



Työpaikkaliikunnan Kuntofestivaali, tapahtumajärjestäjän opas

Anu Salokangas

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu
Vierumäen yksikkö
Liikunnan ammattikorkeakoulututkinto
Kevät 2010

Tekijä: Anu Salokangas	Ryhmä tai aloitusvuosi 2009
Opinnäytetyön nimi Työpaikkaliikunnan Kuntofestivaali Tapahtumajärjestäjän opas Suomen Kuntoliikuntaliitto ry	Sivu- ja liitesivumäärä 23 38 + 28
Ohjaaja tai ohjaajat Kirsi Hämäläinen, Sanna Lukka, Tomi Vilkman, Anita Vivacqua	
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä tapahtumajärjestäjän opas työpaikkaliikuntatapahtuman eli Kuntofestivaalin järjestäjälle. Samalla opinnäytetyön kautta dokumentoituu Kuntofestivaalin idea ja historia 15 vuoden ajalta.</p> <p>Kuntofestivaalijärjestäjän käsikirja on tehty Suomen Kuntoliikuntaliitolle tulevia Kuntofestivaalitapahtumia varten. Opasta voivat hyödyntää Kuntofestivaalitapahtuman tuottajat ja järjestäjät mutta myös lajiliitot, seurat, kunnat ja muut toimijat, jotka järjestävät aikuisille suunnattuja liikuntapäiviä. Käsikirjasta on pyritty tekemään mahdollisimman käytännönläheinen ja helppo opas, johon voi tukeutua järjestämisen eri vaiheissa alun suunnitteluvaiheesta tapahtuman jälkiselvittelyihin.</p> <p>Kuntofestivaalijärjestäjän käsikirja on kolmiosainen; ensimmäinen osio käsittelee järjestämiseen liittyvään yleistä tietoa, toinen osio toimenpiteitä tapahtumaa järjestettäessä ja kolmas osio toimenpiteitä tapahtuman jälkeen.</p>	
Asiasanat Kuntofestivaali, työpaikkaliikunta, liikunta tapahtuma, liikunta, tapahtumanjärjestäminen	

Degree programme

<p>Author Anu Salokangas</p>	<p>Group or year of entry 2009</p>
<p>The title of thesis CORPORATE WELLNESS KUNTOFESTIVAALI FARE, HANDBOOK SPORT FOR ALL ASSOCIATION</p>	<p>Number of pages and appendices 23 38+28</p>
<p>Supervisors Kirsi Hämäläinen, Sanna Lukka and Tomi Vilkman, Anita Vivacqua</p>	
<p>The purpose of this thesis is to create a material and a manual for corporate wellness event called Kuntofestivaali.</p> <p>Kuntofestivaali organizer handbook is made for Sport for all Association when organizing the Kuntofestivaali. Handbook can be used by other sport alliances, sport clubs, communs and other activators who are working for Kuntofestivaali or other sport event alike. Handbook is a practical material which can be used in all the phasis, from planning to trace follow-up and feedback.</p> <p>Kuntofestivaali organizer handbook has three chapters. First chapter is about common knowledge of organizing, second chapter is about the actions on the event and third chapter is about actions and feedback after the event.</p>	
<p>Key words: Kuntofestivaali, Corporate wellness, exercise and sport, sportevent, organizing the sportevent.</p>	

Sisällys

1 Johdanto	1
2 Työpaikkaliikunta	3
2.1 Liikunnan merkitys työkykyyn.....	3
2.2 Työpaikkaliikunnan historia ja taustat	4
2.2.1 Suomen työpaikkaurheilun alkuvaiheet ja puulaakiurheilu.....	5
2.2.2 Suomalainen innovaatio tykytoiminta ja työhyvinvointi	5
2.3 Työpaikkaliikunnan merkitys.....	6
2.3.1 Liikuntaohjelman merkitys	7
2.3.2 Työnantajan tukema liikunta ja työpaikkaliikuntabarometri	8
2.3.3 Työpaikkaliikunnan verotuksellinen kohtelu	9
2.3.4 Liikuntapäivät ja -tapahtumat	10
3 Työpaikkaliikunnan Kuntofestivaali	12
3.1 Tapahtuman historia ja ideologia.....	12
3.1.1 Kuntofestivaalien järjestämispaikkakunnat ja pääjärjestäjätahot.....	13
3.1.2 Kävijämäärät.....	13
3.2 Tapahtuman kehityskaari.....	14
3.3 Tapahtuman SWOT – analyysi.....	15
4 Kuntofestivaalijärjestäjän käsikirja	17
4.1 Oppaan tavoitteet ja kohderyhmä	17
4.2 Oppaan sisällöt.....	17
4.3 Tuottoprosessi.....	18
5 Pohdinta.....	19
Lähteet	21

1 Johdanto

Työelämän viimeaikaisissa muutoksissa työn tuottavuus-, laatu – ja tehokkuusvaatimukset ovat korostuneet. Työntekijälle asetetaan entistä suurempia vaatimuksia. Työvoiman ikääntyminen, työkyvyttömyyseläkkeiden runsaus ja työuupumuksen lisääntyminen herättävät kysymyksiä siitä, kuinka työkäisten jaksamista ja hyvinvointia voitaisiin lisätä. Liikunnan mahdollisuudet työntekijöiden terveyden ja työkyvyn ylläpitäjinä nähdään merkittävänä. (Louhevaara & Perkiö-Mäkelä 2000, 243 -245.)

Suomessa työnantajien rooli liikuntapalveluiden tuottajana ja rahoittajana on suuri. (Svård 1999). Suomen Kuntoliikuntaliiton vuonna 2009 teettämän työpaikkaliikuntabarometrin mukaan peräti 84 % yrityksistä investoi työpaikkaliikuntaan. 20 % näiden yritysten henkilöstöstä eli yli 400 000 työssä käyvää suomalaista osallistuu säännöllisesti työpaikkojen järjestämään liikuntatoimintaan. Työpaikkaliikunnan kehittäminen on siis tärkeä osa kansanterveyden ja kansantalouden edistämistä.

Suomen työpaikkaliikunnalla on pitkä historia. Urheiluvaatteesta kummunneesta puulaakiurheilusta on tehty pitkä ja värikäs matka nykyiseen työpaikkaliikuntaan, jossa terveyden edistäminen on avainasemassa. Laadukkaasti ja ammattimaisesti toteutettu työyhteisöliikunta edistää organisaation hyvinvointia, työntekijöiden fyysistä kuntoa ja työssä jaksamista. Toimilla voi olla merkittävä vaikutus muun muassa yhteisöllisyyteen ja yrityskuvaan. Näillä tekijöillä on entistä suurempi merkitys ja arvo lähivuosina. (Työyhteisöliikunta 2009, 7.)

Työpaikkaliikunnan barometrin 2009 mukaan suosituimpia työpaikkaliikunnan toteutusmuotoja ovat liikuntapäivät ja -tapahtumat. Ne ovat perinteikkäitä työyhteisöjen henkilöstön liikuntaan aktivoimisen muotoja, joiden yhtenä tavoitteena on viettää aikaa yhdessä. (Jokela 2006, 191 -196.)

Kuntofestivaali on Suomen Kuntoliikuntaliiton omistama ja hallinnoima työpaikkaliikunnan tapahtuma, liikunta- ja virkistyspäivä yritysten henkilöstölle. Kuntofestivaaleilla osallistujat pääsee kokeilemaan eri liikuntalajeja ja madalta sitä kautta kynnystä aloittaa uusi liikuntalaji. Tapahtuma tuottaa ideoita liikunnan toteuttamiseen työpaikoilla ja kasvattaa liikunta-alan verkostoa työpaikkojen tarpeisiin.

Kuntofestivaalin, entiseltä nimeltään Työpaikkaliikunnan festivaalin, historia ulottuu vuoteen 1995, jolloin Turussa järjestettiin ensimmäinen yksipäiväinen pelkästään työpaikkaliikkujiille suunnattu tapahtuma. Perusidea on vuosien saatossa pysynyt samana mutta tapahtuman sisältö ja laatu ovat muuttuneet vuosien saatossa liikunta-alan kehittyessä. Vuonna 2010 Helsingissä järjestettävä Kuntofestivaali on järjestyksessä jo 16:s.

Kuntofestivaalijärjestäjän käsikirja on suunniteltu ja toteutettu käytännön työn avuksi. Se on käytännönläheinen opas sellaisen liikuntatapahtuman järjestäjälle, jonka kohderyhmänä ovat aikuiset työpaikkaliikkuajat. Kuntofestivaalitapahtuman opas on kolmiosainen ja sisältää Kuntofestivaalin järjestämiseen liittyvää yleistä tietoa ja toimenpiteitä tapahtumaa järjestettäessä sekä tapahtuman jälkeen. Tämän tapahtumajärjestäjän oppaan kautta dokumentoituu Kuntofestivaalin idea ja historia 15 vuoden ajalta.

2 Työpaikkaliikunta

2.1 Liikunnan merkitys työkykyyn

Työkyky on kykyä ja halukkuutta tehdä jatkuvaa päivittäistä työtä. Työkyky perustuu fyysiseen, psyykkiseen ja sosiaaliseen toimintakykyyn, jotka ovat myös elämän laadun ja hyvinvoinnin peruspilareita. Tehokkaalla ja monipuolisella toiminnalla, jonka yksi peruspilari on liikunta, varmistetaan henkilöstön työkyky ja ammatillinen osaaminen. Liikuntaa voidaan pitää laajalajaisen työkykyä ylläpitävän toiminnan yhtenä peruspilarina. (Työterveyslaitos 1995.) Myös väestöä koskevat selvitykset tukevat käsityksiä liikunnan myönteisistä vaikutuksista työkykyyn. (Louhevaara ym. 2000, 243 -272).

Työkykyä voidaan luonnehtia tasapainotilaksi yksilön edellytysten ja voimavarojen sekä työn ja ympäristön asettamien vaatimusten välillä. Liikunnalla voidaan vaikuttaa työkyvyn osista ensisijaisesti fyysiseen toimintakykyyn mutta jossain määrin myös osaan työkyvyn osatekijöitä ja –alueita. Liikunta voi esimerkiksi lisätä itsearvostusta, vähentää sairauksien oireita, kohentaa mielialaa ja vaikuttaa myönteisesti henkilösuhteisiin. (Vuori 2006, 55.)

Säännöllinen liikunnan harrastaminen vähentää kiistattomasti pitkäaikaissairauksia ja edistää terveyttä. Fyysinen aktiivisuus tuottaa kaikenikäisille lukuisia hyödyllisiä vaikutuksia. Jo kohtuullinen parannus vähän liikkuvan henkilön verenkiertoelimistön toimintakyvyssä vähentää huomattavasti muun muassa ennen aikaisen kuoleman riskiä. Työkykyä edistäväksi liikunnaksi voidaan luokitella ainakin terveys-, kunto, hyöty, virkistys, elpymis-, yhdessäolo-, työmatka-, työpaikka- ja työyhteisöliikunta. (Louhevaara ym. 2000.) Liikunnan tulee olla kohtuullista, säännöllistä ja monipuolista, jotta sen avulla voitaisiin tukea työssä olevien terveyttä ja toimintakykyä. (Työterveyslaitos 2009).

Liikunnan vaikutusten kirjo on laaja. Osa vaikutuksista on suoria eli biologisia ja ne näkyvät nopeasti liikuntaa harjoittavassa henkilössä. Näitä vaikutuksia voidaan ennakoida ja ne ilmenevät johdonmukaisesti ja ennustettavasti tietynlaisen liikunnan tuloksena. Nämä tulokset voivat ilmetä heti, päivien, viikkojen tai jopa kuukausien kuluttua. Vaikutukset näkyvät elimistön rakenteissa ja toiminnoissa tiettyjen biologisten prosessien ja lainalaisuuksien tuloksena. Osa liikunnan vaikutuksista on epäsuoria, kuten harrastajan tunnetiloissa ja kokemuksissa tai harrastajien välisissä suhteissa ilmenevät muutokset. Laajimmillaan liikunnan epäsuorat vaikutukset voivat ulottua liikunnan koko sosiaaliseen ympäristöön, kuten työyhteisön henkilösuhteisiin,

ilmapiiriin ja ulkoiseen kuvaan. Liikunnan epäsuorat vaikutukset ovat vaikeammin ennustettavissa kuin suorat, biologiset vaikutukset (Vuori 2006, 40.)

Liikunnalla on terveyden kannalta myös kääntöpuolensa: siihen liittyy tapaturmien, rasisussairauksien ja elintoimintojen pettämisen mahdollisuus (Vuori I.2006 53). Tapaturmia sattuu liikunnan yhteydessä, eikä niiltä voi millään varotoimilla kokonaan välttyä. Ne aiheuttavat poisoloja työstä, hoitokuluja ja muita taloudellisia menetyksiä. Niiden määrää voidaan kuitenkin vähentää opettelemalla ja omaksumalla tietyt, useimmiten varsin yksinkertaiset toimenpiteet, kuten lihahuolto ja riittävä alkuverryttely. (Työterveyslaitos 1995.)

2.2 Työpaikkaliikunnan historia ja taustat

Eri puolilla maailmaa on koko teollisen ajan pyritty parantamaan työntekijöiden elinoloja henkilöstöhallinnollisin keinoin (Takala 1994). Näihin keinoihin on kuulunut myös työpaikkojen liikuntatoiminnan organisointi ja rahoittaminen. Tukemalla työntekijöiden liikuntaharrastusta on haluttu edistää kuntoa ja terveyttä sekä vaikuttaa sitä kautta yrityksen menestymiseen. (Virrolainen 1997.)

Svårdin 1999 julkaiseman pro gradu tutkielman mukaan yritysten toteuttamat työntekijöiden terveyden edistämishjelmat käynnistettiin Yhdysvalloissa 1920-luvulla työntekijöille suunnatuilla harjoittelu- ja neuvontaohjelmilla. Laaja-alaisen terveyden edistämishjelmien syntymistä 1960 – luvulla edistivät havainnot tavallisten sairauksien yhteyksistä elintapoihin ja lisääntyvät terveydenhuollon aiheuttamat kustannukset työnantajille.

Nykyaikaista työpaikkaliikuntaa toteuttavalle terveyden edistämiselle antaa suuntaa Maailman Terveysjärjestön eli WHO:n työelämää koskeva terveyden edistämishaloite. Maailman Terveysjärjestön määritelmän mukaan terveyden edistäminen on toimintaa, jonka tarkoituksena on parantaa ihmisten mahdollisuuksia ja edellytyksiä huolehtia omasta ja ympäristönsä terveydestä (WHO 1986). Terveydenhuollon painopisteen muutos ennaltaehkäisevään suuntaan on Euroopassa viitoittanut tietä toimintatavoille työterveyden edistämiseksi (Hinkka 1998).

Terveyden edistäminen työpaikoilla eli *Workplace Health Promotion* on useissa Euroopan maissa vakiintunut käsite, joka vastaa työtoiminnan käsitettämme ja laajemminkin terveyden edistämistä. (Työterveyslaitos 2009).

2.2.1 Suomen työpaikkaurheilun alkuvaiheet ja puulaakiurheilu

Suomessa työpaikkojen liikuntatoimintaa on järjestetty yli sata vuotta. Tehdas- ja puulaakiurheilusta alkunsa saanut työpaikkaliikunta on vuosikymmenten kuluessa muuttanut luonnettaan ja kehittynyt huomattavaksi aikuisväestön liikuntapalveluiden tuottajaksi. Puulaakiurheilu on nimitys, jolla viitataan harrastemielessä harjoitettuun urheiluun. Alun perin se on tarkoittanut yritysten ja tehtaiden sisäistä ja välistä urheilutoimintaa. (Suomen työpaikkaurheilu 2010.)

1800-luvulla levinneen urheiluaatteen myötä työnantajat innostuivat perustamaan työntekijöille omia urheiluseuroja. Suurimmissa kaupungeissa syntyi 1920-luvulla työpaikkojen yhteistä toimintaa, jonka perusteella Helsinkiin perustettiin vuonna 1925 Suomen ensimmäinen puulaakiurheiluseura. Puulaakitoiminnalle oli tyypillistä kaikkien osallistuminen toimintaan rintarinnan ja päätavoitteena oli työntekijöiden terveyden vaaliminen ja yhtiön me-hengen vahvistaminen. Samanaikaisesti puulaakiurheilun kanssa syntyi ns. talkoourheilu. (Hentilä 1992.)

Työpaikkaurheilu kasvoi 1940-luvulla merkittäväksi joukkoliikkeeksi. Ensimmäinen laaja suomalaisten yritysten sosiaalitoimintaa kartoittanut selvitys vuonna 1946 kertoo, että noin 40 % tehdaslaitoksista tuki työpaikkaliikuntaa rahallisesti tai jollain muulla tavoin. Tuki ei rajoittunut pelkästään omiin työntekijöihin vaan se koski usein koko paikkakunnan urheilutoimintaa. (Hentilä 1992.)

Nykyisin työpaikkaurheilua ja puulaakitoimintaa ylläpitää Suomen työpaikkaurheilu ry. STPU on perustettu vuonna 1989 valtakunnalliseksi järjestöksi jatkamaan 80-vuotisen puulaakiurheilun perinteitä. Sen jäseniä ovat eri kaupungeissa toimivat jäsenyhdistykset, joiden keskukselimenä yhdistys toimii. STPU järjestää vuosittain työpaikkojen joukkueille valtakunnallisia työpaikkamestaruuskisoja. (STPU 2010.)

2.2.2 Suomalainen innovaatio työtoiminta ja työhyvinvointi

Suomessa nykyaikaisen ja järjestelmällisemmän työpaikkaliikunnan kehittämisen aloitti suomalainen innovaatio Työkykyä ylläpitävä eli Työtoiminta. Sillä tarkoitetaan toimintaa, jolla työn-

antaja ja työntekijät sekä työpaikan yhteistyöorganisaatiot yhteistyössä pyrkivät edistämään ja tukemaan jokaisen työ- ja toimintakykyä työuran kaikissa vaiheissa. (STM 2009.)

