemangsplaneringsprocessen, p.g.a. att skribenten inte har erfarenhet av evenemangsplanering från förr. För henne är det således viktigt att vara koncentrerad sig för att lyckas med evenemanget. Skribenten har valt att ordna ett evenemang för flickor i en sport som är pojkdominerad, därför är det väsentligt att ta upp information om jämställdheten. Evenemanget är planerat för 5-12-åriga flickor och är således avgränsat. Arbetet fokuserar inte på vilken situationen inom flickishockeyn är i Borgå. Arbetet undersöker också hur man gör ett lyckat evenemang. Säkerheten är en central del av projektet, eftersom den är en essentiell del av hur evenemanget lyckas och är speciellt viktig då barn är involverade.

6.2 Etik

Då barnet anmälde sig till evenemanget, frågades målsmannen om lov för barnet om det får vara med på bilder. Anmälningssblanketterna hölls i god förvaring.

För att den teoretiska referensramen skall vara tillförlitlig, har man använt pålitliga och mångsidiga källor i skrivprocessen och man har hänvisat till dessa på korrekt sätt, för att respektera andras verk. Kriterier för de valda forskningarna är att de skall vara så nya som möjligt, inom åren 2010-2018, för att få så bra inblick i dagens läge som möjligt. Dock finns det ett undantag där forskningen är publicerad år 2002, detta p.g.a. att man inte har forskat mycket i damishockeyn. Arbetet har dokumenterats och presenterats rätt och ärligt, d.v.s. ingen etisk oredlighet har skett. Inget plagiat har använts. (Forsknings-etiska delegationen 2013 s. 20-21)

7 METOD

Ett funktionellt examensarbete är ett arbete där det finns någon form av praktisk verksamhet. Arbetet kan t.ex. vara organisering av ett evenemang, vilket det är i detta fall. Viktigt i funktionella examensarbeten är att det praktiska genomförandet och rapporteringen av detta kombineras. (Vilkka & Airaksinen 2003 s. 9)

Då man skriver ett funktionellt examensarbete, skriver man steg för steg arbetsprocessen till en rapport. Från rapporten framgår vad, varför och hur man har gjort, hurdan arbetsproceduren varit samt vilka resultat och slutsatser man kommit till. Rapporten berättar också hur man evaluerar sin egen process, evenemanget man åstadkommit samt sin egen inläring. Läsaren kan via rapporten dra en slutsats av hur man har lyckats med examensarbetet. (Vilkka & Airaksinen 2003 s. 65)

Fördelarna med att arbeta med ett projekt är flera. I projekt fokuserar man på ett visst problem eller en frågeställning och på så sätt ökar intresset för den valda målgruppen. Det är ytterst viktigt att som projektledare skriva upp tydligt hur mycket av var och en resurs som man har tillgång till, d.v.s. tid, pengar, material och medarbetare. Då detta görs rätt och tydligt ger det en trygghet åt projektledaren då denne vet vad som är tillgängligt. Projekt möjliggör även samarbete med olika organisationer, vilket utvidgar kontakterna. Möjliga samarbetspartners kan vara skolor, föreningar eller kommuner. (Hagström & Mattsson 2010 s. 7-8)

Projekt ökar också det egna kunnandet då det ständigt kommer fram situationer där den egna kunskapen testas. Dessa situationer där den egna kunskapen saknas, kan projektledaren tackla genom att rekrytera kunniga personer inom området, gå kurser eller lära sig använda ny teknologi. Den nya kunskapen har man användning för i möjliga kommande projekt samt i arbetslivet. Projektet ger även den möjligheten att man finner en person som har kunskap och passion just för den uppgiften inom projektet. För att undvika konflikter är det bra att klarlägga hierarkin inom projektgruppen innan projektet drar igång. Missförstånd och motstridigheter uppkommer inte lika lätt då alla i gruppen vet vem som har bestämmande rätten. (Hagström & Mattsson 2010 s. 7-9)

Då examensarbetet hade som syfte att planera och genomföra ett evenemang, var processbeskrivning som metod den mest passande. Processen för evenemanget beskrivs ända från planeringen av evenemanget till avslutandet av evenemanget.

8 GIRL'S HOCKEY DAY PORVOO

Girl's Hockey Day Porvoo är ett idrottsevenemang fokuserat på ishockey och flickor. I detta kapitel beskrivs projektets olika faser i evenemanget. Faserna är målsättning för evenemanget, planering av evenemanget, genomförandet av evenemanget och avslutandet av evenemanget.

8.1 Målsättning för evenemanget

Målet med Girl's Hockey Day Porvoo är att få flickorna i Borgå intresserade av och prova på ishockey. Att förverkliga ett säkert och roligt evenemang så att flickorna får en fin upplevelse är också en målsättning.

8.1.1 Syfte och tema

Huvudsyftet för evenemanget är att planera och förverkliga ett evenemang som främjar jämställdhet och att öka flickornas intresse för ishockey. Idén är att öka intresset för flickorna som redan spelar, för flickorna som är nya i ishockey och alla flickor där emellan genom att erbjuda ett evenemang som passar alla nivåer och åldrar.

Namnet Girl's Hockey Day Porvoo kommer ur Girl's Hockey Day konceptet och tillägget Porvoo står för orten evenemanget förverkligades för. Namnet säger att det handlar om ishockey för flickor.

8.1.2 Målgrupp och deltagarantal

Detta evenemang är ett öppet och gratis evenemang. Ett öppet evenemang betyder att alla får komma som åskådare. Enda begränsningen för deltagandet i evenemanget är att deltagaren skall vara av det kvinnliga könet. Som åldersgräns rekommenderas 5-12 år men yngre och äldre flickor är också välkomna till evenemanget.

Girl's Hockey Day har arrangerats runt om i Finland under hösten och medeltalet nya flickor per evenemang är 4 flickor. För detta evenemang var målsättningen 10 nya flickor vilket i för sig var en ganska hög siffra med tanke på medeltalet för liknande evenemang.

8.2 Planering av evenemanget

Planeringen av evenemanget består av en SWOT-analys, fastställande av plats och tid, beskrivning av organisationen kring projektet, kartläggning av resurserna samt en redogörelse för marknadsföringsstrategier och kommunikationsmedel. Säkerheten presenteras och en säkerhetsplan skapas. Även metoder för dokumentation och utvärdering beskrivs.

8.2.1 SWOT-analys

För att starta planeringen av evenemanget görs en SWOT-analys om evenemangets styrkor, svagheter, möjligheter och hot. För att kunna läsa av analysen lättare har alla kategorier egna färger.

Tabell 2. SWOT-analys, Girl's Hockey Day Porvoo.

<p>SWOT-analys</p>	<p>Styrkor</p> <ul style="list-style-type: none"> • kunskap • kreativitet • kontakter • intresse • platsen/ishallen 	<p>Svagheter</p> <ul style="list-style-type: none"> • första projektet för ledaren • brist på kunskap i marknadsföring
<p>Möjligheter</p> <ul style="list-style-type: none"> • lyckad marknadsföring • utnyttja gratis material/utrustning • engagerat arbetsteam • möjliga sponsorer • 250 € stipendium 	<p>UTNYTTJA</p>	<p>UTVECKLA/ KORRIGERA</p>
<p>Hot</p> <ul style="list-style-type: none"> • inga deltagare • brister i säkerheten • någon/några lämnar arbetsteamet 	<p>VAR BEREDD</p>	<p>UNDVIK/ ELIMINERA</p>

Till evenemangets styrkor hör projektledarens kunskap inom området, eftersom temat är viktigt för denne. Dessa styrkor kan utnyttjas på många olika sätt i projektet. Projektledarens kreativitet är också en styrka som utnyttjas inom projektet. Eftersom projektledaren själv är insatt i temat och har kontakter till olika personer kan man dra nytta av dem. Själva evenemangsplatsen är en styrka då den är centralt belägen och är lätt att ta sig till. Ishallen har också rymliga lokaliteter.

Ett engagerat arbetsteam skapar möjligheter för evenemanget genom sin arbetsinsats. Gratis material och utrustning möjliggör evenemanget. Att få låneutrustning åt flickorna, material till marknadsföringen och annat behövligt material ger en möjlighet för ett lyckat evenemang. Möjliga sponsorer ger en helt ny dimension till evenemanget gällande deras insats. Också en lyckad marknadsföring ses som en möjlighet. Stipendiet höjer de ekonomiska resurserna så att evenemanget kan genomföras utan kostnader för

skribenten. Den ekonomiska situationen bör beaktas i planeringen då den inte är allt för stark.

