



SAVONIA

■ OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

TARINALLISEN TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

Case: Juhani Ahon perinnepurjehdus

TEKIJÄ: Karoliina Rintanen

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala			
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma			
Työn tekijä(t) Karoliina Rintanen			
Työn nimi Tarinallisen tapahtuman järjestäminen, case: Juhani Ahon perinnepurjehdus			
Päiväys	6.4.2014	Sivumäärä/Liitteet	41 / 3
Ohjaaja(t) Pauli Verhelä			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Saimaan Purret ry			
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa kirjallinen dokumentti Saimaan Purret ry:lle Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtuman järjestämisestä sekä koota yhteen tarinallisen tapahtuman tuottamisprosessia. Saimaan Purret ry toimi myös opinnäytetyön toimeksiantajana ja yhteistyökumppanina.</p> <p>Työn teoreettinen viitekehys sisältää projektin määrittelyn, tapahtumaprosessin kulun sekä tarinan ja tarinallistamisen teoriaa. Opinnäytetyön pääkohtana on tapahtumaprosessi, joka sisältää suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaiheet. Teoria ja toteutuksen esittely kulkevat rinnakkain.</p> <p>Toiminnallinen osuus toteutettiin matkailun koulutusohjelman syventävässä harjoittelussa kesällä 2013. Kesän aikana suunniteltiin ja toteutettiin tarinaan pohjautuva Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtuma. Tapahtuma toteutui 13.–28.7.2013. Tapahtuman tavoitteena oli elävöittää Saimaan ja Kallaveden alueen sisävesimatkailua ja suomalaista purjehduskulttuuria.</p> <p>Tapahtumassa purjehdittiin Catboat – mallisella veneellä, samaa reittiä Lappeenrannasta Iisalmeen kuin kansalliskirjailija Juhani Aho vuonna 1893. Reitin varrella olevissa satamakaupungeissa järjestettiin koko perheen kulttuuri-tapahtuma. Tapahtuma sai osakseen paljon mediahuomiota, sillä tämänkaltaista tapahtumaa ei ollut koskaan aiemmin järjestetty.</p>			
Avainsanat			
tapahtuma, tapahtuman järjestäminen, tarinallistaminen, Saimaan Purret ry, purjehdus, tapahtumaprosessi, Juhani Aho			

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Tourism			
Author(s) Karoliina Rintanen			
Title of Thesis Organizing an event, based on story Case Juhani Aho's traditional sailing event			
Date	6.4.2014	Pages/Appendices	41 / 3
Supervisor(s) Pauli Verhelä			
Client Organisation /Partners Saimaan Purre ry			
<p>Abstract</p> <p>The aim of this Bachelor's thesis was to produce a document for Juhani Aho's traditional sailing event for Saimaan Purre ry. This thesis also aggregates event process progression and event based on story. The client and partner for cooperation for this thesis is Saimaan Purre ry.</p> <p>The theoretical framework of this thesis includes definition of project, theory of event process progression and theory of story and narrative. Essential in this thesis is event process progression, which includes planningpoint, realizationpoint and after-marketing point. Theory and introduction of realization's goes side by side.</p> <p>The functional part of this thesis was carried out during tourism and hospitality training programme's advanced placement in summer 2013. Juhani Aho's traditional sailing event, which was based on a story, was planned and realized during the summer. The event took place 13.–28.7.2013. The aims of this event were to enliven Lake Saimaa and Lake Kallavesi inland water tourism and Finnish sailing culture.</p> <p>The sailing boat and the waterway from Lappeenranta to Iisalmi were the same as national writer Juhani Aho had sailed in 1893. Juhani Aho's traditional sailing event was organized in harbours which were along the waterway. Events were destined for families. Juhani Aho's traditional sailing event drew a lot of positive publicity among the media because this event was the first of a kind.</p>			
Keywords			
event, organizing event, storytelling, Saimaan Purre ry, sailing, event process, Juhani Aho			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ	7
2.1	Aiheen rajaus ja tavoitteet.....	7
2.2	Toimeksiantaja	7
3	JUHANI AHON PERINNEPURJEHDUS	8
3.1	Catboat – mallinen purjeverne	10
3.2	Purjeverne Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumassa	10
4	HARJOITTELUUNI SAIMAAN PURRET RY: LLÄ.....	11
5	PROJEKTI	13
5.1	Projektiryhmä	15
5.2	SWOT – analyysi.....	16
6	TAPAHTUMAPROSESSI.....	17
6.1	Suunnitteluvaihe	18
6.1.1	Tapahtuman tavoitteet	19
6.1.2	Paikka ja ajankohta	20
6.1.3	Kohderyhmä	22
6.1.4	Rahoitus ja budjetti	23
6.1.5	Markkinointi	25
6.1.6	Mainonta	28
6.1.7	Lupa-asiat ja turvallisuus	29
6.2	Toteutusvaihe.....	30
6.3	Materiaalit	31
6.4	Jälkimarkkinointi ja arviointi.....	32
7	TARINALLINEN TAPAHTUMA	34
7.1	Tarina	35
7.2	Tarinallistaminen	36
7.3	Miksi tarina?	36
8	KEHITYSIDEIOITA JUHANI AHON PERINNEPURJEHDUSTAPAHTUMAAN.....	37
9	POHDINTA.....	39
	LÄHTEET	40
	LIITE 1. KUTSU YHTEISTYÖKUMPPANEILLE.....	43

LIITE 2. MEDIATIEDOTE.	44
LIITE 3. LEHTIMAINOS.	45

1 JOHDANTO

Kuopiolainen järjestö Saimaan Purret ry halusi edistää suomalaista purjehduskulttuuria etenkin Saimaan ja Kallaveden alueella. Juhani Ahon Nuori Suomi albumissa julkaistu Purjehdus sisävesillä – tarinan löytyessä, lähdettiin projektia viemään eteenpäin. Projektin ensimmäinen vaihe oli veneenrakentaminen, jonka jälkeen alettiin suunnitella purjehdusretkeä Lappeenrannassa Iisalmeen. Suunnittelun seurauksena syntyi tapahtuma, jonka takana oli tarina.

Tarinallisen tapahtuman tuottaminen rakentui Vallon ja Häyrisen kolmivaiheisen tapahtumaprosessin mukaan. Tarinan hyötyjä tapahtumassa taas peilattiin yritysmaailmaan, jossa tarinoita on käytetty oppimisen, kehittämisen ja aitouden välineenä jo pitkän aikaan. Juhani Ahon purjehdusretki oli Saimaan ja Kallaveden alueen ihmisille tuttu ja kiinnostava tarina, minkä ansiosta Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtuma sai paljon mielenkiintoa osakseen.

Juhani Ahon purjehdus sisävesillä – tarinassa, joka perustuu todellisiin tapahtumiin, Juhani Aho purjehtii vaimonsa Venny Soldan-Brofeldin ja vaimonsa siskon Tilly Brofeldin kanssa Catboat – mallisella veneellä Lappeenrannan Lauritsalasta Iisalmeen. (Kasurinen 2013.) Matka on tapahtumarikas sen kivikkosaarineen, karikkoineen ja tuntemattomien väylien etsimisineen. Juhani Aho halusi kuitenkin tehdä perinpohjaisen purjehdusmatkan ja osoittaa, että huvipurjehduksen tekeminen sisävesillä on yhtä mahdollista kuin saaristossakin. (Aho 1893.)

Opinnäytetyö valikoitui minulle syventävän harjoittelun kautta. Syventävän harjoittelun suoritin kesän 2013 aikana opinnäytetyöni toimeksiantajalle Saimaan Purret ry:lle kesän 2013 aikana. Harjoitteluni tehtäviin kuuluivat Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtuman suunnittelua, organisointia, markkinoinnin suunnittelua sekä itse tapahtumien toteuttamista. Koska olin ollut mukana toteuttamassa Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumaa, oli helppoa ja kiinnostavaa lähteä työstämään aiheesta opinnäytetyötä. Tapahtumatuottaminen ja –järjestäminen ovat aiheena minua kiinnostavia, ja tämän takia opinnäytetyö tapahtuman järjestämisestä oli motivoivaa.

Tässä opinnäytetyössä käsitellään tapahtumaprosessia teoriassa, jota peilataan rinnakkain Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumassa käytettyihin tapoihin. Teoria ja tapahtumassa esitellyt toimitavat kulkevat koko opinnäytetyön ajan rinnakkain.

Opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö, jonka tarkoituksena on tuottaa kirjallinen dokumentti työn toimeksiantajalle Saimaan Purret ry:lle kesän 2013 Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumasta ja sen tapahtumaprosessista.

2 TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ

Toiminnallinen opinnäytetyö voi olla esimerkiksi opastus, ohjeistus tai jonkin tilaisuuden tai tapahtuman suunnittelu. Toteutustapana toiminnallisessa opinnäytetyössä voi olla opas, kirja, kansio, vihko, tapahtuma, tilaisuus, cd-rom tai verkkosivusto. (Vilka ja Airaksinen 2003, 9-51.)

Toiminnallinen opinnäytetyö koostuu kahdesta osasta. Ensimmäinen osuus on toiminnallinen osuus eli produkti. Toinen osuus on prosessin dokumentointi ja arviointi tutkimusviestinnän keinoin eli opinnäytetyöraportti. (Vilka ja Airaksinen 2003, 9-51.)

Tämä opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä. Opinnäytetyön toiminnallisessa osuudessa tuotettiin kesän 2013 aikana tarinallinen tapahtuma Saimaan ja Kallaveden alueelle Itä-Suomeen. Opinnäytetyöraportissa on dokumentoitu tarinallisen tapahtuman tuottamisen prosessia ja arvioitu sen onnistumista. Opinnäytetyöraportissa on myös tuotu esille kehitysideita toimeksiantajalle tulevaisuutta varten.

2.1 Aiheen rajaus ja tavoitteet

Opinnäytetyöraporttini on rajattu tapahtumaprosessin ja tarinallisen tapahtuman teoriaan sekä toiminnallisen osuuden eli perinnepurjehdustapahtuman dokumentointiin. Opinnäytetyö on toteutettu työharjoittelijan näkökulmasta ja tuotoksena on tapahtuma, joka tuotettiin Saimaan Purret ry:lle.

Tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtuma toimeksiantajan ennalta määrittelemiin satamakaupunkeihin, tuottaa markkinointimateriaalia, hoitaa sosiaalista mediaa, hoitaa yhteydenpitoa sidosryhmiin sekä tuottaa kirjallinen dokumentti tapahtumaprosessista toimeksiantajalle.

2.2 Toimeksiantaja

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii kuopiolainen järjestö Saimaan Purret ry, joka on perustettu vuonna 2009 Juhani Ahon perinnepurjehdus tapahtumaa ja siihen liittyvän veneen rakennusprojektia varten. Saimaan Purret ry koostuu Kuopion sataman, Kuopion pursiseuran sekä Kuopion kaupunkikeskustan kehittämissyhdistyksen ihmisistä. Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitos ovat antaneet myös osaamisen ja tilat veneen rakentamisen käyttöön. (Lankolainen, 2009.)

Saimaan Purret ry: n Juhani Ahon perinnepurjehdus – projektin projektipäällikkönä toimiva Ulla Pekkarinen toimii opinnäytetyön ohjaajana toimeksiantajan puolelta. Itse perinnepurjehdus tapahtuman alkuperäinen idea tuli Esko Mattssonilta, Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen veneenveisto opettajalta. Mattssonin haaveena oli jo pidemmän aikaa ollut historiallisen veneen rakentaminen. Mattssonin kuollessa Juhani Ahon purjehdustarinan hän tiesi, että oikea tarina veneen rakentamiseen oli löytynyt. (Lankolainen, 2009.)

3 JUHANI AHON PERINNEPURJEHDUS

”Me istuimme, kaksi nuorta aviomiestä, kesähuvilamme verannalla. Olimme nukkuneet ruokalepomme ja nautimme nyt kahvia, tupakoiden ja katsellen järvelle, jossa puhalteli tasainen, mutta täyteläinen etelätuuli, ja jonka pinta oli väkevän sininen.

– Nyt on hyvä tuuli, sanoi ystäväni, ja minä myönsin olevani samaa mieltä.” (Aho, 1983.)



KUVA 1. Doris – vene saapumassa Kuopion satamaan. (Kauppinen 2013.)

Hyvää tuulta purjeisiin toivottiin myös heinäkuulle 2013 kun Saimaan Purret ry toteutti Juhani Ahon perinnepurjehdus – tapahtuman. Tapahtuman takaa löytyy tarina Juhani Ahon purjehdusmatkasta Lappeenrannasta Iisalmeen. Purjehdusmatkan Aho teki lainatulla Catboat-mallisella veneellä yhdessä vaimonsa Venny Soldan-Brofeldin sekä vaimonsa siskon Tilly Brofeldin kanssa. Tuohon aikaan huvivenepurjehdusta ei juuri ollut, sillä 1890-luvun purjeveneiden pelättiin kariutuvan. Ahon Catboat – mallisessa veneessä oli kuitenkin uudenlainen kippi köli, jota nostamalla saattoi purjeveneellä jopa rantautua hietikolle. Tämä purjehdusmatka oli 1890-luvulla aikansa mediatempaus ja toi esille suomalaista purjehduskulttuuria sekä Saimaan alueen vesistömatkailua.

(Kasurinen, 2013.)