Nykytuotoinen työkykyä ylläpitävä toiminta sai alkunsa keskeisten työmarkkinajärjestöjen sovittua vuonna 1989 tulopoliittisen sopimuksen yhteydessä suosituksesta työtoiminnan järjestämiseksi työpaikalla. Työkykyä ylläpitävä toiminta sisällytettiin 1990-luvun alkupuolella myös työterveyshuoltosäännöksiin, ja siitä tuli näin osa työterveyshuollon lakisääteistä sisältöä. (Työterveyslaitos 2009.)

Toiminnan tavoitteeksi määriteltiin puuttuminen mahdollisimman varhain ja ennaltaehkäisevästi niihin tekijöihin ja olosuhteisiin työssä, työympäristössä ja työntekijän terveydessä ja toimintakyvyssä, jotka jatkuessaan johtaisivat työkyvyttömyyteen. Työtoimintaan läheisesti liittyvä käsite on työhyvinvointi. Tällöin kiinnitetään huomiota koko työyhteisön ilmiöihin, kuten koettuun hyvinvointiin ja työyhteisön toimivuuteen. (STM 2009.)

2.3 Työpaikkaliikunnan merkitys

Työpaikkaliikuntabarometrin 2009 mukaan 84 % suomalaisista yrityksistä panostaa työpaikkaliikuntaan. Työpaikkaliikunnan avulla voidaan tavoittaa peräti noin 2 miljoonaa työssä käyvää suomalaista aikuista (Suomen tilastokeskus 2008). Työpaikkaliikuntabarometrin 2009 mukaan 20 – 30 % suomalaisista työssäkäyvistä käyttää säännöllisesti työpaikkaliikunnan tarjoamia mahdollisuuksia, eli tämä tarkoittaa 400 000 – 500 000 suomalaista aikuista.

Työpaikkaliikuntaa voidaan tarkastella ainakin kolmen eri hyötyjätahton näkökulmasta; yhteiskunnan, yrityksen ja yksilön. Mikäli työpaikat onnistuvat kannustamaan henkilöstönsä liikkumaan riittävästi, purkautuu iso osa väestön ikääntymisen ja epäterveiden elämäntapojen synnyttämästä paineesta sosiaali- ja terveysmenoja kohtaan. Yritystaso hyötyy liikunnallisen elämäntavan myötä paranevasta henkilöstön hyvinvoinnista. Hyvinvoivalla työntekijällä on paremmat edellytykset olla tehokas ja oppivainen. Suurin hyötyjä on kuitenkin jokainen liikkuja itse. (Suominen 2007, 11.)

Liikunta-aktiivisuus on monesti yhteydessä sairaus poissaoloihin siten, että aktiivisilla ihmisillä on vähemmän poissaoloja kuin vähemmän liikkuvilla. Usein myös liikunta-aktiivisuuden muuttaminen pitkällä aikajänteellä on yhteydessä sairastavuuden vähenemiseen. Liikunta-aktiivisuus, erityisesti riittävä liikunnan kuormitus on yhteydessä vähäisempiin poissaoloihin (Aura 2007).

Liikunta tarjoaa myös mahdollisuuksia lisätä ja parantaa sosiaalista vuorovaikutusta työyhteisössä. Liikunta on toimintaa, jota siihen osallistuvat voivat toteuttaa vapaina tavanomaisista rooleistaan. Se antaa muissa yhteyksissä vaikeasti saavutettavia mutta usein sangen hyödyllisiä mahdollisuuksia tasavertaiseen, avoimeen ja harmittomaan vuorovaikutukseen. Vuorovaikutuksen myönteisen mahdollisuudet voivat säilyä pitkään. (Vuori 2006, 53.)

On laskettu, että liikuntaa sijoitettu rahallinen panos on tuottoisa. Liikunta on aina tuonut vähintään yhtä paljon taloudellista tuotosta kuin siihen on sijoitettu. Parhaissa ohjelmissa tuotot ovat olleet sijoitukseen nähden jopa nelinkertaiset. Liikunnan taloudelliset hyödyt koostuvat työn tuottavuuden ja laadun paranemisesta sekä sairaus poissaolojen ja terveydenhuoltokulujen vähenemisestä. (työterveyslaitos 2009.)

2.3.1 Liikuntaohjelman merkitys

Liikunnan vaikutuksista terveys ja sen kautta työkyky ovat tärkeitä, mutta katsottaessa työpaikkaliikuntaa johtamisen ja yrityskulttuurin näkökulmista nousevat muutkin asiat esille. Laadukas ja henkilöstön arvostama liikuntaohjelma tukee mm. ilmapiiriä ja esimies-alaisuhteita. (Suomen Kuntoliikuntaliitto 2009.) Välillisesti työpaikkaliikunnalla voidaan vaikuttaa myös yrityksen julkisuuskuvaan ja ulkopuolisten kanssa tehtävään yhteistyöhön. Se toimii myös houkuttimena rekrytoinnissa. Nykyisillä kapenevilla markkinoilla hyvä liikuntaohjelma on aivan ylivoimainen vetovoimatekijä. Yksinkertaistettuna, jos liikuntaohjelma on kunnossa, saa parempia ihmisiä töihin. (Aura 2007.)

Työyhteisöt voivat pyrkiä edistämään liikuntaa lyhyen tai pitkän ajan kuluessa yleisluontoisen tai selkeästi asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi. Vain harvat liikunnan tuottamista hyödyistä voidaan saavuttaa nopeasti. Työyhteisön liikunnalla voidaan saavuttaa merkittäviä terveyshyötyjä vain, jos se otetaan yhdeksi keskeiseksi yhteisön jatkuvaan menestykseen vaikuttavaksi toiminta-alueeksi. Liikunnan edistämisessä ei silloin ole kyse projekteista eikä edes määräaikaisista ohjelmista vaan jatkuvasta ja pitkäjänteisestä toiminnasta. (Vuori 2006, 55 – 57.) Työyhteisöliikunta tulisi nähdä yhdeksi osatekijäksi työyhteisön kehittämistä. (Rovio 2009, 9).

Onnistuneissa työpaikkaliikunnan ratkaisuisissa liikuntaohjelma on osa yrityksen henkilöstöhallintoa ja henkilöstön työhyvinvointia tukevaa strategiaa. Osaamista vaativien ohjelmien organisoimista ja toteuttamista varten yrityksiin on perustettu ammattilaisten ryhmä, jossa ovat muka-

na vähintään työterveyshuolto, henkilöstöhallinto ja liikunta-alan ammattilaisia (Koivu 2009, 27.)

Työkykyä ylläpitävä toiminta ja työyhteisöliikunnan edistäminen on kaikkien yhteinen etu ja vaikuttaa jokaisen työyhteisön jäsenen elämänlaatuun, terveyteen, työkykyyn ja hyvinvoinnin edistämiseen. Toimilla voi olla merkittävä vaikutus muun muassa yhteisöllisyyden ja yrityskuvan kehittämisen kannalta. Näillä kaikilla tekijöillä on entistä suurempi merkitys ja arvo lähi-vuosina. (Työterveyslaitos 1995.)

2.3.2 Työnantajan tukema liikunta ja työpaikkaliikuntabarometri

Suomalaisen työpaikkaliikunnan tilaa on kartoitettu vuosien varrella lukuisin tutkimuksin. Suomen Kuntoliikuntaliitto ry on tehnyt työpaikkaliikunnan barometrin vuosina 2002, 2003, 2005, 2007 ja 2009. Barometri selvittää työpaikkojen johdon ja liikuntavastaavien arvioita siitä, missä määrin työpaikoilla tuetaan henkilöstön liikuntaharrastusta. Tutkimus kerää tietoa työpaikkaliikunnan tilasta, tavoista ja käytännöistä.

Kuten edellä todettiin Työpaikkaliikuntabarometrin 2009 mukaan peräti 84 % yrityksistä investoi työpaikkaliikuntaan. Henkilöstön liikuntaetuihin käytetään yhteensä noin 360 miljoonaa euroa vuodessa. Tämä tarkoittaa vuodessa 173 € yhtä henkilöä kohden. Vuoteen 2007 verrattuna liikuntainvestoinnit henkilöä kohden ovat lisääntyneet ja viidessä vuodessa liikuntainvestoinnit henkilöä kohden ovat moninkertaistuneet. Tutkimuksen mukaan etenkin suurimmilla työpaikoilla ja julkisella sektorilla liikuntainvestoinnit näyttävät olevan kasvussa. Tämä kertoo siitä, että liikuntatoiminnalla on vahva asema henkilöstön hyvinvoinnin kehittämässä. (Koivu 2009, 27.)

Vuoden 2009 barometrin mukaan yritysten ylin johto tekee jopa 85 %:a päätökset tuen määrästä ja liikunnan resursseista. Vastaavasti henkilöstöhallinnon rooli päättäjänä on vähentynyt. Kun päätökset tehdään korkeimmalla mahdollisella tasolla, kuvastaa se työpaikkaliikunnan roolia selkeänä henkilöstöetuutena. Liikuntatoiminnan motiivina on lähes yksimielisesti työkyvyn ja -vireen ylläpitäminen. 88 % yrityksistä tukee liikuntatoimintaa tämän perusteella (Koivu 2009, 27.)

Työpaikkaliikunnan toimintamuotojen trendinä näyttäisi olevan se, että johto antaa liikunnan henkilöstön omalle vastuulle. Yritykset tukevat siis sellaista liikuntaa, jossa työntekijät itse ha-

kevat ja ostavat palvelut. Tavallisimpia tuettuja ja työntekijöiden harrastamia lajeja ovat kuntosaliliikunta ja uinti. Muita ovat mm. jumppa-aktiviteetit ja palloilulajit. Yritykset järjestävät myös yhteisiä liikuntapäiviä, tapahtumia, kampanjoita ja turnauksia. Yksittäisenä toimintona liikuntapäivät on yleisimmin tuettu liikuntatoiminnan muoto. (Koivu 2009, 27.)

Työnantajat ovat ottaneet vahvempaa roolia taloudellisen mahdollisuuden tarjoajana, mutta heillä ei ole tarkkaa tietoa siitä, mihin tuki kohdistuu. Passiivisten yksilöiden aktivointi on edelleen toiminnan painopiste. Mutta jos toiminnan kehitys ja rakenteet ajavat toiseen suuntaan kuten nyt, näin ei tule tapahtumaan. Työpaikkaliikuntabarometrin 2009 mielenkiintoisena tutkimustuloksena on, että puolet palkansaaajista lisäisi liikuntaa tai aloittaisi liikunnan harrastamisen, jos työnantaja lisäisi taloudellista tukea sitä varten. Noin 40 % työntekijöistä lisäisi liikuntaa, jos terveet elämäntavat ja liikkuminen vaikuttaisivat palkkaan. Vajaa kolmasosa vastanneista aktivoituisi työkavereiden vaikutuksesta. (Koivu 2009, 27.)

Ulkoisiin palveluihin ja työterveyshuoltoon kohdistuvat odotukset ovat noususuunnassa. Kokonaisuudessaan työpaikkaliikuntabarometrin 2009 tulokset kuvastavat sitä, että yrityksissä on halua ulkoistaa passiivisten työpaikkaliikunta. Yksityisen puolen tarjonta ei pelkästään riitä, vaan myös kunnilta ja seuroilta odotetaan palveluita yrityksille. (Koivu 2009, 27.)

2.3.3 Työpaikkaliikunnan verotuksellinen kohtelu

Suomessa työpaikkaliikunnalla on selkeä verottoman henkilöstöetuuden asema. Työnantaja voi tukea taloudellisesti henkilöstön liikuntaa ilman, että tukea tulkittaisiin palkaksi. (Pasanen 2006.) Työnantajan järjestämä liikuntatoiminta sekä työnantajan tarjoama työntekijän omaehtoinen liikuntatoiminta ovat verovapaita etuja. Verolain muutokset vuoden 2009 alussa lisäsivät työntekijöiden verovapaata liikunta- ja kulttuuripalveluiden osuutta 200 eurosta 400 euroon. Tämä lisää merkittävästi työnantajien mahdollisuuksia kannustaa henkilöstöään liikkumaan ja käyttämään kulttuuripalveluja. (Suomen Liikunta ja Urheilu 2009.)

Verovapaudella on ehtoja. Ensinnäkin työpaikkaliikunnan tulee olla työnantajan järjestämää ja koko henkilökunnalle tarkoitettua. Sen on oltava tavanomaista, mikä tarkoittaa, että työnantaja voi tukea tavanomaisia suomalaisten harrastamia lajeja. Liikuntaedun tulee olla kohtuullinen eli liikuntaedun suuruutta arvioidaan muiden verottomien henkilöstöetujen kanssa samassa kokonaisuudessa. Lisäksi etu on tarkoitettu vain työntekijän henkilökohtaiseen käyttöön, ja etua käytettäessä työntekijä on voitava tunnistaa. (Pasanen 2006, 94.)

2.3.4 Liikuntapäivät ja -tapahtumat

Työpaikkaliikuntabarometrin 2009 mukaan liikuntapäivät ja -tapahtumat ovat tärkeimpiä yksittäin tuettuja työpaikkaliikunnan muotoja. Ne ovat onnistuessaan työpaikkaliikuntaa parhaimmillaan. Liikuntatapahtumat tarjoavat työyhteisöille mahdollisuuden miellyttävään ja rentoon yhdessäoloon liikunnan merkeissä. Liikuntapäivät ja -tapahtumat tukevat yhteisöllisyyttä, parantavat ryhmähenkeä ja nostattavat yleistä positiivista ilmapiiriä. Samalla tapahtumat tarjoavat virkistävän, liikunnallisen ja tiedollisesti antoisan päivän, josta riittää puhuttavaa pitkäksi aikaa. (Jokela 2007, 191-196.)

Tapahtumille ja liikuntapäiville kannattaa asettaa tavoitteet, joihin yritys ja järjestäjätaho sitoutuvat. Tavoitteiden ympärille rakennetaan toimintasuunnitelma. Liikuntapäivien ja tapahtumien sisällöt voivat rakentua monella tavalla. Päivän tavoitteena voi olla eri liikuntalajeihin ja muotoihin, erilaisiin liikuntavälineisiin tai uusiin liikuntapaikkoihin tutustuminen. Erilaisten tutustumiskokeilujen kautta osallistujat voivat jatkaa omatoimisesti esimerkiksi uutta lajia uudessa liikuntapaikassa. Lisäpalveluna voi olla liikuntapalveluiden jatkumo palveluntarjoajan toimesta. (Jokela 2007, 191-196.)

Liikuntapäivien tavoitteena voi olla työhyvinvoinnin edistäminen ja liikunta- ja terveyskäyttämiseen vaikuttaminen. Nämä tavoitteet voidaan saavuttaa esimerkiksi hyvinvointiluentojen avulla, kuntokartoituksilla tai työtehtäviin soveltuvaan ja rasituksia tasapainottavaan liikuntaan tutustumalla. Liikuntapäivät voivat olla myös seikkailuhenkisiä ulkoilu- ja virkistyspäiviä, joissa toimintoina ovat tehtäväradat tai elämykselliset outdoor -palvelut esimerkiksi kiipeilyn tai melonnan merkeissä.

Nykyisin työelämän kiireisyys ja nouseva vaatimustaso luovat tarpeen rauhoittumiselle, rentoutumiselle ja kiireettömälle yhdessäololle työkavereiden kesken. Liikuntatapahtuman tavoitteena voi olla ”vain” yhdessäolo ja virkistäytyminen. Kun henkilöstö saa vaikuttaa ja tuoda omat mielipiteensä kuuluviin suunnitteluvaiheen aikana, on se edellytys onnistuneelle liikuntapäivälle. (Jokela 2007, 191-196.)

Yksittäisinä toimintoina liikuntapäivistä ja – tapahtumista voi olla hetkellistä virkistävää merkitystä mutta pidemmällä aikavälillä ne eivät välttämättä tuota merkittäviä terveyshyötyjä. Siksi

onkin tärkeää, että liikuntapäivät ja -tapahtumat palvelevat yrityksen liikuntaohjelmaa ja työpaikkaliikunnan kokonaisuutta. (Jokela 2007, 191-196.)

3 Työpaikkaliikunnan Kuntofestivaali

3.1 Tapahtuman historia ja ideologia

Työpaikkaliikunnan eli Kuntofestivaalin juuret ulottuvat vuonna 1977 Hollannin Eindhovenissa alkunsa saaneisiin Euroopan työpaikkaliikuntaliiton, EFCS:n, (European Federation for Company Sports) kansainvälisiin Euro Sport Festival -tapahtumiin. Suomen Kuntoliikuntaliitto (silloinen Kuntourheiluliitto), joka on EFCS:n jäsenjärjestö, toi tapahtuman Suomeen vuonna 1995. (Wallen S.21.10.2009.)

Suomen Kuntoliikuntaliitto omistaa, kehittää ja markkinoi tapahtumaa, joka on tarkoitettu liikunta- ja virkistyspäiväksi yritysten ja työpaikkaliikkujien tarpeisiin. Tapahtuman sisältö ja laatu ovat muuttuneet vuosien saatossa liikunta-alan kehittyessä ja muuttuessa. 1990-luvulla työpaikkojen tukemassa liikunnassa korostui kilpailullisuus, joten festivaaliperinnekin sai alkunsa vajaasta tuhannesta puulaaki liikkujasta. Nykyään tapahtuma kokoaa tuhansia työpaikkaliikkujia, joista suurin osa on terveysliikkujia ja lajikokeilijoita. (Wallen 2009.)

