

Arrangerandet av evenemang

- planering och genomförandet av
Kiekkotori serveringstält

Nina Laamanen

Utbildningsprogrammet i turism

2013

Arcada, 7.3.2013

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Turism
Identifikationsnummer:	4439
Författare:	Nina Laamanen
Arbetets namn:	Arrangerandet av evenemang - Planering och genomförandet av Kiekkotori serveringstält
Handledare (Arcada):	Susanna Fabritius
Uppdragsgivare:	Soupster Catering
<p>Sammandrag:</p> <p>Syftet med detta arbete är att planera och genomföra ett lyckat gratisevenemang, Kiekkotori som i slutändan skulle bidra till att bli ett återkommande evenemang under hockey VM då det ordnas i Finland.</p> <p>Examensarbetet görs i samarbete med uppdragsgivaren Soupster Catering.</p> <p>Kiekkotori är ett gratisevenemang som ordnades i samband med hockey VM, i centrala Helsingfors 10-19.5.2013. På torget kan man se alla hockeymatcher gratis, samt köpa hockeyrelaterade prylar, delta i hockeyrelaterade aktiviteter, och köpa mat samt dryck. Detta examensarbete handlar om hur man ordnar serveringstältet under gratisevenemanget.</p> <p>Problemställningen i detta arbete är att med min kunskap bland evenemang klara av att ansöka behövliga lov till tillställningen samt fungera som ansvarsperson under hela evenemanget för serveringstältet. Även bra samarbete med olika samarbetsparter är viktigt och att få gästerna nöjda. Teorin i detta arbete består av Vallo och Häyrinens samt Iiskola-Keskonens böcker som handlar om evenemangsplanering, samt en utländsk författare Wolf. Jag avgränsar arbetet så att jag inte behandlar budgetering eller marknadsföring i mitt arbete. För att evaluera mitt arbete använder jag mig av mina egna samt kollegors observationer, och en closing session som ordnas en vecka efter evenemanget. Jag kan vara mycket nöjd över evenemanget som jag ordnade och planerade. Syftet nåddes och evenemanget var mycket lyckat.</p>	
Nyckelord:	Evenemangsplanering, 5w's and how, genomförandefas, planeringsfas, säkerhet, risk
Sidantal:	42
Språk:	svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Tourism
Identification number:	4439
Author:	Nina Laamanen
Title:	Arrangerandet av evenemang - Planering och genomförandet av Kiekkotori serveringstält
Supervisor (Arcada):	Susanna Fabritius
Commissioned by:	Soupster Catering
<p>Abstract::</p> <p>The object for this thesis is to plan and successfully carry out a free of charge event. The event will be Kiekkotori. If my work is carried out properly, there is a plan to have this event as a part of Ice Hockey World Championship each time when Finland is the host for the event. This thesis is done in co-operation with Soupster Catering. The theory for this work is based on the books by Vallo och Häyrinen, Iiskola-Keskonen and foreigner writer Wolf that are related to event planning. Kiekkotori is a free of charge event in the centrum of Helsinki and will be arranged during the Ice Hockey World Championship between 10th and 19th of May 2013. The idea is to arrange a place where people can get together, watch the games from a big screen and enjoy some beverages and food. There is also Ice Hockey related souvenirs to purchase and activities arranged for anyone to participate on. This thesis shows how to plan and execute the big tents and how to request all the different permits that are needed to be able to have food and alcohol served in non-restaurant premises. The main challenge for me, as being the Kiekkotori serving tent responsible, is exactly that. What permits do I need? Who do I need to contact? How long does it take to have all needed permits? How much people I need to perform the different tasks? Setting up the tents, cooking the food, serving. These mentioned as some of the major tasks. There will also be sponsors and other key partners that I need to collaborate with. For sure, one of the main key players is the people. If people are happy and they enjoy the event, I have succeeded in my work. In this thesis I will not touch the budgeting or the marketing part. For the judgment of my work I will rely on my own and my colleagues observations and the response from the closing meeting. This meeting will take place one week from the end of the event. As closing words I can now happily say that the Event was a huge success. After all the planning and the hard work, the purpose has been reached successfully.</p>	
Keywords:	Eventplanning, 5w's and how, execution phase, planing phase, follow up phase, safety, risk
Number of pages:	42
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

Innehållsförteckning

1	Inledning	6
1.1	Problemställning	7
1.2	Syfte och avgränsning	7
1.3	Metod- och materialval	7
1.4	Kiekkotori	8
2	Projektledning.....	8
2.1	Planeringsfasen	10
2.1.1	Att förebygga säkerheten	10
2.1.2	Valet av dekoration	11
2.2	Det första steget, de fem W:na och hur man gör det	12
2.3	Blueprint och tidtabell	16
2.4	De fem sinnena.....	17
2.5	Serverings lov	18
3	Planeringen av Kiekkotori serveringstålt	19
3.1	Kiekkotori riskanalys	23
4	Genomförande fasen	25
4.1	Genomförande av Kiekkotori.....	27
5	Evalueringsfasen	36
5.1	Evaluering av Kiekkotori.....	37
6	Slutsatser.....	39
Källor		40
Böcker		40
Muntliga		41
Elektroniska.....		41

Figurer

Figur1 Evenemangsprocessen enligt Vallo&Häyrinen. (modifierad av skribenten).....	9
Figur 2 Evenemangsprocessens faser enligt Vallo&Häyrinen (Modifierad av skribenten)	9
Figur 3 Kiekkotori kartta. (Modifierad av skribenten)	23
Figur 4 Torsdag morgon på Sanomatalon aukio (Modifierad av skribenten)	28
figur 5 Inne i serveringstältet (Modofierad av skribenten)	28
Figur 6 Dekorering av tältet. (Modifierad av skribenten)	29
Figur 7 dekorering pågår. (Modifierad av skribenten)	30
Figur 8 Bord och ballonger. (Modofierad av skribenten).....	30
Figur 9 Bardisken(Modifierad av skribenten)	30
Figur 10 Makkarabaari (Modifierad av skribenten)	30
Figur 11 Dekoration (Mododfierad av skribenten).....	31
Figur 11 Dekorationer (Modifierad av skribenten)	31
Figur 12 Blomma i hockeyhjälp. (Modofierad av skribenten)	31
Figur 14 Borden i ordning (Modifierad av skribenten)	31
Figur 15 Borde (Modifierad av skribenten).....	31
Figur 16 Prislsta (Modofierad av skribenten).....	32
Figur 16 Bardisk och kylskåp (Modifierad av skribenten).....	32
Figur 18 Kiekkotori priser och arbetsturer(Modifierad av skribenten)	32
Figur 19 Mottagning av Hartwalls drycker (Modifierad av skribenten)	33
Figur 20 Suvi i kylutrymmet (Modifierad av skribenten)	33
Figur 21 Dekorerinagr (modifierad av skribenten).....	33
Figur 22 Vip utrymmet (Modifierad av skribenten)	34
Figur 23 Vip bordet (Modifierad av skribenten)	34
Figur 22 Glas och dekoration (Modifierad av skribenten)	34
Figur 25 Tältet (Modifierad av skribenten)	34
Figur 25 Finalnds match (Modifierad av skribenten).....	34
Figur 27 Inne i tältet (Modifierad av skribenten)	34
Figur 27 Terrassen (modifierad a skribenten)	34
Figur 29 Besökarantalet (modifierad av skribenten)	38
Figur 30 Försälningen under Kiekkotori (Modifierad av skribenten	39

1 Inledning

I dagens värld ordnas evenemang för att marknadsföra sitt företag, för att öka försäljning och för att skaffa nya kundkontakter. Nio av tio kunder anlitar en evenemangsplanerare för att ordna sitt evenemang. (Wolf 2005:1)

Mitt eget intresse för evenemang har uppkommit redan i början av studierna. Jag ser mig själv som en person som får mycket gjort och tycker om att fungera som ledare. Jag har utfört mina båda praktiker bland evenemang, och på detta vis kom det naturligt att göra mitt examensarbete bland evenemang. Även mitt breddstudiealternativ är evenemangsplanering så jag har ett mycket stort intresse för branschen. Jag ser mig själv som arbetare inom evenemang i framtiden.

Min andra praktikplats Soupster Catering är även uppdragsgivare för mitt examensarbete. Jag har tillsammans med min kollega planerat och genomfört evenemanget Kiekkotori i Helsingfors centrum under tiden 10-19.5.2013. Min uppgift var att tillsammans med min kollega Suvi vara ansvarspersoner under evenemanget. Kiekkotori är ett gratis evenemang i centrum av Helsingfors för hela familjen med temat ishockey. På torget fanns ett aktivitets tält med olika hockey inspirerade aktiviteter, ett tält där man kan köpa spelskjortor, en rink där det ordnades juniorernas hockeyturneringar samt vårt tält där man fick köpa mat och dryck samt se alla matcher. På torget fanns även en stor screen där man gratis kunde följa med alla matcher live. Vi förväntade oss minst 1500 besökare dagligen. Vi har planerat dekorationerna, maten samt dryck enligt vår målgrupp, hockey fantaster, mest finlänningar men även ryssar samt slovakier och tyskar. Våra största samarbetsparter var Sport Events, Sanoma-koncernen, hockeyförbundet, KOFF och HK.

Teoretiska referensramen i detta examensarbete består av planering och genomförande av evenemang samt evaluering. Jag tar även upp vad Soupster Catering gör. Jag kommer att berätta hur jag har planerat och utfört arbetet. Till sist kommer jag att analysera tillställningen och ge förbättringsförslag.

1.1 Problemställning

Med tanke på att jag har gjort mycket evenemang förr, men aldrig jobbat med mat och dryck delen under evenemang kommer det att vara mycket nytt att lära sig. Att ansöka lov för att få sälja mat och alkoholdrycker måste göras, bar diskarna måste mätas och räknas ut, likaså tältets storlek och möblernas längd. Jag kommer att ha en förmansposition under evenemanget vilket betyder att jag bär ansvaret över alla arbetare, över att allting fungerar och ifall några frågor eller problem uppstår skall jag sköta dem. Ett annat klurigt moment är att få människor att besöka torget och att köpa tillräckligt med mat samt dryck. Vi förväntade oss 1500 besökare dagligen, alltså 25 000 besökare under hela evenemanget. Marknadsföringen är inte på vår nacke så det kommer att vara en utmaning att få evenemanget välkänt då det är ett gratisevenemang. Andra utmaningar som vi inte har ansvar över men ändå påverkar oss är ljud-teknik, el-samt vatten tekniken samt toaletter och roskisar. Även vädret påverkar besökarantalet. Processen kommer att vara mycket tidskrävande med tanke på menyplaneringar, priser, lov sökandet samt bygget. Evenemanget håller på i tio dagar och en vecka efter själva evenemanget hålls en closing session där vi kommer att diskutera hela evenemanget.