Mattssonin haavetta veneen rakentamisesta alettiin toteuttaa vuonna 2009. Ensimmäisenä tavoitteena oli järjestää Juhani Ahon perinnepurjehdus jo vuonna 2011, jolloin kirjailija Ahon 150-vuotisjuhla oli ajankohtainen. Taloudelliset tilanteet ja aika sallivat veneen valmistumisen kuitenkin vasta kesälle 2013. Projekti toteutettiin pääsääntöisesti vapaaehtoistyönvoimin. Itse purjehdustahtuman kokonaisvaltainen suunnittelu alkoi toukokuussa 2013 ja toteutusvaihe 13.7.2013. Purjevene seilasi vaihtuvien purjehtijoin 13.–28.7.2013 Lappeenrannan matkustajasatamasta Iisalmen satamatorille, pysähtyen Puumalassa, Savonlinnassa, Kuopiossa sekä Lapinlahdella. Jokaisessa kuudessa satamassa järjestettiin veneeseen, purjehdukseen ja tarinaan liittyvä tapahtuma. Tapahtuma jonka prosessin vaiheet ilmenevät tässä opinnäytetyössä.



KUVA 2. Koepurjehdus kesäkuussa 2013. (Kauppinen 2013.)

3.1 Catboat – mallinen purjevene

Catboat-mallinen purjevene on alun perin Yhdysvaltojen koillisrannikoilla kalastajien keskuudessa käyttämä vene, joka on pituuteensa nähden hyvin leveä ja pienen syväyksen omaava. Tälle Catboat – malliselle veneelle ominaisia piirteitä olivat kahvelitakila, jonka masto on aivan veneen keulassa. Myös perän yli ulottuva puomi ja suhteellisen suuri purjepinta-ala olivat Catboat – mallille tyypillisiä piirteitä. (Mäkinen 2013.)

1870 – luvulla kuuluisa venesuunnittelija Nat Herreshof rakensi itselleen Minnehaha – nimisen Catboat – purjeveeneen. Tämä purjevene myytiin Pietariin keisarillisen hovin hammaslääkärille C.G. De Marinille, jolta vene siirtyi myöhemmin kauppaneuvos Hackmanin omistukseen Viipurin. Viipurissa veneestä tehtiin muutamia kopioita ja luultavimmin yksi näistä veneistä oli juuri se, jolla Juhani Aho oman purjehdusmatkansa toteutti. Juhani Ahon käyttämä vene oli siis luultavasti lainassa kauppaneuvos Hackmannilta. (Mäkinen 2013.)

3.2 Purjevene Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumassa

Ennen perinnepurjehdustapahtumaa, projekti alkoi Catboat – mallisen veneen rakentamisella. Kyseisestä venemallista ei ollut käytettävissä minkäänlaisia piirustuksia, joten sellaiset oli tehtävä itse. Piirustusten esikuvana toimi Lappeenrannassa vuonna 1910 rakennettu hieman pienempi Catboat, sekä Abo Akademin merihistoriallisesta arkistosta löytyneet, Rudder – lehdessä julkaistut muutamat piirrookset Catboat – veneestä. Veneenrakentaja Jarmo Häkkinen suoritti tietokonepohjaisen piirustusten suunnittelun. (Mäkinen 2013.)

Veneenrakennusvaihe kesti kokonaisuudessaan noin neljä vuotta. Rakennustyötä tehtiin pääsääntöisesti puuveneharrastajien talkootyönä, sekä viimeistelyvaiheessa lähes täysipäiväisesti muutaman veneenrakentajan voimin. (Mäkinen 2013.)

Purjevene nimettiin Dorikseksi, Doris Harkimon (os. Hackman) mukaan, sillä olihan Hackmannin suku lainannut alkuperäistä venettään Juhani Aholle.

4 HARJOITTELUNI SAIMAAN PURRET RY: LLÄ

Suoritin matkailualan opintoihini kuuluvan syventävän harjoittelun Saimaan Purret ry:llä kesän 2013 aikana. Harjoittelun ohjaajana toimiva Saimaan Purret ry:n pääsihteeri Ulla Pekkarinen. Harjoittelu tehtiin kolmen hengen opiskelijaryhmässä. Tapahtumakoordinaattoreiden tehtäväkuvaan kuuluivat purjehduksen kohdesatamiin järjestettävien tapahtumien suunnittelu ja järjestäminen, sidosryhmien saavuttaminen ja yhteydenpito, markkinointimateriaalin tuottaminen ja sosiaalisen median hoitaminen.

Harjoittelun alkuvaiheessa pidettiin ohjaajan ja muiden ryhmäläisten kanssa yhteisiä aivoriihitapaamisia, joiden aikana suunniteltiin alustavaa ohjelmaa ja aikataulua satamissa järjestettäviin tapahtumiin. Alustava suunnitelma esiteltiin Saimaan Purret ry:n kevätkokouksessa, jonka jälkeen hyväksi todetut suunnitelmat oli aika laittaa toteen.

Toukokuun 2013 lopussa aloitettiin yhteydenotot sidosryhmiin. Tärkeimpiä sidosryhmäläisiä olivat purjehduskaupunkien satamahenkilöt. Konkreettisen aluekuvan ja toimintaympäristön hahmottamiseksi harjoittelijaryhmämme suuntasi kesäkuun 2013 aikana kohti tapahtumasatamia. Tapahtumasatamissa selvitettiin purjeveneen mahdollinen nosto- ja laskupaikka, infopisteen sijainti sekä veneen mahdollinen yöpaikka. Kaikki tapahtumasatamat ottivat meidät lämpimästi vastaan ja yhteistyö sidosryhmien kanssa oli helppoa.

Heinäkuun alussa aloitettiin markkinointi sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median puolella jatkettiin jo vuonna 2011 aloitettua Jussin Pursi Blomia. Blogi löytyy osoitteesta:

<http://jussinpursi2013.wordpress.com>.

Blogia päivitettiin myös tapahtumien aikana ja blogin etusivua on <http://wordpress.com> – statistiikan mukaan katseltu yli 80 kertaa. Vähäisen katselumäärän selittänee tapahtumissa kävijöiden korkea ikä, joka ei välttämättä ole vielä tutustunut blogien maailmaan. Saimaan Purret ry:n nimissä päivitettiin myös Twitteriä ja Facebookia. Lehtimarkkinointi aloitettiin heinäkuun toisella viikolla ja tämän jälkeen markkinoinnista huolehti eri medioiden kiinnostus Juhani Ahon perinnepurjehdus tapahtumaa kohtaan.

Tapahtuman aikana harjoittelijaryhmämme kulki purjeveneen mukana satamasta toiseen, pitäen tapahtuman aikana pystyssä infopistettä. Pistellä oli asiakkaille jaettavaa materiaalia ja lapsille väri-tystehtäviä. Kuopion satamatapahtuma oli Saimaan Purret ry:n tärkein tapahtuma, jossa tapahtumaan kuuluivat lisäksi runoesitykset, näyttelijät ja puheet.



KUVA 3. Doris –vene Iisalmessa. (Kauppinen 2013.)

Elokuun 2013 alussa oli aika koota yhteen se, mitä olimme saaneet aikaiseksi. Palautekeskustelu käytiin harjoittelun ohjaajan ja harjoittelijoiden toimesta. Harjoittelu oli kokonaisuudessaan hyvin kattava ja antoisa. Harjoittelu antoi mahdollisuuden kehittyä tapahtumien tuottamisessa ja organisoimisessa, luoda suhteita tapahtuma-alueen sidosryhmiin ja kehittää projektityöskentelytaitoja.



KUVA 4. Iisalmen tapahtuma. (Kauppinen 2013.)

5 PROJEKTI

Projekti on kertaluontoinen, ajallisesti rajattu tehtäväkokonaisuus ja toimintaympäristö, joka pyrkii selkeästi sille annettuja tavoitteita kohti. Projektin toteuttamista varten on määritelty tietyt resurssit, koskien budjettia ja aikamääreitä. Projekti myös harvoin toistuu täysin samanlaisena, vaan se on yleensä ainutkertainen. Yleensä projektissa toimiva organisaatio on myös kertavaikutteinen. (Silfverberg, 1998.)

Kauhanen, Juurakko ja Kauhanen (2002, 24–25.) määrittelee projektin ajallisesti rajatuksi, kertaluontoiseksi ja selkeät tavoitteet omaavaksi tehtäväkokonaisuudeksi. Tehtäväkokonaisuuden toteuttamisesta vastaa juuri siihen määritelty tietty organisaatio, joka voi käyttää tehtäväkokonaisuuden toteuttamiseen siihen määritellyt voimavarat.

Juhani Ahon purjehdustapahtuma oli Saimaan Purret ry:n projekti. Tapahtumaa varten koottiin tietty organisaatio ja sille asetettiin tarkka aikamääre. Tapahtuma oli kertaluontoinen ja siinä oli käytössä ennalta käteen määritellyt voimavarat niin henkilöstön kuin taloudellistenkin voimavarojen suhteen.

Projektille tyypillisiä piirteitä ovat myös:

- elinkaari
- tavoitteet
- itsenäinen kokonaisuus
- ryhmätyöskentely
- vaiheistus
- ainutkertaisuus
- muutos
- seurannaisperiaate
- yhtenäisyys ja epäyhtenäisyys
- yhteistyökumppanit
- riski ja epävarmuus

(Kauhanen ym. 2002, 24-25.)

Juhani Ahon purjehdustapahtuma sisälsi selkeät tavoitteet ja elinkaaren. Päätepisteenään elokuun 2013 loppu, jolloin jälkimarkkinointivaihe oli ohitettu. Tapahtuma oli itsenäinen kokonaisuus, joka sisälsi yhteistyökumppaneita, mutta kuitenkin niin, että päävastuu säilyi kokoajan samalla projekti-ryhmällä.

Tapahtumassa oli havaittavissa myös vaiheistusta, eli kasvua, kypsymistä ja myös kuihtumista. Projekti oli kaikille projektiryhmässä mukana olleille oppimisprosessi, sillä tämänkaltaista tapahtumaa ei ollut koskaan aiemmin järjestetty. Ryhmätyöskentely oli tapahtuman suunnittelu ja toteutusvaiheen tärkein asia. Etenkin opiskelijoista koostuvassa kolmen henkilön tapahtumakoordinaattoriryhmässä toimiminen vaati ryhmätyöskentelytaitoja ja yhteen hiileen puhaltamista. Ryhmätyöskentely ja yhteistyö veivät asioita eteenpäin.

Tapahtuma on ainutkertainen, sillä koskaan ei täysin samalla kokoonpanolla, aikavälillä tai ympäristöllä projektia voida toistaa. Vaikka tapahtuma tulevaisuudessa järjestettäisiinkin samalla perusperiaatteella, se olisi silti taas uusi ja ainutlaatuinen.

Etenkin tapahtuman toteutusvaihe oli täynnä muutoksia. Ulkotapahtumaa tyypillisesti rajoittavat sääolosuhteet tekivät muutoksia itse tapahtumien aikana. Myös taloudelliset puitteet aiheuttivat joi-takin muutoksia. Tärkeintä muutosten ilmaantuessa oli soveltaa jo suunniteltuja tapoja ja menetelmiä uuteen malliin. Muutosten ilmaantuessa projektiryhmän ongelmanratkaisukyky ja yhteishenkinessivät esille.

Seurannaisperiaatteen toteutuminen oli selvää Juhani Ahon purjehdustapahtuman osalta. Vastaedellisen projektinvaiheen tulokset saatua, pystyi toteuttamaan seuraavaa. Meneillään olevan vaiheen perusteella ei voinut ennustaa tulevaa. Seurannaisperiaatteen toteutuminen ajoi luovuuden käyttöön, sillä edellisen vaiheen tulosten osalta saattoi seuraavan vaiheen alustavat suunnitelmat kääntyä aivan toiseen suuntaan.

Projektiryhmä koostui hyvin erilaisista ihmisistä. Esimerkiksi ikähaarukka ja mielenkiinnonkohteet vaihtelivat laidasta laitaan. Myös näkemyserot koskien ympäristöä ja tekniikkaa poikkesivat toisistaan. Tämä kuului kuitenkin yhtenä osana projektin yhtenäisyyteen ja epäyhtenäisyyteen. Projektiryhmä toimi alkuun epäröiden ja toisiin ryhmäläisiin tutustuen hieman vaisusti. Kuitenkin projektin loppua kohden ryhmästä oli muodostunut yhtenäisempi ja projektiin täysin sitoutunut ryhmä.

Yhteistyökumppanit toimivat suuressa osassa Juhani Ahon purjehdustapahtumaa. Yhteistyötä näkyi niin sponsoreina kuin partnereina. Yhteistyökumppaneiden voimavarojen avulla projekti saatiin toteutettua. Tämän takia yhteydenpito yhteistyökumppaneiden kanssa koko projektin ajan oli erittäin tärkeää.

5.1 Projektiryhmä

Projektissa toimii aina projektipäällikön alaisuudessa toimiva projektiryhmä. Ryhmä voi koostua ihmisistä, jotka kuuluvat järjestävään organisaatioon, yhteistyökumppaneihin, alihankkijoihin tai tapahtumatoimistoihin. Ideointi- ja käynnistysvaiheessa projektiryhmään voi kuulua paljonkin eri henkilöitä. (Vallo ja Häyrinen 2012, 228.) Projektiryhmän koko voi vaihdella tapahtumasta riippuen, mutta suurta järjestävää joukkoa on aina vaikeampi hallita. Suuressa ryhmässä yhteenkuuluvuuden tunne on myös haastavampaa saavuttaa. (Forsyth 1999, 69–80.)

Projekti ja sen vastuut kannattaa jakaa osiin, niin että tietyt henkilöt vastaavat tietyistä toiminnoista. Vastuuhenkilöt raportoivat omista toiminnoistaan kaikille yhteisessä projektikokouksessa. Tämän avulla voidaan varmistaa, että kaikki toiminnot etenevät eikä vastuu toiminnoista käy liian isoksi yhdelle henkilölle. (Vallo ja Häyrinen 2012, 228–229.)