Marknadsföringen kan också ses som en svaghet, eftersom projektledaren inte har erfarenhet av marknadsföring. Andra svagheter för evenemanget är projektledarens brist på kunskap inom projektledning och överhuvudtaget att förverkliga ett projekt. Dessa två svagheter anses vara av sådan karaktär som går att utveckla och är därför kanske inte en svaghet.

Brist i säkerheten ses som hot. Detta kan elimineras genom att göra upp ett säkerhetsdokument där en grundlig riskkartläggning gjorts, skapa en utförlig säkerhetsplan och ha säkerhetsutrustning på plats. Bortfall i arbetsteamet hotar framgången av projektprocessen. Bortfall kan förekomma t.ex. på grund av sjukdom, förhinder eller brist på intresse. Genom ett tillräckligt antal personer i teamet och kanske till och med ersättare kan detta hot tacklas. Största hotet för evenemanget skulle vara att ingen eller bara få deltagare dyker upp. Till följd av en välgjord marknadsföring av ett intressant evenemang, som dessutom är gratis för deltagarna, borde en liten grupp med flickor samlas till evenemanget.

8.2.2 Plats och tidsplanering

Projektets tidsplan

BILAGA 1

Evenemangsplatsen

Platsen för evenemanget är Borgå ishall och slogs fast under första mötet med beställaren. Borgå ishall valdes efter projektledarens intresse och för möjligheten att arrangera evenemanget inomhus. Borgå ishall är enda ishallen i Borgå. Ishallen är en relativt varm ishall med bra is och tillräckligt stora utrymmen för detta evenemang. Läget är nära centrum med bra trafikförbindelser och en stor kostnadsfri parkeringsplats. Borgå ishall är också handikappvänlig och orsakar därför ingen avgränsning av deltagare och åskådare.

Evenemangsdagen

Evenemangsdagen för Girl's Hockey Day Porvoo är söndagen 4.2.2018. Beställaren tyckte detta var en ypperlig tidpunkt eftersom Olympiska spelen börjar kommande vecka och ishockeysäsongen håller på ännu en tid, ifall intresset att fortsätta finns. Evenemangsdagen är också två veckor före skolornas sportlov, vilket minimerar möjliga hinder att delta. Denna söndag är ingen flaggdag och någon högtid firas inte heller. Veckodagen söndag valdes p.g.a. att barnen har ledigt från skolan och dagvården och de flesta föräldrarna har ledigt från jobbet, vilket betyder att möjligheten att delta är som störst. Klockslaget blev med start 10:30 och avslutning 12:00. Detta är inte för tidigt och inte för sent enligt beställaren och projektledaren. Inga större evenemang ordnas i Borgå under samma dag. Dock ordnas finalen av Skidiskaba, en sångtävling för lågstadiesbarn, men den anses inte påverka negativt på deltagarantalet enligt projektledaren eftersom det är frågan om en final med ett fåtal deltagare.

8.2.3 Organisationen

Som projektledare fungerar skribenten och har därmed huvudansvaret över planeringen och förverkligande av Girl's Hockey Day Porvoo. Det är projektledaren som sköter kommunikationen och bokningen av istider och reserveringen av utrustning. Beställaren ger råd och hjälper projektledaren i beslutsfattandet.

Projektgruppen bildas av frivilliga arbetare som projektledaren frågat personligen. Dessa frivilliga är för det mesta personer som spelar eller har spelat ishockey eller fungerar som tränare inom flickishockey. I projektgruppen finns även en person som hjälper till med marknadsföringen. Alla i projektgruppen får egna områden som de är ansvariga för. Att hjälpa till med förberedelserna och genomförandet hör till projektgruppens uppgifter.

8.2.4 Resurser

Ekonomiska resurser

Ekonomiska resurserna är 250 €. Denna summa har mottagits av projektledaren som ett stipendium ur fonden för bildningsväsendet i Borgå för att ordna evenemanget. De eko-

nomiska utgifterna består av priser av olika slag, till evenemangets deltagare och marknadsföringen samt kaffe för publiken.

Mänskliga resurser

Till denna resurs räknas projektgruppen för evenemanget. Här finns hjälp till marknadsföringen, själva genomförandet på isen, anmälningen och till att ställa i ordning före evenemanget och städa upp efter evenemanget. Projektledaren är redo och villig att ordna det mesta själv, vilket gör det lättare för de mänskliga resurserna.

Materiella resurser

Istiden är kostnadsfri för evenemanget, eftersom Borgå stad sponsrar. Från beställaren fås marknadsföringsmaterial, såsom reklamblad, reklamkort och maskot. Också en roll-up med temat flickishockey, spelskjortor och namnlappar för flickornas hjälmar fås från beställaren. Låneutrustning för flickorna såsom skridskor och hjälmar får lånas från Sporttipiste Porvoo. Hunters Juniors ry lånar ut klubbor, puckar och vattenflaskor för evenemanget. Walton's Oy Ab sponsorerar med lakritspåsar. Bord och stolar lånas av Borgå ishall. Pennor, papper och skålar till prisen tar projektledaren med sig. I ishallen finns tillgång till brandsläckare och förstahjälpsväska. Bärbar dator, telefon, kamera, printer och internet har projektledaren från tidigare och finns att användas genom hela projektprocessen.

8.2.5 Marknadsföring

Marknadsföringen av Girl's Hockey Day Porvoo har som mål att få flickorna i Borgå intresserade av ishockey och få dem att komma till evenemanget. Målgruppen är flickor i åldern 5-12 år, d.v.s. daghems- och lågstadiebarn. Denna målgrupp har en liten åldersskillnad, men en stor skillnad i hur det lönar sig att marknadsföra om man jämför den yngsta med den äldsta. Marknadsföringen sker via skolor och daghem där barnen vistas största delen av dagen. Till två av Borgås lågstadier gör projektledaren ett fysiskt besök där evenemanget presenteras för årskurserna 1-6. Också pressen och sociala medier utnyttjas för att nå föräldrarna och de äldsta barnen. Språket som används vid marknadsföringen är båda inhemska språken, svenska och finska.

Reklamblad

På reklambladet (se bilaga 3&4) står evenemangets namn med stor font och Girl's Hockey Day-logon (se bilaga 2) finns med. Tidpunkten och platsen samt en kort beskrivning över evenemanget kan tydligt läsas. För vem evenemanget är avsett och vilken utrustning som behövs kommer fram. Också projektledarens kontaktinformation finns med. På reklambladet står också definitionen för GHD, alltså Girl's Hockey Day. Adress till nätsidan samt Facebook- och Instagram-sidan finns längst ner på reklambladet. Dessa reklamblad fås från beställaren, 15 stycken av storlek A4 varav 7 stycken på svenska och 8 stycken på finska, och 5 stycken av storlek A3, varav 2 på svenska och 3 stycken på finska.

Reklamkort

Reklamkortet innehåller information om tidpunkten och platsen. Girl's Hockey Day-logon och Leijona-logon (se bilaga 2) finns med. Projektledarens kontaktinformation finns med. Adress till nätsidan samt Facebook- och Instagram-sidan finns längst ner på reklamkortet. Också en välkomsttext finns med på kortet. Dessa reklamkort fås från beställaren, 150 stycken av storlek A5, där ena sidan är på svenska och den andra sidan på finska (se bilaga 5).

Marknadsföringskanaler

Kvarnbackens skola och Kevätkummun koulu: Projektledaren besöker skolorna och berättade för årskurserna 1-6 om evenemanget. Marknadsföringen sker på ett sätt som projektledaren anser passa barn. Projektledaren har två olika aktiviteter som eleverna får utföra. 1) Eleverna klär ishockeyutrustningen på en pappersdocka (se bilaga 6). 2) Eleverna svarar på en frågesport med frågor som kan besvaras ja eller nej. Efter aktiviteterna berättar projektledaren kort om evenemanget och delar ut reklamkort åt intresserade.

Daghem och lågstudier i Borgå: Projektledaren skickar ett mail om evenemanget åt alla daghem och lågstudier i Borgå. Mail-adresserna hittas på porvoo.fi. I mailet berättas det om evenemanget och uppmanas att dela med sig av informationen till föräldrarna.

Uusimaa: Tidningen skriver en artikel om evenemanget i Uusimaa tidningen och på deras nätsida (se bilaga 7). Artikeln publicerades 1.2.2018.

Hunters Juniors ry: Föreningen skriver på sin hemsida en artikel om evenemanget 29.1.2018 (se bilaga 7). Hunters Juniors ry skapar ett evenemang om Girl's Hockey Day Porvoo och betalar för marknadsföringen. På evenemangssidan står information om evenemanget, projektledarens kontaktuppgifter, tid och plats.