1.2 Syfte och avgränsning

Syftet i detta examensarbete är att planera, utföra och dokumentera ett lyckat gratisevenemang, Kiekkotori tillsammans med min kollega Suvi. Hoppeligen kan evenemanget bli ett återkommande evenemang under hockey VM. Jag kommer att avgränsa arbetet på så sätt att jag inte behandlar budgetering så grundligt, jag kommer istället att hålla mig mer till mat samt dryck serveringen. Examensarbetet är ett praktiskt arbete, och kommer därför att basera sig långt på rapport om hur jag har genomfört allting.

1.3 Metod- och materialval

Eftersom arbetet är ett praktiskt arbete är metoderna rätt så några. Jag kommer att använda mig av mina egna erfarenheter från tidigare praktik som evenemangsplanerare

på Go Experience, samt informations sökning via nätet. Även teorier om planerings-, genomförande-, samt evalueringsfasen kommer att användas. Dessutom kommer jag att ta upp Vallo Och Häyrinens, Iiskola-Keskonens böcker om evenemang och även utländska författare, som Wolfs böcker. Även en muntlig källa om en föreläsning om säkerhet under evenemang kommer att förekomma i texten. Evalueringen kommer att ske enligt egna observationer samt en closing session en vecka efter evenemanget, tillsammans med samarbetsparterna. Jag kommer även att skriva en diskussion samt en rapport över evenemanget.

1.4 Kiekkotori

Kiekkotori är ett gratis evenemang för hela familjen i samarbete med Sport Events, Sanoma-konsernen, Ishockeyförbundet, Soupster Catering, KOFF och HK. Detta år var torget på Sanomatalonaukio den 10-19.5.2013 under hockey VM. Meningen var att man kan komma till torget, följa med alla hockeymatcher via en enorm screen, spela olika hockeyaktiviteter, delta i juniorturneringar i hockey, köpa temarelaterade prylar och komma och se på olika artister som uppträder t.ex. Uniikki. Elastinen mm. Meningen var att få massor av människor att delta i evenemanget, njuta av mat, spel samt hockey. Kiekkotori ordnades för att VM i hockey ordnades delvis i Finland, delvis i Sverige. Evenemanget började den 10.5.2013 då kvartsfinalen började och hela VM flyttades till Sverige den 12.5.2013. Med andra ord ett evenemang för hela familjens hockeyintresserade medlemmar i centrum av Helsingfors där man gratis har möjlighet att följa med spelen. (kiekkotori 2013)

2 Projektledning

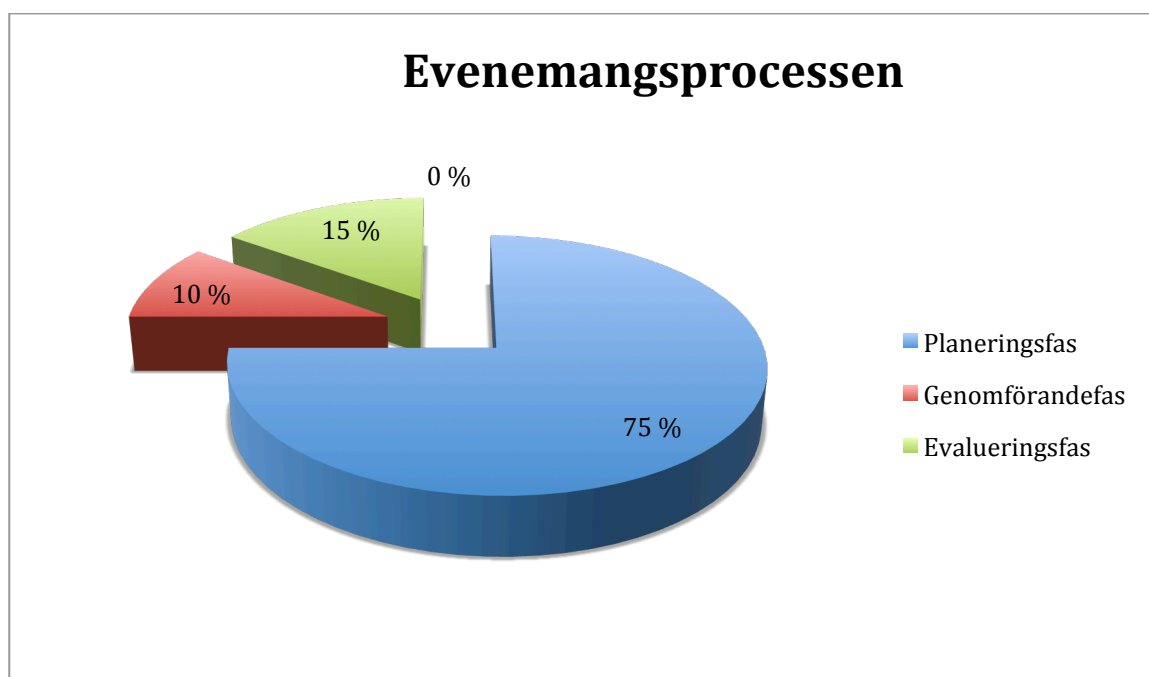
Till projektledningen och evenemangsprocessen hör tre faser som är planeringsfas, genomförandefas och evaluerings fas. I detta projekt kommer jag att gå djupare in på planeringsfasen och genomförandefasen, och jag kommer att planera och genomföra evenemanget på basen av dessa faser. Evenemangsprocessen förklaras i tabellen.

Planerings fas	Genomförande fas	Evaluerings fas
75%/6veckor	10%/0,8 veckor	15%/1,2 veckor
Start av projektet	Byggandet av festplatsen	Tack till deltagare/arrangörer
Kolla upp resurserna	Själva evenemanget	Leverans av material
Kolla olika alternativ	Städa undan	Uppsamling av respons och gå igenom och behandla responsen
Göra beslut och bekräftelser		Sköta om alla kontaktbegäran
Organisera i praktiken		Sammandrag

Figur1 Evenemangsprocessen enligt Vallo&Häyrinen. (modifierad av skribenten)

I tabellen kan man tydligt se vilka olika delar hör till vilken fas. Dessutom kan man se att planeringsfasen består av 75% av själva evenemangsprocessen och tar upp till 6 veckor. Genomförandefasen är evenemanget, som håller på i ca.0,8 veckor i den slutliga evenemangsprocessen, och därmed utgör 10%. Evalueringsfasen är den sista fasen av de tre faser inom projektledning, och tar upp hela 15% av hela processen som i veckor är ungefär 1,2 veckor. (Vallo&Häyrinen 2008:147-148)

I figur 2 kan man tydligt se hur dessa faser fördelar sig.



Figur 2 Evenemangsprocessens faser enligt Vallo&Häyrinen (Modifierad av skribenten)

2.1 Planeringsfasen

Då man börjar planera ett evenemang är det viktigt att tänka på att planeringsfasen består av 75% av hela processen och kräver därför tid, så de lönar sig att reservera ungefär sex veckor till planeringen av ett evenemang. Man ska ta med alla de olika delar och personer som kommer att delta i evenemanget, så fort som möjligt, för att få med flera aspekter och synpunkter samt nya idéer. Även en kort genomgång av alla olika delar med personer som kommer att medverka i evenemanget är nödvändig, så att alla får den viktigaste informationen om evenemanget som t.ex. när, var, hur, varför, hur många mm. Hur smidigt ett evenemang framskrider har mycket och göra med hur väl alla olika delar är planerade. Det lönar sig också att ge ett så kallat manuskript på själva händelsen åt medverkarna, så att alla är på det klara med vad som händer hur och när. (Vallo&Häyrinen 2008:148-152, Gascoyne Development Commission 2010)

2.1.1 Att förebygga säkerheten

För att kunna förebygga säkerheten bör det göras en säkerhetsplan, och en bra början för detta är att fundera på risker och göra en riskanalys. Efter det är det att börja bygga upp själva säkerhetsplanen. Planen skulle inte vara för lång, utan kort och tydlig. I planen tar man upp vem som är huvudansvarig gällande evenemanget och säkerhetssakerna, vem som har förstahjälpkurserna avklarade, hur många gäster som deltar och hur mycket personal det finns på evenemanget Dessutom skall man beskriva noggrant varje ”aktivitet”, eller uppträdande, vem som är ansvarig för det och exakt vad som bör att göras. Till sist skall man skriva upp alla möjliga risker som kan hända, (eller så gör man en skild riskanalys). På pappret skall även stå adressen, viktiga ansvarspersoners telefon numror och nödnumret. Före evenemanget skall evenemangsplaneraren ta underskrift av alla parter, alltså lokalens ansvarsperson, kunden, cateringen och alla programansvariga. Dessutom måste lokalen, cateringen och alla uppträdarna ha en egen plan som evenemangsplaneraren borde samla in och sätta ihop till ett kompendium. På detta sätt undviks några missförstånd, vem som är ansvarig för vad osv. (HSE 1999: 32, Savolainen&Pöysti 2012)

Det finns vissa saker man bör tänka på då man väljer en lokal eller ett utrymme för en fest som påverkar säkerheten. Viktigt är också att ta i beaktande att utrymmet har

tillräcklig kapacitet för gäst antalet, för annars blir det en säkerhetsrisk. (HSE 1999: 13, Savolainen&Pöysti 2012)

Då det oftast är mycket människor inne på en lokal eller på ett område är det mycket viktigt att i god tid reda ut var alla skumsläckare och nödutgångar finns. Dessutom är det mycket viktigt att inte bara de som ordnar evenemanget vet dessa saker, utan att man i början av evenemanget kort berättar åt gästerna var toaletterna finns, var man får röka och var närmaste släckare och nödutgångar finns. Detta är för allas trygghet, och det får även gästerna att känna sig mer trygga, när de märker att evenemangsplanerarna har tänkt på deras säkerhet. Man bör vara mycket försiktig med trappor, eftersom det händer mycket olyckor i dem. Trappor kan även vara nödutgångar och de får därför inte vara täckta. Evenemangsplanerarens ansvar är att i förväg se till att alla nödutgångsskyltar lyser och att utgångarna är i ordning. Man bör komma ihåg att vid nödutgångarna måste det vara normal belysning, ingen festbelysning. Den som dekorerar utrymmet bör också ta säkerheten i beaktande. All material som borddukar, draperier mm. måste vara brandsäkra, alternativt måste de vara köpta som brandsäkert tyg, eller så måste man spraya på ett spray som gör att det inte börjar brinna. Det är också viktigt att komma ihåg att ifall man ordnar olika shower som har en risk för brand måste man ha special lov till det. (HSE 1999: 23-30, Savolainen&Pöysti 2012)