Kokonaisuudessaan Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtuman projektiryhmä koostui Saimaan Purret ry:n jäsenistä, veneenveistäjistä, yhteistyökumppaneista, sidosryhmistä, tapahtumajärjestäjästä, opiskelijoista sekä monista muista vapaaehtoisista yksityishenkilöistä. Projektiryhmä oli siitä erikoinen, että se tuntui kasvavan projektin edetessä. Toisaalta niin oli myös tarkoitus. Uusia sidosryhmiä mukaan hankkiessa, haluttiin antaa sidosryhmille mahdollisuus myös osallistua mukaan tapahtumien suunnitteluun. Tämä toi lisää uusia ideoita tapahtumien ohjelmaan ja myös tapahtuman alkuperäisille ideoijille uusia näkökulmia toimintatapoihin.

Vaikka Forsythin mielestä suurta järjestävää joukkoa on vaikea hallita, on suuren järjestävän joukon sisällä paljon enemmän ideointia ja luovuutta kuin pienemmän joukon. Hallittavuus nousi kuitenkin haastavaksi tälle joukolle, sillä yhteydenpito ja tehtävienjako muuttuivat haastavammaksi kuin järjestävään joukkoon kuului kymmenittäin ihmisiä.

Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumassa projektipäällikkö jakoi tehtäviä ja vastuita tietyille henkilöille ja pääasiassa niiden mukaan toimittiin. Vaihtuvat olosuhteet, kesälomat ja aikataulut muuttivat kuitenkin usein suunnitelmia. Tällöin tehtävien ja vastuun siirtäminen henkilöltä toiselle helpotti koko tapahtumaprosessin sujuvuutta. Projektitapaamiset projektipäällikön kanssa pyrittiin tekemään tasaisin väliajoin, jotta kaikki tiesivät missä kohtaa tapahtumaprosessia ollaan menossa. 2013 vuonna ei kuitenkaan aika vaadittu konkreettista tapaamista, vaan sähköpostiviestit ja puhelut hoitivat tapaamisten virkaa.

5.2 SWOT – analyysi

Nelikenttäänalyysi eli SWOT (strength, weakness, opportunity and threat) – analyysi on hyvä työkalu projektin alussa käytettäväksi. Etenkin yleisötapahtuman järjestämistä suunniteltaessa SWOT – analyysin avulla saadaan monista ideoista selville juuri se vaihtoehto, jota kohti organisaation kannattaa lähteä toimintaansa tai tapahtumaansa kehittämään. (Kauhanen ym. 2002, 27.)

SWOT – analyysissa vertaillaan järjestävän organisaation ja tapahtuman sisäisten tekijöiden vahvuuksia ja heikkouksia, sekä ulkoisten tekijöiden mahdollisuuksia ja uhkia. Taulukko näyttää nykyhetken tilanteen vahvuuksien ja heikkouksien avulla ja mahdollisesti myös tulevaisuuden tilanteet mahdollisuuksien ja uhkien avulla. (Suomen Riskienhallintayhdistys, 2014.)

Sisäiset tekijät	Vahvuudet	Heikkoudet
	ilmainen osallistuminen laaja kohderyhmä ainutlaatuinen paljon yhteistyökumppaneita kytkeytyminen paikkaan ja henkilöihin suuri projektiryhmä projektiryhmän aito kiinnostus projektiin hyvänmielen tapahtuma	tapahtumapaikkojen etäisyys tiukka budjetti kesälomat sotkevat projektia kulttuuritapahtuman kiinnostavuus suuren projektiryhmän hallittavuus
Ulkoiset tekijät	Mahdollisuudet	Uhat
	ainutlaatuinen tapahtuma koko Suomessa voi poikia lisää purjehdustapahtumia uudet kontaktit saattaa lisätä sisävesimatkailua	muut kesätapahtumat sääolosuhteet projektiryhmän väsyminen ongelmat purjehduksessa

KUVIO 1. SWOT – analyysi Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumasta. (Mukaiillen Kauhanen ym.2002, 27.)

Suomen Riskienhallintayhdistyksen (2014) mukaan analyysistä löytyviä vahvuuksia tulisi vahvistaa entisestään ja hyödyntää niitä myös jatkossa. Heikkouksia tulisi parantaa ja korjata, sekä lieventää niiden heikkouksien vaikutusta joita ei täysin pystytä poistamaan. Mahdollisuudet tulee hyödyntää ja uhkiin on varauduttava. Kun uhkat tiedostetaan ja niitä varten tehdään suunnitelmia, eivät ne pääse yllättämään. Swot-analyysin perusteella saadaan helposti selville myös kehittämiskohteita.

Juhani Ahon perinnepurjehduksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat on täydennetty kuvioon 1. Voimme analyysin avulla päätellä, että tapahtumalla on enemmän vahvuuksia kuin heikkouksia. Lähes kaikkia heikkouksia on mahdollista parantaa ja korjata seuraavaa tapahtumaa varten esimerkiksi huolellisemmalla suunnittelulla ja vastuunjakamisella. Mahdollisuuksia on myös paljon, koska tapahtuma on ainutlaatuinen tapahtuma koko Suomessa. Uhkatekijöihin pystytään varautu-

maan huolellisen suunnittelun avulla esimerkiksi siirtämällä tapahtumat sisätiloihin huonojen keliin sattuessa tai vaihtamalla projektiryhmäläisten tehtäviä, jotta vireystaso pysyy yllä.

6 TAPAHTUMAPROSESSI

Tapahtuma kulkee kolmijakoisen prosessin mukaisesti: suunnittelusta toteutukseen ja toteutuksesta jälkimarkkinointiin. Vallon ja Häyrisen mukaan (2012, 157), tapahtumaprosessi vaatii kokonaisuudessaan aikaa vähintään kaksi kuukautta, jotta onnistuminen olisi mahdollista. Kaksi kuukautta riittää, jos asiat sujuvat ilman ongelmia.



KUVIO 2. Tapahtumaprosessin kulku. (Mukaillen Vallo ja Häyrinen 2012,157.)

6.1 Suunnitteluvaihe

Tapahtuman suunnitteluvaiheessa on hyvin tärkeää, että kaikki tapahtuman toteutukseen osallistuvat ovat mukana jo tässä vaiheessa. Jos tämä ei ole mahdollista, on tärkeää ottaa kyseiset osallistujat mukaan mahdollisimman pian. Näin osallistujat ovat sitoutuneita ja motivoituneita tapahtuman järjestämiseen ja tavoitteisiin, kun heidän näkökulmansa ja ajatuksensa ovat mukana tapahtuman toteuttamisessa heti alusta alkaen. Täysin uusia ideoita ja yhteisöllisyyttä tapahtuman suunnitteluun tuo myös henkilö, joka kuuluu tapahtuman kohderyhmään. Tällöin tapahtumaan saadaan luotua elementtejä, joihin kohderyhmä todella haluaa osallistua.

(Vallo ja Häyrinen 2012, 158).

Suunnitteluvaiheessa käytännön asioita kannattaa kysellä muilta tapahtumaan osallistuvilta jäseniltä. Tällöin kaikkien mielipiteet tulevat esille ja esille tulleista ideoista voidaan hyötyä jo suunnitteluvaiheessa. Kauhanen, Juurakko, Kauhanen tuo myös ilmi ulkopuolisen henkilön tärkeyttä suunnitteluvaiheessa. Ulkopuolinen henkilö voi antaa täysin uuden näkökulman tai ratkaisun ongelmaan, jota muut suunnitteluun osallistuvat jäsenet eivät ole tulleet ajatelleeksi. (Kauhanen ym. 2002, 48.)

Juhani Ahon perinne purjehduksen projektiryhmä koostui pääosin henkilöistä, jotka itse olivat myös kyseisen tapahtuman kohderyhmää. Ajatus siitä, mitä itse asiakkaina kyseiseltä tapahtumalta haluttiin, siivitti ideointia koko suunnittelun ajan. Alkuperäinen projektiryhmä oli aloittanut toimintansa jo vuonna 2005, mikä motivoi ja sitoutti projektiryhmää kohti parhainta lopputulosta. Projektiryhmän yhtenäistymiselle tuli kuitenkin varata aikaa, sillä osa projektiryhmäläisistä oli toisilleen entuudestaan täysin tuntemattomia.

Restonomiopiskelijoiden ryhmä toi mukaan tapahtuman suunnitteluvaiheeseen vielä nuorten aikuisten ja opiskelijoiden kohderyhmää. Tämä helpotti tapahtuman sisällön valintaa, sillä nyt tiedettiin mitä nuoret opiskelijat Juhani Ahon perinnepurjehdus tapahtumasta haluaisivat. Myös yhteistyökumppaneiden mielipiteet tapahtumasisällöistä oli merkittäviä ja näin vahvistettiin etenkin Kuopion alueen toimijoiden yhteistyötä ja verkostoitumista.

6.1.1 Tapahtuman tavoitteet

Tapahtumaa järjestettäessä on syytä pohtia miksi tapahtuma ylipäätään halutaan järjestää? Mitä tapahtumalla halutaan saavuttaa? Ilman tavoitetta, johon lopputulosta voitaisiin arvioida, on lähes mahdotonta tietää onnistuiko tapahtuma. Konkreettinen tavoite, joka antaa suoran palautteen tuloksen saavuttamisesta on hyvä. Tällöin tapahtuman järjestäjät saavat heti tiedon siitä, onnistuiko tapahtuma halutulla tavalla vai ei. (Vallo ja Häyrinen, 2012, 109–112.)

Myös Shonen ja Perryn (2004, 84) mukaan, tavoitteiden määrittely aloittaa jokaisen tapahtuman suunnittelun. Kun organisaatiossa selvitetään mitä tapahtumalla todella aiotaan saavuttaa, organisaatio saa myös ajatuksen siitä millainen tapahtuma tulisi järjestää, jotta sen tavoitteet vastaisivat myös kohdeyleisöä.

Iiskola-Kesosen (2004, 9) mukaan tapahtumaa ei tule järjestää liian nopeasti, vaan huolellisella suunnittelulla tapahtuman onnistuminen on paremmin taattua. Tavoitteet auttavat tapahtuman onnistumisessa ja ne voivat liittyä tapahtuman imagoon, kilpailutilanteeseen tai talouteen. Tavoitteena voi myös olla tietyn alueen elävöittäminen tai ihmisten aktivointi.

Ensisijaiset tavoitteet ovat tapahtuman päätavoitteita, joiden selvittämisessä tärkeää on päästä yhteisymmärrykseen koko organisaation kesken. Yhteinen, koko tapahtuman organisaatiolle selvillä oleva tavoite helpottaa päätöksentekijöitä ottamaan kantaa asioihin tapahtumaprosessin aikana. Käytännössä tapahtumalla on kuitenkin aina useampia tavoitteita, joita ilman tapahtuma ei saavuta ensisijaisia tavoitteitaan. (Kauhanen ym. 2004, 36;45–46.)

Myös Shonen ja Perryn (2004, 84) mielestä korkeintaan kaksi ensisijaista tavoitetta on sopiva määrä. Nämä tavoitteet voi kuitenkin pilkkoa useammaksi pienemmäksi tavoitteeksi, jolloin niiden saavuttaminen voi olla helpompaa. Pienempiä tavoitteita ei kuitenkaan tulisi olla kuin korkeintaan kuusi kappaletta, tällöin kokonaiskuva ensisijaisesta tavoitteesta pysyy kirkkana.

Juhani Ahon perinnepurjehdus tapahtuman tavoitteena oli tietyn alueen elävöittäminen. Purjehduksella haluttiin edistää Saimaan ja Kallaveden alueen sisävesimatkailua ja suomalaista purjehduskultuuria. Purjehdus toi myös esille vanhaa veneenrakennus historiaa, sillä kyseessä oli 1800-luvun rekonstruktiona valmistettu purjeverene.

Tapahtuman suunnittelun alkuvaiheessa kaikki toiminta pyrittiin viemään kohti ensisijaisia tavoitteita. Kuitenkin toteutusvaiheen aikana ilmaantui myös pienempiä välitavoitteita, jotka koskivat pääasiassa tapahtuman markkinointia. Suunnitteluvaiheessa olisi ollut hyvä tuoda myös nämä pienemmät tavoitteet ilmi projektiorganisaatiolle, jotta toteutusvaihe olisi ollut kaikille selkeämpi.

6.1.2 Paikka ja ajankohta

Paikat perinnepurjehdus tapahtumille valikoituivat suoraan Juhani Ahon purjehdus sisävesillä kertomuksesta. Kyseiset kaupungit ja kunnat olivat myös itse halukkaita yhteistyöhön tapahtuman tiimoilta. Tapahtumapaikkojen sijainti pitkien välimatkojen päässä toisistaan aiheutti kuitenkin lisäkustannuksia ja lisätyötä. Tapahtuma sai kuitenkin positiivista palautetta siitä, että se järjestettiin myös pienemmällä paikkakunnilla, joiden satamissa tapahtumia oli muutenkin harvoin.

Tapahtumajärjestäjän onkin hyvä ymmärtää, että järjestelyt vierailta paikkakunnilla saattavat olla erilaisia kuin tutuissa paikoissa. Paikkaa pohtiessa on myös tärkeää huomioida tapahtumaan osallistuvat henkilöt ja tapahtuman luonne. (Vallo ja Häyrinen, 2012, 139–141.)

”Ja sen tarkoitus olisi osoittaa, että huvipurjehdus sisävesillä on yhtä mahdollinen kuin saaristossa-kin, jota merenranta-purjehtijat useinkin ovat taipuvaiset epäilemään. Ahtaat vedet! sanovat he. Matalat rannat, luotoja ja kareja kaikkialla ja ennen kaikkia kelvottomat, epätasaiset tuulet!

On kuitenkin eräänlaisia purjevenheitä, jotka samoin kuin nuo niin suureen käytäntöön tulleet palkoveneet eivät ole suomalaista keksintöä, mutta jotka kuitenkin ovat kuin meitä varten keksityt. Ne ovat n. s. centerboards, joita on ja valmistetaan jo koko joukko Viipurissa, mistä ne ovat päässeet Kuopioonkin päin leviämään. – Ja se oli sellaisella venheellä kuin allekirjoittanut muutamain Viipurin purjehdusseuran jäsenten hyväntahtoisella välityksellä pääsi panemaan toimeen kokeensa purjehtia Viipurista Iisalmeen.” (Aho, 1983.)