Perusidea on vuosien saatossa pysynyt samana. Tapahtuma on räätälöity yritysten ja yritysten henkilöstön tarpeisiin. Se on iloa ja yhteishenkeä luova tapahtuma, jonka tarkoituksena on aktivoida henkilökuntaa liikkumaan yhdessä ja erikseen. Tapahtuma tuottaa ideoita liikunnan tuottamiseen työpaikoille ja kasvattaa liikunta-alan verkostoa työpaikkojen tarpeisiin. (Wallen 2009.)

Tavoitteena on alusta asti ollut löytää yhteys Kuntofestivaalin ja kulloisenkin tapahtumapaikkakunnan liikuntaolosuhteiden ja -palvelujen kehittämisen välillä. Tiivistä yhteistyötä on tehty järjestävän kaupungin, SLU -aluejärjestön ja Kuntoliikuntaliiton kanssa. Tapahtuman paikallisina järjestäjinä ovat olleet alueen liikuntajärjestöt, seurat ja paikalliset liikunta-alan yrittäjät. (Wallen 2009.)

Vaikka toimintatapa on ollut vuosittain sama, festivaalin järjestämisessä on käytetty useita eri organisaatiomalleja. Vuosittain oman ainutlaatuisen leiman tapahtumalle antaa organisaatiomalli ja järjestävän paikkakunnan puitteet ja toimijat. Kuntofestivaalin järjestämisaikajankohta on ollut elo-syyskuun vaihde ja usein elokuun viimeinen viikonloppu. Ennen tapahtuma kesti koko viikonlopun perjantaista sunnuntaihin mutta viime vuosina tapahtuma on ollut yksipäi-

väinen. Talvifestivaalia on järjestetty kahtena vuonna; Kajaanissa vuonna 2003 ja Lappeenrannassa vuonna 2004. Innoittajana talvifestivaaleille oli Vuokatissa kevättalvella 2002 järjestetty Euro Sport Festival -tapahtuma. Ajankohtana on ollut maaliskuu. (Wallen 2009.)

3.1.1 Kuntofestivaalien järjestämispaikkakunnat ja pääjärjestäjätahot

Ensimmäinen Työpaikkaliikunnan festivaali pidettiin Turussa vuonna 1995. Siitä lähtien tapahtuma on järjestetty vuosittain eri puolilla Suomea. Helsingissä 2009 pidetty Kuntofestivaali oli järjestyksessä 15:s.

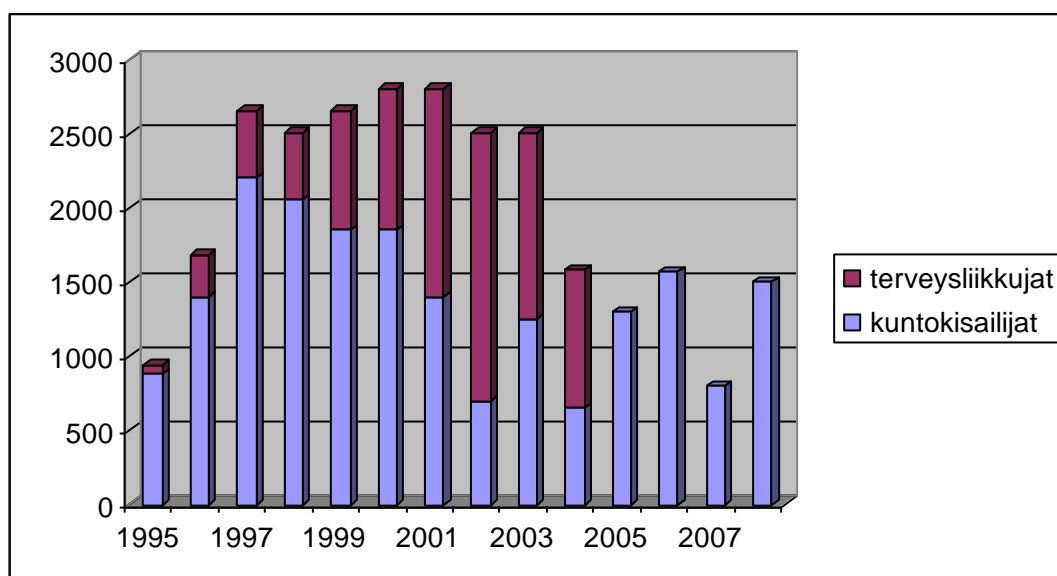
Alla olevassa luettelossa ovat aikajärjestyksessä Kuntofestivaalitapahtuman vuosi, paikkakunta ja pääjärjestäjätaho:

1995	Turku	Lounais-Suomen Liikunta ja Urheilu
1996	Jyväskylä	Keski-Suomen Liikunta
1997	Kajaani	Kainuun Liikunta
1998	Seinäjoki	Pohjanmaan Liikunta ja Urheilu
1999	Kuusamo	Kuusamon kunta
2000	Kuopio	Pohjois-Savon Liikunta
2001	Oulu	Pohjois-Pohjanmaan Liikunta
2002	Vaasa	Pohjanmaan Liikunta ja Urheilu
2003	Lahti	Päijät-Hämeen Liikunta ja Urheilu
2004	Hämeenlinna	Lasten Liikunnan Tuki
2005	Kokkola	Kokkolan kaupunki
2006	Kotka	Kotkan kaupunki
2007	Espoo	Suomen Kuntoliikuntaliitto ry
2008	Helsinki	Suomen Kuntoliikuntaliitto ry
2009	Helsinki	Suomen Kuntoliikuntaliitto ry

3.1.2 Kävijämäärät

Kävijämäärät ovat keskimäärin olleet 1 500 – 2000 osallistujan välillä, laskentatavasta riippuen. Kuntokisailijoiden määrä on vähentynyt huomattavasti terveystaiteilijoiden tieltä. Viime vuosina ryhmiä ei ole enää eritelty. Kuten kävijämäärä kaaviosta osoittaa, osallistujien määrä on vähen-

tynyt vuosittain. Osasy tähän on tapahtuman lyhyempi kesto. Ennen tapahtuma saattoi olla kestoaltaan perjantaista sunnuntaihin, kun nykyään se on yksipäiväinen. (Wallen 2009.)



Kuvio 1. Kuntofestivaalin kävijämäärät vuosina 1995 - 2008

Osallistuvien yritysten määrä on laskettu vuodesta 2006 alkaen. Se on ollut noin 60 joka vuosi. Myös kävijäprofiili on muuttunut. Viime vuosina noin 80 % kävijöistä on ollut naisia ja suurin ikäryhmä 35 – 45 -vuotiaat.

3.2 Tapahtuman kehityskaari

Lajitarjonta ja kävijämäärät ovat kasvaneet huomasti tapahtuman alkua ajoista. Muun muassa alkuaikojen yhdestä ryhmäliikuntatunnista on päästy siihen, että vuonna 2009 Helsingissä oli tarjolla jo 24 erilaista liikuntaryhmävaihtoehtoa. Kumpi lienee syy ja kumpi seuraus mutta tapahtuman kävijäprofiili on muuttunut hyvin voimakkaasti; voisi yleistää, että aiemmin festivaalin tyypillinen osanottaja oli 25-vuotias mies, nyt 40-vuotias nainen. (Wallen 2009.)

Myös muiden liikuntalajien määrä on lisääntynyt vuosien saatossa. Ensimmäisinä vuosina tapahtuma oli vahvasti kilpailu- ja joukkuelajivoittoinen. Silloin lajeja oli vain muutama. Nyt lajien määrä on noin 50 – 60, joista suurin osa on ns. kokeilulajeja. Tapahtumaviikonloppuna esittäytyvät hyvinvointi- ja muut oheispalvelut ovat olleet vuosien saatossa esillä. Tämä todistaa osaltaan sitä, että liikunta mielletään yhä vahvemmin osaksi hyvinvointia. (Wallen 2009.)

3.3 Tapahtuman SWOT – analyysi

Kuntofestivaalitapahtumaa voidaan arvioida ja kehittää nelikenttämenetelmän eli SWOT-analyysin avulla. (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats = vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat.) SWOT-analyysin pohjalta voidaan tehdä päätelmiä siitä, miten tapahtuman vahvuuksia käytetään hyväksi, miten heikkoudet muutetaan vahvuuksiksi, miten tulevaisuuden mahdollisuuksia hyödynnetään ja miten uhat vältetään. (Iiskola-Kesonen 2004, 10.)

Kuntofestivaali tiimi teki alla olevan SWOT-analyysin vuoden 2009 tapahtuman jälkeen. Jokainen tiimin jäsen sai kirjata oman näkemyksensä ja ne kirjattiin alla olevaan taulukkoon.

Taulukko 1. Kuntofestivaalitapahtuman 2009 SWOT- analyysi

VAHVUUDET <ul style="list-style-type: none">- Suomen suurin työpaikkaliikunnan tapahtuma- Kuntoliikuntaliitolla on tapahtuman käyttöoikeudet- monipuolinen lajitarjonta sekä ohjelma- kokemusta tapahtuman järjestämisessä- hyvät suhteet liikunnan palveluntuottajiin	HEIKKOUEDET <ul style="list-style-type: none">- prosessin läpivienti on iso asia- rajalliset talous- ja henkilöstöresurssit
MAHDOLLISUUDET <ul style="list-style-type: none">- tapahtuman kehittäminen ajankohtaiseksi- sponsorit ja yhteistyökumppanit- tapahtuman järjestämisen vahva kehittäminen- synergia liiton sisällä- aikuisliikunnan kehittäminen ajankohtaista seuroissa ja muilla palveluntuottajilla	UHAT <ul style="list-style-type: none">- heikko tunnettuus- kova kilpailu- pullonkaulan muodostuminen välillä yhteyshenkilö – työntekijä- järjestämisen ajankohtana arkipäivä ei sovi kaikille yrityksille- yritykset haluavat oman liikuntapäivän, jolloin yhteisöllisyys toteutuu paremmin

Kuntofestivaalitapahtuman suurimmaksi vahvuudeksi koetaan sen ainutlaatuisuus Suomen suurimpana työpaikoille suunnattuna tapahtumana. Kuntoliikuntaliitto omistaa tapahtuman käyttöoikeudet ja voi kehittää ja toteuttaa tapahtumaa parhaaksi näkemällään tavalla. Tapahtumassa on paljon erilaista ohjelmaa ja monipuolinen lajitarjonta. Tästä syystä tapahtuman konsepti on hyvä ja kestää aikaa. Kuntoliikuntaliitto alkaa olla tapahtuman järjestäjänä kokenut ja tämä helpottaa järjestelyitä vuosi vuodelta. Kuntoliikuntaliiton on johtavana kuntoliikunnan järjestönä helppo lähestyä lajiliittoja, seuroja ja muita palveluntuottajia. Tapahtuma nähdään merkittävänä PR-paikkana toimijoiden keskuudessa.

Tulevaisuudessa tapahtuma nähdään edelleen vahvana ja voimakkaana. Tapahtuma on ”taipuisa” ja sitä voidaan kehittää ja toteuttaa ajankohtaiseksi ja liikunnan trendit huomioiden. Tapahtumalla on potentiaalia samassa suhteessa kuin liikunnan asemalla on potentiaalia työyhteisöissä. Sponsoreiden ja yhteistyökumppaneiden rooli nähdään tulevaisuudessa merkittävämpänä kuin nyt ja sitä aluetta tulee kehittää lisää. Suomen Urheiluliiton Suomi-Ruotsi maaottelu on hyvä esimerkki lisäarvoa tuovasta palvelusta ja hyvästä yhteistyökumppanuudesta. On myös mielenkiintoista nähdä, miten yksityishenkilöiden osallistuminen tapahtumaan vaikuttaa tapahtuman dynamiikkaan ja luonteeseen, sillä ensimmäistä kertaa tapahtuman historiassa Kuntofestivaalille 2010 on mahdollista osallistua kenen tahansa aikuisliikkujan.

Kuntofestivaali Kuntoliikuntaliiton muita toimintoja tukevana lisäpalveluna nähdään tärkeänä. Työpaikkaliikunta ja sen valtakunnallinen kehittäminen on osa-alue, jota tapahtuma tukee. Kuntofestivaali on tuote, jota voidaan tarjota Kuntoliikuntaliiton asiakkaille ja sidosryhmille.

Tapahtuman heikkouksina koetaan, että se vie paljon työaika, vaatii työvoimaa ja taloudellisia resursseja. Tapahtuman kokonaisuuden läpivienti on iso urakka koko liitolle ja välillä se koetaan lähes rasitteeksi. Tapahtuman tuotot eivät myöskään ole olleet niin hyvät kuin olisi toivottu. Heikko taloudellinen tulos aiheuttaa sen, että seuraavan vuoden toimintaa varten on vähemmän taloudellisia panoksia käytettävissä, kuin mille olisi tarve.

Tulevaisuuden uhkana nähdään se, että tapahtuma ei ole Suomessa riittävän tunnettu ja kilpailu alkaa olla kovaa. Kuntofestivaali kilpailee työpaikoille monen muun työpaikkaliikuntatoiminnon kanssa. Tapahtumaa tulisi jatkuvasti markkinoida työyhteisöille ja vakuuttaa, että sinne kannattaa tulla. Uhkana nähdään se, että tapahtuma ei tue yhteisöllisyyttä parhaalla mahdollisella tavalla. Usein työyhteisöt haluavat oman liikuntapäivän, jossa on vain omia työntekijöitä. Tapahtuman markkinointi liikuntayhdyshenkilön kautta henkilöstölle nähdään pullonkaulana. Usein osallistuva työyhteisö ei ole onnistunut sisäisessä viestinnässä riittävän hyvin ja tässä asiassa liiton pitäisi pystyä auttamaan. Myös perjantaipäivä tapahtuman ajankohtana ei ole monille työyhteisöille mahdollinen.

4 Kuntofestivaalijärjestäjän käsikirja

4.1 Oppaan tavoitteet ja kohderyhmä

Kuntofestivaalijärjestäjän käsikirja on tehty Suomen Kuntoliikuntaliiton hyödynnettäväksi tulevia Kuntofestivaalitapahtumia varten. Oppaan tavoitteena on olla käytännön läheinen apu ja työkalu tapahtuman eri suunnitteluvaiheissa. Oppaaseen voi tukeutua järjestämisen eri vaiheissa alun suunnitteluvaiheesta tapahtuman jälkiselvittelyihin.

Kuntofestivaalijärjestäjän käsikirja on tehty erityisesti työpaikkaliikunnan Kuntofestivaalia järjestäville henkilöille ja tahoille mutta opas antaa eväitä myös minkä tahansa muun liikuntatapahtuman järjestämisessä. Opasta voivat hyödyntää myös lajiliitot, seurakunnat ja muut toimijat, jotka järjestävät aikuisille suunnattuja liikuntapäiviä. Suomen suurin työpaikkaliikunnan tapahtuma tarvitsee arvoisensa oppaan ja samalla dokumentoitua tarvittavaa tietoa tapahtumasta, jota on järjestetty jo 15 vuotta.

4.2 Oppaan sisällöt

Kuntofestivaalijärjestäjän käsikirjassa on kolme osiota: festivaalijärjestämiseen liittyvään yleistä tietoa, toimenpiteitä tapahtumaa järjestettäessä ja toimenpiteet tapahtuman jälkeen. Käsikirjasta on pyritty tekemään mahdollisimman hyvin käytännön työtä tukeva. Liitteiksi lisätyt dokumentit auttavat myös konkreettisesti järjestelyissä.

Festivaalijärjestämisen yleistietoa -osiossa käsitellään tapahtuman kokonaissuunnittelua, kuten sisällöntuottamista, toimintasuunnitelmaa, tapahtuman ydin- ja oheispalveluita, tapahtumaa tuotteena ja järjestelyorganisaatiota ja sen toimintaa. Ensimmäisessä osiossa käsitellään myös talouden ja budjetin laadintaa, markkinointia ja myyntiä, viestintää ja tiedottamista sekä lupien hankintaa ja turvallisuussuunnitelman laadintaa.

Toinen osio eli toimenpiteet tapahtumaa rakentaessa koostuu tapahtumapaikkoja koskevista järjestelyistä, ohjelman suunnittelusta ja toteutuksesta, henkilökunnan toiminnasta tapahtumapäivänä, tapahtuma-aikaisesta informaatiosta sekä tilankäytön suunnittelusta ja oheistiloista sekä toiminnoista tapahtumapäivänä. Kolmas osio käsittelee toimenpiteitä tapahtuman jälkeen. Aiheet ovat tapahtuman päättäminen, loppuraportointi ja palautteiden keruu sekä ja tapahtuman jatko hyödyntäminen.

4.3 Tuottoprosessi

Kuntofestivaalitapahtuma on kulkenut vuodesta 1995 vuoteen 2007 alueelta ja järjestäjätaholta toiselle. Pääjärjestäjätaho vaihtui joka vuosi ja järjestelyt täytyi aina aloittaa alusta, aineiston keräämisestä lähtien. Tilanne herätti Kuntoliikuntaliiton suunnittelemaan aineistoa, jossa olisi dokumentoitua tietoa edellisiltä vuosilta ja joka toimisi käytännön läheisenä apuna tapahtuman järjestelyissä. Tämä käsikirja eli ns. ”blackbook” oli aikomus siirtää edelliseltä järjestäjältä aina seuraavan vuoden järjestelyorganisaatiolle. Käsikirjan tekoa varten aloitettiin prosessi Kuntoliikuntaliitossa vuonna 2004. Kuntofestivaalijärjestäjän käsikirjan sisällysluettelo valmistui silloin edellisten aineistojen pohjalta. Sisältö jäi vain puuttumaan.