2.1.2 Valet av dekoration

Blommor är det lättaste att börja med vid planeringen av dekorationer, eftersom de kan ge inspiration. Blommor är en bra investering, de ger färg, doft och utseende till evenemanget. Det är skillnad på hurdana blommor man väljer för evenemangen. Om det handlar om ett evenemang där klädkoden är svart kostym bör man fundera på blommor som liljor, rosor och stora dahlior. Är det frågan om en mera avslappnad klädstil kan man tänka sig att använda pioner och gerberor, medan är det frågan om ett business evenemang, använd då små och dämpade buketter. Om man inte är säker kan man bra använda sig av säsongens blommor. Det lönar sig att placera blommorna på

bord, olika höjder och andra arbetsytor. Blommor vid buffen eller på toaletten fungerar hur bra som helst! Även krukor är någonting att tänka på. (Vallo&Häyrinen 2008 81-86)

Material är mycket viktigt, det finns tyger i olika material och i nästan alla färger. En huvudregel för material och tyg som borddukar är att de alltid skall räckas ända till golvet. Det finns inget fulare än bord som har fel längds dukar och de fula benen syns under duken. En annan huvudregel är att runda dukar för runda bord och rektangulära dukar för rektangulära bord. Sedan när man tänker på belysningen, som också är dekoration, bör man tänka på skillnaden på scenbelysning och atmosfär belysning. Då man funderar på hur man skall rikta belysningen i festsalen bör man rikta spottar till buffet bordet, olika skulpturer och stora dekorationer. (Vallo&Häyrinen 2008: 86-90)

2.2 Det första steget, de fem W:na och hur man gör det

De fem W:na kommer från engelskan, och står för *Who, What, When, Where, Why and How*. Och på svenska, Vem, Vad, Var, När, Varför och till sist hur man gör det. Enligt Wolf (2005:1) bör man före man kan lägga igång själva evenemangsprocessen, få svar på de fem W:na och hur. De fem W:na kallas evenemangets olika element och hur betyder alltid budgeten, hur mycket pengar finns det till förfogandet. Wolf (2005:1) beskriver att dessa fem W:n är grunden för ett lyckat evenemang. (Wolf & Wolf 2005:1)

Det först W:et handlar om vem gästerna är och hur många som förväntas delta i evenemanget. Det är viktigt att veta vem gästen är för att kunna planera evenemanget, för just denna kund. Då man känner till gästen kan man lättare planera dukningar, dekorationer samt program, hurudant program passar just denna typ av gäst?. Därför är den första frågan från de fem W:na alltid ett måste, en grund för att kunna starta planeringen. (Wolf & Wolf 2005:1-2, The City Collection 2013)

Dessutom finns det mycket mera som man bör veta om sina gäster före man kan börja planera festen ordentlig. Man bör ta reda på *Åldern* av deltagarna samt *Familjer eller inte*, är också av en stor betydelse för evenemangets art och hurudant program man kan

ha under kvällen. Då det deltar mycket familjer ska man bygga upp programmet så att barnen trivs, att det finns mycket att göra för barnen. Lekar, ansiktsmålning och mycket annat. Maten är väldigt viktig då man talar om fester för familjer, man ska ha barnen i tanke även vid planeringen av menyn. (Wolf & Wolf 2005:1-2, docstoc 2010)

Män eller kvinnor, man bör noggrant ta i beaktande om gästerna huvudsakligen består av män eller kvinnor eller är det jämt. Det påverkar mest på dekorationen och programmet, beroende på vilken grupp som det finns flera av. Det bör även tas i beaktande i budgeteringen, är evenemanget man-dominant behöver man inte lägga ner lika mycket pengar på dekorationer som blommor, borddukar mm. medan kvinnorna genast fäster sig vid just dessa element. *Utanför staden*, om största delen av gästerna kommer längre bort ifrån och inte från staden bör man tänka på platsen av evenemanget. Platsen bör vara lätt att hitta, en plats där man lätt kan få tag på en taxi, och dessutom en plats där man kan få lätt tag på t.ex. ett hotell. (Wolf & Wolf 2005:1-2, docstoc 2010)

Wolf beskriver det andra W:et till Vad. Då man får svar på frågan vad kunden vill ha för evenemang, får man en syn på hur man bör börja planera evenemanget. Då man vet ”vem och vad”, kan man börja ordna och lätt fundera på mat och dryck, utrymme samt tema för hela evenemanget. Man bör också fundera på hur man får delta på evenemanget, är det bara med inbjudan, avec, eller kostar det någonting att delta? Man kan även fundera på vad som behövs för evenemanget, rekvisita, ljudsystem en scen osv. (Event education 2007, Ezinearticles 2013, Wolf & Wolf 2005:2, docstoc 2010))

Det tredje W:et handlar om när ett evenemang ska utföras. Oftast får man inte svaret på frågan ”när” genast, eftersom tidpunkten för ett evenemang kan bero på produktionsprocessen, och är en del av den enligt Wolf . Det är viktigt att veta dagen på evenemanget i tid, för att man lätt kan boka stället samt personalen. Dessutom finns det vissa evenemang som är tids-bundna, alltså de är evenemang som man håller bara en viss tid på året och sedan finns det andra slags evenemang som man kan hålla nästan när som helst, men inte precis vissa tider på året. Wolf & Wolf 2005:2, docstoc 2010, Vallo&Häyrinen 2008:25-28)

Allra först måste man reda ut när på året evenemanget är, är det på sommaren, hösten eller kanske vintern? Efter det är det viktigt att få reda på veckan och dagen, sedan tiden på evenemanget och till sist hur länge evenemanget skall ta? (Mit 2010) Svaret på frågan när, kommer att styra valet av färger och dekorationer, inbjudningar, meny samt programmet. Årstiden påverkar mest på dekorationerna samt menyn, det finns vissa säsongfrukter t.ex. som jordgubbar finns på sommaren och krabbor på hösten. Det finns en regel som är lätt att följa då man tänker på starttiden; på arbetsveckorna brukar man starta evenemanget genast efter "*business hours*", kl. 18 eller 18.30, klädseln på dessa fester är oftast cocktail, eller business. Dessutom bör man tänka på att gästerna vill ha mat genast eftersom de kommer direkt efter jobbet till festen. Evenemang som ordnas på arbetsveckorna brukar man sluta redan vid 20-21 tiden för att gästerna gärna kommer hem i tid. Men om det serveras middag på evenemanget förväntas det att evenemanget slutar kl. 22, senast 23.00. Om evenemanget eller festen hålls på en fredag startar den tidigare än en fest som hålls på lördagen, men ändå senare än en fest som är under arbetsveckan. Det är heller inte så stor skillnad vilken tid ett fredags evenemang slutar. På lördagar har man hela dagen på sig, och man har möjlighet att ordna dags evenemang lika som kvällsevenemang. På lördagar brukar festerna sluta mellan 23.30 och ända fram till små timmarna nästa morgon. Om ett evenemang ordnas på en söndag, förväntas det att man håller det på förmiddagen eller tidiga kvällen. (Wolf & Wolf 2005: 32-34) Programmet, priset på lokalen, garderoben, cateringen och mycket annat påverkar både budgeten och längden på evenemanget, och därför säger man att budgeten och evenemangets längd går hand i hand. (Vallo&Häyrinen 2008:29-31)

Fjärde ordet enligt Wolf är Var, var evenemanget är. Wolf (2005:2) skriver att nio av tio gånger kontaktar kunden en evenemangsplanerare för att hitta ett utrymme. Om man inte genast i början vet var festen kommer att hållas, är det ingen panik, Wolf (2005:2) skriver att det är normalt att man inte genast vet var festen kommer att hållas, utan det kommer sedan som ett steg i producerings processen. (Wolf & Wolf 2005:2, docstoc 2010)

När det är frågan om platsen för festen bör man först veta när festen är, vad det är för fest och hur många som kommer att delta, sedan kan man börja söka utrymme. Målet är att hitta ett utrymme som svarar på båda frågorna. Utrymmet måste vara lätt tillgängligt, ha bra infrastruktur, det måste rymmas tillräckligt med gäster till utrymmet eftersom

varje lokal har en kapacitet om hur många gäster som får befinna sig i utrymmet. (Vallo&Häyrinen 2008:12-13) Att ordna en fest inomhus är bekvämt, man behöver inte fundera på t.ex. vädret, men man bör komma ihåg att i en lokal måste man ta i beaktande lokalens regler. Regler som kan störa en evenemangsplanerare kan vara t.ex. att man inte får hänga upp någonting på väggarna, eller att man inte får ha levande ljus på. Regeln om levande ljus är även i kraft ute i t.ex. tält Inomhus är det även lätt att få tilläggstjänster som t.ex. en bar eller en garderob. (Vallo&Häyrinen 2008:13-15)

En viktig fråga i evenemangsplaneringen är Varför ett evenemang hålls. Med hjälp av denna information, kan evenemangsplanerare bättre kartlägga kundens behov, och på så sätt planera evenemanget mera specifikt för just den kunden. Därför är Wolfs femte w: Varför. (Wolf 2005:2, docstoc 2010) Man bör ta reda på varför kunden vill ha ett evenemang och vad är meningen och målet med evenemanget. Det finns flera orsaker att ordna ett evenemang, som t.ex. att man försöker få ihop pengar för välgörenheten, bröllop, företagets årsfest, en lanseringsfest och många fler. Det är lättare att välja utrymme samt planera då man vet målet och meningen med evenemanget. Med hjälp av målet kan man lättare komma på ett passande tema, och man skall aldrig glömma bort målet med evenemanget. (Wolf & Wolf 2005:15-17, Event education 2007, Ezinearticles 2013)

Budgetering, som är ett av de svåraste stegen i evenemangsplaneringen. En fråga leder till en annan fråga och ett svar leder till flera nya frågor. Men hur skall man egentligen göra en vettig budget? Och vad bör man tänka på då man lägger upp en budet?