KUVA 5. Juhani Ahot Lapinlahdella. (Kauppinen 2013.)

Näin kirjoittaa Juhani Aho matkakertomuksessaan Nuori Suomi albumissa vuonna 1893. Purjehdus sisävesillä kertomuksessa Aho kuvailee purjehdus säätä ja olosuhteita sekä paikkakuntia joiden kautta hän purjehti. Nämä paikkakunnat: Lappeenrannan Lauritsala, Puumala, Savonlinna, Kuopio, Lapinlahti, Iisalmi ovat paikkoja, joihin kesän 2013 tapahtumat sijoituivat. Paikoilla oli merkityksensä Juhani Ahon aikana ja paikoilla on merkitys myös nykypäivän ihmisille.

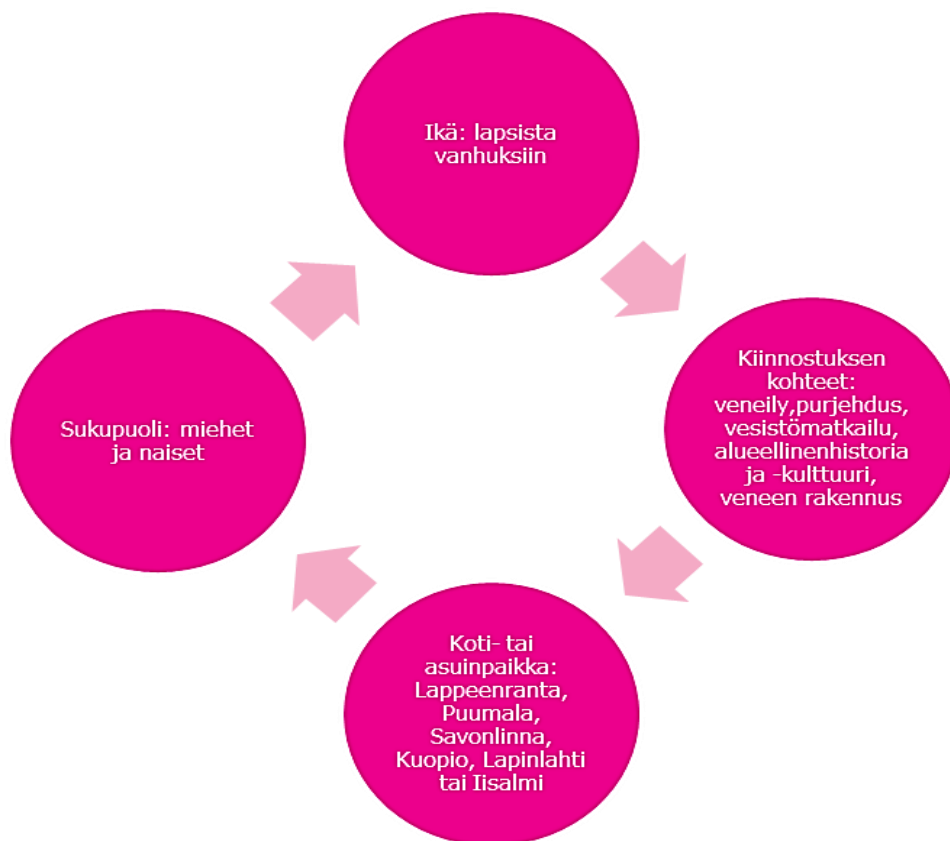


KUVA 6. Doris aallokossa. (Kauppinen 2013.)

6.1.3 Kohderyhmä

On tärkeää pohtia kuka ja ketkä kuuluvat siihen ryhmään, jotka haluavat osallistua tapahtumaan. Nämä ihmiset muodostavat kohderyhmän, jolle tapahtumaa tuotetaan ja markkinoidaan. Kohderyhmä voi olla tarkasti rajoitettu joukko tai avoin yleisö. Kohderyhmää tulee tarkastella myös mielenkiinnonkohteiden, iän ja elämäntyylin perusteella. Näin saadaan rajattua haluttu kohderyhmä sellaiseksi, jota varten tapahtuma järjestetään. (Shone ja Parry, 2004, 145–146.)

Myös Vallon ja Häyrisen (2012, 120) mukaan kohderyhmää voivat olla yksittäinen rajattu kutsuvierasjoukko, avoin kutsuvierasjoukko tai suuri yleisö. Kohderyhmä valikoituu sen mukaan, mitä tapahtumalla on kohderyhmälle tarjota. Kohderyhmä tuleeikin tuntea hyvin, jotta tapahtuman sisältö todella koskettaa juuri kyseistä ryhmää.



KUVIO 3. Kohderyhmän valintaan perustuvat kriteerit Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumassa.

Juhani Ahon perinnepurjehdus tapahtuman kohderyhmää kartoitettiin pääsääntöisesti neljän kriteerin avulla. Tapahtuman pääaiheina olivat kirjailija Juhani Aho ja hänen purjehdusmatkansa sekä purjehdusrakennus ja historia. Nämä asiat määrittivät kohderyhmää etenkin kiinnostusten kohteiden perusteella. Tapahtuman tavoitteena oli edistää Saimaan ja Kallaveden alueen sisävesimatkailua ja tuoda esille purjehdusrakennus historiaa. Nämä tavoitteet kohdistuivat siis ihmisiin, joiden mie-

lenkiinnon kohteisiin tai harrastuksiin kuuluivat veneily. Tapahtumaan osallistujien toivottiin hyödyn-
tävän tätä kaunista veneilyreittiä Saimaan ja Kallaveden alueella.

Tapahtuman ikäkriteeri oli laaja. Kävijöitä toivottiin lapsista vanhuksiin, joskin itse vene ja sen ra-
kennusprojekti toivat tapahtumaan selkeästi enemmän mieskävijöitä, kun taas Juhani Ahon ja hänen
purjehdusmatkansa kiinnosti tasavertaisesti sekä naisia että miehiä. Nämä tulokset saatiin tapahtu-
missa toteutetun havainnoinnin ja palautekeskustelun tuloksina.

Kiinnostuksen kohteina tapahtumaan osallistuneille asetettiin kiinnostus veneilyä ja purjehdusta koh-
taan, sekä kiinnostus oman alueen historiaan Juhani Ahon tarinoiden pohjalta.

Myös koti- ja asuinpaikalla oli suuri merkitys kohderyhmän asettamiseen. Paikat ja alueet joissa Aho
oli purjehtinut ja niistä tarinoitaan kirjoittanut toivat alueen asukkaille merkitystä tapahtumaan osal-
listumisessa. Näin tapahtumaan osallistujat pääsivät olemaan yhtä historian kanssa ja pääsivät pa-
remmin osaksi tapahtumaa.

6.1.4 Rahoitus ja budjetti

Yksi keskeisimmistä riskeihin liittyvistä tekijöistä tapahtuman suunnittelussa on rahoitus. Rahoitus on
haastava osa-alue ja voi vaivata esimerkiksi organisaation hallituksen jäseniä vielä pitkän aikaa ta-
pahtuman jälkeen, jos he ovat olleet henkilökohtaisesti vastuussa rahallisesta tilanteesta. (Kauhanen
ym. 2004, 59.)

Organisaation oma rahoitus

- toimintabudjetista varatut rahat

Tapahtuman tuotot

- myyntipaikkatulot
- pääsylipputulot

Ulkopuoliset lähteet

- sponsorit
- tappiontakaus
- tuet ja avustukset

KUVIO 4. Rahoituksen lähteet. (Mukaiillen Kauhanen, Juurakko ja Kauhanen 2004, 59.)

Kuvion 4 mukaan organisaatiolta voi löytyä omaa tapahtumaa varten varattua rahaa, joka voi olla
toimintabudjetista säästettyä. Rahoituksen lähteenä toimii usein myös itse tapahtumasta saadut tu-
lot. Tulot koostuvat usein tapahtuman pääsylippu- tai osallistumismaksuista. Osallistumis- ja pääsy-

lippumaksun hintaa tulee kuitenkin pohtia, sillä se on yksi keskeisimmistä tekijöistä. Kolmas rahoituksen lähde kuvion 3 mukaan on ulkopuoliset lähteet. Sponsoreiden ja avustusten hankinta on useimmiten kuitenkin vaikeaa. Sponsoroinnin hankinta vaatii sitkeyttä ja ammattitaitoista osaamista. Usein sponsorointi ei myöskään ole täysin yksisuuntaista ja vastikkeetonta vaan aiheuttaa usein tapahtuman järjestäjälle joitakin kuluja. Tappiontakaus on myös yksi rahoituksen lähde, esimerkiksi kunnat voivat lähteä tukemaan epäsuoranaisella tavalla tapahtumia.

(Kauhanen ym. 2004, 59.)

Rahoituksen kannalta on syytä tehdä tapahtumalle oma budjetti. Budjettiin tulisi määritellä edes suuntaa antavasti se, kuinka paljon mikäkin maksaa. Budjettia voi tarkastella aiemmin toteutettuun samankaltaisen tapahtuman budjettiin. Tällöin saadaan realistinen kuva siitä, miten paljon rahaa tapahtuma vaatii. (Vallo ja Häyrinen 2012, 147–149.)

Kulu- ja tuotantobudjetti selkeyttää tapahtuman rahoituksen pohtimista. Kulu- ja tulobudjettien tarkkailun avulla saadaan selkeä tieto siitä, mistä ja kuinka paljon rahaa on tullut ja mihin sitä on mennyt. (Vallo ja Häyrinen 2012, 149–150.)

Saimaan Purret ry toimii lähes täysin vapaaehtoisten voimin, vain veneenveistäjät ovat palkkalistoilla olevia työntekijöitä. Tämän ansiosta Saimaan Purret ry on pystynyt säästämään kuluissa huomattavasti. Tapahtuman alkuperäistä rahoitusta lähdettiin hakemaan ulkopuolisten rahoituslähteiden avulla. Saimaan Purret ry:n tekemän taustatyön avulla löydettiin Juhani Ahon tarinaan liittyviä mahdollisia sponsorointi ja avustus yhteyksiä. Näiden lukemattomien yhteistyökumppaneiden avulla tapahtuma saatiin toteutettua.

Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumissa ei kerätty lippu- tai pääsymaksuja eikä tapahtumalla haluttu kerätä tuottoja tai voittoa. Tämä loi tiettyjä haasteita tapahtuman järjestämiselle. Tapahtuma haluttiin kuitenkin pitää kaikille avoimena, hyvänmielen tapahtumina. Toinen syy siihen, miksi tapahtumalla ei haluttu kerätä tuottoja, oli pelko siitä, että kulttuuritapahtuma osallistumismaksulla karkottaisi tapahtuman kävijät. Tämän takia myös kaikki tapahtumissa jaettu materiaali oli tapahtuman kävijöille ilmaista.

6.1.5 Markkinointi

Kotler (2000, 6) määrittelee markkinoinnin yksinkertaisimmillaan ihmisten tarpeiden tunnistamiseksi ja niihin vastaamiseksi. Markkinoinnin määritelmä on aiheuttanut kuitenkin keskustelua, sillä määritelmän tulisi olla niin yleispätevä, jotta se vastaisi kaikkien palveluiden ja tuotteiden laajaa kirjoa sekä markkinoita niin kuluttajille kuin yrityksillekin.

Iiskola-Kesosen (2004, 54–55) mukaan asiakkaiden tarpeiden selvittäminen, niihin vastaaminen oikeanlaisilla tuotteilla ja niiden tuonti asiakkaan saataville ovat tärkeintä. Markkinoinnissa kyse on myös hyvästä palvelusta, jota asiakkaalle voidaan antaa kun hänen tarpeensa ja toiveensa tiedetään.

Tapahtuma tarvitsee markkinointisuunnitelman, joka kertoo millä tavalla tapahtumaa halutaan tuoda ilmi niin, että ihmiset haluaisivat osallistua tapahtumaan. Markkinoinnin suunnittelussa tulee miettiä kenelle tapahtuma on tarkoitettu, ketä sinne halutaan, maksaako tapahtuma ja mikä on markkinointikeinomme? Markkinointi lähtee käyntiin asiakaslähtöisesti. (Shone ja Parry 2004, 144–146.)

Asiakaslähtöiseen markkinoinnin suunnitteluun ja toteuttamiseen kannustaa myös Iiskola-Kesonen. Asiakaslähtöisessä markkinoinnissa tärkein tehtävä on selvittää mitä kohderyhmä eli tapahtuman mahdolliset osallistujat tapahtumalta toivovat. Tieto toiveista voidaan hankkia esimerkiksi kyselyn avulla tai ottamalla projektiryhmään jäsen, joka kuuluu myös kohderyhmään. (Iiskola-Kesonen 2004, 52–54.)

Kun tarvittava tieto on saatu, täytyy pohtia millä tavoin tätä toivotunlaista tapahtumaa voisi kohderyhmän tietoisuuteen tuoda. Tapahtuman markkinointi voidaan jakaa neljään osa-alueeseen.



KUVIO 4. Tapahtuman markkinoinnin osa-alueet. (Mukaillen Iiskola-Kesonen 2004, 58.)

Tapahtuman tavoitteiden ja itse tapahtuman markkinointia tulee kohdentaa myös tapahtuman tekijöille. Tämä perehdyttää tapahtuman tekijöitä tapahtuman toimintatapoihin ja tavoitteisiin. Markkinointi tuo myös tapahtuman työyhteisöön yhteenkuuluvuuden tunnetta ja sitouttaa yhteiseen työhön. Kun tavoitteet ja tapahtuma itsessään ovat selvillä työntekijöillä, on heidän myös helpompi palvella asiakkaita tapahtumassa. Odotukset tapahtuman suhteen ovat helpompi saavuttaa, kun kaikki tietävät mitä tapahtumalta halutaan. (Iiskola-Kesonen 2004, 56–58.)