Nyt laaditun oppaan, Kuntofestivaalijärjestäjän käsikirjan kirjoitusvaihe alkoi syyskuussa 2009 ja on jatkunut maaliskuuhun 2010 saakka. Kirjoittaja on toiminut Kuntofestivaalin projektipäällikkönä Helsingin Kuntofestivaaleilla 2008 ja 2009, sekä apulaisena Espoon 2007 festivaaleilla. Kirjoittaja toimii projektipäällikkönä myös kuluvan vuoden 2010 Kuntofestivaaleilla. Kokonaisnäkemys tapahtuman tuottamisesta ja toteuttamisesta on vahva. Jos ja kun tapahtuma lähtee kiertämään uudelle toimijalle, on käsikirjan aineisto nyt olemassa. Johtuen kirjoittajan taustasta Kuntofestivaalijärjestäjän käsikirja on vahvasti ”Helsinki-painotteinen”, mutta samat ohjeet ja säännöt ovat yleispäteviä myös muualla.

5 Pohdinta

Kuntofestivaalijärjestäjän käsikirjan tekoprosessi alkoi syyskuussa 2009. Aineistoksi on hyödynnetty Kuntofestivaalin suunnittelu- ja toteutusprosessin materiaalia ja aineistoa vuosilta 2007 – 2009. Tätä edeltävien vuosien aineistoon on tutustuttu mutta sitä on käytetty vain vähän aineiston apuna. Kuntofestivaalijärjestäjän käsikirjan apuna ja tukena on käytetty muun muassa Hanna Iiskola-Ketolan kirjoittamaa ja koostamaa SLU:n tapahtumajärjestäjän käsikirjaa. Tärkeitä lähteitä ovat olleet myös Kuntoliikuntaliiton työntekijöiden haastattelut.

Käsikirjaosio on pyritty tekemään mahdollisimman käytännönläheiseksi. Käsikirjaa voivat hyödyntää eri tahot, jotka tulevaisuudessa tekevät tapahtumaa mutta myös esimerkiksi opiskelijat, työpaikkaliikunnan suunnittelijat ja Kuntoliikuntaliiton henkilökunta. Käsikirjan pohjaa voi myös myöhemmin täydentää ja päivittää vastaamaan senhetkistä tilannetta. Tärkeintä on, että käsikirjasta on hyötyä.

Kuntofestivaalitapahtumaa voi tutkia ja kehittää muun muassa paneutumalla tarkemmin seuraaviin asioihin ja kysymyksiin:

- Kuinka moni osallistuja ”löytää lajinsa” tapahtuman avulla ja jatkaa harrastusta tämän jälkeen?
- Kuinka liikuntapalvelun tarjoajat hyötyvät osallistumisesta tapahtumaan ja kuinka he kokevat työpaikkaliikkujat tulevaisuuden kohderyhmänä?
- Kuinka yritykset ja erityisesti yrityksen liikunta-asioista vastaavat näkevät tapahtuman osaksi heidän työpaikkaliikunnan kokonaisuutta ja miten tapahtuma sopii juuri heidän henkilöstönsä tarpeisiin?
- Onko Kuntofestivaalista hyötyä eri kohderyhmilleen. Jos kyllä, minkälaista?

Tutkimuksen voi toteuttaa esimerkiksi palautekysymysten avulla. Mielenkiintoinen aihe on myös, kuinka tapahtuma palvelee seuroja, joille Opetusministeriö on myöntänyt tukea aikuisliikunnan ja työpaikkaliikunnan kehittämiseen. Tukea on alettu myöntää vuodesta 2009.

Tapahtuman kehityskohteita voi löytää tapahtumajärjestämisen eri kokonaisuuksista ja vaiheista. Esimerkiksi tapahtuman markkinoinnista ja myynnistä saisi hyvän kehityskohteen. Kuinka tapahtumaa voitaisiin markkinoida parhaiten ja kustannustehokkaimmin ja kuinka osallistumisvolyyymiä voitaisiin parantaa tätä kautta?

Muutama sana myös kirjoittajan näkökulmasta. Tämä puoli vuotta opinnäytetyön parissa on ollut opettavainen kokemus. Alkukankeuden jälkeen työ alkoi suorastaan vetää puoleensa. Työpaikkaliikuntaan, tapahtumajärjestämiseen ja Kuntofestivaalitapahtumaan perehtyminen on ollut antoisaa ja avartanut näkemystä ja osaamista monin tavoin. Perehtymisen jälkeen työhön on nyt kokeneempana helpompi tarttua, jos tulevaisuudessa siihen tulee tilaisuus. Aihepiiri olisi luultavasti työpaikkaliikunnan parissa. Oma työ työpaikkaliikunnan parissa tukee tätä tutkimushanketta ja sama toisin päin. Tästä työstä on ollut suuri apu omalle työlle ja työtiimille. Sillä Kuntofestivaalitapahtuman projektipäällikkyyks jatkuu myös tulevana vuonna.

Suomen Kuntoliikuntaliittoa saa kiittää siitä, että tämä opinnäytetyö on tehty. Suuret kiitokset kuuluvat seuraaville henkilöille; Sirpa Pasanen, Jorma Savola ja Sinikka Wallen, joilla on monen vuoden kokemus ja näkemys Kuntofestivaalin toteuttamisesta ja kehittämisestä. Heidän antamansa haastattelut ovat olleet tärkeitä käsikirjan koostamisen eri vaiheissa. Suuret kiitokset ansaitsee myös työpaikkaliikunnan päällikkö ja Kuntofestivaalitapahtuman johtaja Mikko Koi-vu, joka on ystävällisesti auttanut ja tukenut monin tavoin. Kiitokset ansaitsee vielä siskoni Hanna, joka on kärsivällisesti korjannut kaikki kirjoitusvirheet ja oikaissut kierot lauserakenteet.

Lähteet

Aura Ossi 2007. Haastattelu 24.8. Taloussanomat

Aura Ossi 2006. Liikunnan vaikutukset toimintakykyyn ja työkykyyn. Teoksessa Työpaikkaliikunnan hyvät käytännöt. s.54 Edita Publishing, Helsinki

Iiskola-Kesonen Hanna 2004. Suunnittelu auttaa onnistumaan. Teoksessa käsikirja tapahtumajärjestäjille s.10. Suomen Liikunta ja Urheilu ry.

Jokela Hannu 2006. Liikuntatapahtumat. Teoksessa Työpaikkaliikunnan hyvät käytännöt. s.191 - 196 Edita Publishing, Helsinki

Louhevaara Veikko ja Perkiö-Mäkelä Marja. Teoksessa Haasteena huomisen hyvinvointi – miten liikunta lisää mahdollisuuksia – Liikunnan yhteiskunnallinen perustelu II tutkimuskatsaus, Luku: miten liikunta on esillä työelämässä, Miettinen M. Sivut 243 – 272. LIKES 2000

Hentilä S. 1992. Urheilu järjestäytyy ja politisoituu. Teoksessa Pyykkönen T. Suomi uskoi urheiluun. Suomen Urheilun ja Liikunnan historia. VAPK Kustannus.

Huhta J. haastattelu 4.3.2010, Suomen tilastokeskus. Ennakkotieto henkilömäärä Suomen työssäkäyvät ihmiset.

Koivu M, Savola J, Pehkonen J. 2009 Työpaikkaliikunnan barometri 2009, Suomen Kuntoliikuntaliitto ry.

Koivu Mikko 2009. Katsaus työyhteisöliikunnan tilaan. Teoksessa Työyhteisö liikkumaan – opas työyhteisöliikuntaan. Knuutila P. Sivut 26 – 27. Newprint Oy Loimaa

Pasanen Sirpa 2006. Työpaikkaliikunnan verotuskäytäntö. Teoksessa Työpaikkaliikunnan hyvät käytännöt. s.94 - 95 Edita Publishing, Helsinki

Ranto Esko 2009. Liikuntaseteli on verovapaa etu. Teoksessa Työyhteisö liikkumaan – opas työyhteisöliikuntaan. Knuuttila P. Sivut 34 – 35. Newprint Oy Loimaa

Rovio Esa 2009. Onnistunut työyhteisöliikunta edellyttää tavoitteellista, määrätietoista ja hyvin organisoitua toimintaa. Teoksessa Työyhteisö liikkumaan – opas työyhteisöliikuntaan. Knuuttila P. Sivut 8 – 13. Newprint Oy Loimaa

Sosiaali –ja terveysministeriö 2009, aihesivu tykytoiminta luettavissa: www.stm.fi/tyky

Suomen Kuntoliikuntaliitto 2009, aihesivu työpaikkaliikunta, luettavissa: www.kunto.fi/tyopaikkaliikunta

Suomen työpaikkaurheilu STPU, etusivu luettavissa: www.stpu.fi

Suominen Risto 2006. Työpaikkaliikunnan strateginen rooli ja tavoitteet. Teoksessa Työpaikkaliikunnan hyvät käytännöt. s.11. Edita Publishing. Helsinki

Svård T. 1999 Terveyskasvatuksen pro gradu-tutkielma.. ”Liikunta työpaikalla – työpaikan liikuntapalveluiden käyttö ja osallistumisen ehdot”. Jyväskylän yliopisto.

Takala T. 1994. Liikkeen johdon kehityshistoria. Atena Kustannus Oy. Jyväskylä

Työmarkkinajärjestöt 2009. Työyhteisöissä tarvitaan pysyviä malleja liikunnan edistämiseksi. Teoksessa Työyhteisö liikkumaan – opas työyhteisöliikuntaan. Knuuttila P. Sivut 6 – 7. Newprint Oy Loimaa

Työyhteisöliikunta 2010. työryhmä ja Suomen Työväen Urheiluliitto 2009. Työyhteisö liikkumaan - opas työyhteisöliikuntaan.

Työterveyslaitos 2010. aihesivu tykytoiminta. luettavissa: <http://www.ttl.fi/Internet/Suomi/Aihesivut/Tykytoiminta/Tyokyky/>

Virolainen A. 1997. Tämä on Suomen suurin punnerrus, huippujohtajat näyttävät mallia liikunnassa. Ilta-Sanomat 14.11.1997

Wallen Sinikka, viestintäpäällikkö, Suomen Kuntoliikuntaliitto, haastattelu 21.10.2009

Vuori Ilkka 2006. Liikunnan vaikutukset työyhteisössä. Teoksessa Työpaikkaliikunnan hyvät käytännöt. s.40 - 41 Edita Publishing. Helsinki

Kuntofestivaalijärjestäjän käsikirja

Anu Salokangas

2010

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Festivaalijärjestämiseen liittyvää yleistä tietoa	2
2.1	Kokonaissuunnittelu.....	2
2.1.1	Toimintasuunnitelman laatiminen	3
2.1.2	Tapahtuma palvelutuotteena ja laadun mittarina	3
2.1.3	Tapahtuman ydin, lisä- ja tukipalvelut	4
2.1.4	Järjestelyorganisaatio ja ydintämi	5
2.1.5	Ilmoittautuminen ja ilmoittautumisjärjestelmä.....	6
2.1.6	Toimeksianto ja ulkoistaminen.....	7
2.2	Talouden suunnittelu.....	7
2.2.1	Ydintapahtuman ja osatoimintojen erillisbudjetit.....	8
2.2.2	Tulosbudjetti ja laskutus.....	9
2.2.3	Tapahtuman investoinnit ja pitkävaikutteiset menot	10
2.2.4	Sponsorointi ja yhteistyökumppanuudet.....	10
2.2.5	Tapahtuman verotuksellinen kohtelu	11
2.3	Markkinointi ja myynti	12
2.3.1	Markkinoinnin kohderyhmä.....	13
2.3.2	Markkinointiviestinnälliset keinot ja ratkaisut.....	14
2.3.3	Myynti.....	15
2.4	Tapahtuman viestintä ja tiedottaminen.....	15
2.4.1	Sisäinen viestintä	16
2.4.2	Ulkoinen viestintä	17
2.5	Tarvittavat luvat ja turvallisuus	17
2.5.1	Tapahtuman riskinhallinta ja turvallisuussuunnitelma.....	19
2.5.2	Tapahtumajärjestäjän vakuutukset.....	19
3.	Toimenpiteet tapahtumaa rakentaessa	Error! Bookmark not defined.
3.1.	Tapahtumapaikkoja koskevat järjestelyt.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.	Tapahtuman ohjelman suunnittelu ja toteutus	Error! Bookmark not defined.
3.2.1.	Palveluntuottajien kanssa tehtävät sopimukset	Error! Bookmark not defined.

- 3.2.2. Toimintapaikkojen välineistö ja vaadittava tekniikka **Error! Bookmark not defined.**
- 3.3. Tarvittava henkilökunta **Error! Bookmark not defined.**
- 3.3.1. Opiskelijoiden ja muun talkooväen organisointi **Error! Bookmark not defined.**
- 3.4. Tapahtuma-aikainen informaatio..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.4.1. Festivaalikeskus ja infopiste **Error! Bookmark not defined.**
- 3.4.2. Toiminta kriisitilanteessa..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.5. Tilankäytön suunnittelu ja oheistilat **Error! Bookmark not defined.**
- 3.5.1. Opasteet ja somistus **Error! Bookmark not defined.**
- 3.5.2. Ruoka- ja juomatarjoilu **Error! Bookmark not defined.**
- 3.5.3. Ensiapu..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.5.4. Liikennejärjestelyt ja pysäköinti..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4. Toimenpiteet tapahtuman päätyttyä **Error! Bookmark not defined.**
- 4.1. Tapahtuman päättäminen..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2. Loppuraportointi **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.1. Palautteen kerääminen..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.2. Taloudellinen raportti **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.3. Kiitokset osallistujille ja järjestäjille **Error! Bookmark not defined.**
- 4.3. Tapahtuman jatkoohjelmointi..... **Error! Bookmark not defined.**

Liitteet:

Liite 1. Toimintasuunnitelma 2010

Liite 2. Markkinoinnin aikataulu 2009

Liite 3. Esite päättäjille 2010

Liite 4. Esite osallistujille 2010

Liite 5. Turvallisuussuunnitelma 2009

Liite 6. Kyselylomake osallistujille 2009

1 Johdanto

Kuntofestivaalijärjestäjän käsikirja on tehty oppaaksi tapahtumanjärjestäjälle. Opas on tarkoitettu erityisesti niille, jotka järjestävät Kuntofestivaalitapahtumaa tai liikuntatapahtumaa aikuisille työpaikkaliikkuville. Mutta opas antaa eväitä myös minkä tahansa tapahtuman järjestämisessä.

Oppaasta on pyritty tekemään mahdollisimman käytännönläheinen, josta löytyy liikuntatapahtumaa koskevaa tietoa suunnitteluvaiheen aikana, operatiivisessa työssä sekä jälkitoimenpiteissä. Kuntofestivaalitapahtumaa järjestävät henkilöt ja organisaatio hyötyvät siitä, että tapahtuman järjestämiseen on tehty erillinen opas, johon voi järjestelyjen eri vaiheissa tukeutua. Suomen suurin työpaikkaliikunnan tapahtuma tarvitsee arvoisensa oppaan ja samalla dokumentoi tuu tarvittavaa tietoa tapahtumasta, jota on järjestetty jo 15 vuotta.

Kuntofestivaali on Suomen Kuntoliikuntaliiton omistama työpaikkaliikunnan suurtapahtuma ja liikuntapäivä, jonka pääkohderyhmänä ovat työpaikkaliikkuajat, 18 – 65 -vuotiaat miehet ja naiset. Vaikka pääkohderyhmä on edelleen työpaikkojen henkilöstö, vuodesta 2010 Kuntofestivaali on avoinna kenelle tahansa aikuisliikkuajalle. Kuntofestivaali järjestetään vuosittain ja sen ajankohdaksi on vakiintunut elo-syyskuun vaihde. Tapahtuman tarkoituksena on saada liikuntalajikokeiluiden kautta osallistujat innostumaan liikunnasta ja jatkamaan harrastusta myös tapahtumapäivän jälkeen.

Kuntofestivaali tarjoaa useille kohderyhmilleen paljon. Tapahtuman liikuntapalveluiden tuottajat ovat aikuisliikunnan ammattilaisia, yksityisen sektorin palveluntuottajia, lajiliittojen tai seurojen edustajia, joilla on liikuntatarjontaa myös tapahtuman jälkeen. He saavat tapahtumasta itselleen joko asiakkaita tai edustamiinsa seuroihin jäseniä. Yritysten liikuntayhdyskunnille ja työpaikkaliikunnan parissa työskenteleville tapahtuma on tärkeä ideointi-, verkostoitumis- ja liikuntakokeilujen foorumi. Yritysten henkilöstölle ja aikuisliikkuajille eli osallistujille tapahtuma tarjoaa hauskan ja virkistävän liikuntapäivän, jonka yhtenä tärkeänä teemana on yhteisöllisyys.

Kuntofestivaalin järjestämisen oppaassa viitataan useasti SLU tapahtumanjärjestäjän käsikirjaan ja teos on ollut tärkeä apu tämän käsikirjan koostamisessa. Kuntofestivaalijärjestämisen oppaassa on kolme osiota: Festivaalijärjestämiseen liittyvään yleistä tietoa, toimenpiteitä tapahtumaa järjestettäessä sekä toimenpiteet tapahtuman jälkeen.

2 Festivaalijärjestämiseen liittyvää yleistä tietoa

2.1 Kokonaissuunnittelu

Tapahtuman toteutuksen ja sisällön ideointi lähtee liikkeelle faktatietojen keruulla ja resurssien kartoituksella. Vaikka tapahtuma on jo osa Kuntoliikuntaliiton vakituista toimintaa, se on kuitenkin aina kertaluontoinen ja projektimainen. Ensin päätetään tapahtuman ajankohta ja paikka. Tämän jälkeen tapahtumalle valitaan johtaja, projektipäällikkö ja toimintatäimi, jotka aloittavat tapahtuman suunnittelun. Toiminnallinen suunnittelu ja toimenpiteet alkavat noin vuosi ennen tapahtumaa.