Det viktigaste som man måste komma ihåg är att budgeten är ett verktyg, som inte är klar före evenemanget är över. De tre huvud faser i budgetering är *undersökning, förhandling och kreativ fördelning av pengarna*. För undersökningsdelen hör två olika delar, första är att man bör noggrant välja ut leverantörerna, se till att de har kunskap inom det behövliga området, kolla upp referenser och deras nätsidor. För det andra skall man kolla att man faktiskt får det som man betalar för. Det finns några viktiga frågor som man bör få svar på under undersökningsfasen, frågorna är: Innehåller priset skatter eller inte? Finns det garanti? Hör personal med? Är tiden rätt uträknad, eller kommer det att bli övertid? Måste jag själv leverera någonting till lokalen? (Wolf & Wolf 2005: 70-71)

Den andra fasen är förhandling. Man bör förhandla priser för att båda parterna skall få ut det mesta. Meningen med förhandlingarna är att evenemangsplaneraren ska få offerter av leverantörerna och sedan skulle man ge tillbaka sitt egna förslag, tills man kommer till ett pris där båda är nöjda. Då man har gjort alla beslut, och budgeten har överskrivit förväntningarna är det dags för den tredje fasen, att kreativt fördela pengarna. Då man har fått svaren på de fem W:na borde man kunna kartlägga ungefär hur mycket allting kostar, och börja få ihop en budget. (Ibid 17-24, Helium 2009, docstoc 2010)

2.3 Blueprint och tidtabell

Då man har kommit så långt att det är dags att göra en Blueprint för evenemanget, har man redan datum och utrymme valt för evenemanget. Nästa steg är att få all information och lösa papper till ett och samma ställe, en Blueprint och sedan göra en budget. Det är efter dem som evenemangsplaneraren och samarbetsparterna går. Det är viktigt att alla har tidtabellen på det klara (Wolf 2005:55, Savolainen&Pöysti 2012)

Det är meningen att man sätter ihop all information som man har, behöver och kommer att behöva i en mapp. Det är skillnad på evenemanget, hur man ordnar och sätter ihop en Blueprint, eftersom varje evenemang har ett eget behov. Rubriker som man kan ha är t.ex. Kontakter, Budget, Mat, Utrymme, bottenritningar, gästlista, sittordning, transport osv. Man bör även göra en tidtabell för projektet. Wolf (2005) har delat in sin tid tabell vad som bör göras sex månader före, dit då hör allting från att välja utrymme och dag till att hitta dekorationer. Sedan kommer tiden för fyra månader, som då har med sig att kontakta leverantörer, göra budget, kartlägga boende för gästerna och mycket annat. I två månader före bör menyn och dekorationer mm. bestämmas. En månad före och två veckor före bör man ha med sig saker som t.ex. Smaka menyn, printa meny kort, sitt-placeringar, kontakta och gå igenom saker med leverantörerna och så mycket annat. Sedan har man en skild tidtabell för en vecka före och sedan noggrant för den stora dagen. Till stora dagens tidtabell hör t.ex. att ha en generalrepetition, se till att alla vet vad de ska göra och vara när, byggandet och dekorerandet mm. Man kunde tro att tidtabellen tar slut här men det finns även en tidtabell för efter evenemanget dit hör bland annat ett slutmöte. (Vallo&Häyrinen 2008 55-62)

2.4 De fem sinnen

För att ett evenemang skall vara lyckat bör de alla fem sinnen bli stimulerade, lukt, smak, syn, hörsel och känsla. Maten stimulerar alla fem sinnen och är därför oerhört viktigt. Maten bör se bra ut, dofta gott, den bör kännas rätt, konsistensen, höras rätt och såklart smaka gott. För att komma vidare med menyplaneringen bör man först fundera på vad som skall serveras och hur det skall serveras. Sedan bör man tänka på när maten serveras och hur mycket mat man behöver. Utseende mässigt skall man fundera på hur man vill att maten skall läggas upp och hur mycket personal behövs. (Wolf & Wolf 2005: 111-112)

Hur mycket dricka man bör räkna med är en fråga som är svår att svara på, men enligt Alko kan man lätt räkna ut behovet. För evenemangets första timme bör man räkna med två glas dryck per person, och sedan ett glas per varje timme. Serverar man middag räknar man med ett glas till för- och efterrätten och 1,5-2 glas för huvudrätten. Då man vet detta är det lätt att räkna ut hur mycket dryck man behöver, men det är också bra att veta hur många glas man får av en flaska. Av röda-, vita och roséviner får man 5-6 glas per flaska. Skum vin är 6-7 glas medan starka viner är ca.9 glas och starka alkoholdrycker kan man räkna med 18 glas per flaska. (Alko 2012)

Personalen är en annan mycket viktig fråga, man vill såklart komma så billigt som möjligt undan men ändå så att allting fungerar. Personalen som kan sin sak och vet vad de serverar är lika viktig som själva smaken på maten. Man bör prioritera skolad och erfaren personal, som kan sin sak och sköter allting, så att det alltid är rent på salens sida och som kan vara med gästerna. Det är viktigt att evenemangsplaneraren går igenom tillsammans med cateringens hur mycket personal som de har planerat och till vilka uppgifter. Det finns också vissa standarder vilka man kan räkna med t.ex. en bartender på 100 personer, fast 75 personer för en bartender tycker Wolf (2005) att låter vettigare, så att inga köer hinner uppstå. I en sittande middag vill man räkna med två servitriser per bord á 10-12 personer. I den franska serveringen får man dubbla

mängden till 4 servitriser per bord. Om det är frågan om buffet eller annan självservering kan man räkna med en servitör per 15 personer. (Wolf 2005: 119-123)

2.5 Serverings lov

Med att servera alkohol kan man lätt pigga upp stämningen, men man bör komma ihåg att utan ett serverings lov kan man inte sälja alkohol under evenemang. Man kan ansöka om tillfälligt serverings lov till ett evenemang, som är i kraft högst en månad åt gången. En registrerad förening eller ett företag kan ansöka om tillfälligt serverings lov. För att få ansöka om lovet bör man vara myndig, man får inte vara i konkurs, man bör ha tillräcklig kunskap om alkoholservering, samt yrkeskunnighet. Myndigheterna har rätt att kräva väsentlig information om ansökarens ekonomi samt yrkeskunnighet. (Optinet 2013, Ulfsson 2013)

Stället var man ordnar evenemanget påverkar även lov sökandet. Vad det är för tillställning, samt ställe är av stor betydelse, det är svårare att få lov till familje-evenemang, samt sport-, evenemang. Till ansökningen bör man bifoga karta över området samt programmet. Evenemangsplaneraren måste kunna behärska utrymmet under evenemanget, och denne måste kunna bevisa att det finns tillräckligt med toaletter under evenemanget. Man bör även ha tillräckligt med kunnig personal, en huvudansvarig bör alltid finnas på plats, samt tillräckligt med kunnig bar-personal. Kunnig bar-personal, är en människa som fyllt 18 år och har klarat av alkoholpasset, eller en minst 16 år fylld, som har tillräcklig yrkeskunskap eller utbildning inom området. Man bör kunna vakta området, samt gränsa området så att besökarna förstår var området går. Man får inte föra drickor till egentliga publiken. Våktare är ett måste på evenemang där man serverar eller säljer alkohol. (Optinet 2013) Har man öltunnor eller annat bör de vara ställda på stabil grund så att ifall de sprängs slipper de inte och skada någon. Även gratis vatten måste finnas tillhanda hela tiden. Till tryggt alkoholserverande hör även en sådan personal som kan sluta sälja eller bjuda alkohol åt personer som är mycket berusade. (HSE 1999: 78-79, Savolainen&Pöysti 2012)

Då man har fått lovet är det dags att beställa alkoholen, det gör man med ett tillfälligt lov-nummer, som man får i samband med lovet. Dessutom två veckor efter att evenemanget har avslutats måste man till län-myndigheterna för att göra en kvartalsrapport över försäljningen. (Optinet 2013)

3 Planeringen av Kiekkotori serveringstält

En helt vanlig måndag på kontoret började med veckopalaver, där det kom fram att Sport Events har valt Soupster Catering för att sköta om serveringen av alkohol och mat tältet under evenemanget Kiekkotori 10-19.5.2013. Då bestämde vi att jag och Suvi, min kollega, producerar evenemanget. Vi började med att slå ihop våra kloka huvuden och fundera vad hela saken handlar och idéerna började flöda. Vi listade upp saker som måste göras allra först, kontakta arrangören, träffa dem och diskutera vad de vill ha. Sedan måste alla lov, och personal, menyer, dekorationer osv. planeras, bokas och ordnas.

Efter det första mötet med Kari från Sport Events började allting öppna sig, lätt mat, med någonting speciellt, enkla drinkar, öl, cider, lonkero. Allting skulle vara lätt tillgängligt, men de ville ändå ha ”en aning bättre festival mat”.

Sedan var det bara att börja ansöka om serveringslovet vilket var en mycket krävande process, flera sidor att fylla i och att ta reda på. Efter det började vi fundera och boka in kunnande personal, som har jobbat med alkohol förr. Viktigt för oss vara att personalen kan de vanligaste drinkarna, att de har serverings- passet och att de kan jobba snabbt och noggrant även under rusningstid. Vi hittade mycket bra personal, med var även jag och Suvi, samt den tredje cateringchefen Veronica.

Vi funderade på var vi borde börja planera och hur vi borde börja det, då började jag tänka på Wolfs fem W:n, och vi beslöt att gå efter dem. Vår första fråga handlade om Vem, alltså för vem vi ordnar vårt serveringstält. Vi kom fram till att det är för hela familjen på dagarna, och för ”hockeyfans” på kvällen, och för personer över 18 år. Till vår konsumentgrupp hör finnar, men också tyskar, ryssar samt tjecker.

Vi satte under ett möte och funderade över deltagarantalet, vad vi förväntar oss och vad är ett minimum för oss för att få tältet att vara lönsamt. Detta tog en god stund och siffrorna surrades av och an, men till sist kom vi fram till att vi förväntade oss 1500 besökare dagligen, vilket blir 25 000 besökare under hela evenemanget.

Den andra frågan som var viktig för oss före vi noggrannare kunde planera vad Sport Events ville att vi skulle bjuda på. Detta kom redan klart i första mötet, mat, alkohol, något speciellt i menyn samt et VIP område som man kan boka skilt. Efter att vi fått reda på vad Sport Events ville ha var det dags att sätta ner sig igen med Suvi samt köket och fundera ut menyn samt drycker, mängder och priser. Det var mycket viktigt att maten är lätt att transportera, lätt att sälja och snabb att sätta ihop. Det var inte lätt att fundera på mängden av mat och dryck, eftersom mat måste finnas varje dag, samma mat, fast det inte var spel alla dagar. Detta påverkar såklart besökarantalet, mest barnfamiljer och äldre människor på de dagar då det inte är några spel. Dessutom får man servera varm mat i max 3 timmar och sedan måste en ny sats komma in, så logistiken måste även ordnas. Det kom även fram att det inte finns någon vattenpunkt på området, vilket det alltid borde finnas, så vi måste hämta vattnet själv. Vi behövde vatten till kaffe och te, handtvätt till toaletterna, resonanserna, så att maten hålls varm osv. Vi kom till en kompromiss med köket att vi provar oss fram, det körs mat 3 gånger per dag till stället, klockan 12,15 och 18, och matförsäljningen tar slut senast 21.00. Ifall någonting behöver ändras gör vi det under evenemanget.

Då det kommer till alkoholvalet kom vi sist och slutligen fram till att vi säljer bara på burkar med 1€ tölk-pant, så slipper vi städa och byta tunnor. Vi bestämde oss att sälja koffens öl, äppel- och päroncider, lime-, samt vanlig lonkero, Koskenkorva, Minttuviina, Jaloviina, Jägermaister samt Gin. Även rött och vittvin samt skummvin skulle serveras. Dessa alla kunde man få som drinkar med Coca Cola, Fanta, Sprite, Sveppes samt Battery. Så enkelt som möjligt för bar personalen. Då vi valde menyn blev det till sist Hot dog, Nakkimuki (som vi inte ville ha men HK tvingade oss), Fried Chicken eller Tofu samt Rostad grisnacke-semmla eller Haloumi-semmla. Denna mat tycker vi motsvarar en lite bättre festival mat. Vi skulle även ha framme kryddor som ketchup, senap, gurksallad, rostad lök, bbq-grillsås och sweet-chili sås så att kunderna själva får fylla sin hot-dog och bygga ihop sin egen matportion. Detta gjorde vi också för att dagens konsumenter vill allt mera bygga ihop och välja sin mat själv.

Då vi äntligen fått menyn samt dryckerna valda var det prissättningen som väntade sig. Även priserna vände vi på, jämförde med Hartwall arenans priser, med andra barers priser och till sist kom vi fram till följande; Öl/Cider/Lonkero 6,50€ + 1€ tölk pant, drinkar 9,50€, shottar 7,50€ och vin eller skummvin 8,50€/12cl. Rätt så höga priser blev det, men så brukar det vara på andra evenemang och i centrum av Helsingfors.

Matpriserna blev följande; Hot dog och Nakkimuki 3,50€, Fried Chicken eller Tofu 9€, Semlorna 10€. Sedan hade vi kaffe/Tee 3€ med gratis påtår, kaffe + bulle 5€, bara Bulle 2€. Då vi hade prissatt färdigt var det bara att beställa dryckerna via Koff samt Hartwall med vårt beställningsnummer som vi fick då vi fick serverings lovet, beställa skjortor samt marknadsföringsmaterial från HK, beställa alla muggar och servetter, bestick, kryddor osv, via köket. I uträkningen av konsumtionen av alkohol under evenemanget kunde vi inte använda oss av Alkos rekommendationer, eftersom detta är mera lik en festival. Här kom Suvis kunskap till nytta, eftersom hon har jobbat med att arrangera festivaler. Man kan aldrig räkna ut konsumtion på gratis sportrelaterade evenemang, eftersom det är så många faktorer som påverkar konsumtionen. Sådana saker kan vara vädret, priset samt Finlands framgång under spelen. Även speldagarna påverkar konsumtionen, men vi fick bara anta mängden.

Det tredje W:t handlar enligt Wolf om Var man håller evenemanget, och detta var redan klart för vår del, på Sanomatalon aukio i centrala Helsingfors. Sport Events sköter transporten av tälten, vi måste bara räkna ut hur stort tält vi behöver, likaså hur stor terrass. Detta hade vi några möten tillsammans med arrangören och till sist fick vi botten ritningen som behövdes för att ansöka om loven. På plats slapp vi och titta först på torsdagen, då vi började bygga ihop vårt egna tält, ordna stolar och bord, få bardisken byggd, hämta saker, installera kassor osv.

När evenemanget skulle hållas hade vi redan svar på i början, så datumet var klart, samt klockslagen, vi öppnar 10.5.2013 kl. 12.00. Även femte W:t Varför, viste vi redan i början, för att det är hockey VM i Finland.

När vi kom till budgeteringen och hur mycket vi behöver få in för att täcka kostnaderna måste vi först räkna ut behovet av arbetare. Under Finlands matcher behövs det flera människor på jobb, vi räknade med 7 st. under Finlands matcher, 5 annars, och vi ändrar på det ifall det behövs under evenemanget. Sedan måste vi räkna ihop alla leveranser, kostnader, matens inköpspris och kockarnas timmar och därpå måste vi ännu få vinst. Vi kom fram till att vi måste förtjäna minst 28 900€, under hela evenemanget för att inte gå på minus. På denna grund var vi och prissatte maten samt drycken. Då vi funderade på mängden av personalen använde vi oss av Wolfs 1 bartender per 100 personer, men

vi räknade med hans rekommendation 1/75, eftersom enligt honom och enligt oss fungerar det bättre och snabbare med en person per 75 kunder.

Förutom svaren på dessa fem W:n funderade vi på en massa annat som t.ex. ett VIP område. Vi använde oss mycket av Savolainen&Pöystis kloka ord som säkerheten under planeringen av evenemanget. Vi tog i beaktande brandsäkerheten, väktarnas mängd, målgruppen osv. Vi satte även ihop en egen tidtabell och gjorde arbetsturer till evenemanget. Som Vallo&Häyrinen skriver att det är bra att göra en mapp dit alla viktiga papper läggs, det gjorde vi. I mappen fanns allting från loven till säkerhetsplan, allas hygien och serverings- pass osv. En mera noggrann tidtabell samt säkerhetsanvisningar fick vi av arrangören. Vi måste även ha en egenkontroll där man varje dag fyllde i värmen på maten, detta för att man måste följa med det då man serverar varm mat, men även för att kunna garantera jämn kvalitet på maten. Även Wolfs, fem sinnen använde vi oss av, för att få ett lyckat evenemang, och besökaren ska få en bra upplevelse måste alla sinnen stimuleras, vi hade mat och dryck som stimulerade synen, doften, smaken, känslan samt hörseln, dekorationer och aktiviteter i andra tält, där synen, hörseln och känslan stimulerades, musik, och såklart matcher, där hörsel, känsla, syn stimulerades, en bra cocktail av stimulans för alla sinnen.

Tillsammans blev det 50 timmar till planeringen.

Det som Vallo&Häyrinen skriver om att inomhus är bekvämt, man behöver inte fundera på vädret, gick rakt emot oss, eftersom vi har tältet ute och då måste vi ta i beaktande att är det dåligt väder minskar det på besökarantalet helt tydligt, även vinden måste tas i beaktande, ifall det blåser mycket, måste dekorationer och tält hållas kvar. En annan sak som är av stor betydelse är ifall Finland inte slipper till final, för då vill inte så mycket besökare komma och se matcherna, utan de ser hellre på dem hemma.

Nedan kan man se en karta på Kiekkotori.



Figur 3 Kiekkotori kartta. (Modifierad av skribenten)

Dylan pop-up är namnet på vårt serveringstält. Som man ser på kartan var vår terrass perfekt placerad vid stora screenen, så alla våra besökare kan sitta och njuta av kalla drycker och följa med matcherna.

3.1 Kiekkotori riskanalys

För att kartlägga riskerna som vi kan ha under Kiekkotori gjorde vi en riskanalys. Detta hjälper oss att undvika vissa misstag, och så vet vi vad det är för konsekvenser samt veta vad man bör ta i beaktande i planeringen. Dessutom gick vi igenom vad vi bör göra ifall någonting av dessa händer.

Risk	Sannolikhet att det händer där 1= låg 5= hög	Konsekvenser 1=oviktiga 5=allvarliga	Konsekvensens verbal	Riskvärde
Byggandet av tältet blir försenat	2	4	Arga in köande kunder	8
Maten kommer inte fram i tid	3	2	Några arga kunder, dålig image för företaget	6
Kommunikationen fungerar inte med leverantörer och/eller samarbetsparter	3	3	Förseningar, frustration, pengförlust	9
Maten eller drycken tar slut	1	4	Missnöjda och arga kunder och man måste ersätta det på något sätt	4
Slagsmål	4	4	Kaos, otrygghet och möjligen sjukhusbesök och polisbesök	16
Tekniken fungerar inte	3	2	Förseningar, frustration, slagsmål	6
Brand	1	4	Kaos, sjukhusbesök, förlorade kunder, pengaförlust	4

Tabell ovanför Riskanalys (Modifierad av skribenten)

De risker som vi tog i beaktande på Savolainen&Pöystis, samt Vallo&Häyrinens och Wolfs skrivelser samt våra erfarenheter ses i tabellen. Den första risken handlar om byggandet av tält blir försent, detta kan hända, och det påverkar hela evenemanget, i värsta fall kan man inte öppna i tid. Den andra risken handlar om att vi inte får fram maten i tid. Detta kan riktigt bra hända, kockarna kan glömmas, man kan bli sen, kungen kan tappa bort sig eller det kan vara rusningstid. Det är inte så farligt om maten är sen, men lite ledsna kunder kan man få, men det kan man alltid reda upp med t.ex. rabatterade priser, eller kaffejudning.

Vår tredje risk handlade om att kommunikationen inte fungerar med leverantörer och/eller samarbetsparter. Detta kan även lätt hända och kan leda till frustration och förseningar. Ifall maten eller drycken tar slut kan inte så mycket göras, maten kan bra ta slut eftersom vi bara prövar oss fram, men drycken borde inte göra det eftersom vi beställt så mycket. Då det tar slut finns vissa missnöjda kunder, som man bara måste få nöjda på ett sätt eller annat. Slagsmål, en helt vanlig risk på evenemang där det handlar om sport och alkohol. Slagsmål kan resultera till blivande skador, sjukhusbesök och att någonting går sönder. Därför har vi väktare på plats och jag samt Suvi har radiotelefoner på oss. En risk till är tekniken, om den inte fungerar, detta kan bra hända då det är utomhus. Och det kan resultera i mycket missnöjda och arga kunder som förflyttar sig någon annanstans och se på matchen vilket leder till pengaförlust för oss. Sista risken som vi räknat upp är brand. Det kan lätt börja brinna, människor röker, vi har resorer med eld, mycket el-kopplingar och teknik. Börjar det brinna är det bra att vi har en säkerhetsplan, samt släckare nära tillhands.

4 Genomförande fasen

Genomförande fasen är själva görandet och den delen där all kunskap och planering på riktigt resulterar i ett evenemang. Det är viktigt att alla som medverkar i evenemanget vet precis var de skulle vara vad de skall göra och när. Det är viktigt att ansvarspersonen har koll på allting och vet vad alla gör och vet hela tiden vad som händer och när. Genomförningsfasen kan splittras in till tre mindre delar; byggandet av festplatsen, själva festen och städandet efter festen. (Vallo&Häyrinen 2008:153)

Byggandet av själva festplatsen är den mest tidskrävande fasen i genomförande fasen. I byggnadsfasen fäster man upp all rekvisita, bygger scen, bygger upp buffé bordet, ordnar borden och sittordningarna och mycket annat. (Vallo&Häyrinen 2008:153). Då man skall bygga upp olika stånd eller scener måste man tänka på säkerheten både byggarnas och gästernas säkerhet. Före man börjar bygga rekvisita måste man välja ut trygga material, och noggrant planera var ståndet kommer att stå. Efter det gäller det att placera t.ex. bord och stolar så att det är tryggt. Mycket viktig är att alltid kontrollera att det faktiskt håller ihop. Belysningen bör man ge tanke åt, trappor bör vara väl belysta, och sedan skall man undvika störande belysning och blinkande lampor, eftersom de kan framkalla t.ex. epilepsianfall. Att markera ett område som t.ex. uppträdarnas backstage eller ett annat område dit gäster inte får gå är viktigt. Dessa områden bör markeras klart och tydligt. Till byggandet hör också elektriciteten, elektricitet och kopplandet av det är en livsfarlig kombination om det görs fel, det kan till och med orsaka död i värsta fall som fel kopplat, eftersom på evenemang behöver man oftast använda sig av mycket starka el kopplingar. Man bör fundera på att alltid använda sig av en professionell elektriker då det är dags att koppla någonting. Fel kopplade ledningar kan också orsaka sprängningar och brand. Man bör inte heller lämna extra belysning i närheten av material som kan börja brinna då det blir uppvärmt. (HSE 1999: 59-66, Savolainen&Pöysti 2012).

Man kan beskriva själva evenemanget som ett skådespel, det är förbi på en stund. Vallo&Häyrinen(2008) beskriver att ett evenemang kan ta från ett par timmar till några dagar. Då den sista gästen har lämnat utrymmet, börjar undan städandet, som brukar gå mycket snabbare än upplockandet. Det är viktigt att kontrollera i förväg att allting fungerar, som t.ex. tekniken, musiken osv. Det händer mycket "bakom kulisserna" vid ett evenemang. Projektchefen är alltid steget före alla andra och säkrar att man är i tidtabellen och att allting löper. Det finns också en huvudansvarig projektchef under själva evenemanget, som bestämmer vad man bör göra ifall några problem uppstår eller ifall man inte hålls i tidtabellen. Kommunikation är en av de viktigaste sakerna för att få säkerheten att fungera. Man bör samlas med alla som kommer att jobba på festen före för att gå igenom säkerhetsplanen, och vad som bör göras och vem kontaktas om någonting händer. Det är också mycket viktigt att personalen är skolad, och kan

använda behövlig utrustning. Om någonting händer, bör gästerna genast informeras vad som händer, och vad de bör göra. Man måste komma ihåg att berätta situationen lugnt och tydligt. Om byggnaden måste tömmas bör man lugnt berätta hur man tömmer byggnaden och vart alla samlas, det är viktigt att inget kaos förekommer för det leder till panik och då kan någon skadas. Om det är någonting som man måste följa upp måste man komma ihåg att ofta informera gästerna om vad som händer. (HSE 1999: 37-45, Savolainen&Pöysti 2012)

Påhittighet är en viktig del av ett lyckat evenemang, man bör få gästerna att få en ”Wow- känsla”. Det räcker med bara små saker som t.ex. att i stället för att ha en vanlig kaffestund, ha en glass stund istället. Man kan även överraska gästerna med en överrasknings värd, eller annan uppträdare. Det är viktigt att tänka på musiken, levande band är alltid mera intressant än musik spelat från skiva. Att kolla upp tekniken är ett måste före festen börjar, man bör vara på det klara med vilka möjligheter det finns till t.ex. internet anslutning, behövs det koder, var finns närmaste eluttag osv. Skyltar som visar gästen fram till festen är mycket viktigt. (Vallo&Häyrinen 2008:153- 168, Mit 2010, Gascoyne Development Commission:6)

4.1 Genomförande av Kiekkotori

Som Vallo&Häyrinen skriver många gånger är genomförandefasen den kortaste processen i evenemangsprocessen, i detta fall tog hela evenemanget 10 dagar, och därmed var det en mycket längre genomförandefas än vad det brukar vara. Genomförande fasen började redan då vi beställde allting, personalen, rekvisita, mm. många veckor före själva evenemanget, men på onsdagen den 8.5.2013 då började vi packa ihop allt behövligt, vilket tog hela dagen på kontoret. Vi packade allting från engångs tallrikar och bestick till kaffe, socker, termosar, servetter osv. På torsdagen for jag och Suvi på plats till bygget kl. 08.00 och satte igång, flytta på bord och stolar, bygga terrass, få bardisken uppbyggd, börja sätta allting på plats osv. Det gick inte så lätt som man kunde tänka sig, ett estniskt byggföretag var på plats och satte upp tälten, kl. 10.00 stod det i programmet att bardisken skulle byggas upp så att vi kunde börja sätta upp kassa- apparaterna, och allting annat. Men då vi en timme senare gick och

kollade var inte det ens påbörjat. Efter många om och men, kommunikationssvårigheter och många timmar senare kl. 15.00 hade vi bardisken uppe. Då kom även vår egen dekoratör på plats som vi har planerat dekorationer tillsammans med. Som Vallo&Häyrinen säger, att påhittighet är viktigt hade vår dekoratör en otroligt fin idé med tanke på evenemangets målgrupp, blommor måste man ha, men eftersom mest män förväntas delta i evenemanget, planterade vi vanliga terrassblommor i hockey hjälmar. Jag och dekoratören började blåsa ballonger och hänga upp flaggor, medan Suvi började med att installera kassa- apparaterna. Sedan kom vår kusk Marcos med två paketbilar fulla av saker, munkar, koppar, bestick, sopsäckar, drickor, borddukar, assietter osv. Hela torsdagen gick åt att ställa igång, och vi blev inte ens klara, klockan 20.00 slapp jag och starta hem. Tidigare på veckan hade redan Koffens kyl- container kommit, så ölen och brännvinet fanns på plats.

På fredag morgon kl. 08.00 var vi på plats med Suvi igen, fortsatte ställa igång plocka upp allting. Vi tog även emot toaletterna som kom på morgonen, var till Matkahuolto efter HK:s paket med affischer och t-skjortor, tog emot kylskåpen som kom och sedan började vi fylla dem med dricka. Mera dekorationer sattes upp. Viktigt är inte bara att allting finns framme åt kunden, utan att det även är uppställt på ett så logiskt och säljande sätt som möjligt.

Det skulle komma på torsdagen ett svart tyg framför bardisken, men på fredagen kl. 11.00 hade det inte ännu satts upp, fast vi bett hur många gånger som helst. Torget skulle öppnas kl. 12.00 och vi skulle ännu dekorera bardisken. Alla våra arbetare började komma och det var dags att lära dem och oss själva kassa- apparaterna, förklara att det är ytterst viktigt att slå in öl och cider/lonkero i skilda knappar, eftersom man måste göra kvartalsrapport på öl, men cider och lonkero bara varje halv år.

Då klockan närmade sig 12.00 hade vi ännu inte tyget vid bardisken, och inget annat på området var heller klart. Då gick vi och sade på skarpen åt arrangören, och han meddelade att öppningstiden förflyttas till 15.00, eftersom inget är klart ännu. Detta blev vi frustrerade på, men kom själva fram till att bättre så, så får vi allting ordnat. Då var det att börja ringa till kusken samt köket att vi inte behöver få maten kl. 12.00 utan först till 15.00, ringa till resten av arbetarna att behöver inte komma till 13.00 och 14.00 på jobb utan till 15.00.

De arbetarna som redan kommit på plats fick hjälpa till att städa undan och fylla kylskåpen, sätta fram bulle och koka kaffe. I detta skede hade inte terrassen heller ännu

fått staket, vilket skulle ha betytt att skulle vi ha öppnat 12.00 skulle alkohol bara sålts inom tältet, eftersom terrass utan staket inte är ett begränsat område.

Kl. 15.00 öppnade vi lyckligen torget och människor rusade in, för det var Finlands spel kl. 18.00 och solen sken. Första kvällen måste vi ännu lära oss att räkna kassa och ta ut rapporterna, hem slapp vi 01.30. Under natten fanns det en till två väktare på plats för att övervaka området.

Rätt så fort märkte vi att ölpriset var för högt så vi sänkte det till jämt 6€, dessutom gjordes några förändringar i menyn också, semlan blev borta, eftersom kockarna inte hade tid att göra dem, fried chicken/tofu ersattes med en mera säljande mat, pyttipanna. Vi bestämde oss även att ta chips och godis försäljning till tältet, även trippar hittade med till dryckesurvalet, detta för att det fanns mycket barn under dagarna samt ungdomar. Även arbetsturena blev det ändringar på, vi kom fram till att de dagar som inga matcher spelades på var så pass lugna att man klarade sig ensam, alla andra dagar 2-3 personer och finalen 6-7 personer. Resten av veckan gick i samma stil, inga stora förändringar. Första dagen hade vi hockeylegenderna, de som var med och vinna VM 1996 på vår VIP sida och äta.

Några problem under veckan hade vi dock, ett par fulla kunder som inte förstod att köa efter sin dryck, och slagsmål var nära, tur hade vi väktare. En full man hotade mig och skrek fula saker åt mig för att jag vägrade ge rabatt åt honom, här även väktarna på plats. Sedan hade vi lite problem med utländska flaskplockare som gick in i vårt tält och plockade flaskor från borden och soptunnorna, här sade vi till på skarpen, men behövde igen väktarna. Här hade vi nytta av vår riskanalys, då vi genast viste vad vi skulle göra. Då det var söndag den 19.5.2013 spelades finalmatcherna, Finland var i bronsmatchen, vilken såklart påverkade betydligt vår försäljning, människorna kom för att se matchen och drack mest Coca Cola och gick hem, inget festhumör. Detta så klart för att det var söndag. Finalen hade vi mest utlänningar samt några finnar och se guldmatchen. Efter att spelet spelats klart var det dags att plocka ihop allting som vi spritt ut på tio dagar, alla saker skulle packas i lådorna, kassorna plockas undan, kylskåpen tömmas, drickorna inventeras, dekorationerna plockas undan osv. Vi plockade undan i fyra timmar, då vi var sex personer och hjälps till, jag var hemma 05.30 på morgonen efter att jobbat från 09.00 på söndag morgon.