Yleisömarkkinoinnissa painotetaan yleisön haalimiseen. Yleisö saattaa olla esimerkiksi tapahtuman tulojen kannalta yksi tärkeimmistä markkinoinnin kohteista. Yleisömarkkinointi on usein hyvin näkyvää markkinointia, jolla pyritään edistämään tapahtuman myyntiä. (Iiskola-Kesonen 2004, 56–58.)

Kun tapahtumaa markkinoidaan sidosryhmille, on kyseessä yhteistyökumppaneille markkinointi. Kuten yleisömarkkinoinnilla myös yhteistyökumppaneille markkinoinnilla voi olla suuri vaikutus tapahtuman taloudellisiin asioihin. Tämän takia hyvä ja tehokas markkinointi myös sponsoreille tai aineettomien avustuksien mukaan lähteneille sidosryhmille on erityisen tärkeää. (Iiskola-Kesonen 2004, 58.)

Osallistajat voivat olla esimerkiksi urheilutapahtuman kilpailijat tai messujen kävijät. Yleisöä saadaan usein asiakkaiksi osallistujien ansiosta, tällöin osallistajat vaikuttavat paljon yleisölle tarjottavaan tapahtuman sisältöön. Tietyn tyyppisissä tapahtumissa osallistujien markkinointi on siis erittäin tärkeää. (Iiskola-Kesonen 2004, 58.)

Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtuman markkinoinnissa sisäinen markkinointi nousi lähes tärkeimmäksi tapahtuman markkinoinnin osa-alueeksi. Yhteisten tavoitteiden ja toimintatapojen läpikäynti koko projektiryhmän kesken loi yhteenkuuluvuuden tunnetta ja auttoi pitämään projektia kassassa. Jokainen projektiin kuuluva työntekijä pyrki omalla toiminnallaan markkinoimaan tapahtumaa eteenpäin ja luomaan positiivista kuvaa tapahtumasta. Sisäinen markkinointi myös auttoi palvelemaan tapahtuman asiakkaita paremmin, sillä tarina Juhani Ahon purjehdusmatkasta ja veneen rakennuksesta kulkivat sisäisen markkinoinnin kautta. Näin ollen jokainen työntekijä pystyi antamaan tietoa tapahtuman sisällöstä asiakkaille.

Yleisömarkkinointi Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumassa painottui tiettyyn kohderyhmään. Kohderyhmät olivat pääsääntöisesti tapahtumakaupunkien asukkaita. Yleisömarkkinointia toteutettiin sosiaalisessa mediassa, televisio- ja radiomainonnassa sekä lehtimainonnan avulla. Tärkeässä osassa oli myös puskaradio, jota edes auttoi hyvä sisäinen markkinointi. Yleisömarkkinoinnin avulla pyrittiin saavuttamaan tapahtuman tavoitetta.

Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtuma toteutettiin lähes kokonaan vapaaehtoistyön voimin, joten tapahtuman toteuttaminen vaatii hyvää sidosryhmäverkostoa. Markkinointi yhteistyökumppaneille olikin tärkeä tapahtuman markkinoinnin osa-alue, jonka taloudelliset vaikutukset olivat tämän tapahtuman elinehto. Markkinointia yhteistyökumppaneille toteutettiin ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja etenkin tapahtuman jälkeen.

Varsinaisia osallistujia ei perinnepurjehdustapahtumassa ollut. Yleisö kuitenkin osallistui sekä aktiivisesti, että passiivisemmin tapahtumien ohjelmaan, joten osan asiakkaita pystyi luokittelemaan myös tapahtuman osallistujaksi. Varsinaista osallistujille kohdistuvaa markkinointia ei kuitenkaan ollut, eikä sitä koettu tarpeelliseksi. Purjeveneen purjehtijat olivat osaltaan osallistujien roolissa, mutta koska heistä suurin osa kuului myös tapahtumaa järjestävään projektiryhmään, sisäinen markkinointi oli tärkeämpää.

6.1.6 Mainonta

Mainonnan avulla voidaan kertoa tapahtuman sisällöstä, luoda mielikuvia järjestävästä organisaatiosta ja herättää ostohalukkuutta. Tapahtumien onnistumista ajatellen, mainonnalla voi toisinaan olla hyvin suuri rooli, kun taas toisinaan se voi olla vaatimatonkin. On tärkeää pohtia mikä osuus mainonnalla oman tapahtuman kannalta on. Mahdollisuuksien mukaan on hyvä käyttää ammattilaista apuna kun mainontaa aletaan suunnitella. Mainonta on asia, jossa ei saa epäonnistua. Tapahtuman kohderyhmä määrittelee sen, mitä medioita on syytä käyttää. (Kauhanen ym. 2002, 116.) Myös Vallo ja Häyrinen (2012, 55) tuovat esille kohderyhmän ja tapahtuman tavoitteiden tärkeyden mainonnansuunnittelussa. Esimerkiksi nuorille suunnattua ilmais konserttia kannattaa markkinoida ja mainostaa sosiaalisen median yhteisöjen avulla (Facebook ja Twitter). Jos tapahtuman kohderyhmänä ovat taluspäälliköt, on syytä mainostaa tapahtumaa heille läheisissä medioissa kuten talouslehdissä tai taluspäälliköiden ammattijulkaisuissa.

Juhani Ahon perinnepurjehduksen kohderyhmä oli laaja ja tämän takia myös medioiden valinta oli haastavaa. Koska Saimaan Purret ry oli ylläpitänyt veneenrakennus blogia jo useamman vuoden ajan, koettiin hyväksi tavaksi jatkaa blogin pitämistä sosiaalisessa mediassa myös itse tapahtuman aikana. Blogin avulla haluttiin tiedottaa ihmisiä aikatauluista, ohjelmasta sekä yllättävistä asioista. Blogin avulla pääsi myös seuraamaan purjehduksen kulkua, jos ei päässyt paikanpäälle. Blogista löytyi myös kattavasti kuvia itse purjeveneestä. Tapahtumissa käyneet asiakkaat oli helppo ohjata blogin puolelle seuraamaan seuraavan satamakaupungin kulkua. Sosiaalisen median yhteisöistä käytössä olivat myös Saimaan Purret ry:n Facebook sivut ja Twitter -tili. Etenkin Facebook sivujen kautta kävijöitä pystyttiin tiedottamaan esimerkiksi yllättäen muuttuneista aikatauluista reaaliajassa. Facebook osoittautui myös hyväksi tavaksi markkinoida tapahtumia ystäville ja heidän ystävilleen. Facebookin tarjoaman statistiikan avulla pystyi myös seuraamaan sivujen kehitystä ja kävijöitä. Tapahtumasta tiedotettiin myös satamakaupunkien tapahtumasivustoilla ja sidosryhmiä pyrittiin myös aktivoimaan henkilökohtaisen markkinoinnin suhteen.

Koska Juhani Aho ja hänen purjehdusretkensä sijoittuivat historiaan, kiinnosti erityisesti purjehdusretki pääsääntöisesti hieman iäkkäämpää kohderyhmää. Tämän takia pelkästään sosiaalisessa mediassa oleva mainonta ei toiminut. Kaksi viikkoa ennen purjehduksen alkua ostettiin lehtimainostilaa paikallislehdessä. Lehtimainoksen toteutti graafisenalan ammattilainen jonka avustuksella myös mainonnan julkaisuun saatiin apua. Lehtimainos on nähtävissä liitteessä 3. Lähempänä itse Kuopion tapahtumaa, joka toimi päätapahtuma, julkaistiin myös Kuopion tapahtuman tarkempi aikataulu. Aikataulu oli myös esille Kuopion tapahtuman pääyhteistyökumppanin Taidetori 2013 tiedotteissa.

Lehti- ja radiomainonta saivat tuulta alleen heti ensimmäisen tapahtuman jälkeen. Juhani Ahon perinnepurjehdus herätti suurta mielenkiintoa mediassa. Julkisuudenhenkilön kytkeytyminen Juhani Ahon käyttämään purjeveneeseen ja yhteistyöhön Saimaan Purret ry:n kanssa oli myös yksi syy median suureen kiinnostumiseen.

6.1.7 Lupa-asiat ja turvallisuus

”Yleisötilaisuudella tarkoitetaan tässä laissa yleisölle avoimia huvitilaisuuksia, kilpailuja, näytöksiä ja muita niihin rinnastettavia tilaisuuksia, joita ei ole pidettävä yleisinä kokouksina. Jos tilaisuuteen osallistuminen edellyttää kutsua tai määrätyn yhteisön jäsenyyttä, sovelletaan siihen tämän lain säännöksiä yleisötilaisuudesta, jollei tilaisuutta osanottajien lukumäärän, tilaisuuden laadun tai muiden erityisten syiden perusteella voida pitää luonteeltaan yksityisenä.” (Laki kokoontumisesta 1999, § 2.)

Yleisötilaisuudesta tulee ilmoittaa tapahtumapaikan poliisille vähintään viisi arkipäivää ennen tapahtuman aloittamista. Ilmoituksessa tulee olla tiedot mm. järjestäjästä, paikka ja ajankohta, tilaisuuden tarkoitus, tiedot järjestyksenvalvojista, käytetyt erityisvälineet ja rakennelmat sekä tiedot yhteyshenkilöstä. (Iiskola-Kesonen 2004, 87)

Ulkoilmatapahtumat vaativat maanomistajan luvan sekä kaupunkien omistamilla alueilla myös kaupungin kiinteistöviraston lupa. (Vallo ja Häyrinen 2012, 151.)

Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumat luokiteltiin yleisötilaisuuksiksi, mutta järjestävän organisaation ei tarvinnut tehdä ilmoitusta paikalliselle poliisille sillä tapahtumat toteutettiin yhteistyökumppaneiden alla. Esimerkiksi Kuopion satamatapahtuma toteutettiin Taidetori 2013 – tapahtuman alla, jolloin Taidetori 2013 hoiti lupa-asiat. Muissa satamissa, kaupunkien satamapäälliköt tai satamavastaavat hoitivat alueen lupa-asiat. Tämä helpotti Saimaan Purret ry:n toimintaa, kun lupa-asioiden delegointi siirtyi paikan tuntevalle henkilölle.

Laki kokoontumisesta (1999, § 16) määrittelee yleisötilaisuuden pelastussuunnitelman tehtäväksi, jos tapahtumassa on suuren osallistuvan ihmisjoukon määrän tai muun erityisen syyn vuoksi merkittävä riski joko henkilö- tai paloturvallisuudessa. Pelastussuunnitelmassa on oltava nähtävillä tilaisuuden tai tapahtuman riskit ja vaarat. Riskit ja vaarat tulee selvittää ja arvioida. Tällöin tiedetään tapahtuman turvallisuusjärjestelyjen tarve ja pystytään määrittelemään ohjeistus onnettomuuksia varten sekä työntekijöille että yleisölle.

Juhani Ahon perinnepurjehduksen yleisömäärä arvioitiin kohtalaisen pieneksi ja syklittäin tulevaksi, joten varsinaista pelastussuunnitelmaa ei tapahtumaan vaadittu. Projektiryhmän sekä satamissa osallistuneiden sidosryhmien kanssa käytiin kuitenkin läpi yleisiä turvatoimia. Koska tapahtuma järjestettiin vesistöissä ja vesistönläheisyydessä oli vesistön aiheuttamiin riskeihin varauduttava.

Kuvio 4. kertoo Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumien suurimmat riskit ja niihin varautumisen. Etenkin purjeveneen nosto- ja laskutilanteet olivat riskialttiita, ja niihin varauduttiin ohjeistamalla yleisöä katsomaan toimenpidettä kauempaa, riskittömällä etäisyydellä. Nosto- ja laskutoimenpiteitä suorittivat nostoautoalan ammattilaiset.

RISKI	VARAUTUMINEN
Purjevene ajaa karille, kaatuu tai uppoaa	Purjehtijoiden mukana pelastusliivit, matkapuhelimet, ammattitaitoiset purjehtijat
Vedenvaraajan joutuminen tapahtuman aikana	Satamissa pelastusrenkaat, esteetön pelastustie
Sairaskohtaukset tai muu onnettomuus	Esteetön pelastustie, järjestäjillä matkapuhelimet, yleisön ohjeistus
Pienet tapaturmat	Ensiapulaukku autossa sekä saattoveneissä, ensiapukoulutuksen saaneet työntekijät
Purjeveneiden tai maston putoaminen nosto- ja laskutilanteissa	Ammattitaitoinen henkilöstö, yleisön ohjeistus

KUVIO 4. Riskit ja niihin varautuminen.

Purjehduksen ajaksi purjeveneelle olisi syytä ottaa vakuutus. Venevakuutus hoidettiin vakuutusyhtiö Alandian kautta. Tämä vakuutus sisälsi vastuuvakuutuksen, palovahingot, varkausvahingot, meri-, telakointi- ja kuljetusvahingot sekä oikeusturvavakuutuksen. Myös veneen katsastus ja rekisteröinti tuli olla kunnossa ennen vesille laskua. Veneen sai rekisteröityä pursiseuranjäsenen nimiin oman paikkakunnan pursiseuran venerekisteriin.