Kuntofestivaalitapahtuman suunnittelu etenee tavoitteiden määrittelystä, ideoinnista ja suunnitelmien tekemisestä toteutukseen. Edellisvuosien tilastot ja palautekyselyt antavat pohjaa tulevan tapahtuman suunnittelulle ja ideoinnille. Alussa määritellään kohderyhmä ja mietitään miten tapahtuma ja markkinointi kohdennetaan heidän tarpeisiin. Tavoitteiden määrittelyjen osalta pohditaan, kuinka paljon tapahtumaan halutaan osallistujia, mikä on tapahtuman tema ja mitkä ovat taloudelliset tavoitteet. Ideat pyritään jalostamaan konkreettiseen muotoon, jotka palvelevat tapahtuman päämääriä.

Kuntofestivaalin kohderyhmä on aikuiset työpaikkaliikkujat, mutta tätä kohderyhmää voi tarkentaa ja avata vielä tarkemmin. Tavoitteena on tuottaa liikunnallinen päivä monipuolisella ja laadukkaalla liikuntatarjonnalla ja hyvällä oheistoiminnalla. Liikuntalajit ovat suunnattu kaikille ikäryhmille, sekä miehille, että naisille. Liikuntalajien valinnassa täytyy ottaa huomioon monta seikkaa: onko laji kiinnostava, toimiiko se tapahtumassa ja miten, onko lajia mahdollista jatkaa kokeilun jälkeen ja onko lajeja monipuolisesti tarjolla kaikille? Liikuntalajien ja kokonaisuuden tulee palvella erilaisia liikkujaryhmiä, passiivisesti ja satunnaisesti liikkuvia sekä aktiiviliikkujia. Tapahtuman on uusiuduttava vuosittain ja oltava ajan hermolla.

Suunnitteluvaiheen aikana mietitään, mitkä ovat taloudelliset resurssit ja henkilöstöresurssit, joilla tapahtumaa tehdään. Myös tapahtumapaikka ja käytettävissä olevat tilat määrittelevät tapahtuman toteutusta. Hyvä suunnitelma antaa pohjaa projektin etenemiselle. Suunnittelu- ja ideointivaiheessa on hyvä kuulla erilaisia mielipiteitä ja ideoita, joita projektipäällikkö ja ydintäimi voivat jalostaa eteenpäin. Tätä varten tulee olla tarvittava määrä ideointipalavereita.

Suunnitteluvaiheeseen on hyvä käyttää aikaa ja energiaa ja sen jälkeen siirtyä tuumasta toimeen.

2.1.1 Toimintasuunnitelman laatiminen

Toimintasuunnitelmasta pitää selvittää milloin ja miksi tapahtuma järjestetään, kenelle se suunnataan ja kuinka se toteutetaan. Toimintasuunnitelma kirjataan suunnitteluvaiheen päätteeksi. Siihen kirjataan tapahtuman tavoitteet ja niiden saavuttamiseksi arvioidut mittarit. Toimintasuunnitelmasta täytyy selvittää, millä konkreettisilla toimenpiteillä tavoitteet on tarkoitus saavuttaa. Toimintasuunnitelmasta on selvittävä myös projektin etenemisen tarkka aikataulu ja työnjako. (LIITE 1. Toimintasuunnitelma)

Seuraavassa esimerkki osallistujamäärä tavoitteista: ”Kuntofestivaalien 2010 tavoitteena on saada 1500 – 2000 maksavaa osallistujaa ja noin 100 yritystä tai kaupungin yksikköä mukaan. Tavoitteena on järjestää laadukas ja monipuolinen tapahtuma joka suhteessa ja päästä taloudellisesti tasapainoiseen tulokseen”. Nämä tavoitteet voi jakaa vielä välitavoitteisiin, esimerkiksi tiettyyn päivämäärään mennessä on tavoitteena saada xx osallistujaa, liikuntalajia tai yritystä mukaan ja niin edelleen.

Tapahtumalla tulisi olla myös teema tai palveluajatus, joka toimii tapahtuman punaisena lankana ja ydinajatuksena. Sen pohjalta on helppo markkinoida tapahtumaa ja auttaa henkilökuntaa sitoutumaan tapahtuman tavoitteisiin. (Iiskola-Kesonen 2004, 19.) Vuoden 2010 Kuntofestivaalin teemana on ”Löydä lajisi”, joka kuvastaa sitä ajatusta, jonka ympärille tapahtumaa tehdään. Tapahtuman palveluajatuksena on: ”Kuntoliikuntaliitto, yhdessä lajiliittojen, seurojen ja Helsingin kaupungin kanssa, järjestävät työpaikkaliikunnan Kuntofestivaalin, joka on räätälöity yritysten liikuntatarpeita vastaaviksi. Tapahtuman tavoitteena on lisätä yritysten välistä kanssakäymistä, parantaa yritysten henkilökunnan fyysistä kuntoa ja tarjota uusia liikuntalajeja kokeiltavaksi ja harrastettavaksi. Tarjoamme hauskan ja yhteisöllisen liikuntapäivän, josta ei puutu vauhtia ja iloa”

2.1.2 Tapahtuma palvelutuotteena ja laadun mittarina

Tapahtuman järjestämisaikankohta, kellonaika ja tapahtumapaikka vaikuttavat siihen, kuinka hyvin tapahtuma sopii kohderyhmälle. Tavoitteena on, että tapahtumaan olisi mahdollisimman helppo tulla ja käyttää tarjottuja palveluja. Saavutettavuuteen vaikuttavat myös ympäröivät olosuhteet, kuten liikenneyhteydet ja parkkipaikkojen riittävyys kaikille. Ennen tapahtumaa on suunniteltava ja hahmotettava, missä osallistujat liikkuvat ja että liikkuminen on esteetöntä. Jos tapahtumassa luvataan, että päivän mittaan saa kokeilla viittä eri kokeilulajia, on mietittävä

paikkojen riittävyys kaikille. Tapahtuma, jossa on 1 000 osallistujaa, vaatii teoriassa vähintään 5 000 liikuntasuorituspaikkaa, mutta käytännössä vielä paljon enemmän. Opasteet, kuulutukset, ruokailu ja aikataulutukset vaikuttavat siihen, onko osallistujan helppo toimia ja liikkua tapahtumassa.

Kuntofestivaali on aineetonta palvelua, josta osallistujalle jää käteen vain käsiohjelma ja materiaalipaketti, joten tapahtuma rakentuu osallistujan elämysten varaan. Hyvä toiminnallinen laatu on yksi tapahtuman tavoitteista. Tapahtuman työntekijät ovat asiakaspalvelutehtävissä, joten on ensiarvoisen tärkeää että asiakkaita eli osallistujia kohdellaan ja palvellaan hyvin. Toiminnalliseen laatuun kuuluvat osallistujan elämykset tapahtumapaikalla, sekä tapa, jolla häntä palvellaan. Tyytyväinen asiakas on paras laadun mittari. (Iiskola-Kesonen 2004, 22–25.)

2.1.3 Tapahtuman ydin, lisä- ja tukipalvelut

Kuntofestivaalin ydinpalvelu on liikuntalajikokeilut. Viime vuosina lajeja on ollut yli 50. Lajit ovat kategorioitu seuraavasti:

- vesiliikuntalajit
 - o esim. melonta, uintitekniikka ja laitesukellus
- jumpat
 - o kehon ja mielen lajit: esim. pilates ja Asahi,
 - o kehon ja tanssit lajit: esim. kuntonyrkkeily ja afrotanssi
 - o ulkojumpat
- kokeilulajit
 - o esim. gps-geokätkentä, ratsastus ja citysuunnistus
- kilpailu- ja turnauslajit
 - o esim. salibandy, petankki, golf, Festarimestari
- puistolajit eli nonstop –lajit
 - o kickbike, speedminton, puistogolf
- kulttuuriliikuntalajit
 - o kulttuuripyöräily ja –kävely

Lisäksi Yritysmaratonviesti ja hyvinvointiluennot ovat oma kokonaisuutensa.

Lajeille pitää miettiä tarkoituksenmukaiset tilat, aikataulutukset ja ohjaajat. Kuntofestivaalin strategisen ajatuksen ”Löydä lajisi” myötä jokaista liikuntalajia täytyy olla mahdollisuus harrastaa myös festivaalipäivän jälkeen.

Tapahtuman tuki- ja lisäpalveluihin kuuluvat muun muassa festivaalikeskuksen eli infopisteen toiminta, kuulutukset, äänentoistot, puku- ja pesutilat, ensiapu ja yritysmaratonviestin ajanotto. Tapahtuman lisäpalveluihin kuuluvat myös oheisohjelmat, kuten Suomi-Ruotsi yleisurheilu-

maaottelu ja festivaaliristeily, jotka ovat olleet mukana muutamana vuonna. Ravintola- ja kahvilapalvelut ovat tärkeä kokonaisuus, kuten myös Kuntofestivaalin yhteydessä oleva näyttelyleasettajatori. Tuki- ja lisäpalvelut antavat tapahtumalle lisäarvoa ja ovat välttämättömiä kokonaisuunnistumisen kannalta. Näistä lisää kappaleessa 3.

2.1.4 Järjestelyorganisaatio ja ydintiimi

Kuntoliikuntaliiton johtokunta päättää tapahtuman järjestämisestä ja antaa riittävät valtuudet organisaatiolle, joka vastaa käytännön järjestelyistä. Järjestelyorganisaatioon eli ydintiimiin kuuluvat festivaalin johtaja, operatiivinen johtaja eli projektipäällikkö sekä tukitoimilla auttava toimintatiimi. Oikeanlainen, ammattitaitoinen ja innostunut ydintiimi on tärkeä osa onnistumista ja tavoitteiden täyttämistä. Kaikilla vastuutehtävissä olevilla henkilöillä tulisi olla varahenkilö, jos varsinainen vastuuhenkilö joutuu jostain syystä luopumaan tehtävästään. Järjestelyorganisaatio eli ydintiimi on mukana järjestelyissä alusta loppuun saakka. (Iiskola-Kesonen 2004, 30-31.)

Tapahtuman johtaja johtaa tapahtumaa ja on mukana muun muassa tärkeissä neuvotteluissa. Hänellä on budjetti- ja toteutusvastuu ja ajankohtainen tieto tapahtumanjärjestelyistä. Tapahtuman johtaja varmistaa tarvittavat resurssit onnistuneen tapahtuman toteuttamiseksi, on mukana operatiivisessa työssä ja antaa tukensa projektipäällikölle ja muulle toimintatiimille tarvittaessa.

Projektipäällikkö johtaa tapahtumajärjestelyjä ja niistä vastaavaa organisaatiota. Hänen ja tapahtuman johtajan tehtävänä on valvoa, että järjestelyt etenevät suunnitelmien ja aikataulujen mukaan. Projektipäällikön on hallittava kokonaisuus ja koordinoitava kaikkia niitä asioita, jotka vaikuttavat tapahtuman onnistumiseen. Projektipäällikkö on se henkilö, joka tietää järjestelyistä aina eniten. Hän vastaanottaa tietoa ja jakaa sitä eteenpäin oikeille henkilöille, ollen näin sekä sisäisen että ulkoisen viestinnän yhteyshenkilö. Projektipäällikön vastuulla on delegoida asioita eteenpäin oikeille henkilöille ja valvoa niiden toteutumista. Projektipäällikön tulee olla selvillä budjetista ja talouden pidosta sekä hallita peruskirjanpito. Työnkuvaan kuuluu myös ryhmän johtaminen, esimiehenä ja yhdyshenkilönä toimiminen. Lisäksi koko tekijäjoukkolle on tärkeää luoda heti alusta alkaen hyvä ilmapiiri ja tunnelma, joka innostaa ja auttaa viihtymään työtehtävissä. Projektipäällikön rooli on merkittävä, sillä hänen vastuullaan on, että asetetut tavoitteet täyttyvät. (Iiskola-Kesonen 2004, 39.)

Toimintatiimin eli projektiryhmä koostuu eri osa-alueiden vastuuhenkilöistä. Tiimissä olisi hyvä olla ainakin:

- viestinnästä ja markkinoinnista vastaava henkilö,
- tapahtuman myynnistä vastaava henkilö
- talousvastaava
- tapahtuman sihteeri, joka auttaa projektin eri vaiheissa.

Lisäksi tehtävät voidaan jakaa ja vastuuttaa pienempiin osa-alueisiin. Tapahtumalla voi olla esimerkiksi pelkästään iltaohjelmasta tai somistuksesta vastaava henkilö. Rooleja ja vastuualueita on paljon ja siksi on tärkeää että niihin riittää tekijöitä. Hyvin toimiva projektiryhmä on täynnä innostuneita asiantuntijoita, jotka suunnittelevat, kehittävät ja toteuttavat oman vastuualueensa toimintaa. Projektipäällikkö auttaa vastuuhenkilöitä tehtävissään, luo puitteet onnistumiselle ja valvoo, että työt etenevät sovitusti. (Iiskola-Kesonen 2004, 31.)

Tapahtumaorganisaation jäsenillä on kaikilla yhteinen tavoite: onnistunut tapahtuma. Organisaatio koostuu jäsentensä taidoista, kyvyistä ja luonteenpiirteistä. Parhaimmillaan tapahtuman järjestäminen on tekijöilleen motivoivaa ja palkitsevaa. Tavoite on selkeä ja tulokset helposti nähtävissä. (Iiskola-Kesonen 2004, 34.)

2.1.5 Ilmoittautuminen ja ilmoittautumisjärjestelmä

Aikaisempina vuosina ilmoittautuminen Kuntofestivaalitapahtumaan on toiminut niin, että yrityksen liikuntayhdyshenkilö, tai vastaava henkilö ilmoittaa ensin yrityksen tapahtumaan mukaan. Tämä henkilö ilmoittaa järjestelmään tarvittavat tiedot, kuten nimen, yrityksen osoitteen sekä laskutustiedot. Kuntofestivaalin järjestelyorganisaation on helppo operoida ja viestiä liikuntayhdyshenkilön kautta, joka viestii yrityksessä tietoja eteenpäin. Ilmoittautumisjärjestelmä aukeaa yrityksille noin yhdeksän kuukautta ennen tapahtumaa.

Tämän vaiheen jälkeen yritysten henkilöstö pääsee valitsemaan liikuntatarjonnasta itselleen sopivat liikuntalajit. Kun yrityksen työntekijä ilmoittautuu mukaan, hän valitsee ensin oman yrityksen tiedot ja jatkaa ilmoittautumista tätä kautta. Laji-ilmoittautuminen aukeaa henkilöstölle noin viisi kuukautta ennen tapahtumaa ja sulkeutuu viikko ennen tapahtumaa. Ilmoittautumisjärjestelmänä on käytetty Kuntoliikuntaliiton käyttämää Tietoverkon järjestelmää.

Kuntoliikuntaliiton hallituksessa on päätetty, että vuodesta 2010 alkaen on kaikilla halukkailla aikuisilla mahdollisuus tulla tapahtumaan mukaan. Kuntofestivaali ei ole enää pelkästään yritysten henkilöstölle tarkoitettu tapahtuma, vaan on avoinna kenelle tahansa aikuisliikkujalle. Ilmoittautumisjärjestelmässä tämä huomioidaan siten, että yritysten ulkopuolisille osallistujille on ilmoittautumisväylä, joka avautuu samaan aikaan kuin laji-ilmoittautuminen. Yksittäinen henkilö maksaa osallistumisen ilmoittautumisen yhteydessä internetissä olevan pankkijärjestelmän kautta.

Järjestelyorganisaatio voi seurata ilmoittautumisjärjestelmän kautta Kuntofestivaalin ilmoittautumisia, viestiä jo ilmoittautuneille tietoja ja jatkaa markkinointia heille, jotka eivät vielä ole ilmoittautuneet. Ilmoittautumisjärjestelmä kerää tiedot laji-ilmoittautumisista ja aikatauluista ja toimii tärkeänä työkaluna koko tapahtumaprosessin ajan.

2.1.6 Toimeksianto ja ulkoistaminen

Järjestelyorganisaation vastuulla on paljon asioita, mutta jokaisen tarvittavan alan asiantuntijoita he tuskin ovat. Tapahtumassa on paljon toimintoja, jotka eivät ole järjestelyorganisaation ydin- tai edes toissijaista osaamista. (Iiskola-Kesonen 2004, 46). Näiden toimintojen kohdalla tulee miettiä, mikä kannattaa ulkoistaa ammattilaiselle ja mitä tehdä itse. Ulkoistetut palvelut pitää yleensä ostaa ja näin ollen sopeuttaa budjettiin.

Ulkoistettavat palvelut kannattaa kilpailuttaa eli etsiä hinta-laatusuhteeltaan paras toimittaja tai toteuttaja. Palveluihin luetaan muun muassa markkinointi- ja viestintäalan osaajien, kuten mainosgraafikoiden ja taittajien käyttö, ulkoistettu markkinointi ja myynti, rakenteisiin ja rakentamiseen liittyvät kustannukset, ravintola- ja catering kulut, ulkopuoliset esiintyjät ja esim. kuulutus- ja äänentoistopalvelut. Näille toimijoille voi delegoida joko yhden projektivaiheen tai isomman kokonaisuuden alusta loppuun saakka.

2.2 Talouden suunnittelu

Kuntofestivaalitapahtuma tarvitsee tarkan taloussuunnitelman eli budjetin. Budjetti tarkoittaa tulo- ja menoarviota ja se laaditaan tapahtuman suunnittelun alkuvaiheessa. Budjetin laadintaa auttaa edellisvuosien toteutuneet budjetit, joiden pohjalta on helpompi miettiä mihin rahaa kuluu ja mistä sitä saa.

Taloudellisena tavoitteena on pysyä laaditussa budjetissa ja saada tapahtumasta voittoa tai päästä vähintään taloudellisesti neutraaliin tulokseen. Tulot ja menot pitää suhteuttaa siten, että tapahtuma on mahdollisimman omarahoitteinen ja kannattava. Tappiollisia tapahtumia ei voi kauan järjestää. (Iiskola-Kesonen Tapahtuma pysyy taloudellisesti parhaiten tasapainossa, kun budjetointi on tehty huolellisesti, realistisesti ja sen noudattamisessa pysyy tiukka kuri. Projektipäällikön ja eri osatoiminnoista vastaavien henkilöiden pitäisivät olla projektin aikana tietoisia kaikista kuluista ja menoista. Päävastuu tästä on projektin johtajalla.

Suurin osa tapahtuman tuloista koostuu tapahtuman osallistumismaksuista ja yhteistyökumppaneiden ja sponsoreiden suorasta tai epäsuorasta rahallisesta panostuksesta. Lisätuloja on mahdollista saada muun muassa myymällä mainoksia esitteisiin tai käsiohjelmaan tai myymällä näytteilleasettajapaikkoja Kuntotorille tai vastaavaan näytteilleasettajapaikkaan. Menot koostuvat muun muassa työntekijöiden palkoista, materiaalikuluista, markkinointikuluista, hallintokuluista, ruokailusta ja tilavuokrista.

Jokaisen tapahtuman budjetti laaditaan erikseen ja variaatioita tulojen hankintaan ja menojen hallintaan on tapahtumakohtaisesti, mutta seuraavassa esimerkki muutaman edellisvuoden Kuntofestivaalitapahtuman budjetinrungosta. Taloussuunnitelma löytyy toimintasuunnitelma liitteestä 1.

2.2.1 Ydintapahtuman ja osatoimintojen erillisbudjetit

Budjetin suurin menoerä on työntekijöiden palkat eli henkilöstökulut. Tapahtuman projektipäällikön ja osa-aikaisten työntekijöiden palkat ja lakisääteiset menot on sidottu tapahtuman budjettiin. Nämä kulut ovat kokonaismenoista noin 40 – 45 %.

Ulkopuoliset palvelut ovat toinen suuri menoerä. Onnistuakseen tapahtuma tarvitsee paljon muita alanosaajia, joiden palvelut ovat perusteltuja. Muita palveluja kannattaa kilpailuttaa ja etsiä hinta-laatusuhteeltaan paras toimittaja tai toteuttaja. Ulkopuoliset palvelut ovat noin 20 – 30 % kokonaisbudjetista. Ulkoistettuihin palveluihin luetaan myös erilaiset lisäarvoa tuovat tukipalvelut, kuten Suomi-Ruotsi yleisurheilumaaottelu liput, jotka ostetaan yhteistyösopimuksen kautta ulkopuoliselta taholta.

Tapahtumaa koskevat tilavuokrat ovat noin 5 % ja hallintokulut, joihin luetaan muun muassa postitus-, puhelin- ja IT-kulut ovat noin 3% kokonaismenoista. Materiaalikulut, joihin luokitel-

laan muun muassa esitteen, käsiohjelman, rollupin ja julisteen painattaminen ja Kuntofestivaalipaitojen teettäminen sekä henkilökunnalle että osallistujille, ovat kuluerältään noin 20 %. Muihin kuluihin lukeutuu muun muassa luvat ja ilmoitukset, vakuutukset ja kokouskulut.

Markkinointi ja myynti lohkaisevat suuren palasen koko tapahtuman budjetista, joten markkinointibudjetti tulee suunnitella ja laatia erikseen. Tästä lisää kappaleessa 2.3.5. Ydin- ja osatoimintojen menoarviot kannattaa suunnitella siten, että tulevat tuotot kattavat ne. Menoja ei saa aliarvioida, vaan mieluummin hieman yliarvioida.

2.2.2 Tulosbudjetti ja laskutus

Kuntofestivaalitapahtuman tuotot koostuvat 70 - 90 %:ssa osallistumismaksuista. Osallistumismaksu voi olla yksi perushinta, josta on erilaisia alennusvariaatioita, kuten räätälöityjä pakettihintoja yrityksille, ennakkovaraajanetuuksia, kumppanuushintoja tai yrityksen omia jäsenhintoja. Kaikki hintoja ja alennuksia koskevat päätökset tulee tehdä ennen hintojen julkistamista. Kannattavuuslaskelmat antavat suuntaa osallistumismaksun määrittelylle. Hinta ei saa olla liian korkea, sillä liian kallis hinta sulkee helposti yrityksiä pois. Liian alhainen hinta on tapahtuman budjetille iso riski ja herättää epäilyksiä. Hinnan määrittelyssä kannattaa huomioida myös kilpailijoiden tuotteet, eli muiden vastaavien tapahtumien hinnat. Hinnan pitää olla ajan-kohtainen ja ehdottomasti tapahtuman arvoinen.

Tapahtumassa voi olla erillisiä liikuntatoimintoja, kuten yritysmaratonviesti tai palloiluturnaus, joista voi perustellusti pyytää lisämaksua esim. joukkuehinnan muodossa. Jos osa liikuntalajeista, kuten golf ja keilailu, ovat järjestämiskustannuksiltaan muita lajeja selkeästi kalliimpia, on perusteltua pyytää myös niistä lisämaksua.

Maksu- ja peruutusehdot tulee määritellä siinä vaiheessa, kun hinta tuodaan julkiseksi. Maksu- ja peruutusehtojen tulee olla täsmällisiä, yksiselitteisiä ja ymmärrettäviä. Maksajan täytyy tietää tarkalleen missä vaiheessa lasku tulee ja missä muodossa. Hintojen laadinnassa on hyvä muistaa yksinkertaisuus. Kovin monimutkainen hinnoittelu saattaa hämätä asiakasta.

Laskutus, sekä osallistujille että sponsoreille, kannattaa tehdä ennen tapahtumaa. Tapahtuman jälkeisessä laskutuksessa on se vaara, että niitä täytyy penätä kauemmin. Ennen tapahtumaa tehtynä, maksulapun toimiessa pääsylippuna, laskuttaja saa maksun varmemmin.

2.2.3 Tapahtuman investoinnit ja pitkävaikutteiset menot

Kuntofestivaalin kaltaisella tapahtumalla haetaan yleensä hieman voittoa tai neutraalia nollatulosta, joten investointien tuotto-odotukset ovat välittömiä. Kuitenkin Kuntofestivaalitapahtumaa tehdään ja tuotetaan pitkäjänteisesti jokavuotiseksi tapahtumaksi. Tätä perusajatusta silmälläpitäen tapahtumaa koskevissa investoinneissa ja hankinnoissa kannattaa miettiä pitemmällä tähtäimellä, toimivatko ne myös tulevaisuudessa tapahtumissa ja miten? IT-ohjelmat, verkkosivujen palvelin ja rakenne, erilaiset markkinointimateriaalit, somistamiseen liittyvät materiaalit, lajikyltit, lajipaikkoihin ohjaavat kyltit, tapahtuman oheismateriaali ja jopa asusteet kannattaa hankkia tulevia tapahtumia ajatellen. Mitä kalliimpi ostettava tuote on, sitä tarkemmin tätä on pohdittava.

Tapahtuman pitkävaikutteisiin investointeihin voidaan lukea projektiorganisaation ja mukana olevien tahojen tapahtumanjärjestämiseen liittyvän kokemuksen lisääntyminen. Tämä on aineetonta varallisuutta ja merkittävää investointia tulevaisuuteen. (Iiskola-Kesonen 2004, 77.)

2.2.4 Sponsorointi ja yhteistyökumppanuudet

Tapahtuman toteuttamisen avuksi tarvitaan monenlaisia yhteistyökumppanuuksia. Järjestelyorganisaatiolla kannattaa olla hyvin mietitty ja suunniteltu kumppanuusstrategia. Monet tahot saattavat olla kiinnostuneita tulemaan yhteistyökumppaneiksi, joten markkinointi heille kannattaa. Kumppanuus voi olla joko suoraa rahallista tukea eli sponsorointia tai palvelun kautta tapahtuvaa kumppanuutta. Monet yritykset ovat kiinnostuneita vastavuoroisesta yhteistyökumppanuudesta, jolloin heiltä saa tiettyä palvelua näkyvyyttä vastaan. Yhteistyö- tai sponsorisuhde määräytyy sen mukaan, mitä kumppaneilla on annettavaa ja saatavaa järkevissä mittasuhteissa. Esimerkiksi, onko kohderyhmä heille sopiva, onko kumppanuus luontevaa ja molempien tahojen toiminnan intresseissä ja onko tapahtuman kävijämäärä riittävä?

Yhteistyökumppanien hankintaan kannattaa varata aikaa ja energiaa. Ajankohdallisesti etsintä on syytä toteuttaa projektin alkuvaiheessa. Kumppaneiden etsinnässä on huomioitava eettiset näkökulmat eli mitkä tahot sopivat Kuntoliikuntaliiton yrityksen imagoon ja yhteistyökumppaniksi, liiton terveyttä edistävän hengen mukaisesti. Esimerkiksi rasvaista ruokaa markkinoivat yritykset ja alkoholi- tai tupakka-alan yritykset eivät sovi tähän teemaan. Mutta kiinnostavia ja kiinnostuneita tahoja voi olla monia, kuten eri liikunta-alan tuotteita tai palveluita tarjoavat

yrietykset, terveellisiä elintarviketuotteita markkinoivat yritykset, tai vaikka työeläkevakuutusyhtiöt, jolle tapahtuman kohderyhmä on juuri oikea.

Kumppanuussuhteen rakentaminen vaatii neuvotteluita ja palaveria, joiden tulokset johtavat molempia osapuolia tyydyttävään ratkaisuun. Neuvottelujen jälkeen siirrytään sopimuksen laatimisvaiheeseen. Sopimuksessa on tarkasti määritelty molempien osapuolien vastuut ja velvollisuudet. Tarkka sopimusaikaväli ja päivämäärät, eri toimien toteuttamiseksi, on syytä kirjata sopimukseen. Kuntofestivaaliorganisaation tehtävänä on siitä eteenpäin noudattaa tarkasti sopimuksen velvoitteita ja ylläpitää hyviä suhteita ja viestintää kumppanin suuntaan.

2.2.5 Tapahtuman verotuksellinen kohtelu

Liikuntatapahtuman verotuksellinen kohtelu on riippuvainen taustajärjestön ja organisaation rakenteesta. Kuntofestivaali luokitellaan Kuntoliikuntaliiton palveluna yleishyödylliseksi toiminnaksi, jonka tulot eivät ole veronalaista tuloa.

Kuntofestivaalin tarkoituksena on toteuttaa liiton säännöissä mainittua aatteellista tehtävää. Liiton perimmäisenä tarkoituksena ei ole taloudellisen edun tavoittelu, vaan toiminnot tavoittelevat niin sanottua yhteistä hyvää. Esimerkiksi kaikki liikuntatoiminta on lähtökohdiltaan yhteiskunnallisesti hyödyllistä, yleiseksi hyväksi tehtävää toimintaa. Kuntofestivaalien osallistumismaksutulot ja muut tuotot, kuten sponsoritulot, eivät näin ollen ole verotettavaa elinkeinotuloa. Mahdolliset tuotot ohjautuvat liikunnallisen elämäntavan edistämiseen. Verotuksellisista syistä Kuntofestivaalien toiminta ei saa kohdistua vain rajoitettuun henkilöpiiriin, vaan toiminnan on oltava kaikkien saavutettavissa. (Veronmaksajien keskusliitto 2009)

Arvonlisäverotuksen yksi periaatteista on kilpailuneutraalisuus. Kaiken taloudellisen toiminnan tulee olla verotuksen näkökulmasta samassa asemassa. Toisaalta Suomessa on tehty yhteiskuntapoliittinen päätös siitä, että yleishyödylliset yhteisöt hoitavat yhteiskunnallisesti merkittäviä tehtäviä. Jotta yhdistykset pystyisivät hoitamaan kaikkia näitä tehtäviä, verolainsäädäntö kohtelee yhdistyksiä hieman eri tavalla kuin esimerkiksi yrittäjiä. Arvonlisäverolain 4 §:n mukaan yleishyödyllinen yhteisö on arvonlisäverovelvollinen vain, jos sen harjoittamasta toiminnasta saatua tuloa pidetään tuloverolain mukaan yhteisön elinkeinotulona. Koska Kuntofestivaalien saatua tuloa ei pidetä elinkeinotulona, siitä ei makseta arvonlisäveroa. Näin ollen Kuntoliikuntaliitto ei voi myöskään vähentää ostolaskussa olevaa arvonlisäveroa saaduista tuloistaan. (Veronmaksajien keskusliitto 2009)

2.3 Markkinointi ja myynti

Tapahtuman markkinointi on merkittävä osa tapahtumaa sekä ajankäytöllisesti että taloudellisesti. Markkinoinnin tarkoituksena on lisätä tapahtuman myyntiä, sillä ilman asiakkaita ei ole tapahtumaa. Markkinointi lähtee asiakkaiden tarpeista ja ohjaa koko toimintaa liikeidean sekä taustalla olevan yrityskuvan kautta. Markkinoinnin tulee olla tavoitteellista ja kannattavaa ja sen tulee edetä johdonmukaisesti pitkäjänteisenä prosessina. Onnistunut markkinointiprosessi luo tapahtumalle selkeää kilpailuetua. Tämä vaatii tarkan ja mietityn suunnitelman. (Iiskola-Kesonen 2004, 52.)

Markkinointisuunnitelma tehdään tapahtuman suunnittelun alkuvaiheessa. Markkinoinnin tavoitteet on hyvä määritellä selkeästi. Tulee pohtia, miksi asiakas tulee tapahtumaan ja mitä hän siltä haluaa. Markkinointisuunnitelmassa tulee määritellä, mikä on tapahtuman pääviesti, teema ja miten ne esitellään houkuttelevasti. Tämän jälkeen määritellään tavoitteet, kuinka paljon tapahtumaan halutaan osanottajia. Resurssien määrittely on seuraava askel: kuinka suuri on markkinointibudjetti ja henkilöresurssit ja mitkä ovat markkinoinnin välineet? Kohderyhmien määrittely kertoo, mikä on tapahtuman markkinointiviestinnän ensisijainen kohderyhmä ja muut kohderyhmät ja miten heidät tavoitetaan.

Markkinoinnin suunnittelu alkaa luovalla ajattelulla, sillä tapahtumalle tulee luoda ilme ja teksti. Tässä vaiheessa kannattaa käyttää markkinoinnin ammattilaisia, kuten esimerkiksi graafikkoa ja copywriteria. Kuvien käytön kannalta tekijän täytyy tarkastaa kuvien käyttöoikeudet. Tapahtuman ilmeen luominen on osa tuotteistamista ja kaiken tapahtumaan liittyvän markkinointiviestillisen toiminnan kannattaa olla visuaalisesti ja sanomallisesti samassa linjassa.

Markkinoinnin onnistumiseen voi vaikuttaa monella tavalla. Näitä ovat muun muassa itse tapahtuma, sen laatu ja hinta sekä onnistuneet markkinointiviestinnälliset ratkaisut. Markkinoinnissa ja tuotteen myynnissä täytyy muistaa, että sen tulee vastata tuotetta. Ostajaa ei saa johtaa harhaan. Tapahtumatuotteen tulee olla helposti saatavilla, mikä tarkoittaa muun muassa sitä, että ostamisprosessi on mahdollisimman helppo. Helppo saatavuus täytyy huomioida ilmoitautumisissa, asiakaspalvelussa ja tapahtuman aikaisessa toiminnassa.

Markkinoinnin toteutus etenee johdonmukaisesti suunnitelman mukaan. Suunnitelma tulee tuntea hyvin ja olla tietoinen pysytäänkö markkinointibudjetissa. Budjetin suhteen ajan tasalla pysyminen mahdollistaa myös ajanmukaiset toiminnot ja poikkeamat, jos tilanne niin vaatii.

Markkinointi ja myynti lohkaisevat suuren palasen koko tapahtuman budjetista, joten markkinointibudjetti tulee suunnitella ja laatia erikseen. Markkinointibudjetin suunnittelu lähtee liikkeelle tavoitteista ja kohderyhmästä sekä siitä, mikä on budjetti suhteutettuna tapahtuman tavoiteltuun tuottoon. Tarkka ja kohdennettu markkinointisuunnitelma pyrkii hintalaatusuhteeltaan markkinointibudjetin optimaalisen käyttöön. Markkinointi vaatii yleensä paljon ulkopuolisten palveluiden käyttöä, kuten mainostoimistoa ja kirjapainoa ja tämä tulee huomioida budjetoinnissa.

2.3.1 Markkinoinnin kohderyhmä

On mietittävä kenelle tapahtumaa tehdään ja mitkä ovat sen kohderyhmät. Kuntofestivaalitapahtuma on työpaikkaliikunnan tapahtuma, joten markkinointi kohdistuu yrityksiin ja sen henkilöstöön. Tarkennettua kohderyhmän valintaa voi selvittää erilaisilla asiakaskyselyillä ja edellisten vuosien tilastoilla. Näistä selviää muun muassa miltä toimialoilta, minkä kokoisista yrityksistä ja miltä alueilta on aiempina vuosina osallistunut eniten yrityksiä. Tästä lisää kohdassa 3.2.1. Palautteen kerääminen.

Kuntofestivaalin markkinoinnissa tulee ottaa huomioon markkinoinnin taustalla oleva yritys tai taustataho, tässä tapauksessa Kuntoliikuntaliitto, sillä markkinoinnissa myydään myös sen liikeidea. Taustatahon tai yrityksen muut sidosryhmät ja muiden tuotteiden asiakkaat, jotka tuntevat yrityksen toiminnan entuudestaan, ovat tärkeä markkinoinnin kohderyhmä. Taustatahon koko asiakasverkosto kannattaa hyödyntää.

Markkinoinnin suunnittelussa kannattaa jakaa kohderyhmät ensisijaisiin ja toissijaisiin. Ensisijaisiin kohdistuu eniten markkinointitoimenpiteitä. Tämän lisäksi markkinointi kohdistuu kohderyhmien sisäisiin ryhmiin, esimerkiksi ostosta päättäviin henkilöihin, kuten yritysten liikuntayhdyshenkilöihin ja henkilöstövastaaviin tai yritysten henkilöstöön, jotka osallistuvat tapahtumaan. Jokainen ryhmä täytyy huomioida erikseen markkinointia suunniteltaessa.

Yksi ensisijaisista kohderyhmistä ovat edellisten vuosien osallistujat. He tietävät ja tuntevat valmiiksi tapahtuman, joten heille kannattaa kohdistaa markkinointitoimenpiteitä ympäri vuoden. Markkinointia kannattaa painottaa paikallisuutta suosivaksi, sillä edellisvuosien tilastojen mukaan peräti 80 % osanottajista oli paikallisia. Markkinointia kannattaa kohdistaa myös niihin yrityksiin, joilla on mahdollista irrottaa työntekijät arkipäiväksi tapahtumaan.

Henkilötasolla ensisijaiset kohderyhmät ovat ne, jotka tekevät osallistumisen ostopäätöksen. Kuntoliikuntaliiton 2009 teettämän työpaikkaliikuntabarometrin mukaan lähes kaikki liikunta-asioista päättävät henkilöt ovat yrityksen ylintä - tai HR- ja henkilöstöjohtoa, joten markkinointi kannattaa kohdistaa sekä heille että heidän vaikutuspiirissään oleville henkilöille, kuten johdon sihteereille. Kun yritys on tehnyt ostopäätöksen ja päättänyt tarjota kaikille työntekijöilleen liikuntapäivän Kuntofestivaalin muodossa, muuttuu markkinointi henkilöstön osallistumista tukevaksi.

2.3.2 Markkinointiviestinnälliset keinot ja ratkaisut

Markkinointiviestinnän avulla kerrotaan tapahtuman tarjoamista palveluista. Markkinointiviestinnällisiä keinoja ovat muun muassa tiedottaminen. Myös suhdetoiminta, henkilökohtainen myyntityö ja myynnin edistäminen kuuluvat markkinointiviestinnän keinoihin. Näistä vaihtoehdoista syntyy erilaisia yhdistelmiä ja kokonaisuus ratkaisee tapahtuman markkinointiviestinnällisen onnistumisen. (Iiskola-Kesonen 2004, 55.)

Markkinointisuunnitelmassa määritellään, mitkä ovat erityisesti taloudellisiin resursseihin nähden järkevimmät markkinointiviestinnälliset keinot, jotka tavoittavat oikean kohderyhmän. Markkinointiviestinnällisiä keinoja on monia, kuten lehdet, radio, tv, ulkomainonta, suoramarkkinointi, viestintä/PR sekä nykypäiväinen tärkeä markkinointikanava eli sosiaalinen media. Sosiaalinen media käsittää muunmuassa erilaiset blogit ja facebook-sivustot.

Tapahtuman verkkosivut ovat merkittävä markkinointiviestinnällinen väline ja niihin kannattaa panostaa. Verkkosivut kannattaa suunnitella ja toteuttaa mahdollisimman käyttäjäystävällisiksi ja yksinkertaisiksi. Verkkosivuilta pitää löytyä nopeasti ja helposti kaikki tarpeellinen tieto ja sisällön tulee olla tarkoituksenmukainen ja riittävä. Sivujen ulkonäköön kannattaa suunnitella huolellisesti.

Tapahtumaa varten tehdään esite tai useita esitteitä. Ensimmäinen esite tehdään sille ryhmälle, joka yrityksessä tekee tapahtuman ostopäätöksen, kuten liikunnasta vastaaville henkilöille, yrityksen ylimmälle johdolle ja henkilöstövastaaville. (LIITE 3.esite 1.) Toinen esite kohdennetaan tapahtuman kävijöille ja yksittäisille ihmisille. (LIITE 4. esite 2.) Ennen tapahtumaa, kun kaikki tarpeellinen tieto on olemassa, tehdään käsiohjelma, joka jaetaan kaikille osallistujille. Käsiohjelmasta selviää kaikki tarpeellinen tieto, joka liittyy tapahtumaan.

Muita tapahtumaan koskevia markkinointiviestinnällisiä välineitä ovat muun muassa verkkosivuille tehtävät bannerit ja messuilla tai muilla areenoilla käytettävät roll-upit. Kuntofestivaalin facebook -sivusto kannattaa toteuttaa kampanjaluonteisesti esimerkiksi kuukauden ajaksi, jotta sen ylläpito ja päivitys onnistuu. (LIITE 2. Markkinointisuunnitelma)

2.3.3 Myynti

Myynti on osa markkinointisuunnitelman toteutusta. Tapahtuma pitää saada houkuttelevaksi ostajan näkökulmasta. Myynnille kannattaa asettaa sekä määrälliset että ajankäytölliset tavoitteet, jotka tulee kirjata markkinointisuunnitelmaan. Myynnillä voi olla useita välineitä, kuten sähköiset e-suorat, sähköpostit tai henkilökohtaiset soitot ja tapaamiset. Näistä keinoista henkilökohtaiset tapaamiset ovat tehokkaimmat.

Karkeasti sanoen markkinointi tuo 10 – 20 % ja myynti 80 – 90 % kaupoista. Tästäkin syystä myynnille on varattava aikaa ja resursseja. Tapahtuman organisaatiosta riippuen myynnin apuna voi käyttää ostopalvelua muun muassa toteuttamaan puhelinmyyntiä. Kun tapahtumaa myydään, myyjän täytyy tietää tapahtumasta kaikki tarpeellinen. Asiakkaan ostotoiveet ja –tarpeet tulee tiedostaa ja osata vakuuttavasti perustella tapahtuman mahdollisuudet yritykselle. Myyjä voi ”räätälöidä” tietyissä rajoissa tapahtuman yritykselle sopivaksi. Puhelinmyynnin tavoitteena voi olla muun muassa henkilökohtaiset asiakaskäynnit, jotka edistävät kauppaa.

Ajan tasalla oleva markkinointirekisteri on myynnille tärkeä väline. Tämä voi olla joko asiakashallintaan käytetty yrityksen oma rekisteri, jota ylläpidetään säännöllisesti tai kertaluonteisesti palveluntarjoajalta ostettu yritysrekisteri. Markkinointirekisteriä voi hyödyntää sähköpostimainosten eli e-suorien lähetykseen tai suorapostitukseen.

2.4 Tapahtuman viestintä ja tiedottaminen

Viestintä on toimintaa, jonka voi sanoa sisältävän kaiken ihmisten välisen vuorovaikutuksen. Viestintä voi tapahtua kasvojen tai jonkin välineen, esimerkiksi sähköpostin, välityksellä. Viestintä voi olla luonteeltaan joko virallista tai epävirallista, suunniteltua tai spontaania. Viestinnän keinoina käytetään esimerkiksi kokouksia, palavereja tai tiedotteita. Kuntofestivaalitapahtuman viestintä on sekä ulkoista että sisäistä ja sitä tarvitaan paljon prosessin eri vaiheissa. (Iiskola-Kesonen 2004, 63.)

Kuntofestivaalitapahtuman viestintää suunniteltaessa tulee selvittää, kuka viestii ja kenelle. Viestinnän tavoitteena on, että oleellinen tieto saavuttaa oikean kohteen. Päävastuu tapahtuman viestinnästä on projektipäälliköllä, mutta hänen apunaan voi toimia esimerkiksi tiedottaja. Erilaiset viestinnän osa-alueet kannattaa jakaa työtiimin kesken, sillä yksi henkilö ei ehdi vastata kaikesta tiedottamisesta. Periaatteena on, että viestinnästä vastaavilla on riittävästi tietoa tapahtumasta. Paras tiedottaja on se, joka on asioista eniten perillä ja innostunut asiasta. (Iiskola-Kesonen 2004, 63.)

Viestintä on erilaista tapahtuman eri vaiheissa. Ennen tapahtumaa se on informoivaa, myyvää ja kiinnostusta herättävää ja tapahtuman aikana viestintä on ajankohtaisten uutisten ja tulosten julkaisemista. Tapahtuman jälkeen viestintä on positiivisen palautteen antamista ja asiakastytyväisyyden kartoittamista ja siitä tiedottamista. Kaikki viestinnän vaiheet ovat tärkeitä. Tapahtuman aikaista ja tapahtuman jälkeistä viestintää käsitellään kappaleissa 3.4 ja 4.2.4. (Iiskola-Kesonen 2004, 67.)

2.4.1 Sisäinen viestintä

Sisäinen viestintä on myös sisäistä markkinointia. Tämä tarkoittaa, että tapahtuma ja sille asetetut tavoitteet markkinoidaan itse tapahtuman tekijöille. Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan tässä tapauksessa tiedon välittämistä kaikille tapahtumassa mukana oleville toimijoille, omalle tiimille, työpaikan henkilökunnalle, ja tärkeille sidosryhmille. Sisäinen markkinointi ja viestintä luovat yhteenkuuluvaisuuden tunnetta ja sitouttavat henkilöstöä. Sisäisen markkinoinnin ja viestinnän tavoitteena on, että tapahtuman henkilökunta osaa palvella asiakkaita hyvin koko prosessin ajan. Sisäisen viestinnän tulee olla rehellistä, avointa ja sitä tulee olla riittävästi. (Iiskola-Kesonen 2004, 63 -64.)

Omalle tiimille ja työpaikan henkilökunnalle kohdistuvan viestinnän tulee olla ajantasaista, säännöllistä ja täsmällistä. Henkilökunnan pitää olla tietoinen tapahtumaa koskevista asioista ja muutoksista ja heille pitää antaa mahdollisuus tietyissä rajoissa saada vaikuttaa toteutukseen. Ylimääräistä ns. nippelitietoa ei ole tarpeen jakaa kaikille. Sisäisen viestinnän ei tarvitse olla liian virallista vaan rentoa ja vuorovaikutteista.

Sisäinen viestintä voi olla joko yhteisiä tai henkilökohtaisia sähköposteja tai keskusteluja. Se voi olla myös tietystä osa-alueesta vastaavan henkilön tarkka toimintasuunnitelma. Tarvittaessa on hyvä pitää tiedotustilaisuuksia, ideointipalavereja ja keskustelutilaisuuksia. Näitä tilaisuuksia

tulee olla säännöllisesti, mutta niiden tulee olla tarkoituksenmukaisia. Ne voivat olla myös ns. hengennostatus tilaisuuksia, joissa kannustetaan ja innostetaan henkilökuntaa.

2.4.2 Ulkoinen viestintä

Ulkoisella viestinnällä tarkoitetaan tässä tapauksessa tiedottamista järjestelyjen etenemisestä ulkoisille kohderyhmille, kuten yleisö, tiedotusvälineiden edustajat, yhteistyökumppanit, sponsorit ja osallistujat. Ulkoinen viestintä on virallisempaa ja näkyvämpää ja sen toimenpiteet vaikuttavat myös markkinointiin ja myynnin edistämiseen. Siinä käytetään hyväksi suhdetoimintaa ja tätä kautta markkinoidaan tapahtumaa. Ulkoisen viestinnän keinot voivat olla samoja kuin sisäisen, mutta niiden kanavat ovat tarkoin harkittuja. Tärkein ja ajan tasalla pidettävä viestintäkanava on verkkosivut. Sinne laitettavien viestien tulee olla täsmällisiä ja informoivia. (Iiskola-Kesonen 2004, 63 – 64.)

Media on tärkeä ulkoisen viestinnän kohderyhmä, jonka edustajia voidaan lähestyä usealla tavalla. Kuntofestivaalitapahtumasta tehdään 2 – 3 lehdistötiedotetta vuoden aikana. Lehdistötiedotteesta tulee löytyä kaikki oleellinen tieto, mutta sen tulisi olla lisäksi kiinnostava ja totuudenmukainen. Lehdistötiedotteen otsikon täytyy herättää kiinnostusta; esimerkiksi ”Ulkoministeri Aleksander Stubb tulee ampumaan yritysmaratonviestin lähtölaukauksen”. Tiedote, joka on mielenkiintoa herättävä, selkeä ja helppolukuinen lähetetään kaikille tärkeille median edustajille. Tapahtumasta voidaan myös kirjoittaa erilaisia artikkeleita, joita voidaan antaa lehdistölle julkaistavaksi.

Yleisenä käytäntönä on ollut järjestää median edustajille tiedotustilaisuus, noin neljä kuukautta ennen tapahtumaa. Tässä tilaisuudessa esitellään tapahtuma mahdollisimman innostavasti. Tiedotustilaisuuden on tarkoitus olla lyhyt ja ytimekäs ja loppuun on varattava mahdollisuus keskustelulle ja kysymyksille. Tämä tilaisuus on tärkeä ja se poikii uutisointia ja artikkeleita.

2.5 Tarvittavat luvat ja turvallisuus

Kuntofestivaalitapahtuman järjestäminen edellyttää monien lupien anomista ja ilmoitusten tekemistä. Tärkeimmät näistä ovat poliisille tehtävä ilmoitus yleisötilaisuudesta, velvollisuudet tilojen vuokranantajille ja kaupungille/kunnalle tehtävät ilmoitukset ja selvitykset. Seuraavat ulkoilmatilaisuuksia koskevat ehdot ovat Helsingin alueelle suunnattuja. Muilla alueilla ja kunnilla voi olla erilaisia ehtoja ja säädöksiä.

Yleisötilaisuuden järjestämisestä on tehtävä kirjallinen ilmoitus järjestämispaikan poliisille. Jos Helsinki on järjestämispaikkana, ilmoitus tehdään Helsingin keskustan poliisipiirille. Pelkkä ilmoitus riittää, jos tilaisuus vähäisen osallistujamäärän, tilaisuuden luonteen ja järjestämispaikan vuoksi ei edellytä toimia turvallisuuden ja järjestyksen ylläpitämiseksi. Ilmoitus on tehtävä vähintään viisi vuorokautta ennen tilaisuuden alkua. Jos tarvitaan erityisiä liikennejärjestelyitä, on siitä sovittava erikseen ja hyvissä ajoin poliisin kanssa.

Kuntofestivaalitapahtuma on suurelta osin ulkoilmatilaisuus ja ulkoilmatilaisuuksien yleisiä ehtoja on noudatettava. Ympäristökeskukselle on tehtävä ilmoitus, mikäli tapahtumassa tulee meluhaittaa. Vahvistuslaitteiden käyttö on sopeutettava tilaisuuden yleisömäärän mukaan. Pienemmissä tapahtumissa on hyvä ilmoitella esim. naapureille.

Jos tapahtumassa on elintarvikkeiden myyntiä ja tarjoilua, on siitä tehtävä lupahakemus ja ilmoitus ympäristökeskukselle. Järjestäjän on vastattava elintarvikkeiden myynnin ja tarjoilun osalta monista asioista, kuten varasto- ja huoltotiloista, talousveden saannista, käymälöistä ja jätehuollosta. Ympäristökeskus velvoittaa myös järjestämään paikalle tilaisuuden edellyttämän määrän yleisökäymälöitä, jäteastioita ym. tarvittavia varusteita ja laitteita.

Tapahtuman järjestäjä on velvollinen selvittämään kaupungille pystytettävien rakenteiden, varusteiden tai laitteiden luvanvaraisuudet. Elinkeinon tai ammatin harjoittamiseen liittyvään toimintaan ja mainontaan on haettava lupa kiinteistövirastolta. Tämä käsittää esimerkiksi mainoslakanoiden tai banderollien käytön tapahtumassa. Tapahtuman järjestäjä on velvollinen järjestämään alueen siivoamisen välittömästi tilaisuuden päätyttyä.

Olipa kyseessä elävän tai mekaanisen musiikin esittäminen tapahtumassa, siitä pitää maksaa korvauksia Teostolle. Jos esitetään äänitemusiikkia, lupien ja ilmoitusten laatimiseen tulee myös Gramex ry. Hinnat eivät ole yleisestä luulosta huolimatta kuitenkaan korkeita. Hinnoittelu on tehty tilaisuuksien perusteella ja riippuen osallistujista. Teoston sivuilta löytyy kattavat esimerkit tapahtumista sekä hinnoista.

Karttaa Kuntofestivaalin tapahtuma-alueesta on käytetty tapahtuman verkkosivuilla ja erilaisissa julkaisuissa. Kartan käyttämiseen on haettava lupa Helsingin kaupungilta lupa. Tästä luvasta maksetaan vuosittain.

2.5.1 Tapahtuman riskinhallinta ja turvallisuussuunnitelma

Turvallisuuteen ei voi koskaan panostaa liikaa! Pelastuslaki velvoittaa kaikkien suurten tapahtumien järjestäjät tekemään kirjallisen pelastus- eli turvallisuussuunnitelman. Tapahtuman turvallisuus on järjestäjien vastuulla. Turvallisuussuunnitelman säädöspohjina ovat kokoontumis- ja järjestyksenvalvonnanlaki, pelastuslaki sekä pelastusasetus. Kokoontumis- ja järjestyksenvalvonnanlaki säätelee tapahtuman turvallisuutta ja pelastuslaki- ja asetus velvoittaa ehkäisemään ja varautumaan vaaratilanteisiin.

Turvallisuussuunnitelma laaditaan koko Kuntofestivaalitapahtumaa koskeväksi ja tapauskohtaisesti eri liikuntapaikkoja tai liikuntalajeja koskeväksi. Turvallisuussuunnitelman lähtökohtana on kartoittaa mahdolliset riskit etukäteen ja ennaltaehkäistä ne mahdollisimman hyvin. Suunnitelma käydään etukäteen huolellisesti läpi toiminnasta vastaavien kanssa. Turvallisuussuunnitelman on oltava eri osa-alueista vastaavien käytössä päivän aikana. Suunnitelmaa toimitetaan etukäteen muun muassa alueen poliisiviranomaiselle.

Turvallisuus- ja pelastussuunnitelmassa todetaan, mikä tapahtuma on kyseessä, ketkä ja millaisia ovat osallistujat, missä tapahtumapaikat sijaitsevat, millaisia välineitä tarvitaan ja ketkä toimivat vastuullisina ohjaajina. Turvallisuussuunnitelma kertoo toiminnasta vastaaville toiminnan aikataulun, työnjaon ja toimintatavan hätätilanteissa. Suunnitelmasta on selvittävä toimijoiden ja ohjaajien osaaminen ja valmiudet sekä liikuntapaikkojen ja lajien ensiapuvalmius. Turvallisuussuunnitelmassa on oltava myös toimintaohjeet onnettomuuksien ja tapaturmien sekä kriisiviestinnän varalle sekä tieto miten kukakin toimii onnettomuuden sattuessa ja mitä toimenpiteitä tehdään vaarojen ehkäisemiseksi.

Kaiken kaikkiaan suunnitelma ennaltaehkäisee tapaturmia ja onnettomuuksia sekä helpottaa toimimista ja vakuutusasioiden hoitamista, jos jotain sattuu. (LITE 5. turvallisuussuunnitelma)

2.5.2 Tapahtumajärjestäjän vakuutukset

Järjestäjän täytyy kokoontumislain perusteella vakuuttaa toimintansa vastuuvakuutuksella. Järjestäjän vastuuvakuutus tarkoittaa sitä, että jos onnettomuus johtuu järjestäjän laiminlyönneistä tai toiminnasta, kuten vääristä neuvoista tai selkeästä huolimattomuudesta, on se silloin vakuutettu. Osallistujan on itse huolehdittava omasta vakuutuksestaan tapahtumassa joko henkilö-

kohtaisella tapaturmavakuutuksella tai oman yrityksen tai organisaation järjestämällä vakuutuksella. Vakuutuksiin liittyvät asiat on syytä selvittää kaikille päivään osallistuville hyvissä ajoin.

LIITE 1. TOIMINTASUUNNITELMA

Kuntofestivaali 2010, Helsinki

1. Taustaa ja tavoitteet

- 1.1. Mikä Kuntofestivaali on?
- 1.2. Kuntofestivaalin liikeidea
- 1.3. Kuntoliikuntaliiton strategiset tavoitteet Kuntofestivaalille
- 1.4. Kuntofestivaali yrityksille
- 1.5. Kuntofestivaali aikuisliikunnan tuottajille
- 1.6. Kuntofestivaali yksityisille henkilöille
- 1.7. Työryhmä ja vastuut Kuntoliikuntaliitossa

2. Toimintasuunnitelma vuodelle 2010

- 2.1. Määrälliset tavoitteet
- 2.2. Markkinoinnin kohderyhmä
- 2.3. Järjestelytoimikunta
- 2.4. Sponsorit ja yhteistyökumppanit (alustava)
- 2.5. Ilmoittautumiset ja muut käytännön järjestelyt
- 2.6. Talous
- 2.7. Liikuntalajitaulukko ja vastuuhenkilöt
- 2.8. Toiminnan aikataulu

1. TAUSTAA JA TAVOITTEET

1.1. Mikä Kuntofestivaali on?

Työpaikkaliikunnan suur tapahtuma eli Kuntofestivaali on työyhteisöille suunnattu liikunta- ja virkistyspäivä. Liikuntapalveluiden tuottajina ovat liikuntajärjestöt, seurat ja muut liikuntapalvelutuottajat, jotka järjestävät aikuisliikuntaa. Tapahtumassa on mahdollisuus kokeilla eri liikuntalajeja ja tutustua alueen kunto- ja terveystarjontaan mahdollisimman monipuolisesti.

Suomen Kuntoliikuntaliitto omistaa, toteuttaa ja kehittää tapahtumaa, joka järjestetään jo 15. sta kertaa. Pääkaupunkiseudulla tapahtuma järjestetään neljättä kertaa.

Kuntofestivaali järjestetään Helsingissä 27.8.2010 klo 10.00 – 18.00 Liikuntalajikokeilut, joita on noin 50, tapahtuvat Kisahallin ja Olympiastadionin ympäristössä. Liikuntapaikkoina toimivat mm. Töölön Kisahalli, Hesperian puisto, Uimastadion, pallokenttä ja Ruusulan keilahalli. Erillään paikoista ovat Ruskeasuon salibandyhalli ja Vuosaaren golfkenttä.

Tapahtumassa on liikuntalajikokeiluja eri kategorioissa, kuten puistolajit, erilaiset jumpat, kokeilulajit, kilpailulajit ja vesiliikuntalajit. Isona kokonaisuutena on toista kertaa järjestettävä Yritysmaratonviesti, joka juostaan Töölönlahden ympäristössä. Tapahtumassa on hyvinvointiluentoja ja näytteilleasettajien kuntotori.

Lipun hintaan kuuluu myös Suomi-Ruotsi yleisurheilumaaottelu perjantai-iltana klo 18.00 eteenpäin.

1.2. Kuntofestivaalin liikeidea

Kuntofestivaalin teemana on toista vuotta peräkkäin LÖYDÄ LAJISI! Tämä tarkoittaa sitä, että tapahtumaan osallistuvat kokeilisivat eri lajeja ja löytäisivät lajin, joka tuntuu omalta ja jota voi harrastaa tapahtuman jälkeen. Lajitarjonnalla halutaan kiinnittää huomiota erityisesti miehiin ja aloitteleviin liikkujiin.

Liikeidea on saattaa liikunnantuottajat ja liikkujat yhteen, niin että päivän mittaan syntyy kontakteja ja yhteystiedot säilyvät osallistujilla. Myös aikuisliikuntatarjonta pääkaupunkiseudulla on tarkoitus olla mahdollisimman kattavasti esillä. Aikuisliikuntaa tarjoavat seurat ovat tässä avainasemassa.

1.3. Kuntoliikuntaliiton strategiset tavoitteet Kuntofestivaalille

Kuntofestivaali edistää Kuntoliikuntaliiton järjestö- ja työpaikkaliikuntastrategiaa:

Tapahtuma edistää lajiliittojen, seurojen, yksityisten liikuntapalveluntuottajien ja järjestävän kunnan, tässä tapauksessa Helsingin kaupungin roolia terveyttä edistävän liikunnan toimijoina. Kuntofestivaali tuottaa tietotaitoa (tapaa toimia) näiden toimijoiden ja työyhteisöjen välille

Työpaikkaliikunnan osalta tapahtuma tuottaa laadukkaan liikuntapäivän ja levittää liikunta-alan asiantuntijuutta. Liikuntakokeilujen kautta työyhteisöt saavat tarvittavia kontakteja omatoimisen liikunnan järjestämiseen.

1.4. Kuntofestivaali yrityksille

Tavoitteena on tuottaa laadukas, hauska, yhteisöllinen ja virkistävä liikuntapäivä. Festivaali tarjoaa liikuntapalveluita yritysten henkilöstölle ja luo yhteistyö verkostoa yritysten ja niiden tahojen välille, jotka järjestävät työpaikkaliikuntaa tai ovat tärkeässä asemassa liikunnan edistämiseksi. Näitä tahoja ovat mm. liikuntapalveluiden tuottajat ja urheiluseurat.

Kuntofestivaali on yritysten liikuntastrategian tukena ja yhtenä toimintona, mm. työpaikkaliikunnan hyvien käytäntöjen edistäjänä. Kuntofestivaaleille osallistuminen on erityisesti työyhteisöjen liikuntavastaaville tärkeä idea- ja verkostoitumispäivä.

1.5. Kuntofestivaali aikuisliikunnan tuottajille

Kuntofestivaali tarjoaa järjestöille, seuroille ja muille liikuntapalveluiden tuottajille areenan tulla esille aikuisliikuntatarjonnallaan ja tätä kautta reitin työpaikkaliikunnan suuntaan. Toiminta on tarkoitus olla aikuisille suunnattua, jossa huomioidaan kunto- ja terveysliikunnan toteuttamisen tarpeet.

Liikuntapalveluntarjoajan pitää toiminnoissaan huomioida se, että mahdollisuus lajin liikunnan harastamiseen on myös tapahtuman jälkeen.

1.6. Kuntofestivaali yksityisille henkilöille

Kuntofestivaali avautuu ensi kerran myös yksittäisille henkilöille. Tapahtumaan saa tulla mukaan kuka tahansa aikuinen henkilö, joka maksaa osallistumismaksun.

1.7. Työryhmä ja vastuut Kuntoliikuntaliitossa

Mikko Koivu,	tapahtuman johtaja
Anu Salokangas,	pääkoordinaattori
Otto Aura,	tapahtuman sihteeri
Sirpa Pasanen,	talous
Sinikka Wallen,	viestintä
Eeva Rasehorn	EA, varaukset

2. TOIMINTASUUNNITELMA

2.1. Määrälliset tavoitteet

- Maksavia osallistujia 2 000 (vuonna 2010 yksityiset henkilöt voivat osallistua ensimmäistä kertaa)
- Yritysmaratonviesti joukkueita 40
- työyhteisöjä 60, joista 5 - 10 isoa yritystä
- seuroja, lajiliittoja ja liikuntapalvelutuottajia mukana 40
- Kuntotorilla 20 näytteilleasettajaa
- Yksi iso sponsori, rahallista suoraa tukea näkyvyyttä vastaan.
- Yhteistyökumppaneita yritysmaratonviestiin 3, tapahtumaan 5, jotka osallistuvat kustannuksiin
-

2.2. Markkinoinnin kohderyhmä

- A-kohderyhmä:
 - pääkaupunkiseudun isot yritykset (500 hlö ylöspäin), joilla EI Ole omaa liikuntapäivää
 - Vuosina 2007 - 2009 Kuntofestivaaleille osallistuneet yritykset
 - Helsingin kaupungin henkilöstö
- B-kohderyhmä:
 - Kuntoliikuntaliiton muut kontaktit, alueet, kunnat, yhteistoimintajäsenet, Ostopalveluasiakkaat,
 - kaikenkokoiset yritykset ympäri Suomen
- X-kohderyhmä:
 - yksittäiset osallistujat, jotka eivät tule yritysten kautta.

Kuntofestivaaleilla mukana olevat järjestöt, seurat ja liikuntapalveluntuottajat, ovat sellaisia, joilla on halu, kiinnostus ja motivaatio kehittää lajia sekä omat seuran / yrityksen aikuisliikuntaa. Heillä on siihen resurssit, mahdollisuudet sekä jatkumo palvelutarjonnassa. Aikuisliikuntapuolella suoran seuratuon saajat ovat yksi tärkeä kohderyhmä

2.3. Järjestelytoimikunta

Järjestelytoimikunta perustetaan Kuntofestivaalin asemoimiseksi merkittäväksi tapahtumaksi työpaikkaliikunnassa. Järjestelytoimikunnan tehtävänä on luoda menestysnäkemystä ja varmistaa menestyksen kannalta tärkeiden toimijoiden sitouttaminen tapahtuman toteuttamiseen.

Kuntoliikuntaliiton toiminnanjohtaja tai työpaikkaliikunnan päälliköllä on velvollisuus informoida järjestelytoimikuntaa tulevaisuuden näkymistä ja käytännön toiminnan etenemisestä.

2.4. Sponsorit ja yhteistyökumppanit

Kuntoliikuntaliiton tavoitteena on saada hyviä strategisia kumppaneita toteuttamaan tapahtumaa. esim.

- Suomen Urheiluliitto (SUL) ja Suomi-Ruotsi maaottelu
- Kisakallion Urheiluopisto – oppilaat ja yritysmaratonviesti
- Arcada yrkehögskol - oppilaat
- Helsingin kaupungin liikuntavirasto

2.5. ilmoittautumis- laskutus ym. muut käytännön järjestelyt

- Tietoverkko – Ilmarinen ilmoittautumisjärjestelmä
 - yritysten yhteystiedot keskitetyksi
 - oma väylä yksityisille ihmisille
 - laskutus ennen tapahtumaa, yksityisille heti ilmoittautumisen jälkeen

2.6. Talous

- festivaalipassin hinta:
 - o 55 € yhteistoimintajäsenet ja kumppanit
 - o 60 € muut
 - o 300 € yritysmaratonviestin joukkue (5 – 10 henk.)
 - o Helsingin kaupungin henkilöstö hinnat:
 - paketti 1. 40 € sisältää kaiken

Taulukko 2. Budjettirunko

<i>Tuotot</i>	vuosibudjetti 2010	selvitys:
Osanottomaksut	xxx €	60 € hintaisen lipun ostaneita xx
Yhteistyösopimukset	xxx €	tämä hinta voi olla myös kuluista pois, jos ei suoraa rahallista tukea
yhteensä	xxx €	

<i>Kulut</i>	€		selvitys
henkilöstökulut	xxx €	Anun palkka osittain, Oton palkka	
vuokratulut	xxx €	kaikki tila- ja väline- vuokrat	
ulkopuoliset palvelut	xxx €	sisältää ruokailun, Suomi-Ruotsi maaotte- luliput (osittain)	
matkakulut	xxx €	asiakaskäynnit + muut km-korvaukset	
materiaalikulut	xxx €	esitteen ja käsiohjelman painatus, rollup, graafi- nen suunnittelu	
Muut hallintokulut	xxx €	postituskulut, puhelin- kulut, ATK- kustannukset	
Muut toimintakulut	xxx €	lehti-ilmoitukset, mark- kinoitinkuluja mainosten teko	
Yhteensä	xxx €		

yli-/alijäämä	+xxx €	
---------------	--------	--

2.7. Liikuntalajitarjonta ja vastuuhenkilöt

Taulukko 3.

Lajiryhmä	lajeja	paikka	vastuuhenkilö
Kokeilulajit	12 eri lajia	eri paikoissa	xx
Kisahallin jumpat	keho ja mieli 10 keho ja tanssi 10	Kisahalli B-puoli Kisa- hallin A-puoli	xx
Ulkojumpat	Amfin jumpat 10	Amfiteatteri	xx
Hesperian puistolajit	8 eri lajia	Hesperian puisto	xx
Vesiliikunta: Töölönlah- ti	Dragonmelota ja pur- jehdus	Töölönlahti / laituri	xx
Vesiliikunta: Uimastadikka	8 eri lajia	Töölönlahti	xx
Palloilulajit FinnairStadium	jalkapallo,	FinnairStadium	xx
Kilpailulajit: Combiturnaus, golf	Combiturnaus	Ruskeasuon Arena Center	xx
Hyvinvointiluennot		Kisahalli	xx
Yritysmaratonviesti		Oopperatalo	xx
Kuntotori		Kisahalli	xx
Ensiapu somistus jne.			xx

2.8. Toiminnan aikataulu

Marraskuu 2009

- toimintasuunnitelma valmiina
 - o tapahtuman budjetti ja tavoitteet
 - o markkinointisuunnitelma
- Ilmeen luominen
 - o nettisivut
 - o e-suora pohja
- sisällön tuottamista ja raamit tapahtumalle
 - o lajien valinta
 - o yritysmaratoni viesti
- tilojen varaus
- toimija / yhteistyökontaktien luomista
- markkinointitoimenpiteiden aloittaminen
 - o ensimmäinen e-suora vko 47

Joulukuu 2009

- nettisivut auki 1.12.2009
 - o ilmoittautuminen auki yrityksille
- esite työstöä
- sisällön tuottaminen jatkuu
- nettisivujen tekoa
- markkinointitoimenpiteet jatkuvat

Tammikuu 2010

- Pääyhteistyökumppaneiden hakua / varmistus
- Esite yritysten päättävälle henkilölle valmiina, painosmäärä ?
- markkinointitoimenpiteet jatkuvat
 - o tarjous mukaan ilmoittautuville yrityksille
 - o postitus 1.

Helmikuu 2010

- sisällön tuottaminen ja lajit selville viimeistään
- markkinointitoimenpiteet suunnitelman mukaisesti
- Luvat

Maaliskuu 2010

- GoExpo eli kuntomessut / seminaari – markkinointia
- markkinointi toimenpiteet jatkuvat
- Ilmoittautumisjärjestelmä kuntoon
- Ennakkoon ilmoittautuneille ilmoittautumismahdollisuus 31.3.
 - o kaikki lajit ja aikataulut kuntoon

Huhtikuu 2010

- lajit ja ilmoittautuminen yksilöille auki 1.4.
- markkinointitoimenpiteet jatkuvat

Toukokuu 2010

- asiakastilaisuudet / lehdistötilaisuus 26.5.
- Suomi-ruotsi maaottelun workshopit

- postitus 2.

kesäkuu2010

- myynti ja markkinointitoimenpiteet jatkuvat

heinäkuu 2010

- myynti ja markkinointitoimenpiteet jatkuvat
- käsiohjelman työstö
- Ilmoittautumisten seuranta – tarvittaessa uusien ryhmien perustaminen

Elokuu2010

- käsiohjelman, lippujen ja passien postitus 17.8.
- viimeinen ilmoittautumispäivä yritysmaratonviestiin ja kilpailulajeihin 18.8.
- viimeinen ilmoittautumispäivä tapahtumaan 20.8.
- vuoden 2011 Kuntofestivaaliesite (kevyt versio) valmis jaettavaksi tapahtumassa
- KUNTOFESTIVAALI 27.8.

Syyskuu 2010

- Palautekysely osallistujille, yhdyshenkilöille ja toimijoille
 - o Kiitokset kaikille edellämaituille
- Palautteen purku ja loppuyhteenveto
- Seuraavan vuoden markkinointitoimenpiteet alkavat