Facebook: Projektledaren skriver ett kort inlägg om evenemanget och delar ut det i tre olika grupper för Borgåbor; Porvoolaiset, Porvoolaisille och Puskaradio Porvoo.

Instagram: Projektledaren och projektgruppen delar ut en bild på evenemanget på sitt eget konto. Också Kraftverk delar ut bilden på sitt konto (se bilaga 7).

Hunters Juniors flickor: Projektledaren utmanar Hunters Juniors flickorna, 6 stycken, att få med sig två kompisar till evenemanget. Som pris får de varsitt presentkort till McDonalds.

Övrigt: Till olika aktivitetsplatser där det rör sig mycket barn, såsom Kraftverk, Konhallen och simhallen, förs reklamblad. Reklamblad om evenemanget sätts också upp i ishallen. Till de fyra största matbutikerna i Borgå förs också reklamblad. Projektledaren tillsammans med Finkey-maskoten (se bilaga 8) går runt i Borgå och delar ut reklamkort på lördagen 3.2.2018.

8.2.6 Kommunikation

Kommunikationen mellan projektledaren och gruppen sker främst via e-post och via telefonsamtal och meddelanden. Också träffar ordnas. Under evenemanget sker kommunikationen via telefon och muntligt. Också skriftliga order delas ut. Projektledaren kommunicerar med beställaren via e-post, telefonsamtal och meddelanden, via möten och träffar. Under evenemanget sker kommunikationen muntligt då beställaren är på plats. Projektledaren och Hunters Juniors ry kommunikation sker via e-post och möten under processens gång. Även muntlig kommunikation under evenemangsdagen.

8.2.7 Säkerhet

För Girl's Hockey Day Porvoo utarbetas ett utförligt säkerhetsdokument (se bilaga 9). Säkerhetsdokumentets uppläggning utarbetas enligt instruktionerna från Säkerhets- och kemikalieverket, TUKES. För att evenemanget skall vara säkert, tar projektgruppen del av säkerhetsdokumentet och anvisningarna för hjärt-lungräddning för barn (se bilaga 10) och följer dessa. Vid anmälningen till evenemanget skrivs deltagarens namn på en blankett från beställaren (se bilaga 11) som garanterar en försäkring åt deltagaren under hela evenemanget.

8.2.8 Metoder

Dokumentationsmetod

Som dokumentationsmetod används fotografier, skriftlig text och elektroniska dokument. Detta examensarbete är en stor del av dokumentationen. Evenemangsplanen finns i skriftligt pappersformat. Marknadsföringsmaterial såsom reklamblad och -kort finns sparat elektroniskt. Blanketter av olika slag och andra dokument finns också elektroniskt sparade. Evenemangsinnehållet är sparade i pappersformat, elektroniskt och som fotografier. Innehållet beskrivs också i text. Dokumentationen av förberedelserna och evenemangstillfället sker skriftligt av projektledaren och finns även som fotografier. Deltagarantalet dokumenteras skriftligt. Feedback sammanställs skriftligt och som ett fotografi.

Utvärderingsmetod

Den funktionella kvaliteten för evenemanget bestäms enligt deltagarnas feedback. För att samla feedback på ett för målgruppen passande sätt, tycker projektledaren att olika färgs kulor är lämpliga. Skålar med kulor av två färger, röda och gröna, placeras på anmälningsbordet. Röd kula för nej och grön kula för ja. Varje deltagare väljer någondera färgen för att symbolisera den egna åsikten om evenemanget var roligt. Kulor placeras i en skild skål. Resultatet analyseras av projektledaren. Hur evenemanget lyckats kan evalueras genom att jämföra antalet röda och gröna kulor.

Den tekniska kvaliteten bedöms av projektledaren och beställaren. Här granskar man reklambladen och -korterna samt priserna deltagarna tilldelas på evenemanget. Beställaren och projektledaren har en muntlig feedbackdiskussion efter evenemanget.

8.3 Genomförandet av evenemanget

Förberedelserna för evenemanget beskrivs. Därefter presenteras programmet och till slut en sammanfattning av evenemanget.

8.3.1 Förberedelser

Kartläggning av evenemangsplatsen

Projektledaren utforskade evenemangsplatsen, d.v.s. ishallen. Projektledaren kollade upp det valda omklädningsrummet och vägen till isen. Också anmälningens platsens ställe bestämdes. På vilka ställen olika skyltar placeras, behövs kontrollerades. Projektgruppens omklädningsrum inspekterades. Även möjligheter till att utnyttja bord och stolar kollades upp.

Insamling av material

De mesta av materialet som evenemanget krävde gav beställaren och en del utrustning fick lånas. Projektledaren skaffade pris av olika slag samt kaffe med pengarna från stipendiet. Projektledaren skötte också transporten av låneutrustningen och maskoten. En lista på behövliga material och redskap gjordes (se bilaga 12).

Rekrytering av arbetsteam

Projektledaren frågade personligen möjliga personer att hjälpa till med evenemanget. Projektgruppen utsågs och personerna meddelades personligen om ärenden gällande evenemanget. Projektgruppen bestod av sammanlagt 10 personer plus projektledaren. Projektgruppen tilldelades ansvarsområden och arbetsuppgifter (se bilaga 13).

Marknadsföringen av Girl's Hockey Day Porvoo

Marknadsföringen skedde genom att sätta upp reklamblad på olika aktivitetsplatser och matbutiker i Borgå. Artiklar i tidningen, på Facebook-sidor och Instagram-konton samt

på föreningens egen nätsida förde också med sig synlighet för evenemanget. Hunters Juniors ry skapade ett evenemang för Girl's Hockey Day Porvoo och betalade för marknadsföringen. Via Facebook nåddes över 2000 personer. Skolbesöken till två av de största lågstadierna i Borgå gav en bra möjlighet till marknadsföringen av evenemanget. Information om evenemanget skickades via e-mail till alla daghem och lågstadier i Borgå, både svensk- och finskspråkiga, och personalen uppmuntrades att dela evenemangsinformationerna vidare till föräldrarna. Denna del medförde att största delen av målgruppen för evenemanget nåddes.

Iordningställandet

På söndag morgon, med start klockan 9, ställde projektledaren tillsammans med en av projektgruppen upp anmälningstället. Stolar, bord och roll-up ställdes i ordning. Skyltar av olika slag sattes upp vid ytterdörrarna, omklädningsrummet och anmälningstället. Resten av projektgruppen anlände mellan klockan 9:30 och 10:00. Aktiviteterna på isen konstruerades. Projektledaren kollade upp isen före evenemanget började.

8.3.2 Program

Deltagarna kom först till anmälningen. Vid anmälningen frågades namn, födelseår, om flickan är ny i sporten eller är med i föreningen samt lov om fotografering (se bilaga 11). Vid anmälningen fick deltagarna en namnlapp som skulle fästas på hjälmen och en spelskjorta (se bilaga 14). Därefter blev deltagarna visade till rätt omklädningsrum. Största programmet för evenemanget var programmet som utfördes på isen. Alla deltagare fick en chokladstång och ett armband med Girl's Hockey Day logo efter att de gett feedback.

8.3.3 Programmet på isen

Isen indelades i tre områden (se bilaga 15) så att det fanns tre olika nivåer; för nybörjare och för en avancerad grupp samt en nivå mellan dessa två. Alla deltagare fick göra samma övningar oberoende av nivån. Övningarna var dock anpassade till nivån och kunde därmed skilja sig en aning från varandra, men grundtanken var den samma. Övningarna som deltagarna fick prova på var:

- Nata – Olika sorter av nata. Dessa var vanlig nata, svansnata och banannata. Klubborna sattes åt sidan då man lekte nata. Målet var att flickorna skulle röra på sig och ha roligt. Via olika lekar utvecklas skridskoåkandet omedvetet.
- Lekar – Flickorna lekte olika lekar såsom vem är rädd för bläckfisken. Klubborna sattes åt sidan då man lekte lekar. Målet var samma som för nata; att ha roligt och röra på sig. Via olika lekar utvecklas skridskoåkandet omedvetet.
- Bana – Banan bestod av olika element som krävde koordination, balans och kroppskontroll. Banan kunde genomföras med eller utan puck.
- Teknik – Teknikdelen var indelad i teknik för skridskoåkning och teknik för hantering av pucken. Denna del var lämpad till gruppens nivå. I teknik för skridskoåkning lärde flickorna sig att bromsa, vända, åka skridskor baklänges och cirkla. I teknik för hantering av pucken bekantade man sig med sätt att passa och ta emot en passning samt sätt att dribbla.
- Målgörande – Flickorna fick lära sig hur ett skott skjuts. Aktiviteten var ordnad på olika sätt, t.ex. skjuta pucken i luften över en klubba som låg på tvären framför målet, sikta i ett litet mål eller skjuta direkt från farten.
- Tillämpat spel – Spelet spelades som ett vanligt spel med två mål men istället för en puck spelades det med en fotboll. Också klubborna var bortsatta. Det fanns två versioner av spelet; ena spelet spelades genom att sparka bollen och det andra spelet genom att med hjälp av händerna rulla bollen längs med isen. Tillämpade spelet tvingade flickorna att iaktta omgivningen.
- Spel – Flickorna fick prova på hur det är att spela ishockey. Spelet spelades i en zon, inte på hela planen. Här kom också aspekten om laganda med då de spelade tillsammans som ett lag. I spelet kombineras alla färdigheter som flickorna tränat på.