6.2 Toteutusvaihe

Hetki jolloin tapahtuman suunnitelma tehdään toteen, on tapahtuman toteutusvaihe. Toteutusvaihe voidaan jakaa kolmeen osaan: rakennusvaiheeseen, itse tapahtuma vaiheeseen sekä purkuvaiheeseen. Rakennusvaiheessa tapahtumapaikka laitetaan kuntoon. Rekvisiittaa itse tapahtumavaihetta varten laitetaan kuntoon. Rakennusvaiheen ollessa valmis on itse tapahtuman aika. Tapahtuma on hetken kestävä asia, kuin liikkeelle lähtenyt juna, joka soljuu kokoajan eteenpäin vaikka pieniä vastoinkäymisiä tulisivatkin. Kun viimeinenkin asiakas on poistunut, on tapahtuma vaihe ohi ja siirrytään purkuvaiheeseen. Purkuvaiheessa tapahtumarekvisiittaa puretaan. (Vallo ja Häyrinen 212, 163–164.)

Rakennusvaiheessa Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumissa projektiryhmä kokosi infopisteen, asetteli materiaalia yleisön saataville sekä tuotti ja päivitti tietoa sosiaaliseen mediaan. Rakennusvaiheessa purjevene purjehdettiin satamaan ja valmisteltiin trailerinpäälle nostoa varten. Itse tapahtuma vaihe alkoi purjeveneiden nostolla maalle, jossa yleisö pystyi tutustumaan purjeveneeseen paremmin. Tapahtuman aikana oli mahdollista myös tutustua Juhani Aho ja purjehdusmateriaaliin sekä keskustella aiheesta projektiryhmäläisten kanssa. Tapahtumien kesto satamissa oli noin kaksi tuntia.

Kahden tunnin päästä purjvene laskettiin takaisin veteen ja tapahtuman asiakkaat hyvästeltiin. Tapahtuma oli ohi. Purkuvaiheessa rekvisiitta ja infopiste purettiin takaisin autoon, materiaalit laitettiin talteen seuraavaa tapahtumaa varten ja lopuksi pidettiin pieni palaute ja yhteenvetohetki päivän tapahtumasta.



KUVA 7. Kuopion tapahtuma. (Kauppinen 2013.)

6.3 Materiaalit

Tapahtumissa on tapana jakaa materiaalia joka auttaa jollain tapaa joko yleisöä tai järjestäjiä. Tapahtumassa jaettavaa materiaalia voi olla tilaisuuden ohjelma, esitteet, osallistujalista, tilaisuuden esitykset tai muistiinpanovälineet. Tärkeää on pohtia jo etukäteen millaista materiaali tapahtumassa on järkevää jakaa ja milloin se jaetaan. Materiaalia tulee olla niin paljon, että sitä voidaan jakaa jokaiselle tapahtumaan osallistuvalla henkilöllä. Nykyään materiaalia on hyvä olla myös sähköisessä muodossa. (Vallo ja Häyrinen 2012, 172–173.)

Perinnepurjehdus tapahtumissa jaettiin yleisölle tiivistettyä yleistä materiaalia niin veneestä kuin Juhani Ahon purjehdusmatkastakin. Nämä materiaalit oli painettu A4-kokoiselle paperiarkille. Samat materiaalit olivat myös nähtävillä tapahtuman infopisteellä ja rekvisiitassa. Kyseiset materiaalit olivat mahdollista saada myös sähköisessä muodossa asiakkaan niin halutessaan. Sosiaalisesta mediasta löytyi myös tietoa tapahtuman alkuperästä ja itse veneenrakennusprojektista. Tärkein materiaalinlähde oli kuitenkin projektiryhmän suullinen tiedonanto ja asiakkaiden kanssa kokemusten vaihtaminen. Kuopion ja Iisalmen satamatapahtumat sisälsivät myös vierailevia puhujia, jotka saivat tilaisuuden myydä omaa Juhani Aho – tuotantoaan tapahtuman kävijöille.

6.4 Jälkimarkkinointi ja arviointi

Jälkimarkkinointivaiheessa tapahtumanjärjestäjien on hyvä kiittää tapahtumaan osallistuneita esimerkiksi kiitoskortin tai giveaway – lahjan avulla. Tämä osoittaa, että osallistumista tapahtumaan on arvostettu. Jälkimarkkinointivaiheessa ei myöskään tule unohtaa kiittää tapahtumassa esiintyneitä henkilöitä, tapahtumaorganisaatiota, alihankkijoita ja yhteistyökumppaneita. Kiittämisen ja muistamisen tulisi tapahtua kahden viikon sisällä tapahtuman päättymisestä. (Vallo ja Häyrinen 2012, 181–182.)

Juhani Ahon perinneperjehdustapahtumassa kiitokset satamakaupunkien henkilöstölle välitettiin heti tapahtuman päätyttyä. Esiintyjä, tapahtumaorganisaatiota, sponsoreita ja muita sidosryhmiä kiitettiin mahdollisuudella osallistua cocktail-tilaisuuteen. Kiitosviesti ja kutsu cocktail-tilaisuuteen löytyvät liitteestä 1. Cocktail-tilaisuudessa kiitettiin kaikkia tapahtuman järjestämisessä mukana olleita sekä tarjoihin pientä purtavaa ja juomaa.

Vallon ja Häyrinen (2012, 127–129) mukaan erilaisia kutsuja voivat olla: henkilökohtainen kutsu, henkilökohtainen kutsu ilmoittautumisen kanssa, avoin kutsu, avoin kutsu ilmoittautumisen kanssa, avoin organisaatiossa liikkuva kutsu sekä kutsu kahdelle tai avec – kutsu. Kutsussa tulee käydä ilmi seuraavia asioita:

- tilaisuuden luonne
- onko kutsu yhdelle vai kahdelle
- tilaisuuden ajankohta
- tilaisuuden paikka
- kutsujan tiedot
- odotetaanko kutsuun vastausta, jos kyllä niin mihin mennessä, kenelle ja millä tavoin
- maksullinen vai maksuton
- pukeutumishje
- tilaisuuden ohjelma pääpiirteittäin
- pyyntö ilmoittaa erikoisruokavalioista ja allergioista

(Vallo ja Häyrinen 2012,129.)

Juhani Ahon perinneperjehduksen cocktail-tilaisuutta varten lähetettiin henkilökohtaiset kutsut ave-cilla, jossa tilaisuuteen osallistuvia pyydettiin ilmoittamaan tulostaan. Tämä kutsu tyyppi valittiin, jotta cateringpalvelu pystyi ennakoimaan ruoka- ja juomamenekin kanssa.

Kutsujen postitus riippuu tapahtuman budjetista, kutsuttavien henkilöiden määrästä, kohderyhmästä sekä aikataulusta. Tärkeää on, että kutsu tulee vastaanottajalleen siinä muodossa, että vastaanottaja sen tavoittaa. (Vallo ja Häyrinen 2012, 131–132.)

Kutsut Juhani Ahon perinnepurjehduksen cocktail-tilaisuuteen lähetettiin sekä sähköpostitse, että tekstiviestein. Veneenveistäjillä ei yleisesti ottaen ollut käytössään sähköpostiosoitteita, joten tekstiviesti tavoitti tämän kohderyhmän parhaiten. Muut sidosryhmään ja organisaatioon kuuluvat saivat kutsun sähköpostitse.

Jälkimarkkinointivaihe ei kuitenkaan ole pelkästään kiitosten antamista. Jälkimarkkinointivaiheessa on toimitettava materiaalia eteenpäin, kerättävä ja työstettävä palautetta, hoidettava yhteydenotto- pyyntöjä ja työstää yhteenvetoa tapahtumasta. (Vallo ja Häyrinen 2012, 181.) Tapahtuman arviointia ei myöskään pidä unohtaa. Arvioinnin avulla saadaan oppia siitä, mitä seuraavia tapahtumia ajatellen tulisi tehdä toisin. (Kauhanen ym. 2002, 125–126.)

Arviointivaihe voidaan jakaa useampaan vaiheeseen. Ensimmäisessä vaiheessa kerätään mielipidetietoa tapahtumaan osallistuvilta jo itse tapahtuman aikana. Tiedustelu voi olla kirjallisena tehty kysely tai henkilökohtainen haastattelu. Toisessa vaiheessa kerätään mielipiteitä, onnistumisia ja kritiikkiä tapahtuman järjestelyihin osallistuneilta. Tämä vaihe on syytä tehdä välittömästi tapahtuman jälkeen ja siihen on usein hyvä ottaa mukaan myös keskeisimpiä alihankkijoita. Tässä kritiikkipalaverissa kannattaa pitää keskusteluista yllä pöytäkirjaa, jotta yksityiskohtaisempiinkin asioihin olisi helpompi palata jälkikäteen. Arviointivaiheen kolmas vaihe on loppuraportin laatiminen. Loppuraportista käy ilmi tapahtuman yleiskuvaus, tavoitteet, ajallinen ja taloudellinen onnistuminen, projektiorganisaation toiminta, tapahtumassa havaitut ongelmat, arviointi sekä selvitykset ja liitteet. Viimeisessä vaiheessa projektiorganisaation ylin elin esimerkiksi hallitus käsittelee loppuraportin ja vertaa sitä tapahtuman alkuperäisiin tavoitteisiin. (Kauhanen ym. 2002, 125–126.)

Perinnepurjehdus tapahtumissa hyvin useat tapahtuman kävijät ilmaisivat itse mielipiteensä tapahtumasta. Pääsääntöisesti tapahtumissa käyneiden kävijöiden mielipiteet olivat positiivisia, tämä kävi ilmi projektiryhmän kokoontuessa cocktail-tilaisuudessa, päätöspalaverissa sekä median kautta tulneiden viestien perusteella. Vallon ja Häyrisen (2012, 184–188) mukaan palautetta tulee kerätä sekä tapahtumaan osallistuneilta, mutta myös tapahtuman järjestäneeltä organisaatiolta. Palautteen ansiosta tapahtumajärjestäjät näkevät, missä onnistuttiin ja mitä asioita tulisi oppia. Kun tapahtumaa seuraavan kerran järjestetään, tiedetään mitä asioita kannattaisi tehdä toisin.

Varsinaista palautteen keräämistä ei perinnepurjehdustapahtumissa tehty ajallisten resurssien puutteen vuoksi. Jälkikäteen ajateltuna palautteen kerääminen olisi antanut varmasti paljon yksityiskohtaisempia kehityskohteita ja tietoja tapahtuman onnistumisesta. Palautteen keräämistä kannattaa siis harkita tulevaisuutta ajatellen, esimerkiksi lähettämällä sidosryhmille kiitosviestin mukana palautteenkeräämiskirje. Päätöspalaveria varten projektipäällikkö oli kerännyt yhteen saamaansa palautetta niin tapahtumaan osallistuneilta kävijöiltä, sidosryhmiltä kuin projektiorganisaatioltakin.

Perinnepurjehdus tapahtuman tavoitteena oli elävöittää Saimaan ja Kallaveden aluetta ja sisävesimatkailua. Toisena tärkeänä tavoitteena oli tuoda esille myös vanhaa veneenrakennushistoriaa. Koska perinnepurjehdus tapahtumat olivat kaikille avoimia ulkoilmatapahtumia, jotka olivat riippu-

vaisia sääolosuhteista, ei tapahtumille asetettu kävijämäärätavoitteita. Tämän vuoksi kävijämäärän arviointi ei ollut mahdollista. Tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen oli asetettu taloudellinen budjettitavoite. Päätöspalaverin yhteydessä havaittiin, ettei tapahtuma ollut pysynyt täysin alkupe-
räisessä budjetissa. Taloudellisen onnistumisen suhteen olisi ollut tärkeää kilpailuttaa alihankkijoita enemmän ja kenties hankkia vielä lisää sponsoreita. Tapahtumat järjestettiin kuitenkin hyvin nopealla aikataululla, joten etenkin kilpailuttaminen ja tarjouksien odottaminen usealta alihankkijalta oli lähes mahdotonta. Tulevaisuutta ajatellen alihankkijoiden etsintä ja kilpailuttaminen kannattaa aloittaa jo hyvissä ajoin.

7 TARINALLINEN TAPAHTUMA

Ingmanin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen veneenveisto opettaja Esko Mattsson halusi rakentaa historiallisen veneen, joka vaati taustalleen tarinan. (Lankolainen, 2009.) Oikea tarina löytyikin Juhani Ahon tuotannosta. Purjehdustarina, joka sijoittui Saimaan ja Kallaveden alueelle kytkeytyi jo veneenrakennusvaiheesta asti hyvin kuopiolaiseen purjehduskulttuuriin. Kuopiossa elämänsä viettänyt ja Kuopiossa vaikuttanut Juhani Aho koettiin myös kuopiolaisten keskuudessa tutuksi ja arvostetuksi henkilöksi. Tarina oli siis monella tapaa kytkeytynyt kuopiolaisten elämään ja tätä tarinaa haluttiin tuoda esiin. Juhani Ahon tarinat olivat voimakkaasti esillä myös satamakaupungeissa, joissa tapahtumat järjestettiin. Esimerkiksi Lapinlahdella sijaitseva Juhani Ahon synnyinkoti Väärnin Pappila otti Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtuman vastaan hyvillä mielin. Purjehdus sisävesillä – tarina oli tuttu myös Iisalmessa, jossa Juhani Ahon museo sijaitsee. Juhani Aho kytkeytyi purjehdustarinan ja henkilökohtaisten elämäntarinoidensa ansiosta tapahtumasatamiin hyvin.

Jaana Paavilainen (2011-03-14) onkin kirjoittanut, että ”Ilman tarinoita ei ole brändiä.” Tämä lause sopii hyvin myös Juhani Ahon perinnepurjehdukseen. Ilman tarinaa ei olisi tapahtumaa. Tavallaan Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtuma brändättiin kesän 2013 aikana juuri Purjehdus sisävesillä – tarinan avulla. Mielenkiintoista on pohtia, millainen tapahtuma olisikaan ollut ja olisiko sitä koskaan ollut, jos sen taustalla ei olisi ollut todellista tarinaa.