En vecka senare hade vi en closing-session där vi träffades med producenterna samt sammabetsparterna och gick igenom hur vi lyckats, diskuterade ut allting och tackade för samarbete. Efter det var det bara att göra en anmälan till myndigheterna av vår ölförsäljning, samt skicka räkningar åt alla som ätit på kontrakt under veckan.

I sin helhet ett mycket lyckat och tungt evenemang. Nedan kan ännu bilder ses från evenemanget.



Figur 4 Torsdag morgon på Sanomatalon aukio
(Modifierad av sribenten)

Bilderna ovan beskriver bra hur det såg ut då vi på torsdagen kom 8 på morgonen på plats och började ställa igång.



figur 5 Inne i serveringstältet (Modoföerad av skribenten)

På den tredje bilden kan man se hur vi har börjat ordna borden i rader, vilka ännu inte är så raka. Bordens färg var hemska, men tyvärr kunde vi inte påverka dem. Viktigt då vi radade borden var att ta

i beaktande att alla storlekars människor skall komma förbi borden, rymmas och sitta och mellanrummet mellan borden skulle passa så att man lätt kommer fram till bardisken. Även en mycket

viktig sak var att tänka på hur man ställer borden, så att man alltid kan se en tv:screen, tyvärr var inte de upphängda då vi ordnade borden, så vi fick anta vart de kommer.



Figur 6 Dekorering av tältet. (Modifierad av skribenten)

Här på bilderna ovan har vi just börjat blåsa ballonger i Finlands färger, men ännu bara vita på bilden, även vår bardisk byggs upp, efter många om och men. Man kan se på bilden att Suvi ställer igång kassa-apparaterna fast bardisken inte ens är klar byggd, det bevisar hur sena de var och hur tajt tidtabell vi hade.



Figur 7 dekorering pågår. (Modifierad av skribenten)

På dessa två bilder ses lite dekorationer och våra runda bord, som man kan stå vid.



Figur 8 Bord och ballonger.

(Modofierad av skribenten)



Figur 9 Bardisken (Modofierad av skribenten)



Figur 10 Makkaraabaari

(Modofierad av skribenten)

Figur 12 Dekoration (Modofierad av skribenten)

Figur 11 Dekorationer (Modofierad av skribenten)

Här kan man se att bardisken är uppe, men inget skynke framför finns, och som man ser skulle vi inte ha kunnat öppna utan det. Även rekvisita från HK, har fått sin plats.





De snygga hockeyhjälm- blom dekorationerna.

På dessa bilder ses hur vi har dekorerat borden samt tältets väggar.



Figur 14 Borden i ordning (Modifierad av skribenten)



Figur 13 Borde (Modifierad av skribenten)

Nästa bilder ovan visar precis efter att kylskåpen kommit, och hur jag satte och pysslade ihop priser.



Figur 15 Bardisk och kylskåp (Modifierad av skribenten)



Figur 16 Prislista (Modifierad av skribenten)

KIEKKOTORI

HINNASTO

OLUT	
SIIDERI/LONKERO	6,50€
VIINIT	6,50€
(puna-, valko- ja kuohuviini)	8,50€
KAHVI/TEE	3,00€
LIMUT	3,50€
DRINKSUT	9,50€
(Kossu+mikseri, Gin Tonic, Jekku Battery)	
SHOTTI 4cl	7,00€
(Jailu*, Jägermeister, Minttu)	
TÖLKKIPANTTI	1,00€

PUUTTUU TYÖNTERKÄ
14. VUOROKA
TULITYSTÄNTÖNEN

LEIJONATORI	BAARI 1	BAARI 2	BAARI 1	BAARI 2	VIP	BAARI EXTRA	BAARI EXTRA
PE 10.touko	10.00-23.00 Nina Laamanen	10.00-23.00 Ronja Ropponen	14.00-23.00 Peggy Hämsäläinen	18.00-23.00 Calle Westö	15.30-22.30 Timo Sajo	15.00-22.00 Miro Heiniö	16.00-22.00 Jadla Hamza
LA 11.touko	11.30-22.00 Johanna Salonen TT	11.30-22.00 Ronja Ropponen	15.00-23.00 Matti Lyytikäinen	15.00-23.00 Katja Lehtonen	15.30-22.30 Henri Kyhkönen	15.00-22.00 Miro Heiniö	15.00-22.00
SU 12.touko	11.30-22.00 Calle Westö	11.30-22.00 Ronja Ropponen	15.00-23.00 Miro Heiniö	15.00-23.00 Veronica Risku	15.30-22.30	15.00-22.00	15.00-22.00
MA 13.touko	11.30-22.00 Nina Laamanen	11.30-22.00 Ronja Ropponen	15.00-23.00 Veronica Risku	15.00-23.00 Calle Westö	15.30-22.30	15.00-22.00	15.00-22.00
TI 14.touko	11.30-22.00 Nina Laamanen	11.30-22.00 Ronja Ropponen	15.00-23.00 Veronica Risku	15.00-23.00 Calle Westö	15.30-22.30	15.00-22.00	15.00-22.00
KE 15.touko	11.30-22.00 Nina Laamanen	11.30-22.00 Calle Westö	15.00-23.00	15.00-23.00	15.30-22.30	15.00-22.00	15.00-22.00
TO 16.touko	11.30-22.00 Nina Laamanen	11.30-22.00 Emmi Lepistö	15.00-23.00 Veronica Risku	15.00-23.00 Calle Westö	15.30-22.30	15.00-22.00	15.00-22.00
PE 17.touko	11.30-22.00 Calle Westö	11.30-22.00 Ronja Ropponen	15.00-23.00	15.00-23.00	15.30-22.30	15.00-22.00	15.00-22.00
LA 18.touko	11.30-22.00 Calle Westö	11.30-22.00 Staffline	15.00-23.00 Staffline	15.00-23.00 Jadla Hamza	15.30-22.30 Staffline	15.00-22.00	15.00-22.00
SU 19.touko	11.30-22.00 Calle Westö	11.30-22.00 Ronja Ropponen	15.00-23.00 Veronica Risku	15.00-23.00 Emmi Lepistö	15.30-22.30	15.00-22.00	15.00-22.00

Figur 17 Kiekkotori priser och arbetsturer (Modifierad av skribenten)



Figur 18 Mottagning av Hartwalls drycker (Modifierad av skribenten)



Figur 19 Suvi i kylutrymme (Modifierad av skribenten)

Och här tar vi emot Hartwalls dryck leverans.



Figur 20 Dekoreringar (modifierad av skribenten)

Här kan man se färdigt dekorerade bord, och bardisken färdig.

Champagneglas för legenderna.



Figur 23 Glas och dekoration (Modifierad av skribenten)

Här är VIP borden.



Figur 22 Vip bordet (Modifierad av skribenten)

Figur 21 Vip utrymmet (Modifierad av skribenten)

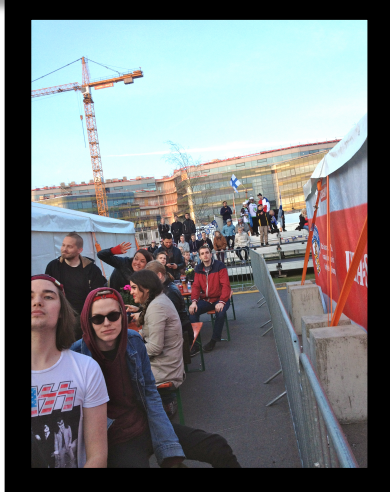
Här är bilder från de olika dagarna.



Figur 25 Finalns match
(Modifierad av skribenten)



Figur 24 Tältet
(Modifierad av skribenten)



Figur 27 Terrassen
(modifierad av skribenten)



Figur 26 Inne i tältet
(Modifierad av skribenten)

5 Evalueringsfasen

Att få respons för det man har ordnat är viktigt, så man bör samla upp respons av både deltagarna och personalen. Utan respons kan man inte utvecklas heller. Evenemangsplaneraren samlar in respons, analyserar den och gör en summering av den. Till den sista fasen, evalueringsfasen hör även tack till uppträdarna, catering, de som hyr ut utrymmet och mycket mera. Då man har bearbetat responsen, bör man jämföra den med målet med hela evenemanget, har man nått målet? Man kan samla in respons per telefon, e-post eller med en skriftlig blankett. Även användningen av internet vid insamlingen av responsen blir allt vanligare t.ex. via Laatu 1000. Muntlig respons rekommenderas, eftersom oftast får man mera ut av det. (Vallo&Häyrinen 2008:68-170)

5.1 Evaluering av Kiekkotori

Under genomförandet av evenemanget gjordes egna observationer, samt diskussioner med kunder och samarbetsparter. Respons fick även besökarna skicka per e-mail eller ringa ifall de ville berätta någonting. I closing-sessionen evaluerades och diskuterades allting en vecka efter evenemanget.

Själv använder jag mig av egna och andras observationer samt muntlig feedback för att evaluera evenemanget, och såklart closing-sessionens. Jag pratade med Kari från Sport Events som tyckte att semlorna var de bästa semlor som de någonsin ätit, och att tältet fungerade mycket bra. Även Ilta-Sanomat flickorna var mycket nöjda över att vi hade vegetarisk mat att erbjuda dem dagligen. Själva tyckte vi att tältet fungerade bra och att kunder fanns det bra hela tiden av.

Några saker som man bör tänka på till nästa gång enligt mig är vattenpunkten, det fanns ingen vattenpunkt, som egentligen är ett måste, vilket försvårade vårt jobb betydligt. Enligt mig var tölk pant systemet lite onödigt, och skulle hellre ta tunnor till nästa gång, men Suvi tyckte att vi tar tölk panten detta år.

Besökarna som jag diskuterade med var mycket nöjda, och tyckte att det oftare borde ordnas sådana gratis evenemang i Helsingfors. De tyckte om idén. En av våra dekorationer fick väldigt mycket positiv feedback, nämligen blommor som var planterade i hockey hjälmar. Man bör till nästa gång även satsa mera på marknadsföringen, så att man kunde via sociala medier och möjligen planscher i centrum av Helsingfors kunde hämta mera besökare.

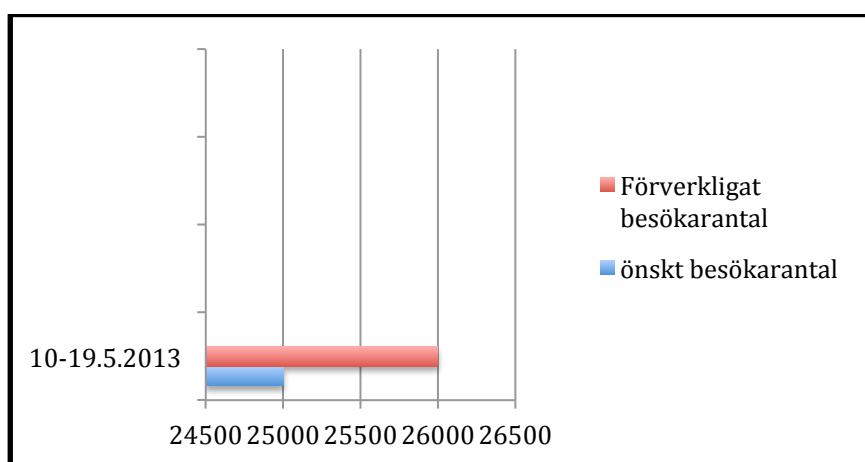
Om man ser på rena siffror kan vi gå tillbaka till vårt mål 1500 besökare dagligen och 25 000 besökare under hela evenemanget var önskvärt. Vi hade inte 1500 besökare dagligen, vissa dagar då det inte spelades några matcher hade vi kanske 200-500 besökare, men under Finlands matcher hade vi mycket över 1500 besökare. Det slutliga besökarantalet blev 26 000 besökare under evenemanget, vilket betyder 1000 besökare mera än förväntat. Försäljningen var 56% bättre än minimi som behövdes för att evenemanget skall bli lönsamt.

Totala kostnaderna för tillställningen blev 32 000€.

Enligt mig, Suvi och alla samarbetsparter var evenemanget mycket lyckat, och huvudarrangören Sport Events var mycket nöjda med resultatet.

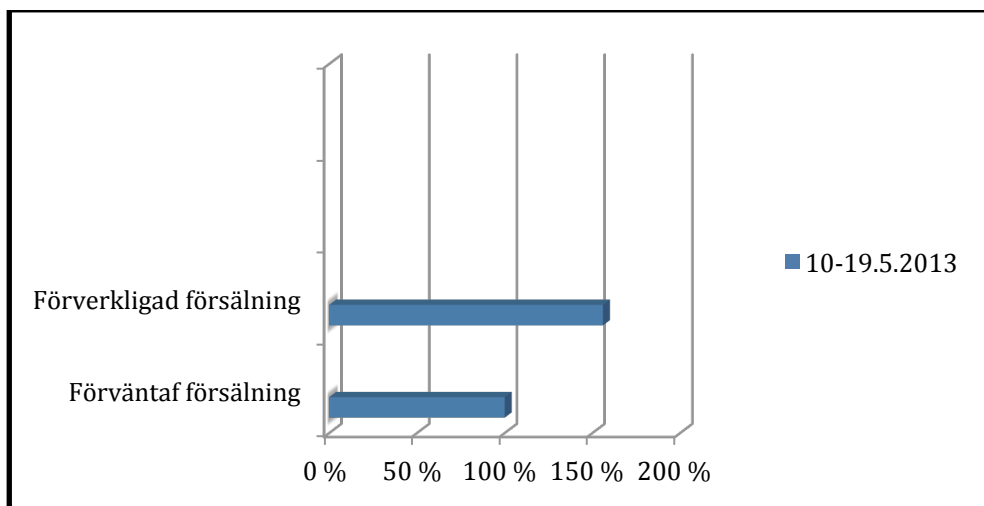
Jag själv gjorde väldigt mycket jobb, planerade, funderade, bar på saker, ordnade, sålde och plockade undan. Dessutom hade jag mycket ansvar. Jag tycker att evenemanget var mycket lyckat, men vi kunde ha funderat på alkoholserveringen, servering från tunnor, och inte burkar skulle ha varit ett bättre alternativ enligt mig. Som redan tidigare nämnt tycker jag att Soupster Catering kunde även marknadsföra evenemanget för sin egen del, fast marknadsförningsansvaret inte var på deras nacke detta år. Man kunde också lägga ihop en slags mapp eller hjälp program, där det skulle finnas information till vad allting som borde göras före evenemanget och instruktioner till det hur man gör allting. T.ex. en mapp där det står varifrån man ska söka serveringsloven, vem man skulle kontakta och vad man bör veta, dessutom varifrån man beställer t.ex. tallrikar, ingredienser, dekorationer osv. Detta allt finns men inte uppskrivet någonstans, och det var väldigt svårt för mig som ny i företaget att veta vilka företag Soupster har kontrakt med. Så klart är alla evenemang olika och det kan inte finnas en instruktion på hur man bygger ett lyckat evenemang, då alla är skräddarsydda, men de viktigaste kontaktpersonerna, och företagen i alla fall.

Nedan kan man ännu se tabeller över besökarantalet och försäljningen. Man kan tydligt se att vi förväntade oss 25000 besökare, och på riktigt hade vi 26000 besökare.



Figur 28 Besökarantalet (modifierad av skribenten)

I andra tabellen kan man se försäljningen i procent. Det minimi. Försäljning som vi förväntade oss var 100% i tabellen, men vi sålde 156%. Vilket bevisar att evenemanget var mycket lyckat.



Figur 29 Försäljningen under Kiekkotori (Modifierad av skribenten)

6 Slutsatser

I detta kapitel kommer jag att behandla vad min insats i kiekkotori har gett min uppdragsgivare, Soupster Catering.

Detta arbete ger till läsaren en helhets bild hur man planerar och genomför ett långt, gratis sport evenemang. Läsaren kan lätt förstå vad jag har gjort, och att det inte alltid varit så lätt. Man kan tydligt läsa om de olika faserna och hur man kan använda teorier till hjälp i planeringen av stora publika evenemang. Jag har försökt bygga upp arbetet så att läsaren lätt skall kunna följa med vad som händer, och att det är lätt att hitta saker i arbetet. Lättläsighet var även ett av mina egna mål.

Detta examensarbete har gett mig mycket ny kunskap, men jag har även fått lära ut mycket av min kunskap till andra. Min insats i kiekkotori har gett uppdragsgivaren mycket insparingar kostnadsmässigt, men även mycket hjälp och nya syn sätt att se på saker och att ordna saker.

Huvudsakligen var evenemanget mycket lyckat, kunderna var nöjda, likaså samarbetsparterna och hela Soupster Catering. Uppdragsgivaren gjorde vinst, fick mycket nya kundkontakter, både privatpersoner och företag. Dessutom fick Soupster Catering mycket synlighet och gratis marknadsföring.

Jag tror att i framtiden är det mycket möjligt att Kiekkotori ordnas på nytt och att Soupster Catering är en sannolik ordnare för serveringstältet. Soupster kan även använda detta arbete som grund för möjligen nästa kiekkotori, då hockey VM igen kommer till Finland.

Jag har märkt att jag klarar av mera krävande ansvarsuppgifter och är kapabel att leda och planera evenemang. Själv tycker jag att jag nådde syftet, lyckades planera, genomföra och dokumentera ett lyckat grätisevenemang. Jag har utvecklats som ledare samt som människa. Svårt under hela processen var att lägga igång hela planerandet och veta var man borde börja, men den teoretiska referensramen har varit till stor hjälp i planeringsfasen. Utan min förkunskap bland evenemang, skulle jag inte ha klarat av att planera och genomföra detta evenemang. Även Suvis kunskap av festivaler har varit tills stor nytta under planeringen och genomförandet av Kiekkotori serveringstält.

Källor

Böcker

HSE 1999. *The event safety guide: A guide to health, safety and welfare at music and similar events*. 2 uppl. Sudbury : HSE Books, 1999. S. 218

Vallo Helena & Häyrynen Eija. 2008. *Tapahtuma on tilaisuus : tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen*. 2 uppl. Helsinki : Tietosanoma, 2008. S. 246

Wolf Paulette & Wolf Jodi. 2005. *Event Planning Made Easy*. New York : McGraw-Hill, cop. 2005. S. 221

Muntliga

Savolainen Sami & Pöysti Janne 2012. *Tapahtumajärjestäjän turvallisuus koulutus, Go Experience* [muntl.]. Föredrag 19.11.2012

Elektroniska

Alko. Pieni juhlaopas. Tillgänglig: [http://www.alko.fi/fi/C1D9A82948C3E5D7C22572A3004B7198/\\$File/Pieni_juhlaopas.pdf](http://www.alko.fi/fi/C1D9A82948C3E5D7C22572A3004B7198/$File/Pieni_juhlaopas.pdf), Hämtad: 1.3.2013

docstoc 2010. The 5w's of event planning 101. Tillgänglig: <http://www.docstoc.com/docs/69209943/The-5-Ws-of-Event-Planning-101>, Hämtad: 1.3.2013

Event education 2007. Event planning tips. Tillgänglig: <http://www.eventeducation.com/event-planning.php>, Hämtad: 1.3.2013

Gascoyne Development Commission. EVENT MANAGEMENT PLAN CHECKLIST AND GUIDE, S. 36. Tillgänglig: <http://www.gdc.wa.gov.au/uploads/files/Event%20Management%20Plan%20-%20GDC%20Toolkit.pdf>, Hämtad: 1.3.2013

Ezinearticles 2013. Planning Corporate Events Using the 5 W's. Tillgänglig: <http://ezinearticles.com/?Planning-Corporate-Events-Using-the-5-Ws&id=1643694>, Hämtad: 1.3.2013

Helium 2009. How to organize a corporate party. Tillgänglig: <http://www.helium.com/items/1603465-how-to-plan-a-corporate-party>, Hämtad: 28.2.2013

Kiekkotori 2013. Kiekkotori. Tillgänglig: www.kiekkotori.fi, Hämtad: 28.6.2013

Optinet 2013, Anniskelulupa. Tillgänglig: <http://yhdistystieto.fi/wiki/97-anniskelulupa>, Hämtad: 28.6.2013

The City Collection 2013. Top 5 Tips To Arrange a Successful Corporate Event. Tillgänglig: <http://www.thecitycollection.org/corporate-guide/top-5-tips-to-arrange-a-successful-corporate-event.aspx>, Hämtad: 28.2.2013

Mit 2010. Basic Event Planning. Tillgänglig: <http://web.mit.edu/eventguide/basicevent/checklist.html>, Hämtad: 28.2.2013

Ulfsson Johan 2013. Instuderingsfrågor till alkohollagstiftningens bestämmelser om servering och alkoholdrycker. Tillgänglig: http://www.gymnasium.ax/sites/www.gymnasium.ax/files/instuderingsfragor-serv.best_.pdf, Hämtad 29.9.2013

WonderHowTo 2011. How to French serve a catered dinner as a waiter or waitress. Tillgänglig: <http://table-setting.wonderhowto.com/how-to/french-serve-catered-dinner-as-waiter-waitress-383182/>, Hämtad: 1.3.2013