Flickorna fick fritt välja nivån som de själv tyckte passade dem. Evenemanget hade ingen egentlig öppning eftersom det inte fanns en exakt starttid. Deltagarna kom an efter mellan klockan 10 och 11. Projektledaren välkomnade enskilt alla deltagare vid dörren och vägledde dem till anmälningsplatsen.

8.3.4 Evenemangstillfället

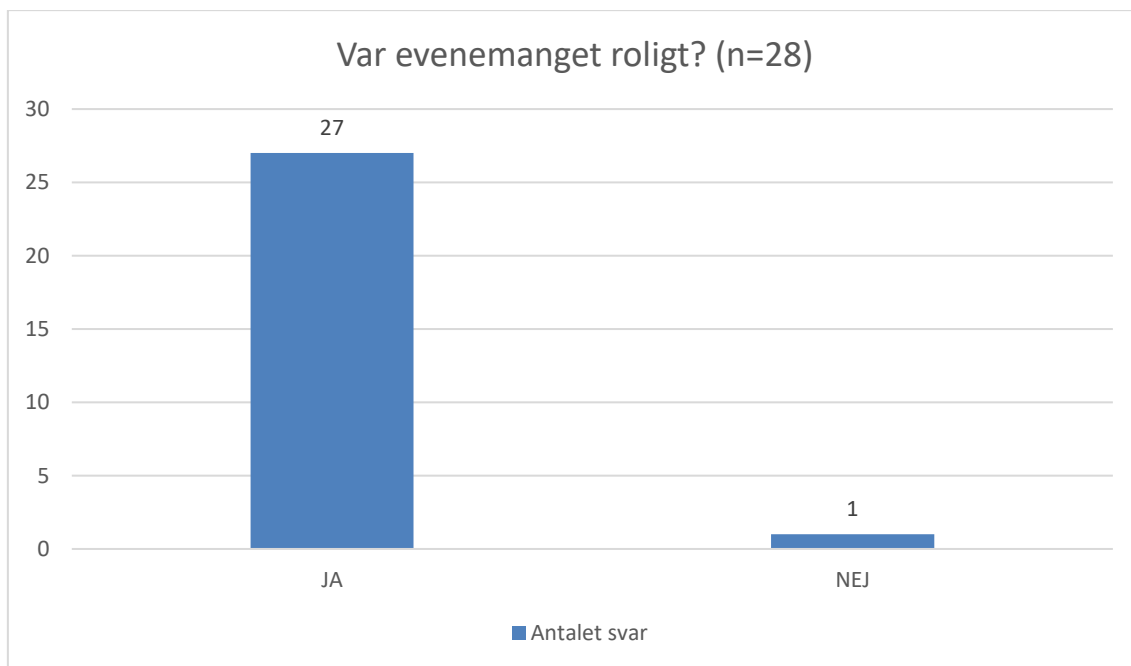
Anmälningen började klockan 10 och sista deltagaren anmälde sig klockan 11. Sammanlagt 28 stycken flickor anmälde sig. Programmet på isen pågick från klockan 10:30 till 12:00. Tio minuter före istidens tog slut hoppade Finkey-maskoten på isen och deltagarna fick träffa och krama Finkey. En gruppbild togs på alla deltagare, maskoten och projektgruppen. Då alla deltagare hade kommit in till omklädningsrummet tackade projektledaren deltagarna och bad dem att lämna spelskjortan på bänken. Projektledaren berättade även kort om möjligheterna för att fortsätta med ishockeyn. De som var intresserade kunde ta en lapp med information om fortsättningen. Projektledaren bad också deltagarna att ge feedback om evenemanget. Som tack fick deltagarna en chokladstång och ett armband. Inga olyckor inträffade under evenemanget.

8.4 Avslutandet av Girl's Hockey Day Porvoo

Direkt efter att deltagarna lämnat isen samlade projektgruppen ihop all utrustning såsom puckar, koner, mål och bollar. När alla deltagare gått hem ställdes alla bord och stolar tillbaka på sina platser. Alla skyltar och roll-upen togs ner. Projektledaren tackade alla i projektgruppen med en lakritspåse från Walton's Oy Ab. Projektledaren tackade Hunters Juniors flickor med varsitt presentkort till McDonald's. Nästa dag, på måndag, lämnades maskoten, roll-upen och låneutrustningen tillbaka. I samband med att projektledaren lämnade tillbaka materialet som beställaren lånat, tackade projektledaren beställaren med en blomma.

8.4.1 Feedback

Feedbacken samlades in vid dörren när deltagarna var på väg bort. En från projektgruppen övervakade stället. Alla 28 stycken deltagare gav feedback, vilket betyder att alla deltagarnas åsikter har blivit hörda och påverkat resultatet. Deltagarna svarade på endast en fråga; var evenemanget roligt? Svartalternativen var ja och nej. Resultatet (se figur 7) gav ett tydligt svar på frågan; deltagarna hade roligt. Endast en deltagare svarade nej och alla andra deltagare, 27 stycken, svarade ja.



Figur 7. Var evenemanget roligt? (n=28)

En feedbackdiskussion med beställaren tog plats följande vecka efter evenemanget. Beställaren var mycket nöjd med innehållet och imponerad över deltagarantalet projektledaren fått ihop. Projektledarens satsning på marknadsföringen gav resultat enligt beställaren. Beställaren tackade för ett utmärkt projektarbete.

9 UTVÄRDERING

Examensarbetet har två frågeställningar. Första frågan är; hur planera och förverkliga ett evenemang. Evenemangsplaneringen och dess faser beskrivs grundligt i den teoretiska referensramen. Också marknadsföringen presenteras omfattande och sett ur evenemangets perspektiv är det en viktig del. På basis av denna teori var det möjligt att producera ett evenemang från början till slut samt skapa en plan för förverkligande av evenemanget. Ett lyckat evenemang kunde framställas eftersom planen var omfattande och grundlig.

Fråga nummer två är; hur öka flickornas intresse för ishockey. För att kunna svara på denna fråga var det väsentligt att ta upp teori om motivation och dess olika nivåer i den teoretiska referensramen. Med hjälp av den kunde marknadsföringen samt innehållet för

evenemanget planeras på bästa möjliga sätt. För att förstå den rådande situationen gällande flickor inom ishockey och sport överlag redogörs det för teori och forskning inom ämnet.

10 DISKUSSION

I diskussionsdelen resoneras det om valet av metoder och resultaten.

10.1 Metoddiskussion

Examensarbetet framställdes som ett utmärkande projektarbete. Projektet utvecklades i enlighet med evenemangsplaneringens faser som kommer fram från Iiskola-Kesonen (2006). Idén för projektet utformades av viljan att utveckla ett ishockeyevenemang för flickor. När idén hade formats sattes målsättningar upp tillsammans med beställaren, vilket är nästa steg enligt Eklund (2011). Målsättningarna som sattes upp för evenemanget gav svar på varför evenemanget görs, vem evenemanget är avsett för och hur evenemanget utarbetas. Dessa är kriterierna för mål enligt Iiskola-Kesonen (2006).

Målgruppen för evenemanget var flickor i åldern 5-12 år. Målgruppen tillsammans med ishockeytemat påverkade planeringen av evenemangets innehåll och tidpunkt som Conway (2009) avser. Innehållet planerades så att evenemanget erbjöd någonting för alla deltagare som är en god förutsättning för evenemanget enligt Iiskola-Kesonen (2006). Deltagarna kunde fritt röra sig mellan olika aktiviteter och finna en utmanande nivå för sig själv. Även aktiviteter som utfördes i par eller grupp planerades för att nå samhörighet. På så sätt hölls motivationen och intresset uppe och alla tre dimensioner av inre motivationen togs i beaktande (Hassmén et. al. 2009) För att kunna uppskatta antalet deltagare, tog man reda på vad liknande evenemang hade haft för deltagarantal enligt ett av exemplen som Conway (2009) listade upp.

Evenemangets planering var en tidskrävande fas som kommer fram från Iiskola-Kesonen (2006). I planeringen funderade man över tidtabeller och olika arbetsmoment. En SWOT-analys gjordes i början av planeringen såsom Iiskola-Kesonen (2006) rekommenderade. Analysen som Hagström&Mattsson (2010) gav instruktioner till be-

kräftar att projektet kommer att lyckas på basis av uppräknigen av projektets olika egenskaper. Datum och klockslag för evenemanget bestämdes utgående från evenemangets målgrupp och tema. Tidpunkten för evenemanget passade utmärkt med tanke på att det var säsongtid, som enligt Conway (2009) är bra, för ishockey. Ishallen som evenemangsplats var idealisk för evenemanget. Det var lätt att ta sig till evenemangsplatsen och en stor avgiftsfri parkeringsplats stod till förfogande som Kauhanen et. al. (2002) menar att är en fördel.

En noggrann kartläggning av tillgängliga resurser och en plan för hur dessa skall användas utarbetades enligt Macheridis (2009). Stipendiet ur fonden för bildningsväsendet i Borgå medförde goda ekonomiska resurser. Också andra sponsorer möjliggjorde evenemanget som Juurakko et. al. (2012) bevisar. Eftersom evenemanget var en engångs-grej, beslutade man låna allt det material och den utrustning som behövdes enligt Kauhanen et. al. (2002) rekommendation.

Att projektgruppen var genuint intresserad av temat och var förmögen till samarbete var viktigt enligt Kauhanen et. al. (2002). Projektgruppen för evenemanget bildades av personer som projektledaren kände från förr. Till följd av detta var projektledaren medveten om vad var och en i projektgruppen hade för styrkor och svagheter enligt Conway (2009). Projektledaren kunde på basis av den kunskapen delegera passande uppgifter till var och en. Projektgruppen kom med i projektet efter planeringen enligt Löow (2001). Projektgruppen bestod av 15 personer inklusive projektledaren. Antalet var tillräckligt för att projektledaren inte behövde binda sig till bara en uppgift under evenemanget och hade därför möjlighet att observera och ta hand om deltagarnas trivsel vilket är ypperligt viktigt enligt Iiskola-Kesonen (2006). Evenemangets mänskliga resurser var bra enligt Kauhanen et. al. (2002). Projektledaren hade hand om kommunikationen. Kommunikationen med projektgruppen skedde främst via telefonsamtal och -meddelanden, vilket var en bra kommunikationsform enligt Iiskola-Kesonen (2006), och all viktig information förmedlades vid rätt tidpunkt.

Enligt Rutherford Silvers (2008) visar en lyckad marknadsföring att deltagare kom på plats. Marknadsföringen planerades på basis av målgruppens intressen som Iiskola-Kesonen (2006) rekommenderade. För att fånga målgruppens uppmärksamhet planera-

des olika aktiviteter passande för målgruppen i syfte att marknadsföra evenemanget, som Juurakko et. al. (2012) visar. För att öka flickornas yttre motivation att delta i evenemanget presenterades spelskjortan, armbandet och pris samt berättades att maskoten Finkey är på plats enligt Hassmén et. al. (2006). Denna typ av marknadsföring användes när projektledaren besökte skolorna. Mer traditionella sätt att marknadsföra, såsom tidningsartiklar, användes också som Conway (2009) räknar upp.

För att evenemanget skulle vara säkert gjordes en kartläggning över möjliga risker för evenemanget och en plan på hur de skulle förhindras utarbetades enligt Vallo&Häyrinen (2014). Den krävda nivån för evenemangets första hjälp utreddes och personen som fick ansvaret över detta hade ingen annan uppgift under evenemanget, som var en förutsättning enligt Conway (2009).

Feedback insamlades och projektledaren tackade deltagarna i slutet av evenemanget. Allt samlades ihop och städades undan på evenemangsplatsen som Iiskola-Kesonen (2006) uppmanar till. Projektledaren samlade ihop alla dokument och detta examensarbete fungerade som en dokumentation av projektet vilket gjordes enligt Ruuska (2005). Sättet att samla in feedback var en lämplig form för målgruppen och en rolig avslutning på evenemanget menade Iiskola-Kesonen (2006). För att få en djupare inblick i hur flickorna upplevde ishockeyn och om de möjligen kommer fortsätta spela kunde ytterligare frågor ha ställts. Nu gav feedbacken endast ett ytligt svar.

10.2 Resultatdiskussion

Att Girl's Hockey Day Porvoo har gått enligt planen enligt SWOT-analysen, enligt Iiskola-Kesonen (2006), märks genom att granska den i efterhand. Styrkorna som listades; kunskap, kreativitet, kontakter, evenemangsplatsen och intresse har utnyttjats i hög grad. Utnyttjandet av gratis material, ett engagerat arbetsteam, en lyckad marknadsföring och ekonomiska resurserna som beskrevs som möjligheter har varit en fördel i evenemanget.

Som svaghet sågs brist på kunskap i marknadsföring och en lyckad marknadsföring sågs som en möjlighet. Möjligheten utnyttjades och den utvecklades till en styrka under pro-

jektets gång. Detta kan påvisas med antalet deltagare. Eftersom marknadsföringen lyckades uteslöts hotet om inga deltagare. Till följd av en grundlig säkerhetsplan minskade hotet om brister i säkerheten som förstås ur Iiskola-Kesonen (2006).

Den feedback som deltagarna gav visar att Girl's Hockey Day Porvoo var en lyckad helhet kvalitetsmässigt enligt Iiskola-Kesonen (2006). Med tanke på att Borgå är en ganska liten ort var inte förväntningarna för deltagarantalet så högt. Deltagarantalet överskred förväntningarna dubbelt som visar att intresse för flickishockey finns vilket Conway (2009) bevisar.

11 SLUTORD

Projektet har varit en lång, tidskrävande process. Det har också varit en lärorik och värdefull upplevelse som jag definitivt har nytta av i framtiden. Innehållet för evenemanget var mångsidigt och varierande där säkerheten togs bra i beaktande. Jag lyckades rekrytera en skicklig projektgrupp som var kapabel av att samarbeta, hade kunskap om grenen och erfarenhet av att fungera som tränare. Detta var en stor orsak varför evenemanget lyckades och deltagarna fick en rolig upplevelse.

Eftersom temat för projektet är väldigt viktigt för mig lade jag mycket tid på projektet. Jag är speciellt nöjd med skolbesöken. Sättet att marknadsföra var personligt och speglade bra mitt intresse för barn och ishockeyn. Eleverna var aktiva och hade en rolig stund tillsammans med mig. Jag är superglad över slutprodukten och stolt över mig själv och det jag åstadkommit. Att evenemanget var omtyckt betyder mycket för mig.

KÄLLOR

- Berg, P.; Kokkonen, M., 2016, *Urheilun takapuoli. Tasa-arvo ja yhdenvertaisuus liikunnassa ja urheilussa*, Nuorisotutkimusverkosto, Helsinki.
- Conway, D., 2009, *The Event Manager's Bible: The Complete Guide to Planning and Organising a Voluntary or Public Event*, 3 uppl., How to Books Ltd, Oxford.
- Deci, E.; Ryan, R., 2000, The "What" and "Why" of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior, *Psychological Inquiry*, 11:4, 227-268.
- Eklund, S., 2002, *Arbeta i projekt – en introduktion*, Studentlitteratur, Lund.
- Eklund, S., 2011, *Arbeta i projekt - Individ, gruppen, ledaren*, 4 uppl., Studentlitteratur, Lund.
- Finlands Ishockeyförbund ry, 2018, *16-17 Pelipassit*.
- Finlands Röda Kors, 2016, *Hjärt-lungräddning, barn*. Tillgänglig: https://www.rodakorset.fi/sites/frc2011.mearra.com/files/tiedostolataukset/2016_ru_lapsi_ppe_-_final_svenska.pdf Hämtad: 17.2.2018.
- Forskningssetiska delegationen, 2013, *God vetenskaplig praxis och handläggning av misstankar om avvikelser från den i Finland*, Forskningssetiska delegationens anvisningar 2012, Helsingfors.
- Gilenstam, K.; Karp, S., Henriksson-Larsén K., 2008, Gender in ice hockey: women in a male territory, *Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports*, 18, s. 235-249.
- Hagström, A.; Mattsson, S., 2010, *Att leda projekt från start till mål*, 1 uppl., SISU Idrottsböcker, Malmö.
- Hassmén, P.; Hassmén, N.; Plate, J., 2006, *Idrottspsykologi*, 1 uppl., Elanders, Falköping.
- Hassmén, P.; Kenttä, G.; Gustafsson, H., 2009, *Praktisk idrottspsykologi*, 1 uppl., SISU Idrottsböcker, Stockholm.
- Herrala, H., 2015, *Tytöt kaukalossa. Etnografinen tutkimus tyttöjen jääkiekkoharrastuksesta*, Lapin yliopisto: Acta Universitatis Lapponiensis, Rovaniemi.
- International Ice Hockey Federation IIHF, 2016. Tillgänglig: <http://www.iihf.com/iihf-home/sport/women/world-girls-hockey-day/> Hämtad: 20.4.2018.
- Iiskola-Kesonen, H., 2006, *Mitä, miksi, kuinka? : käsikirja tapahtumajärjestäjille*, 2 uppl., Suomen Liikunta ja Urheilu ry, Helsingfors.

- Juurakko, A.; Kauhanen, J.; Öhage, U., 2012, *Kulttuurista liiketoimintaa*, Sananjuuri, Lappo.
- Karppinen, Teemu. Hunters Juniors ry valmennuspäällikkö. 2018. Skriftlig intervju 26.3.2018.
- Kauhanen, J.; Juurakko, A.; Kauhanen, V., 2002, *Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus*, 1 uppl., WSOY, Borgå.
- Leijonat*, 2017. Tillgänglig: <http://www.leijonat.fi/info/toimintasaannot.html>
Hämtad: 13.3.2018.
- Lind, O., 2001, *Miten tehdään onnistunut projekti: miten toteutetaan projektin prosessointi, luova suunnittelu, miten projektia ja kokouksia johdetaan ja miten etsitään suuri idea?*, Ruottukka, Heinola.
- Liukkonen, J.; Jaakkola, T., 2012, *Urheilupsykologian perusteet*, Liikuntatieteellinen seura, Tampere.
- Lööw, M., 2001, *Att leda och arbeta i projekt – en praktisk handbok om att lyckas i projekt*, 2 uppl., Liber Ekonomi, Malmö.
- Macheridis, N., 2009, *Projektspekter: kunskapsområden för ledning och styrning av projekt*, 3 uppl., Studentlitteratur, Lund.
- Paasonen, J.; Karjalainen, J.; Sutela, M.; Paasonen, L.; Ketokoski, J., 2013, *Yleisötilaisuuksien turvallisuus*, Tietosanoma, Helsingfors.
- Pelak, C., 2002, Women's Collective Identity Formation in Sports: A Case Study from Women's Ice Hockey, *Gender & Society*, 16:1, s. 93-114.
- Pirinen, R., 2006, *Urheileva Nainen lehtiteksteissä*, Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print, Tampere.
- Puputti, Tuula. Finska Ishockeyförbundet, tyttökiekon kehittäjä. 2017. Muntlig intervju 17.10.2017
- Rutherford Silvers, J., 2008, *Risk Management for Meetings and Events*, 1 uppl., Elsevier Ltd, Oxford.
- Ruuska, K., 2005, *Pidä projekti hallinnassa: suunnittelu, menetelmät, vuorovaikutus*, 5 uppl., Talentum, Helsingfors.
- Suomen Jääkiekkoliitto & IIHF, 2014, *Jääkiekon virallinen sääntökirja 2014-2018*, Sporttipaino Oy

Thorpe, Holly, 2008, Foucault, Technologies of Self, and the Media: Discourses of Femininity in Snowboarding Culture, *Journal of Sport and Social Issues*, 32:2, s. 199-229.

Turvallisuus- ja kemikaalivirasto (TUKES), 2016, *Säkerhetsdokument enligt konsumentssäkerhetslagen*.

Vallo H.; Häyrynen E., 2014, *tapahtuma on tilaisuus, tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen*, 4 uppl., Tietosanoma Oy, Helsingfors.

Vasalampi, K., 2017, *Mikä meitä liikuttaa: motivaatiopsykologian perusteet*, 3 uppl., PS-kustannus, Jyväskylä.

Vilka, H.; Airaksinen, T., 2003, *Toiminnallinen opinnäytetyö*, 1-2 uppl., Kustannusosakeyhtiö Tammi, Helsingfors.

BILAGOR

BILAGA 1. PROJEKTETS TIDSPLAN

Projektets tidsplan.

- Reservering av istid, november 2017.
- Förberedelser av Girl's Hockey Day Porvoo såsom kartläggning av evenemangsplatsen och insamling av material, januari 2018.
- Rekrytering av projektgruppen, januari 2018 vecka 2-3.
- Säkerhetsdokumentet för Girl's Hockey Day Porvoo bör vara färdigt 21.1.2018.
- Preliminära evenemangsinnehållet för Girl's Hockey Day Porvoo, färdigt senast 15.1.2018. En skiss över indelningen av isen och övningarna bör finnas.
- Reklamaterialet för Girl's Hockey Day Porvoo färdigt 16.1.2018.
- Information om evenemanget publiceras 25.1.2018.
- Färdiga evenemangsinnehållet för Girl's Hockey Day Porvoo färdigt 22.1.2018.
- Materialet för skolbesöken färdigt 23.1.2018.
- Skolbesöken sker 25.1.2018 Kvarnbackens skola och 29.1.2018 Kevätkummunkoulu.
- Anmälningssblanketter och andra dokument för Girl's Hockey Day Porvoo färdigt 30.1.2018.
- **Datumet för Girl's Hockey Day Porvoo är söndagen 4.2.2018.**
- Feedback av deltagarna samlas in efter isträningen.
- Städandet av evenemangsplatsen sker direkt efter avslutningen av evenemanget.
- Tackandet av projektgruppen, möjliga sponsorer och beställaren sker så snabbt efter evenemanget som möjligt.

BILAGA 2. LOGON

Girl's Hockey Day-logo



Leijona-logo



BILAGA 3. GIRL'S HOCKEY DAY PORVOO REKLAMBLAD (SVENSKA)



GIRL'S HOCKEY DAY

FLICKOR, KOM MED OCH PROVA PÅ ISHOCKEY!

Kom med och prova på ishockey ensam eller med kompisar. Evenemanget är utformat för flickor i alla åldrar och det är ett utmärkt tillfälle att prova på ishockey gratis och träffa nya trevliga kompisar!

Längst ner hittar du detaljerad info om följande möjligheter!

Finlands Ishockeyförbund är med i projektet Finland 100 åtgärder för jämställdhet. Säsongen 2017-2018 ordnas 100 flickhockeyevenemang runtom i Finland. Projektet genomförs i samarbete med föreningarna.



Borgå ishall

Sö 4.2.2018 klo 10.30

Egna skridskor, hjälm och klubba med. Om du är i behov av låneutrustning, vänligen meddela senast 1.2.2018, Vera Miettinen 0456504911



* » GHD eller Girls Hockey Day är lanserat av Finlands Ishockeyförbund men har sedermera spridits över hela världen som flickornas eget evenemang där man gratis kan prova på ishockey i en trygg och glad miljö.



#100tyttökiekkotapahtumaa



Tilläggsinformation: www.leijonat.fi/palstat/tyttokiekko.html  /girlshockeyday  ghd_finland

BILAGA 4. GIRL'S HOCKEY DAY PORVOO REKLAMBLAD (FINSKA)

GIRL'S HOCKEY DAY

TYTTÖ, TULE KOKEILEMAAN JÄÄKIEKKOA!

Tule kokeilemaan jääkiekkoa yksin tai kavereiden kanssa!
Tapahtuma on suunniteltu kaiken ikäisille tytöille
ja se on mainio tilaisuus tutustua jääkiekkoon
maksutta ja tavata mukavia uusia kavereita!

**Alla tarkemmat tiedot seuraavista
mahdollisuuksista!**

Suomen Jääkiekkoliitto on mukana
Suomi 100 tasa-arvotekoa -hankkeessa.
Kaudella 2017-2018 järjestetään 100
tyttökiekkotapahtumaa ympäri
Suomea. Hanke toteutetaan
yhdessä seurojen kanssa.



Suomi
Finland
100

Porvoon jäähalli



Su 4.2.2018 klo 10.30

Omat luistimet, kypärä ja maila mukaan. Jos tarvitset lainavarusteita,
ilmoitathan viimeistään 1.2.2018,
Vera Miettinen 0456504911



* - GHD eli Girls' Hockey Day on Suomen Jääkiekkoliiton lanseeraama mutta sittemmin
maailmanlaajuisesti levinnyt tyttöjen oma maksuton tapahtuma päästä kokeilemaan
jääkiekkoa turvallisessa ja iloisessa ympäristössä

#100tyttökiekkotapahtumaa

Lisätietoja: www.leijonat.fi/palsta/tyttokiekko.html  /girlshockeyday  ghd_finland



BILAGA 5. GIRL'S HOCKEY DAY PORVOO REKLAMKORT



VÄLKOMMEN MED I FLICKHOCKEY



Borgå ishall
4.2.2018
klo 10:30

Kontaktperson Vera Miettinen 0456504911

**VÄLKOMMEN MED I EN GLAD, MÅNGSIDIG OCH SPORTIG
ISHOCKEYFAMILJ!**

Tilläggsinformation: www.leijonat.fi/palstat/tyttokiekko.html  /girlshockeyday  ghd_finland



TERVETULOA MUKAAN TYTTÖKIEKKOON



Porvoon jäähalliin
4.2.2018
klo 10:30

Yhteyshenkilö Vera Miettinen 0456504911

**TERVETULOA MUKAAN ILOISEEN, MONIPUOLISEEN
JA URHEILULLISEEN JÄÄKIEKKOPERHEESEEN!**

Lisätietoja: www.leijonat.fi/palstat/tyttokiekko.html  /girlshockeyday  ghd_finland

BILAGA 6. MARKNADSFÖRINGSMATERIAL TILL SKOLBESÖKEN



BILAGA 7. PUBLIKATIONER OM EVENEMANGET.

Hunters.fi 29.1.2018

Girls' Hockey Day porvoossa 4.2 klo 10:30-12:00!



29.1.2018
10:46
Uutiset / Pääsivusto

Tule mukaan!

Porvoossa järjestetään tytöille tarkoitettu Girls' Hockey Day tapahtuma kaiken ikäisille tytöille. Tapahtuma järjestetään Porvoon jäähallissa sunnuntaina 4.2 klo 10:30-12:00. Tapahtuma on ilmainen kaikille osallistujille.

Mukaan tarvitetset luistimet, kypärän ja mailan. Jos tarvitset lainavarusteita, ilmoitathan pikimmiten puhelimella: Vera Miettinen 045-6504911

Lisätietoa tapahtumasta voi tiedustella Vera Miettinen 045-6504911

[Suosittele 35](#) [Jaa](#) [G+](#) [Twittaa](#)

Uusimaa.fi 31.1.2018



31.1.2018 - 23.50 | PAIKALLISURHEILU

Porvoossa ilmainen kiekkopäivä tytöille



Tyttöjen jääkiekkopäivässä voi tempautua mukaan uuteen harrastukseen.

KUVA:Arkisto/Aapo Siippainen

Porvoo | Tyttöjen saaminen jääkiekon pariin on ollut haastavaa, jos ei ole omia joukkueita. Porvoossa on mahdollisuus kokeilla lajia tyttöjen omassa kiekkotapahtumassa.

Girl's Hockey Day pidetään Kokkonniemen jäähallissa sunnuntaina 4. helmikuuta kello 10.30 alkaen jäällä. Jääaika on 10.30-12.

– Kellään ei ole läsnäolopakkoa alusta loppuun, vaan omaan tahtiin voi tulla kokeilemaan. Joka tytöillä pitää olla jäällä ollessaan kypärä (pyöräilykypärä käy myös hyvin), luistimet. Kaunoluistimet käy myös ihan hyvin ja maila tietysti, tapahtumaa järjestänyt Vera Miettinen sanoo.

Girl's Hockey Dayn tarkoituksena on antaa tytöille mahdollisuus kokeilla jääkiekkoa hausassa ja turvallisessa ympäristössä täysin ilmaiseksi.

Jos on tarvetta lainavarusteille, niin ilmoitus suoraan Miettiselle viimeistään torstaina 1. helmikuuta (Vera Miettinen Q456504911).

– Ei pitäisi jäädä siitä kiinni, että ei ole omia varusteita, rohkeasti vaan yhteyttä. Jäällä tulemme tutustumaan jääkiekkoon leikin ja erilaisten ratojen kautta. Päivä on suunnattu 5-12 -vuotiaille, mutta sitä nuoremmat ja vanhemmat ovat myös tervetulleita.

Kaikille luistelutaidottomille tytöille löytyy apuvälineitä/ohjaajia auttamaan. Miettinen muistuttaa, että tapahtuma on kaksikielinen, joten sekä suomen- että ruotsinkieliset lapset tuntevat olonsa turvalliseksi tapahtumassa.

Miettinen opiskelee liikunnanohjaajaksi (AMK) ja tekee lopputyötä. Hän on työharjoittelussa Suomen Jääkiekkoliitolla ja lopputyö keskittyy tyttökiekkoon.

– Aihe on minulle tuttu, sillä pelaan itse jääkiekkoa Naisten Liigassa KJT:n edustusjoukkueessa. Olen mielelläni järjestämässä tytöille jääkiekon kokeilupäivää, Miettinen sanoo.

URHEILU



Timo Pasanen | [OTA YHTEYTTÄ](#)

[Kirjautu tai rekisteröidy](#)
kommentoidaksesi

Uusimaa 1.2.2018



ARKISTO/AAPO SIIPPAINEN

Tyttöjen jääkiekkopäivässä voi tempautua mukaan uuteen harrastukseen.

Porvoossa ilmainen kiekkopäivä tytöille

Timo Pasanen
timo.pasanen@media.fi

PORVOO | Tyttöjen saaminen jääkiekon pariin on ollut haastavaa, jos ei ole omia joukkueita. Porvoossa on mahdollisuus kokeilla lajia tyttöjen omassa kiekkotapahtumassa.

Girl's Hockey Day pidetään Kokkonniemen jäähallissa sunnuntaina 4. helmikuuta kello 10.30 alkaen jäällä. Jääaika on 10.30-12.

– Kellään ei ole läsnäolopakkoa alusta loppuun, vaan omaan tahtiin voi tulla kokeilemaan. Joka tytöillä pitää olla jäällä ollessaan kypärä (pyöräilykypärä käy myös hyvin), luistimet. Kaunoluistimet käy myös ihan hyvin ja maila tietysti, tapahtumaa järjestänyt Vera Miettinen sanoo.

Girl's Hockey Dayn tarkoituksena on antaa tytöille mahdollisuus kokeilla jääkiekkoa hauskassa ja turvallisessa ympäristössä täysin ilmaiseksi.

Jos on tarvetta lainavarusteille, niin ilmoitus suoraan Miett-

iselle viimeistään torstaina 1. helmikuuta (Vera Miettinen 0456504911).

– Ei pitäisi jäädä siitä kiinni, että ei ole omia varusteita, rohkeasti vaan yhteyttä. Jäällä tulemme tutustumaan jääkiekkoon leikin ja erilaisten ratojen kautta. Päivä on suunnattu 5-12 -vuotiaille, mutta sitä nuoremmat ja vanhemmat ovat myös tervetulleita.

Kaikille luistelutaidottomille tytöille löytyy apuvälineitä/ohjaajia auttamaan. Miettinen muistuttaa, että tapahtuma on kaksikielinen, joten sekä suomen- että ruotsinkieliset lapset tuntevat olonsa turvaliseksi tapahtumassa.

Miettinen opiskelee liikunnanohjaajaksi (AMK) ja tekee lopputyötä. Hän on työharjoittelussa Suomen Jääkiekkoliitolla ja lopputyö keskittyy tyttökiekkoon.

– Aihe on minulle tuttu, sillä pelaan itse jääkiekkoa Naisten Liigassa KJT:n edustusjoukkueessa. Olen mielelläni järjestämässä tytöille jääkiekon kokeilupäivää, Miettinen sanoo.

Liikuntakeskus Kraftverk instagram-konto 2.2.2018



liikuntakeskuskraftverk • Seuraa
Porvoon jäähalli

liikuntakeskuskraftverk Sit tytsyt lätkäilee
sunnuntaina! Tapahtuma maksuton!



72 tykkäystä

2. HELMIKUUTA

Lisää kommentti...



BILAGA 8. FINKEY-MASKOT



BILAGA 9. SÄKERHETSDOKUMENT GIRL'S HOCKEY DAY PORVOO (TURVALLISUUS- JA KEMIKAALIVIRASTO, 2016)

Säkerhetsdokument Girl's Hockey Day Porvoo

1. Tjänstleverantörens uppgifter

Vera Miettinen
Byholmsgränden 3 E 237
00580 Helsingfors
Telefonnummer: 0456504911

2. Säkerhetsansvarig

Vera Miettinen
Telefonnummer: 0456504911

Lokala myndigheterna: Borgå
Projektgrupp: 15 personer (se bilaga 13).

3. Förutsebara risksituationer och eventuella konsekvenser

- Stukningsolyckor p.g.a. ovana att åka skridskor.
- Stukningsolycka p.g.a. felsteg.
- Skador p.g.a. att falla på isen.
- Skador p.g.a. att deltagarna krockar med varandra på isen.
- Skador p.g.a. att deltagaren får en puck på sig.
- Skador p.g.a. att deltagaren blir slagen med en klubba.
- Skador p.g.a. att deltagaren blir snittad av en skridsko.
- Skador p.g.a. otillräcklig utrustning.
- Aggressivt beteende bland deltagarna.
- Medicinsk nödsituation orsakad av fysisk aktivitet, t.ex. astma.

- Medicinsk nödsituation p.g.a. akut skada.

4. Åtgärder för att förebygga risksituationer

- Tillgång till hjälpmedel på isen.
- Tydliga instruktioner och påminnelse om att uppmärksamma omgivningens ständigt förändrade situationer.
- Tydliga regler på isen, t.ex. att deltagarna är bakom deltagaren som skjuter pucken.
- Informera om deltagarnas behövliga utrustning.
- Deltagarna har tillräckligt skyddande utrustning (långärmad, långa byxor, handskar och hjälm).
- Planera och organisera väl.
- Vid behov begära hjälp av lokala myndigheterna.
- Uppmana deltagarna att vara försiktiga.

5. Anvisningar för möjliga risksituationer som är uppräknade i punkt 3

- Tillräckligt med instruktioner i varje grupp.
- Instruktorerna ger tydliga och säkra instruktioner.
- Alla i projektgruppen har tillgång till telefon och nödvändiga telefonnumror.
- Första hjälpen finns nära isen vid bytesbänken.
- Deltagare som saknar tillräcklig utrustning får inte släppas på isen.
- Vid nödsituationer uppskatta behovet av hjälp, vid behov kalla på till hjälp och ringa 112. Hindra ytterligare skador och ge första hjälp. Då lokala myndigheterna anländer förflyttas ansvaret till dem.

6. Tjänsteleverantörernas utbildning om säkerheten

Projektgruppen läser igenom säkerhetsdokumentet och agerar enligt den. Projektgruppen bekantar sig även med hjärt-lungräddning för barn.

7. Plats, uppbyggnader, redskap och annat material som används under tjänsten

Evenemangsplatsen

Borgå ishall

Redskap

Koner, puckar, olika storlekar av mål, klubbor, fotbollar och hjälpmedel skall vara hela och hållbara. Dessa granskas före evenemanget.

Säkerhetsutrustning

- Första hjälps väska
- En mobiltelefon för alla i projektgruppen
- Anvisningar för hjärt-lungräddning för barn (se bilaga 10)

8. Maximalt antal deltagare som tjänsten kan levereras till på ett säkert sätt samt krav för deltagarna

- 50 deltagare
- Deltagarna bör ha rätt utrustning

9. Nödvändiga åtgärder för att tjänsten skall vara säker för andra berörda

- Informera åskådarna till läktaren

10. Hur kan informationen i säkerhetsdokumentet fås fram till projektgruppen?

Säkerhetsdokumentet finns i elektronisk form tillgänglig för alla i projektgruppen. Den ansvariga för säkerheten kontrollerar att projektgruppen förstått informationen och att de agerar enligt den.

Bilagor

1. Projektgruppen och arbetsindelningen
2. Hjärt-lungräddning för barn

BILAGA 10. HJÄRT-LUNGRÄDDNING FÖR BARN (FINLANDS RÖDA KORS, 2016)

Punainen Risti

Hjärt-lungräddning, barn



1. Om ett barn förlorar medvetandet ska du försöka väcka det genom tilltal och genom att ruska om barnet från skuldrorna



2. Om barnet inte vaknar, ring 112 och aktivera telefonens högtalarfunktion

3. Lägg barnet 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 sig?



4. Om andningen inte är normal eller om den saknas ska återupplivning inledas genom 5 inblåsningar

Gör 5 inblåsningar

- Öppna luftvägarna
- Placera din mun tätt över barnets mun
- Täpp till barnets näsborrar med dina fingrar
- Blås bara så mycket att barnets bröstkorg häver sig



5. 30 kompressioner



- Placera nedre delen av din ena handflata på bröstbenets nedre del
- Tryck 30 gånger med rak arm



6. Gör två inblåsningar.

7. Fortsätt återuppliva utan paus med rytmen 30:2

BILAGA 11. GIRL'S HOCKEY DAY PORVOO ANMÄLNINGS- BLANKETT

		2018 GIRL'S HOCKEY DAY					
Järjestävän seuran nimi							
Paikkakunta							
Päivä							
Tapahtuman kesto (klo)							
#	etunimi	sukunimi	syntymä- aika	on seuran toiminnassa (x)	uusi harrastaja (x)	valokuvaus lupa (x)	
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
24							
25							
26							
27							
28							
29							
30							

BILAGA 12. LISTA PÅ BEHÖVLIGA MATERIAL OCH REDSKAP TILL GIRL'S HOCKEY DAY PORVOO

Materiallista Girl's Hockey Day Porvoo

Anmälningsplatsen	Första hjälp	Café	Utrym- men	Priser
Bord x2 Stolar x2 Skålar för feedback x3 Pennor Anmälningsblanket- ter Infoblad om möjlig- heter för fortsättning Roll-up	Medicin- väska x2 Säkerhets- plan	Vatten Kaffe Mjök Socker Kaffekokare Filterpåse Engångs- muggar Engångsskedar Servetter	Skyltar Tejp Sax	Armband Choklad- stänger

Redskapslista Girl's Hockey Day Porvoo

Nata	Lekar	Bana	Teknik	Målgö- rande	Tillämpat spel	Spel
Band Vissel- pipa	Vissel- pipa	Puckar Koner Klubbor Hinder Vissel- pipa	Puckar Koner Klubbor Vissel- pipa	Mål av olika stor- lekar Puckar Klubbor Hinder Visselpipa	Fotbollar Stora mål Vissel- pipa	Puck Klubbor Stora mål Vissel- pipa

BILAGA 13. ARBETSINDELNING

Före evenemanget

Vera Miettinen "projektledare"

0456504911

- Planera evenemangsinnehållet
- Planera materialet för reklam
- Marknadsföring
- Skaffa material
- Rekrytering av arbetsteam
- Göra upp säkerhetsdokument
- Materialtransport
- Bygga upp anmälningplatsen
- Sätta upp skyltar på evenemangsplatsen

Anna Sjöström

0405708133

- Finkey-maskot vid marknadsföring 3.2.2018

Lien Högnäs

0503004114

- Bygga upp anmälningplatsen
- Sätta upp skyltar på evenemangsplatsen

Teemu Karppinen

0407759141

- Reserverar istid

Under evenemanget

Vera Miettinen "projektledare"

0456504911

- Ta emot flickorna vid dörren
- Kolla att allt är under kontroll
- Hjälpa vid behov

Anna Moilanen

0443331685

- Huvudansvaret för mellangruppen

Anna Sjöström

0405708133

- Café
- Finkey-maskot på isen

Iva Kitula

0409000109

- Ta emot anmälningar
- Dela ut spelskjortor och namnlappar

Lien Högnäs

0503004114

- Finkey-maskot före isen
- Hjälptränare för avancerade gruppen

Mia Astikainen

0407018897

- Huvudansvar för nybörjargruppen

Mila Houni

0401385755

- Hjälptränare för mellangruppen

Oona Lahtinen

0449787947

- Hjälptränare för avancerade gruppen

Oona Paltola
0400280566

- Hjälptränare för mellangruppen

Teemu Karppinen
0407759141

- Första hjälp

Tuomo Lahtinen
0504582502

- Huvudansvar för avancerade gruppen

Eveliina Kitula

- Hjälptränare för mellangruppen

Kia Lahtinen

- Hjälptränare för avancerade gruppen

Linda Rintala

- Hjälptränare för nybörjargruppen

Pihla Hakku

- Hjälptränare för nybörjargruppen

Efter evenemanget

Vera Miettinen
“projektledare”

0456504911

- Tacka deltagarna
- Tacka projektgruppen
- Städa undan på evenemangsplatsen
- Lämna tillbaka allt lånematerial

Lien Högnäs

0503004114

- Städa undan på evenemangsplatsen

Anna Moilanen

0443331685

- Städa undan redskapen på isen

Mila Houni

0401385755

- Städa undan redskapen på isen

BILAGA 14. SPELSKJORTA OCH NAMNLAPP

Spelskjorta



Namnapp



BILAGA 15. INDELNING AV ISEN