7.1 Tarina

Kertomuslajien rajat ovat osoittautuneet hyvin liukuviksi. Sisällöltään, merkityksiltään ja käyttötarkoituksiltaan sama kertomus voi olla samaan aikaan niin kasku, tarina tai satu. (Järvinen ja Knuutila 1982.) Tämän takia esimerkiksi tarinan määrittelyminen on haastavaa.

Hyvärinen (2006) käyttää omassa määritelmässään käännöspolitiikkaa sanojen tarina ja kertomus yhdenmukaistamiseksi: kertomus eli narrative (engl.) sanaa käytetään vastineeksi sanalle tarina eli story (engl.). = kertomuksellinen tarina. Kirjallisuustutkijat ovat kuitenkin tehneet selvän eron tarinan ja kertomuksen välille. Heidän mielestään tarina ilmaisee kertomuksen tapahtumakulkua ja näin ollen sama tarina voi olla kerrottuna monena eri kertomuksena.

Tarinaa on myös määritelty englanninkielisen sanan legend mukaan. Tällöin tarina määritellään todella tapahtuneeksi tapahtumakuluksi, jota kerrotaan eteenpäin eli kansankertomukseksi. Tarinan esiasteita voivat olla huhut, juorut ja memoraatit. (Apo ja Kinnunen 1998.)

Määrittelyn helpottamiseksi käytän Hyvärisen käännöspolitiikkaa ja yhdenmukaistan sanat tarina ja kertomus. Näin ollen voimme puhua kertomuksesta tarinana ja tarinasta kertomuksena.

Hyvärisen (2006), mukaan kertomus on aina media, jolla on oma esittämisen tapa ja järjestys. Kertomus voi esimerkiksi olla suullista ilmaisua tai ilmentyä elokuvan muodossa. Kertomus on jonkin asian kertomista toisille, mutta ei pidä kuitenkaan olettaa, että kaikki maailmassa kerrotut asiat olisivat kertomuksia. Kertomukseen tulee sisältyä muutos ja prosessi, joka tekee siitä mielenkiintoisen. Pelkän yksittäisen asian kertominen ilman mitään muutosta ei tee siitä kertomusta. Kertomuksessa tapahtumien ja asioiden tulee myös raportoida ja niiden välillä tulee olla kausaalinen yhteys. Tällaista yhteyttä jossa asioilla ja tapahtumilla on toisiinsa syy-seuraussuhteet kutsutaan kausaaliseksi yhteydeksi.

Outi Lehtipuron mukaan tarinaperinne on jakautunut kahteen osaan:

yliluonnollisista ilmiöistä sekä olennoista kertoviin uskomustarinoihin ja historiallisiin tarinoihin, jotka ovat käsitelty kansanomaisesti. Nämä historialliset tarina ovat kertoneet huomiota herättävistä ja/tai vaikuttavista henkilöistä. Historiallisten tarinoiden henkilöt eivät ole olleet fiktiota, vaan olleet todella eläviä ihmisiä, joiden tapahtumat ovat oikeasti tapahtuneet. (Lehtipuro 1982, 44–45)

Aikanaan huomiota herättävä ja vaikuttava henkilö oli myös Juhani Aho. Juhani Aho todella matkasi sisävesillä, ihmisille tutuissa paikoissa ja näin ollen Ahon purjehdusmatka -tarina koettiin ihmisten keskuudessa hyvin omalta

7.2 Tarinallistaminen

Tarinallistaminen on yrityksen tuottama palvelukokemus, jonka osat on nivottu yhteen tarinan avulla. Tarinallistaminen on ikään kuin tarinalähtöistä palvelumuotoilua. Yrityksen syvin olemus ja ydin voidaan tuoda tarinan avulla esiin yhtenä kokonaisuutena. Tähän kokonaisuuteen voi liittyä yrityksen brändi, persoona, merkitys ja arvot. Kun nämä asiat sidotaan tarinan avulla yhteen, on asiakkaan helpompi tarttua kiinni yrityksen juonellisen rakenteen sisältäviin palveluihin. (Kalliomäki 2013.)

Perinnepurjehdus tapahtuma kulki samaa reittiä ja samoilla paikoilla kuin Juhani Aho aikoinaan. Tämän takia tapahtumaan osallistujien oli helppo tarttua kiinni tapahtumaan ja sen rakenteeseen, joka perustui kokonaan Juhani Ahon purjehdus sisävesillä – matkakertomukseen.

Tapahtumissa käytetyn veneen sekä Juhani Ahon käyttämän veneen tarina oli myös kiinnostava. Etenkin sellaiset tapahtuman kävijät, jotka olivat kiinnostuneita veneilystä ja veneenrakentamista olivat hyvin kiinnostuneita kuulemaan myös veneen tarinaa. Suhteet kauppaneuvos Hackmaniin sekä Doris –nimeen toivat selkeästi tapahtumaan kävijöitä.

Saimaan Purret ry:n sisävesistömatkailua tukevat arvot ja kunnioitus suomen vesistöjä ja luontoa kohtaan tulivat selkeästi esiin myös tapahtumien aikana. Mielestäni tarinallistamisen keinoa tuoda esiin Saimaan Purret ry:n tavoitteita olisi voinut käyttää vielä enemmän ja luoda vielä vankemman mielikuvaviteen Juhani Ahon purjehduksen ja Saimaan Purret ry:n välille. Näin Saimaan Purret ry:n imago olisi vieläkin vahvempi.

7.3 Miksi tarina?

Tarinoiden kertominen on ikivanha tapa, jolla kerrotaan tärkeistä ja merkityksellisistä asioista toisille. Se on myös uuden oppimisen ja kehittämisen väline. Nykypäivänä informaatiota tulee joka suunnasta ja sitä on ihmisen saatavilla niin paljon. Jopa niinkin paljon, ettemme pysty kaikkea vastaanottamaan. Tästä informaatiotulvasta tulisi poimia ne kaikkein tärkeimmät asiat mahdollisimman nopeasti ja tehokkaasti. Myös viestien eteenpäin vieminen tulisi hoitaa ytimekkäästi ja nopeasti. Viestien välitys tarinoiden muodossa auttaa viestin saajaa saamaan tiedon nopeasti ja niin, että parhaassa tapauksessa viestin saaja saa oivalluksia ja oppii uutta. Tarinat siis auttavat meitä oivaltamaan asioita. Kun oivallus tapahtuu, se saa myös muutoksia tapahtumaan. Tarinat ovat usein myös helppoja muistaa, joten uusien asioiden oppiminen on helpompaa. (Aaltonen ja Heikkilä, 2003, 16–17.)

Aaltonen ja Heikkilän (2003, 84) haastattelema Timo Everi on määritellyt tarinaa yrityksissä ja tuotteissa näin: " Tarina on yrityksen tai tuotteen historia, sielu ja todellinen olemus tai yksinkertaisesti syy olla olemassa". Tarinaa rakennetaan lähes jokaiselle yritykselle ja tuotteelle, mikä ajaa yritykset keksimään tarinoita, jotka ovat epäaitoja. Hyvän tarinan tulee olla aito ja rehellinen, johon ihmiset voivat aidosti uskoa. (Aaltonen ja Heikkilä, 2003 84.)

Jos tarinat näin ollen hyödyttävät yrityksiä ja organisaatioita, miksi ne eivät hyödyttäisi myös tapahtumia? Tapahtumahan on kuin aikaan ja paikkaan sidottu lyhyemmän eliniän omaava yritys. Juhani Ahon perinnepurjehdus tapahtuma lähti liikkeelle tarinan pohjalta. Tapahtumaa ja venettä alettiin rakentaa tarinalähtöisesti, minkä takia kaikki muu tapahtumiin liittyvä prosessi pohdittiin niin, että se sopi Juhani Ahon matkakertomukseen.

8 KEHITYSIDEIOITA JUHANI AHON PERINNEPURJEHDUSTAPAHTUMAAN

Kokonaisuudessaan Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumat sujuivat yli odotusten. Kävijöitä riitti, säät suosivat ja tapahtuman tavoitteisiin päästiin. Tapahtuman kävijät osoittivat selkeästi kiinnostusta purjehdusta ja sisävesimatkailua kohtaan. Tapahtumat pääsivät myös moneen eri mediaan, mikä edes auttoi tuomaan esille Saimaan ja Kallaveden alueen purjehduskulttuuria ja veneenrakennushistoriaa.

Kehittämisen varaa on aina ja niin myös Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumissa. Suunnitteluvaiheessa olisi ollut tärkeää asettaa enemmän välitavoitteita ja tuoda niitä enemmän esille. Välitavoitteita olisi voitu asettaa niin projektiryhmän kuin projektipäällikönkin toimesta. Välillä tuntui, ettei suunnittelun seuraavaa askelta ollut tiedossa ja tämä hidastutti asioiden hoitamista.

Yhteydenpito ja viestintä kaikkien projektiin osallistuvien kesken oli kohtuullisen hyvää, mutta projektin ajankohta joka sijoittui kesälomien aikaan loi haasteita sujuvaan kommunikointiin. Nopeampi reagointi sähköpostiviesteihin olisi edesauttanut kiireellisten asioiden hoitamista ja toisinaan olisi voinut välttyä jopa suuremmilta kuluilta, kun kilpailuttamisen eri alihankkijoiden kanssa olisi saanut hoidettua aiemmin. Sähköpostiryhmä ja yhteystietolomake olivat kuitenkin todella hyvä keino saavuttaa haluamansa henkilö oikeasta paikasta.

Elokuussa 2013 käyty palautekeskustelu tapahtumakoordinaattoreiden ja projektipäällikön kanssa toi myös esille muutamia kehitysideoita. Projektin alussa tulisi olla selkeämpi tehtävien jako, ja jokaisen tulisi pitää kiinni omasta tehtävästään. Näin ollen jokainen tehtävä tulisi hoidettua eikä kenenkään tarvitsisi arvuutella kenen tehtävä oli hoitaa mikäkin asia. Projekti muuttuu ja vaihtelevaa matkan varrella, joten tiukkojen rajojen sisällä pysyminen myös tehtävien osalta on haastavaa.

Toinen kehitysidea koski tapahtumien taloudellista puolta. Tarkan ja todellisen budjetin läpikäyminen heti projektin alkuun, kaikkien projektiryhmäläisten kesken olisi selkeyttänyt esimerkiksi materiaalihankinnoissa. Budjetin muuttuminen kesken projektin aiheutti epäselvyyttä etenkin tapahtuman suunnitteluvaiheessa. Juhani Ahon perinnepurjehdus -projektin taloustilanne eli jatkuvasti matkan varrella eikä kaikkia menoja voinut ennalta ennustaa. Näihin muuttuviin taloudellisiin tilanteisiin oli kuitenkin varauduttu hyvin.

Palautteen kerääminen olisi tuonut suuntaa siitä, miten tavoitteissa todella onnistuttiin ja mitä asioita seuraavilla kerroilla tulisi kehittää. Ajanpuutteen vuoksi kirjallisen palautteen kerääminen jäi vä-

liin. Kävijät kuitenkin antoivat suullista palautetta tapahtumissa sekä viestien muodossa Saimaan Purret ry:n Facebook sivuilla.

Etenkin omaltakohdaltani kehitysideana nousi esiin ammattitaito, osaaminen ja tieto. Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumassa kävijöiden ensisijainen ohjelma oli keskustella tapahtumassa projektiryhmän kanssa veneestä ja purjehduksesta. Nämä molemmat aiheet olivat etenkin minulle hyvin vieraita ja parempi perehtyminen aiheeseen ennen itse tapahtumaa olisi edesauttanut osallistumistani keskusteluihin kävijöiden kanssa. Projektiryhmän tietotaso ja osaaminen on mielestäni tärkeä kehittämisenkohde, johon tulevaisuudessa kannattaa kiinnittää enemmän huomiota.

Kehitysideoihin paneutumisen avulla Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumasta voidaan saada vieläkin parempi ja sujuvampi kokonaisuus. Nämä kehitysideat eivät tietenkään rajoitu pelkästään Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumaan, vaan myös kaikkiin muihin tapahtumiin, jotka toteutetaan tapahtumaprosessin mukaisesti. Projektina tuotettavassa tapahtumassa tulee kuitenkin aina varautua muutoksiin ja uusiin käännteisiin, sillä projekti on aina hetkessä elävä.

9 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa kirjallinen dokumentointi työn toimeksiantajalle Saimaan Purjet ry:lle Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumasta. Opinnäytetyön toiminnallinen osuus suoritettiin kesällä 2013, jolloin Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtuma suunniteltiin ja toteutettiin. Opinnäytetyön kirjallisen osuuden tuottaminen oli minulle toisaalta hyvin helppoa, koska olin ollut Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumassa mukana jo kevästä 2013 asti. Toisaalta tapahtumaprosessin teorian peilaaminen jo aiemmin tehtyyn tapahtumaan oli toisinaan todella haastavaa. Opinnäytetyössä pyrin kirjoittamaan teorian ja esitetyt toimintatavat tapahtumasta rinnakkain, jotta lukijan olisi mahdollisimman helppoa seurata mitä missäkin vaiheessa tehtiin.

Henkilökohtaiset tavoitteeni opinnäytetyön suhteen oli kehittää omaa ammattitaitoani ja osaamistani tapahtuman tuottamisessa ja organisoinnissa sekä oppia ymmärtämään tarinan vaikutusta tapahtumissa. Opinnäytetyötä tehdessäni havaitsin tarinoiden voiman. Lähdeaineistoja lukiessani, huomasin, että tarinoita on käytetty oppimisen, kehittymisen, brändäämisen, elämyksellisyyden ja viestinnän välineenä aina. Tarinat ovat antaneet monelle tutulle asialle syyn niiden olemassa oloon. Aivan kuten tarina antoi syyn Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumallekin.

Opinnäytetyö kehitti minua myös tiedonetsimisen ja – hankinnan suhteen, sekä auttoi minua oppimaan myös asioiden tarkastelua kriittisemmin. Opinnäytetyöni ollessa toiminnallinen, ei varsinaista tutkimusongelmaa ollut. Tämän takia asioiden kriittinen vertailu jäi vähäiseksi. Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtuman suunnittelu ja toteuttaminen ei tietenkään sujunut aivan kuten teoriassa sen olisi pitänyt sujua, vaan vaihtoehtoisia tapoja ja menetelmiä käytettiin.

Opinnäytetyöprosessi toteutui minulla melko nopeasti. Aloitin opinnäytetyön marraskuussa 2013 ja sain sen valmiiksi huhtikuussa 2014. Opinnäytetyön aloitusvaihe, tiedonetsintä sekä päätös siitä, minkä asian nostan työssäni esille, olivat ehdottomasti haastavimpia vaiheita. Kirjoitusprosessi sujui kuitenkin yllättävän mutkattomasti, mikä johtui siitä, että tapahtumatuoottaminen on minua itseäni kiinnostava aihe. Motivaationi opinnäytetyötä kohtaan pysyi siis yllä koko prosessin ajan. Tämän ansiosta huomasin miten tärkeää on valita opinnäytetyöhön aihe, joka todella kiinnostaa itseään. Myös se, että työlleni oli todellinen toimeksiantaja ja sille olisi käyttöä tulevaisuudessa, antoi lisämotivaatiota työskentelyyn.

Toivon opinnäytetyöni antavan kattavan dokumentoinnin kesän 2013 tapahtumien tapahtumaprosessista toimeksiantajalleni ja hyödyttävän toimeksiantajaani mahdollisen Juhani Ahon perinnepurjehdus – kirjan teossa. Toivon myös, että opinnäytetyöstäni on apua tarinallisen tapahtuman järjestämiseen myös tulevaisuudessa.

LÄHTEET

AHO, Juhani 1983. Purjehdus sisävesillä. Nuori Suomi Päivälehden Joulualbumi. Helsinki: Päivälehden kirjapaino.

AALTONEN, Mika ja HEIKKILÄ, Titi 2003. Tarinoiden voima. Helsinki: Talentum.

APO, Satu ja KINNUNEN, Eeva-Liisa 1998. Perinteentutkimuksen terminologia. [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2013-12-02.] Saatavissa:

<http://www.helsinki.fi/folkloristiikka/opiskelu/terminologia.htm#tarina>

FORSYTH, Peter 1991. Communication with your staff. London, Orion.

HYVÄRINEN, Matti 2006. Kerronnallinen tutkimus. [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-12-02.] Saatavissa: http://www.hyvarinen.info/material/Hyvarinen-Kerronnallinen_tutkimus.pdf

JÄRVINEN, Irma-Riitta ja KNUUTILA, Seppo 1982. Kertomusperinne. Pieksämäki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

KALLIOMÄKI, Anne 2013. Vielä tarinallistamisen käsitteistä! [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2014-03-11.] Saatavissa: <http://www.tarinakone.fi/blogi/viela-tarinallistamisen-kasitteista/>

KASURINEN, Riina 2013-07-17. Saimaan tuulet keikuttavat Juhani Ahon perinnevenettä: " Arvostus Ahon purjehdustaitoihin vaan kasvaa". [verkkajulkaisu]. Yle uutisten artikkeli. [Viitattu 2014-02-02.] Saatavissa:

http://yle.fi/uutiset/saimaan_tuulet_keikuttavat_juhani_ahon_perinnevenetta__arvostus_ahon_purjehdustaitoihin_vaan_kasvaa/6735669

KAUHANEN, Juhani, JUURAKKO, Arto ja KAUHANEN, Ville 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Vantaa: WSOY.

LAKI KOKOONTUMISESTA. L 1999/530. Finlex. Lainsäädäntö. [Viitattu 2014-02-12.]. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990530>

LANKOLAINEN, Eeva 2009-10-02. Lastuksi Lainelle. [verkkajulkaisu]. Savon-Sanomien verkkoartikkeli. [Viitattu 2014-12-02.] Saatavissa: <http://www.savonsanomien.fi/savo/lastuksi-laineille/1068715>

LEHTIPURO, Outi 1982. Tarinaterminologiasta. Teoksessa Järvinen, I. Knuutila, S. (toim.) Kertomusperinne. Pieksämäki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

MÄKINEN, Esa 2013-07-02. Venefaktaa-1 [sähköpostiviesti]. Vastaanottaja: Karoliina Rintanen. Saatavissa: Jyväskylä: Karoliina Rintasen kotitietokone.

PAAVILAINEN, Jaana 2011-03-14. Tarinoiden voima – ilman tarinoita ei ole brändiä [verkkoaineisto]. Jaana Paavilainen Maanantain mietteitä. [Viitattu 2014-05-04.] Saatavissa: <http://www.jaanapaavilainen.fi/maanantain-mietteita/tarinoiden-voima-ilman-tarinoita-ei-ole-brandia>

SUOMEN RISKIENHALLINTAYHDISTYS 2014. Nelikenttäanalyysi – SWOT. [verkkojulkaisu]. [Viitattu 2014-04-05.] Saatavissa: <http://www.pk-rh.fi/index.php?page=swot#wrapper>

SHONE, Anton ja PARRY, Bryn 2004. Successful Event Management. China: C&C Offset Printing Co.

VALLO, Helena ja HÄYRINEN, Eija 2012. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tallinna: Tietosanoma.

VILKKA, Hanna ja AIRAKSINEN, Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

KUVAT

KAUPPINEN, Pasi 2013. Doris aallokossa [digikuva].Jussinpursi materiaali. [verkkojulkaisu]. Sijainti: Jyväskylä: Tapahtumakoordinaattorin valokuva-albumi 2013.

KAUPPINEN, Pasi 2013. Doris –vene Iisalmessa [digikuva].Jussinpursi materiaali. [verkkojulkaisu]. Sijainti: Jyväskylä: Tapahtumakoordinaattorin valokuva-albumi 2013.

KAUPPINEN, Pasi 2013. Doris- vene saapumassa Kuopion satamaan [digikuva].Jussinpursi materiaali. [verkkojulkaisu]. Sijainti: Jyväskylä: Tapahtumakoordinaattorin valokuva-albumi 2013.

KAUPPINEN, Pasi 2013. Koepurjehdus kesäkuussa 2013 [digikuva].Jussinpursi materiaali. [verkkojulkaisu]. Sijainti: Jyväskylä: Tapahtumakoordinaattorin valokuva-albumi 2013.

KAUPPINEN, Pasi 2013. Juhani Ahot Lapinlahdella [digikuva]. Jussinpursi materiaali.[verkkojulkaisu]. Sijainti: Jyväskylä: Tapahtumakoordinaattorin valokuva-albumi 2013.

KAUPPINEN, Pasi 2013. Kuopion tapahtuma[digikuva]. Jussinpursi materiaali.[verkkojulkaisu]. Sijainti: Jyväskylä: Tapahtumakoordinaattorin valokuva-albumi 2013.

KAUPPINEN, Pasi 2013. Iisalmen tapahtuma [digikuva]. Jussinpursi materiaali.[verkkojulkaisu]. Sijainti: Jyväskylä: Tapahtumakoordinaattorin valokuva-albumi 2013.

KUVIOT

Kuvio1. SWOT – analyysi Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumasta. (Mukaillen Kauhanen ym.2002, 27.)

Kuvio 2. Tapahtumaprosessin kulku. (Mukaillen Vallo ja Häyrinen 2012, 157.)

Kuvio 3. Kohderyhmän valintaan perustuvat kriteerit Juhani Ahon perinnepurjehdustapahtumassa. (Rintanen 2013.)

Kuvio 4. Rahoituksen lähteet. (Mukaillen Kauhanen, Juurakko ja Kauhanen 2004, 59.)

Kuvio 5. Riskit ja niihin varautuminen. (Rintanen 2014.)

LIITTEET

LIITE 1. Kutsu yhteistyökumppaneille. KORHONEN, Niina, KURTELIUS, Mervi ja RINTANEN, Karoliina 2013.

LIITE 2. Mediatiedote. PEKKARINEN, Ulla 2013.

LIITE 3. Lehtimainos. REIJONEN, Jani 2013.

LIITE 1. KUTSU YHTEISTYÖKUMPPANEILLE.

KORHONEN, Niina, KURTELIUS, Mervi ja RINTANEN, Karoliina 2013.



Satamatapahtuma Kuopiossa 20.7 klo 16-18.

kello 16.00	Pursi saapuu Kuopion satamaan risteilylaivojen saattamana
kello 17.00	Juhlapuhe: Saimaan Purjet ry:n puheenjohtaja Seppo Karvinen
kello 17.10	Yhteistyökumppanin puhe: Harry "Hjallis" Harkimo
kello 17.20	Historian havinaa: Outi Vuorikari

Purjevene on esillä satamatorilla koko tapahtuman ajan. Ohjelmassa on puheiden lisäksi muun muassa lapsille soutuveneeseen maalausta, solmujen tekoa ja pursikuvan värityskilpailu. Kuopion tapahtuma järjestetään yhteistyössä Taidetorin kanssa.

Kiitoksena yhteistyöstänne haluamme toivottaa teidät tervetulleeksi satamatapahtuman lisäksi Isä Camilloon, Pannuhuoneen terassilla järjestettävään cocktail-tilaisuuteen

– Tarjolla on lasi kuohuvaa, pientä suolaista ja kahvit. Kutsu on avec.

Ravintola Isä Camillo/Pannuhuone
Kauppakatu 25–27
70100 KUOPIO

Ilmoittautuminen viimeistään 17.7.2013 sähköpostiosoitteeseen
saimaanpurret@gmail.com

Purjevene vieraillee reitin varrella seuraavissa satamissa:

13.7	Lappeenranta, matkustajasatama klo 10.00 - 12.00
14.7	Puumala, matkustajasatama klo 14.00 - 16.00
16.7	Savonlinna, matkustajasatama klo 16.00 - 18.00
20.7	Kuopio, satamatori klo 16.00 - 18.00
24.7	Lapinlahti, Väärmin Pappila klo 16.00 - 17.30
28.7	Iisalmi, satamatori klo 12.00- 14.00 ja Juhani Ahon museo klo 16.00 - 18.00

Ystävällisin terveisin,

Saimaan Purjet ry

<http://jussinpursi2013.wordpress.com/>

<http://jussinpursi.wordpress.com/2011/02/21/blogi-alkaa/>

<https://twitter.com/Saimaanpurret>

<https://www.facebook.com/pages/Saimaan-Purjet-Ry/151501208367464>

LIITE 2. MEDIATIEDOTE.

PEKKARINEN, Ulla 2013.

Tiedote

Julkaisuvapaa 2.7.2013



Saimaan Purret ry järjestää Juhani Ahon perinnepurjehduksen 13. - 28.7.2013.

Juhani Aho purjehti vuonna 1893 Lauritsalasta Iisalmeen Catboat – veneellä. Vaiherikas matka oli aikansa mediatempaus, joka aloitti vapaa-ajan sisävesipurjehduksen Suomessa. Nyt, 120 vuotta myöhemmin, Saimaan Purret ry on rakentanut kopion alkuperäisestä veneestä ja purjehtii Juhani Ahon reitin uudelleen. Purjehduksella on tarkoitus elävöittää Järvi-Suomen veneilykulttuuria.

Purjevene vieraillee seuraavissa satamissa:

13.7	Lappeenranta, matkustajasatama klo 10.00 - 12.00
14.7	Puumala, sataman infopisteen läheisyydessä klo 14.00 - 16.00
16.7	Savonlinna, matkustajasatama klo 16.00 - 18.00
20.7	Kuopio, satamatori klo 16.00 - 18.00
24.7	Lapinlahti, vierasvenesatama klo 16.00 - 17.30
28.7	Iisalmi, satamatori klo 12.00- 14.00 ja Juhani Ahon museo klo 16.00 - 18.00

Satamissa järjestetään ilmaistapahtuma, jossa yleisöllä on mahdollisuus päästä tutustumaan harvinaiseen, käsin veistettyyn purjeveneeseen sekä veneen historiaan. Purjevene kastetaan Lappeenrannassa 13.7 klo 12. Kuopiossa 20.7. on mukana purjehtimassa yhteistyökumppani Hjallis Harkimo. Tapahtumissa on ohjelmaa sekä lapsille että aikuisille. Tervetuloa kokemaan pala suomalaista purjehdushistoriaa.

Lisätietoja:

Saimaan Purret ry

Pääsihteeri

<http://jussinpursi2013.wordpress.com/>

<https://twitter.com/Saimaanpurret>

<https://www.facebook.com/pages/Saimaan-Purret-Ry/151501208367464>

LIITE 3. LEHTIMAINOS.

REIJONEN, Jani 2013.

*Juhani Ahon
perinnepurjehdus*



Purjevene vieräilee reitin
varrella seuraavissa satamissa:

12.7. Lappeenranta
14.7. Puumala
16.7. Savonlinna
20.–21.7. Kuopio
24.7. Lapinlahti
28.7. Iisalmi

Hyvää tuulta purjeisiin!

Juhani Aho purjehti vuonna 1893 Lauritsalasta Iisalmeen Catboat – veneellä. Vaiherikas matka oli aikansa mediatempaus, joka aloitti sisävesipurjehduksen Suomessa. Nyt 120 vuotta myöhemmin, Saimaan Purret ry on rakentanut kopion alkuperäisestä veneestä ja purjehtii Juhani Ahon aloittamaa reittiä pitkin. Uudelleenpurjehduksella on tarkoitus elävöittää Järvi-Suomen purjehduskulttuuria.

Saimaan Purret ry järjestää satamissa ilmaistapahtuman, jossa on mahdollisuus päästä tutustumaan harvinaiseen käsinveistettyyn purjeveneeseen. Ohjelmaa sekä aikuisille että lapsille. Tervetuloa kokemaan pala suomalaista purjehdushistoriaa!

Lisätietoja:

