

Eemeli Peltonen

TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN: ROOFTOP FESTIVAL

Matkailun koulutusohjelma
2017

Tapahtuman järjestäminen: Rooftop Festival

Peltonen, Eemeli
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma
Maaliskuu 2017
Ohjaaja: Tuomi, Tero
Sivumäärä: 50
Liitteitä: 0

Asiasanat: tapahtuma, järjestäminen, festivaali,

Opinnäytetyössä käsiteltiin tapahtuman järjestämistä sen koko laajuudessaan. Työ koostui tapahtuman nimeltä Rooftop Festival lanseeraamisesta, sen järjestämisestä, sekä tapahtumanjärjestämisen teorian käsittelystä. Lähtökohtina oli, että tapahtumaa ei oltu ennen järjestetty, tapahtumatiloja ei oltu koskaan ennen käytetty vastaavaan tarkoitukseen, eikä tapahtumalla ollut alkujaan edes nimeä. Tehtävänä oli ideoida ja toteuttaa musiikkifestivaalit rakennuksen parkkihallin katolla, yhteistyössä ravintola Soman kanssa.

Tapahtumanjärjestämisen teoria sisältää ohjeita tapahtumanjärjestäjälle. Tapahtumaa järjestettäessä otettiin huomioon tapahtumanjärjestämisen keskeisemmät asiat, ideointi, suunnittelu, tiedottaminen ja markkinointi, tapahtuman toteutus, sekä tapahtuman purku. Ideointivaiheessa kehitettiin ideoita, joita voitaisiin toteuttaa. Tämän jälkeen aloitettiin tapahtuman suunnittelu. Suunnitteleminen sisälsi tapahtuman organisaation luomisen, aikatauluttamisen, kohderyhmän kartoituksen, tapahtuma-alueen suunnittelun, turvallisuus-asiat, yhteistyökumppanit sekä tapahtuman rahoituksen sekä budjetin suunnittelun. Suunnittelun ja toteutuksenvälissä tapahtumaa markkinoitiin. Tällä pyrittiin luomaan tapahtumasta strategian mukaisesti tietty kuva suunnittelulle kohderyhmälle. Tämä toteutettiin mainonnan avulla, käyttäen useita eri markkinointikanavia. Tapahtuman toteuttamiseen vaadittiin henkilöstöä, erinäisiä lupia virastoilta ja kaupungilta, turvallisuus ja jätehuoltojärjestelyjä, sekä yhteistyökumppaneiden kanssa toimimista. Toteutuksen jälkeen tapahtuma purettiin, ja tutkittiin lopputulosta. Tapahtuman järjestämisessä käytettiin tukena useita eri lähteitä liittyen tapahtuman järjestämiseen.

Tapahtuma onnistui odotetusti. Tavoitteet saavutettiin ja Rooftop Festival jäi todennäköisesti osaksi Porin kesän tapahtumavalikoimaa, toivottavasti myös pysyvästi. Tapahtuma oli suurin koskaan Suomessa järjestetty tapahtuma, jonka tapahtumapaikkana oli rakennuksen katto.

Organizing an event: Rooftop Festival

Peltonen, Eemeli

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Tourism

March 2017

Supervisor: Tuomi, Tero

Number of pages: 50

Appendices: 0

Keywords: Event, organizing, festival

My thesis was written about the project of organizing an event. My task included the launching of new event named Rooftop Festival, organizing it and handling the theory around organizing events. For starters, this festival was never organized before, the environment of this festival was never been used before in event business, and the festival didn't actually even have a name. My job was to invent and effectuate a music festival in the rooftop of a parking garage in the city centre of Pori. Festival was organized in collaboration with restaurant & bar Soma.

The theory of organizing an event contains instructions for the event organizer. The key issues of organizing an event was taken account. Brainstorming, planning, communication and marketing, the implementation of the event, as well as demolition of the event were these key issues. The brainstorming stage developed ideas that could be implemented. After this, started the planning of the event. Planning included the creation of event organization, scheduling, mapping of the target group, planning the event-area, safety issues, planning partnerships and the planning of financing event. Between the planning and implementing were marketing. Marketing were done in accordance with the marketing strategy to create a certain image to the planned target group. This was done through advertising, using a variety of marketing channels. The implementation of the event was needed personnel, a number of licenses from the city bureau and different agencies, safety and waste management arrangements, as well as working with different partners. After the event it was demolished and the outcome were studied. There was a number of different sources that were used helping the outcome relating to organizing an event.

Festival was successfully organized. Our goals were achieved and Rooftop Festival is probably going to stay in the festival scene of Pori, hopefully also for a long time. Rooftop Festival 2015 was the biggest event that were ever organized on the top of any building in Finland.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHDAT	7
2.1	Tutkimustehtävä, tarkoitus ja tavoitteet.....	7
2.2	Teoreettinen viitekehys.....	7
2.3	Toiminnallinen opinnäytetyö.....	7
3	TAPAHTUMAN IDEOINTI	8
4	TAPAHTUMAN SUUNNITTELU	9
4.1	Organisaatio	9
4.2	Toimintasuunnitelma ja aikataulut	10
4.3	Kohderyhmä	11
4.4	Tapahtuma-alue	12
4.5	Turvallisuus	12
4.6	Yhteistyökumppanit.....	14
4.7	Budjetti ja rahoitus.....	15
5	TIEDOTTAMINEN JA MARKKINOINTI	16
5.1	Markkinointi	17
5.2	Markkinointiviestintä.....	18
5.2.1	Perinteinen media.....	18
5.2.2	Ulkomainonta	19
5.2.3	Sosiaalinen media.....	19
5.2.4	Sissimarkkinointi ja word of mouth.....	21
6	TAPAHTUMAN TOTEUTUS	22
6.1	Henkilökunta.....	22
6.2	Asiakkaan huomiointi.....	24
6.3	Lupa-asiat	24
6.3.1	Poliisin lupapalvelut.....	24
6.3.2	Maankäyttölupa.....	26
6.3.3	Meluilmoitus	26
6.3.4	Anniskelulupa	27
6.3.5	Tupakkalaki	29
6.4	Turvallisuusasiat.....	29
6.4.1	Rakennusturvallisuus	30
6.4.2	Palo- ja pelastustoimet	31
6.4.3	Ensiapu	32

6.4.4	Järjestyksenvalvonta.....	32
6.5	Jätehuolto ja siivous.....	33
6.5.1	Siivous	34
6.5.2	Jätehuolto	34
6.5.3	Ympäristö	35
6.5.4	WC-tilat	35
6.6	Lipunmyynti	37
6.7	Alihankkijat, sponsorit ja muut toimijat	37
6.7.1	Elintarvikkeiden myynti.....	38
6.7.2	Rakenteet, kalusteet ja somistus.....	39
6.7.3	Kuljetus- ja liikennepalvelut	39
6.7.4	Sähkö	40
6.7.5	Sponsorit	40
6.8	Viralliset ilmoitukset	41
6.8.1	Tekijänoikeuskorvaukset.....	41
6.8.2	Verotus	42
7	TAPAHTUMAN PURKU	43
7.1	Tapahtuman purkaminen	43
7.2	Arviointi ja johtopäätökset	44
8	YHTEENVETO	46
	LÄHTEET.....	48
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Musiikkifestivaaleja on järjestetty Suomessa ja Porissa jo useita vuosia. Suurin ja tunnetuin porilainen festivaalitapahtuma on pääasiassa jazz-musiikkiin pohjautuva Porin Jazz, joka on tosin vuosien saatossa tuonut paljon esiintyjiksi myös populäärimusiikin artisteja sekä Suomesta että ulkomailta. Muita suuria musiikkifestivaaleja Porissa on kesällä 2015 mm. Porispere & MotoRockFest, joiden kohderyhmänä on lähinnä rockmusiikin kuuntelijat. Urbanin musiikin, eli mm. hiphop-, rap-, ja R'n'b-musiikin festivaalia Porissa ei toistaiseksi ole.

Työni tavoitteena on järjestää Porissa Suomen suurimmat rakennuksen katolla järjestetyt musiikkifestivaalit. Tapahtuman miljöönä toimii ostoskeskus Isokarhun parkkihallin kattokerros sekä ravintola Soman sisä- ja ulkotilat. Soma toimii työni toimeksiantajana sekä rahoittajana. Projekti alkoi maaliskuun 2015 aikana, ja tapahtuman ajankohta on 4.9.2015 ja työ perehtyy tapahtuman järjestämisen teoriaan, sekä erityisesti tapahtuman markkinointiin ja se on kirjoitettu dialogityyppisesti, jossa teoria ja käytäntö kulkevat käsikädessä.

Tapahtuman toimeksiantajana toimii Ravintola Soma. Ravintola Soma on Porin keskustassa sijaitsevan Isokarhun ostoskeskuksen katolla sijaitseva baariravintola ja yökerho, joka omaa mm. Suomen suurimman kattoterassin. Ravintolasta vastaavat Janne Larisuo, ja Matias Niekka. Tapahtuman toteutus tapahtuu pääasiassa Janne Larisun kanssa. Idea kyseenlaisesta tapahtumasta oli kytenyt jo pidempään ravintolan ylläpitäjien keskuudessa, mutta sille ei oltu saatu konkreettista lopputulosta. Ravintolan henkilökunnan ajanpuute oli yksi monista syistä, jonka takia tapahtumaa ei oltu aiemmin saatu aikaiseksi. Kun ilmoitin tarvitsevani kesäksi töitä, ravintolan omistajat ymmärsivät heti antaa kesän tehtäväksi minulle järjestää heidän kanssa kyseiset festivaalit.

2 OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHDAT

2.1 Tutkimustehtävä, tarkoitus ja tavoitteet

Opinnäytetyöni tutkimustehtävä sekä sen tarkoitus on luoda kokonaan uusi festivaali-tapahtuma Poriin. Tapahtumatilassa Isokarhun katolla ei ole ennen järjestetty yhtäkään vastaavanlaista tapahtumaa. Työ on toiminnallinen opinnäytetyö, josta käytännön osuus tehdään projektityönä. Työni tavoite on järjestää festivaalit onnistuneesti alusta loppuun, ja tätä myötä lanseerata uusi jokavuotinen tapahtuma Porilaiseen festivaalikulttuuriin. Lisäksi tavoitteena on samalla kirjoittaa työstä malli, jota voi käyttää hyödyksi seuraavalla kerralla kyseistä tapahtumaa järjestettäessä.

2.2 Teoreettinen viitekehys

Teoreettinen osuus työstäni sisältää pääasiassa tapahtuman järjestämisen teoriaa. Teoriaosuus työstäni pyrkii toimimaan kokonaisvaltaisena mutta silti tiiviinä kokonaisuutena. Tapahtumanjärjestämisen lisäksi teoriaosuudessa käsitellään markkinoinnin teoriaa tarkemmin, sekä toiminnallisen opinnäytetyön teoriaa.

2.3 Toiminnallinen opinnäytetyö

Toiminnallinen opinnäytetyö ammattikorkeakoulun yksi opinnäytetyön muodoista. Se vastaa sekä käytännön- että teorian tarpeisiin, ja tavoittelee ammatillisessa kentässä käytännön toiminnan ohjeistamista ja opastamista sekä toiminnan järjestämistä ja järjeistämistä. Toiminnallinen opinnäytetyö voi koulutusalan mukaan olla mm. ohje, ohjeistus, tapahtuman suunnittelu tai toteutus tai molemmat. Toiminnallisen opinnäytetyön voi tehdä projektina, ja siihen kuuluu aina raportti sekä produkti. (Airaksinen 2009.)

3 TAPAHTUMAN IDEOINTI

Ideoinnin tarkoituksena on tuottaa runsaasti ideoita, vaikkei ne olisikaan lopulta käyttökelpoisia. Myöhemmässä vaiheessa voidaan saaduista ideoista karsia ylimääräiset pois. Käytetyimpiä menetelmiä ovat Mindmapping ja aivoriihityöskentely. Mindmapping, eli miellekartan käyttäminen ideointia ja asioiden järjestämistä varten, on hyvä alustus keskustelulle sekä aivoriihityöskentelylle. (Tapahtumanjärjestäjän opas) Aivoriihityöskentely on hyvä menetelmä ideoiden tuottamiseen. Sen tavoitteena on tuoda esiin mahdollisimman paljon ideoita ryhmätyöhenkisesti yhteistyötätöisen keskustelun avulla. (Nuori Yrittäjyys www-sivusto 2016.)

Tapahtuman järjestäminen on projekti, joka on vaiheesta toiseen etenevä tapahtumaketju. Jotta projekti saadaan alulle, on oltava tietty kokonaiskäsitys tapahtumasta. Kokonaiskäsitys tapahtumasta saadaan keksimällä käyttökelpoinen idea, projektin tuottaja, rahoitus, tekijät sekä aikataulu. (Etelä-Pohjanmaan liitto, 2001, 7)

Ennen projektin käynnistämistä, on syytä tutkia aihetta kriittisesti ja realistisesti. Huolellinen taustatyö tapahtumaan liittyvien asioiden kartoittamiseksi on ensiarvoisen tärkeää. Hyvä tapa kartoittaa tapahtuman järjestämisen taustoja on esimerkiksi SWOT-analyysi. (Strengths, weaknesses, opportunities & threats, eli kartoitetaan vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat) Ennen kuin toteuttaminen alkaa, tarvitaan lisäksi sitoutunut organisaatio, toimintasuunnitelma, markkinointisuunnitelma, tiedotussuunnitelma sekä taloussuunnitelma. (Lavonen & Meisalo 2016.)

Tapahtuman ideointi alkoi maaliskuussa 2015. Ensimmäiset ideat luotiin istumalla järjestäjien kesken ravintolassa tietokoneiden kanssa vaihtamassa ideoita ja keskustelemassa aiheesta. Tarkoitus oli järjestää kesän 2015 lopulla musiikkifestivaalit Iso-karhun ostoskeskuksen parkkihallin katolla Porissa. Ideointiprosessi oli käynnissä jatkuvasti, ja aina uusien ideoiden tullessa niistä pyrittiin keskustelemaan. Moni alkuperäinen idea tippui lopullisesta suunnitelmasta pois, mutta monia myös hyödynnettiin tapahtuman tuottamisessa.

Ideoinnin apuna emme käyttäneet mitään erityistä mallia, vaan kirjoitimme jatkuvasti ideoita muistiin. Tiedostimme kuitenkin SWOT-analyysin mukaisesti vahvuutemme, heikkoutemme, mahdollisuutemme sekä uhkat liittyen tapahtuman onnistumiseen. Ideoita oli paljon, ja myös huomattavan suuri määrä niistä toteutettiin. Jälkeenpäin ajateltuna ideoita olisi kuitenkin voinut keksiä runsaasti enemmänkin, sillä ylimääräisistä ideoista ei olisi kuitenkaan ollut haittaa.

Tunnistimme tapahtumamme vahvuudeksi ylivoimaisesti puitteet. Uniikki miljöö ostoskeskuksen katolla, ja imago ”Suomen suurimpina kattobileinä” oli selvästi suurin vahvuutemme. Lisäksi tavoitteena heti alkuun oli hankkia tapahtumaan sellaiset esiintyjät, jotka jo itsessään myisivät lippuja tapahtumaan kiitettävästi. Heikkouksemme oli kokemattomuus järjestää tällainen tapahtuma. Myöskin tapahtuman tilat olivat sellaiset, että niissä ei ikinä ennen oltu järjestetty minkäänlaista tapahtumaa, joten esimerkiksi äänen käyttäytyminen parkkihallissa ja sen tuottama meteli naapurustossa olivat täysi mysteeri vielä pitkälle tapahtuman järjestämistä. Mahdollisuuksina näimme tapahtumassa sen, että kyseisillä vahvuuksilla tapahtuma voisi olla menestys, ja tapahtuma olisi mahdollista järjestää vuosittain. Suurin uhka tapahtumalle oli se, että lippuja ei myytäisi tarpeeksi. Toinen uhka tapahtuman jatkuvuudelle oli se, että musiikki aiheuttaisi liikaa häiriötä kaupungin keskustassa, emmekä jatkossa saisi enää melulupaa kyseiselle tapahtumalle.

4 TAPAHTUMAN SUUNNITTELU

4.1 Organisaatio

Hyvää tapahtumaa on erittäin hankala järjestää yksin. Tapahtumalle on nimettävä projektipäällikkö, joka kantaa vastuuta tapahtuman etenemisestä. Vastuuta on hyvä jakaa tapahtumaorganisaation kesken, jotta osallisten työtaakka ei kasva liian suureksi. Tällöin myöskin työn jälki pysyy laadukkaampana. Tapahtuman järjestäjien lisäksi yhteistyökumppaneiden hankkiminen on hyödyllistä tapahtuman eri osa-alueiden järjestämiseksi tai kustannuksien jakamiseksi. (Visit Helsinki, 2016.)

Tapahtumaorganisaatioomme kuului useita vaikuttajia, mutta järjestäjryhmään kuului kolme henkilöä; Minä, sekä Ravintola Soman Janne Larisuo sekä Matias Niekka. Larisuo toimi tapahtuman projektipäällikkönä. Niekka toimi taustalla neuvonantajana ja oli alati mukana päätösten teossa. Jaoimme varsinaiset työtehtävämme projektin edetessä sen mukaan, mihin kelläkin riitti aika. Oma päävastuuni oli tapahtuman markkinointi. Larisuo ja Niekka hoitivat taloudelliset asiat, sillä rahoitus tuli ravintola Somalta. Myös lupa-asiat ja muista paperitöistä vastasi Larisuo.

4.2 Toimintasuunnitelma ja aikataulut

Tapahtuman järjestäminen vaatii huolellista ajanhallintaa. Aikataulu muodostaa projektin ytimen. Projektipäällikkö pitää silmällä sitä, että kaikki kulkee aikataulun mukaisesti. Tapahtumaa järjestäessä moni asia on usein kytköksissä toisiinsa niin, että seuraavaa asiaa ei voida hoitaa, ennen kuin edeltävä on hoidettu. Esimerkiksi esiintyjien aikataulua on hankala suunnitella, ennen kuin on tiedossa, mihin asti musiikkia saa soittaa tapahtuma-alueella melulupien mukaan. Aikataulun hahmottamisen helpottamiseksi on hyvä luoda pääpiirteinen aikajana tai kalenteri, jossa näkyy tehtävät ja niiden suunnittelu. Aikataulu kannattaa luoda niin, että siinä on joustovaraa, sillä moni asia tapahtumanjärjestämisessä saattaa viedä aikaa odotettua kauemmin. Pääpiirteiden huolellisen suunnittelun jälkeen voi keskittyä pienempiin yksityiskohtiin, jotka takaavat onnistuneen tapahtuman. (Etelä-Pohjanmaan liitto, 2001, 8)

Toimintasuunnitelmamme toimi pääasiassa kalenterini mukaan. Kalenteri sisälsi kar-toituksen omaan tapahtumaamme vaikuttavista muista festivaaleista ja tapahtumista, sekä tärkeimmät päivämäärät tapahtuman markkinoinnin kannalta. Lähtökohtana oli julkaista koko tapahtuma viikkoa ennen ensimmäisiä Prepartyja, jotka oli tarkoitus järjestää 8.4.2015. Tällöin tapahtuman julkaisu olisi sisältänyt ainoastaan tapahtuman päivämäärän, Prepartyjen päivämäärät, sekä infoa tapahtumasta. Artistien julkaisu suunniteltiin tapahtuvaksi myöhemmin, kun festivaaleilla on jo omaa näkyvyyttä. Prepartyt olivat keskiviikkoisin järjestettäviä pientapahtumia, joiden päätarkoitus oli hankkia itse tapahtumalle lisää näkyvyyttä. Preparty-iltoina mainostettiin suoraan tapahtumaa, ja niissä jaettiin muutamia ilmaislippuja. Prepartyt järjestettiin Somassa,

ja toimin niissä itse juontajana. Prepartyt sisälsivät usein pientä kisailua sekä tavallista yökerhoelämää, tanssia ja alkoholia.

Lopulta ensimmäinen päivämäärä oli aivan liian aikainen, emmekä saaneet tarvittavaa määrää materiaalia valmiiksi ennen kyseistä päivämäärää ja ensimmäiset Prepartyt siirtyivät tällöin muutamalla viikolla myöhemmäksi. Keskiviikkona 8.4 järjestin tilalla pienimuotoisen promootiotapahtuman, jossa Satakunnan ammattikorkeakoulun liiketalouden ja matkailualan opiskelijat kilpailivat keskenään, ja samalla annoimme ravintola Somassa näille opiskelijoille etukäteen paljastusmaisesti informaatiota tulevasta tapahtumasta.

Ensimmäiset Prepartyt järjestettiin 22.4.2015, ja tämän jälkeen kyseisiä juhlia oli noin kahden viikon välein, riippuen hieman kesän muista tapahtumista. Esimerkiksi juhannuksen jälkeisenä keskiviikkona ei ollut syytä järjestää mitään ravintolatapahtumaa, sillä kohderyhmämme todennäköisesti toipui vielä juhannusrienoista.

4.3 Kohderyhmä

Tapahtuma voidaan järjestää suurelle yleisölle, rajatulle kutsuvierasjoukolla tai avoimelle kutsuvierasjoukolla. Kohderyhmä kannattaa segmentoida ja kartoittaa tarkasti, jotta osataan luoda kohderyhmän tarpeita ja vaatimuksia vastaava tapahtuma. Tapahtuman suunnitteluvaiheessa ensiarvoisen tärkeää on sen ajankohta. Ajankohtaa valitessa on tiedettävä, ettei kohderyhmällä ole samaan aikaan toista vastaavanlaista tapahtumaa, tai jotain muuta sellaista, joka saattaisi olla esteenä monen tapahtumakävijän paikalle saapumiselle. Mikäli tapahtuma ja kohderyhmän odotukset eivät kohtaa, tapahtuma on todennäköisesti huonosti onnistunut. (Etelä-Pohjanmaan liitto, 2001, 9)

Kohderyhmämme oli yli 18-vuotiaat nuoret aikuiset, jotka pitävät suomalaisesta urbaanista musiikista. Näimme kyseisen kohderyhmän edustajat henkilöinä, jotka tahtovat kokea rakentamamme elämyksen. Kyseisen kohderyhmän edustajat ovat usein opiskelijoita tai työssäkäyviä nuoria. Tämänkaltaisille henkilöille suunnittelemamme

ajankohta on erittäin hyvä, sillä syyskuu tarkoittaa monelle koulun alkamista tai jatkumista, ja tapahtumassa voi juhlistaa samalla kesän ja lomien loppumista sekä koulun alkamista.

4.4 Tapahtuma-alue

Tapahtumapaikan valintaan vaikuttavat tapahtuma-aika, tapahtuman luonne, kohde-ryhmä, esteettömyys, tavoitettavuus ja kustannuskysymykset. Myös tapahtumapaikan infrastruktuuri on vaikuttava tekijä, sillä monessa paikassa veden, sähkön tai muiden tarvittavien asioiden saanti ei ole itsestään selvyyttä. Tapahtumapaikka tulee olla selvillä jo ennen suunnittelun aloittamista, ja sen tulee olla varmasti varattuna käyttöön. (Visit Helsinki 2016.)

Tapahtuma-alueemme varaus Isokarhun parkkihallissa oli lyöty lukkoon jo hyvissä ajoin ennen edes suunnittelemisen aloittamista. Saimme käyttää parkkihallin tiloja maksutta, koska kyseisissä tiloissa ei oltu ennen järjestetty minkäänlaista tapahtumaa. Tapahtumamme toimi ostoskeskukselle samalla testinä, jonka perusteella he voivat tulevaisuudessa alkaa laskuttaa tilan käytöstä vuokraa. Sijainti tapahtumapaikallamme on ideaalinen, eli aivan kaupungin sydämessä, kaikkien palveluiden välittömässä läheisyydessä. Soman anniskeluravintolan palvelut tukevat parkkihallin puutteita, ja ostoskeskuksesta saadaan tarvittava sähkö musiikkia ja valoja varten. Haasteina tapahtuma-alueessa oli sisäänkäynnin sekä uloskäynnin suunnittelu, sekä parkkihallin infrastruktuuri musiikkitapahtumaa järjestettäessä. Suuri betonista rakennettu tila kaikuu herkästi, ja audiojärjestelmien säätäminen optimaaliseksi saattaisi käydä hankalaksi kyseenlaisissa tiloissa.

4.5 Turvallisuus

Tapahtuman turvallisuutta pohdittaessa on tärkeää huomioida turvallisuutta koskevat säädökset ja lait. Vastuu tapahtuman turvallisuudesta on aina sen järjestäjällä. Laki määrittelee useita asioita turvallisuuden tiimoilta, jotka tulee ottaa huomioon tapahtumaa järjestettäessä. Tärkeimmät lait, jotka tulee ottaa huomioon tapahtuman turval-

lisuuden tiimoilta, ovat kokoontumis- ja järjestyksenvalvontalaki, pelastuslaki, terveydensuojelulaki, ja kuluttajansuojalaki. (Oulun kaupungin www-sivut 2016.)

Kokoontumislaki käsittelee yleisötilaisuuden järjestämistä. Kuka tahansa täysivaltainen henkilö, yhteisö tai säätiö voi järjestää tilaisuuden, kunhan siihen on tapahtumapaikan omistajan suostumus. Lisäksi tapahtumasta tulee ilmoittaa etukäteen vähintään viisi vuorokautta ennen poliisille. Ilmoituksen tulee sisältää mm. tiedot järjestäjästä, paikasta, järjestyksen valvonnasta, alkamis- ja päättymisajoista, rakennelmista ja erikoisvälineistä sekä tapahtuman tarkoituksesta. Mikäli tapahtuma on kokoluokaltaan erittäin pieni, sen ei oleteta aiheuttavan kohtuutonta haittaa yleiselle järjestykselle tai minkäänlaista työtä poliisille, ei ilmoitusta tällöin tarvitse tehdä. Lupa-asioista lisää sivulla 13. (Finlex-www-sivusto – Kokoontumislaki 2016.)

Järjestyksenvalvonta tulee järjestää niin, että poliisin myöntämiä järjestyksenvalvojia on riittävästi. Poliisin tehtävä on valvoa, että tapahtuman järjestäjä täyttää velvollisuutensa. Poliiseilla on aina virka-aikana vapaa pääsy tilaisuuteen. (Finlex-www-sivusto – Kokoontumislaki 2016.)

Pelastuslaki velvoittaa ehkäisemään ja varautumaan vaaratilanteisiin. Yleisötilaisuuden järjestäjällä on velvollisuus luoda pelastussuunnitelma, mikäli tapahtumaan liittyy suuren ihmismäärän tai muun erityisen syyn takia suuri henkilö- tai paloturvallisuusriski. Pelastussuunnitelma on toimitettava viimeistään 14 vuorokautta ennen tapahtumaa pelastusviranomaiselle. Suunnitelma tulee sisältää kartoitetut vaarat ja riskit, sekä toimintatavat niiden ehkäisemiseksi sekä onnettomuustilanteessa toimimiseksi. (Helsingin Pelastuslaitos, 2014, 2)

Terveydensuojelulain mukaan tapahtuman järjestäjä tulee järjestää suuressa yleisötilaisuudessa jätehuolto sekä hygienia niin, ettei niistä aiheudu terveydelle haittaa. Tarkemmin asian määrittelee Sosiaali- ja terveysministeriö. (Finlex-www-sivusto – Terveydensuojelulaki 2016.)

Kuluttajansuojalaki koskee erityisesti tapahtuman tarjontaa, myyntiä ja markkinointia. Pääpiirteittäin tarjonnan, myynnin, sekä markkinoinnin tulee olla rehellistä sekä hyvien tapojen vastaista. (Finlex-www-sivusto – Kuluttajansuojalaki 2016.)

Tapahtumasta ilmoitettiin reilusti etukäteen poliisille. Alkamisajaksi päätimme perjantai 4.9. klo 18.00 ja loppumisaika säädettiin mahdollisuuksien mukaan niin pitkäksi, kun vain saimme luvanvaraisesti järjestää kyseisellä paikalla erinäisten lupasioiden puitteissa tapahtumaa. Järjestyksenvalvoja otettiin töihin huomattavasti enemmän, mitä määräykset kertoivat. Suuri osa järjestyksenvalvojista tuli Porilaisen urheiluseuran Pori Bearsin toimesta talkoohengellä. Jätehuolto sekä hygienia oli järjestetty tilaisuudessa tarvittavalle tasolle lisäämällä roska-astioita tarvittava määrä. Jätteiden synty oli varsin pieni, sillä pitkälti ainoat jätteet joita tapahtumassa syntyi, oli tyhjät muovituopit sekä tyhjät tupakka-askit. Tuotteiden myyminen sekä markkinointi suoritettiin tarkoin noudattamalla annettuja säädöksiä ja lakeja.

4.6 Yhteistyökumppanit

Jo ennen tapahtuman järjestämistä on hyvä kartoittaa mahdollisia yhteistyökumppaneita. Ideoinnin yhteydessä voi miettiä mahdollisia oheistapahtumia järjestettävän tapahtuman yhteyteen. Kulujen jakaminen yhteisten toimijoiden kesken on hyödyllistä kaikkien kannalta. Yhteistyökumppaneita pohtiessa tulee miettiä, mitä hyötyä tapahtumasta on yhteistyökumppanille, ja mitä hyötyä yhteistyökumppanista on tapahtumalle. Yhteistyökumppaneita voi löytyä myös muista tapahtumajärjestäjistä tai kulttuuritoimijoista. Ensikertaa järjestettäessä kokeneemmasta tapahtumajärjestäjästä saattaa olla suuri etu. (Etelä-Pohjanmaan liitto, 2001, 9)

Tapahtuman yhteistyökumppanit voidaan jakaa seuraavasti: Tapahtumatilan omistaja tai vuokraisäntä, oheistapahtumien järjestäjät, alihankkijat (esimerkiksi ääni ja valo, turvallisuus, ruoka yms.), tavarantoimittajat, rahoittajat ja sponsorit. (Etelä-Pohjanmaan liitto, 2001, 9)

Aloitimme yhteistyökumppaneiden etsimisen meille tärkeimmistä koostuvista aiheista. Ensimmäisten joukossa otimme yhteyttä Äänirasia tapahtumantekijä Oy nimiseen yritykseen, jonka toiminta perustuu pitkälti tapahtumien lavarakenteiden, valojen ja äänentoiston tuottamiseen. Äänirasia toteutti Rooftop Festivalien parkkihallin puolei-

sen äänentoiston, valaistuksen sekä lavarakenteet sähköineen. Lisäksi Äänirasian kautta tuotiin ravintolan puolelle muutama lisävalo sekä hieman ylimääräisiä lavarakenteita myös sisätiloihin.

Juomahanat, jääkaapit sekä juomat tapahtumaan toimitti Hartwall. Hartwall on suuri suomalainen juoma-alan yritys, joka valmistaa useita erilaisia suosittuja suomalaisia juomia, kuten Hartwall Jaffa, ja Karjala-olut. Juomat toimitettiin niin, että kaikki avaamatta jätetyt tuotteet saatiin palauttaa takaisin Hartwallille, joten veloitus juomista tuli menekin mukaan.

Lisäksi toinen suurempi yhteistyökumppani projektissa oli suuri kansainvälinen energijuomayhtiö Redbull. Redbull osallistuu usein erikoisluonteisiin tapahtumiin ympäri maailmaa, ja Rooftop Festivaleille he toivat näkyvyyttä vastaan mm. baari-pöytiä, energijuomaa sekä Redbull-maasturin jossa Dj soitti maasturin katolla musiikkia sisäänkäynnin yhteydessä. Lisäksi he osallistuivat artistikustannuksiin.

Citycon toimi yhteistyökumppanina tapahtuma-alueen omistajana. Citycon on kiinteistöosakeyhtiö, joka omistaa useita kauppakeskustiloja Suomessa. Ostoskeskuksen parkkihallin katolla ei ollut ennen järjestetty yhtäkään tapahtumaa, joten saimme tapahtuma-alueen käyttöön veloituksetta, sillä taka-ajatuksella, että tapahtuma toimii samalla testinä siitä, että tilaa voidaan jatkossa käyttää myös tapahtumia varten.

Porin puuvillan Carlings antoi näkyvyyttä vastaan tapahtumaa varten t-paitoja, joihin tuli painatettuna sekä Carlingsin että Rooftop Festivalin logo. Paitoja käytettiin tapahtumaa markkinoidessa sekä itse tapahtumassa työpaitoina.

4.7 Budjetti ja rahoitus

Tapahtuman hyvin rahoituslaskelmien perustana toimii hyvin tehty budjettisuunnitelma menoista sekä tuloista. Kaikki tulo- ja menokohdat on syytä pyrkiä suunnittelemaan ja ennustamaan etukäteen niin hyvin kuin suinkin mahdollista. Heti suunnittelun alkuvaiheessa on hyvä myös tutustua mahdollisiin ulkopuolisiin rahoittajiin.

Rahoittajia voi olla mm. EU, viranomaiset ja erilaiset järjestöt. Apurahoja myöntäviä tahoja on lukuisia. (Koivuranta 2016.)

Pääasiallisen rahoituksen tulee olla tiedossa jo alkuvaiheessa. Alustava raamibudjetti tulee tehdä realiteetteja tarkasti silmällä pitäen. Esimerkki raamibudjetista tapahtumaa suunnitellessa voi olla seuraavanlainen:

Tulot:

+ pääsylipputulot	_____	€
+ yhteistyökumppanit	_____	€
+ oma rahoitus	_____	€
+ yhteensä:	_____	€

Menot:

- palkat ja palkkiot	_____	€
- markkinointikulut	_____	€
- muut järjestelykulut	_____	€
- yhteensä:	_____	€

Kuvio 1, (Etelä-Pohjanmaan liitto, 2001, 10)

Tapahtuman rahoitus tuli kokonaan ravintola Somalta, lukuun ottamatta Redbullin antamaa rahallista vastinetta näkyvyydestä. Tulosta ei tähän kirjoitukseen saa julkais- ta.

Tarkempaa informaatiota tapahtuman talousasioista ei tässä dokumentissa voi jul- kaista.

5 TIEDOTTAMINEN JA MARKKINOINTI

Oli tapahtuma minkäläinen tai minkä kokoinen tahansa, sitä markkinoidaan ja tiedo- tetaan jollain tavalla, usein myös erittäin monipuolisesti. Tapahtuman markkinoinnil-

la tarkoitetaan vapaamuotoisempaa tiedottamista, joka kohdistetaan tietyille kohderyhmälle ja asiakkaille. Tiedottaminen itsessään on virallista ja informaatiotäyteistä, myös tiedotusvälineille sekä viranomaisille tapahtuvaa tiedonjakoa. (Tapio 2013, 3.)

5.1 Markkinointi

Markkinointi on väline, jolla pyritään saavuttamaan yrityksen päämäärät. Markkinoinnin päätehtävänä on hankkia uusia asiakkaita sekä pitää huolta kanta-asiakkaista. Uusien asiakkaiden hankinta vaatii mm. markkinoiden kartoittamista esimerkiksi markkinatutkimuksella sekä kysyntään vaikuttamista, eli käytännössä luomalla asiakkaille toiveita sekä odotuksia. Kanta-asiakkaiden huolehtimista voidaan edesauttaa kanta-asiakasjärjestelmillä, erilaisilla kanta-asiakaseduilla, yhteydenpidolla, bonusjärjestelmillä ynnä muilla vastaavanlaisilla keinoilla, joilla saadaan asiakas pidettyä tyytyväisenä. (Haapakorva & Puustinen 2016.)

Nykyaikana markkinointi on asiakas- ja tarvekeskeistä. Asiakkaiden tarpeita kartoitetaan, ja niihin pyritään vastaamaan mahdollisimman hyvin. Markkinointi on väline, jolla pyritään saavuttamaan yrityksen päämäärät. Markkinointisuunnitelman tekoa varten pyritään selvittämään markkinoinnin kohde, miten kohderyhmälle pyritään markkinoimaan, määritellään yrityksen imagotavoite ja se minkälainen markkinointitapa soveltuu haluttuun imagoon. Markkinoinnissa tärkeää on sen säännöllisyys, sekä yhtenäisyys. (Haapakorva & Puustinen 2016.)

Tapahtumamme markkinoinnin aloittamisen suurimpana haasteena oli se, että tapahtumaa ei oltu ennen järjestetty, joten valmista asiakaskantaa ei ollut lainkaan. Valmiin asiakaskunnan puutteen vuoksi oli siis lähdettävä käytännössä nollatilanteesta. Markkinointimme päätavoitteena oli saada Rooftop Festivalille oma asiakaskunta, jotta tulevina vuosina tapahtuman markkinointi olisi helpompaa. Tavoitteena oli luoda positiivinen, kesäinen, urbaani, astetta elegantimpi ja uniikki imago festivaalille. Pääväreinä käytettiin Soman logossakin esiintyvää purppuraa, sekä parkkihallia kuvastavaa harmaata väriä. Markkinoinnissa haluttiin korostaa samankaltaisuutta ravintola Soman markkinoinnin ja imagon kanssa, joten esimerkiksi painomateriaali, logot ja kuvat pyrittiin tuottamaan pitkälti samalla tyylillä kuten Soman tuottamat markki-

nointiviestinnässä esiintyneet tyylit sekä materiaalit ravintolan omissa tiloissa. Markkinoinnissa pyrittiin käyttämään festivaalin kohderyhmälle sopivia markkinointiviestinnän välineitä ja kanavia.

5.2 Markkinointiviestintä

Vielä muutamia vuosia sitten luultiin yleisesti, että mainosten määrällä luotiin tehokkaampaa markkinointia. Nykypäivän modernissa mediassa kannattavampaa on luoda hyvällä markkinointistrategialla tuotteesta positiivinen kuva yleisölle. Luomalla erilaisen ja uniikin brändi-identiteetin saadaan markkinoinnilla huomattavasti parempia tuloksia. (Beech, Kaiser & Kaspar 2014, 95.) Mainonnan tarkoitus on erottua positiivisella tavalla massasta ja herättää kohderyhmän kiinnostus tapahtumaan. Mainontaa kannattaa käyttää useissa eri medioissa. (Tapio 2013, 10.)

5.2.1 Perinteinen media

Lehtimainonta on perinteisempi tapa mainostaa. Ilmoituksen saa lehteen lyhyelläkin aikavälillä. Paikallislehtiä usein kiinnostaa paikalliset tapahtumat, ja saattavat haluta julkaista tapahtumasta oman artikkelin lehdessä. Tällöin kannattaa olla tarkkana toimittajalle annetun tiedon suhteen, jotta artikkelista tulee halutunlainen. Hyvä vaihtoehto on myös kirjoittaa artikkeli itse. (Tapio 2013, 10.)

Radio ja tv-mainonta mahdollistavat pelkän tekstin ja kuvan lisäksi äänen ja liikkuvan kuvan hyödyntämisen mainonnassa. Radiomainonnassa käytetään usein huumoria ja toistoa, jotta se tarttuu kuulijoiden mieleen. Paikalliselle tapahtumalle paikallisradio on hyvä tapa tuoda tapahtuma esiin ihmisten arkipäiviin. (Tapio 2013, 12.)

Kaikkia yllämainittuja medioita on helppoa lähestyä sähköpostitse. Paras tapa on lähettää sähköpostitse tapahtuman tiedote, jossa on myös yhteystiedot. Näin toimittajat saavat tarvittaessa myös lisätietoa tapahtumasta. (Tapio 2013, 12)

Käytimme perinteistä mediaa suhteessa muihin markkinointivälineisiin varsin vähän. Kuitenkin pyrkiessämme pitämään markkinoinnin monipuolisena, ja festivaaleista kirjoitettiin artikkeli paikalliseen ilmaisjakelulehteen Porilaiseen. Artikkelin julkaistiin ainoastaan Porilaisen internetsivuilla. Artikkelin sai suuren määrän lukijoita myös Facebook-sivustomme kautta. Facebookin kautta artikkelia luettiin hieman yli 20 000 kertaa.

Paikallisradio Radio Pori:lla kuului kesän lopulla tapahtuman lähestyessä Rooftop Festivalin radiomainos. Mainos kuului noin kahden viikon ajan juuri ennen tapahtumaa.

5.2.2 Ulkomainonta

Ulkomainonnan tavoitteena on tavoittaa kaupungilla liikkuvat ihmiset. Kaupungeista löytyy usein paikkoja tienvarsimainoksille ja banderolleille, ja niiden lisäksi usein myös valotauluja, yms. Ulkomainontaa on hyvä käyttää muun mainonnan ohella, ja se soveltuu parhaiten käytettäväksi ajankohtana juuri ennen tapahtumaa. Ulkomainonta on usein maksullista, pois lukien tiettyjä ilmoitustaulupisteitä, mihin saa vapaasti kiinnittää julisteita. (Tapio 2013, 14)

Noin kaksi kuukautta ennen tapahtumaa promootioryhmä jakoi A3-kokoisia julisteita (Liite 1.) eri puolille Porin kaupunkia keskeisiin pisteisiin, joihin julisteen sai vapaasti kiinnittää. Lisäksi julisteita kiinnitettiin useiden kahviloiden, ravintoloiden ja muiden liikkeiden liiketiloihin. Lisäksi julistetta vastaavaa pienempää A5-kokoista flyeria jaettiin esimerkiksi prepartyissa, ja lisäksi niitä levitettiin myös liiketiloihin sekä kouluille eripuolilla Poria. Viikko ennen tapahtumaa ostoskeskus Isokarhun digitaalinäyttöillä näkyi myös samainen juliste digitaaliversiona.

5.2.3 Sosiaalinen media

Sosiaalisen median käytössä olennaista on vuorovaikutus. Käytetyimpiä sosiaalisen median välineitä ovat Facebook, Twitter, Youtube sekä erilaiset blogisivustot. Sosiaalisessa mediassa olennaista on myös se, että ihmiset pääsevät jakamaan mielipitei-

tään ja keskustelemaan aiheista keskenään median sisällä. Jokaisella medially on omat erityispiirteensä, ja niihin kannattaa perehtyä tarkemmin henkilökohtaisesti, ennen kuin niitä aletaan käyttää tapahtuman markkinointiin. Erittäin tehokas tapa saada nopeasti lisää seuraajia ja huomiota sosiaalisessa mediassa on järjestää erilaisia kilpailuja, jotka esim. velvoittavat osallistujat jakamaan tapahtuman kuvan tai sivuston edelleen kavereilleen. (Tapio 2013, 20)

Sosiaalisessa mediassa mainostaminen on pääosin ilmaista, mutta esimerkiksi Facebookissa on mahdollista ostaa lisänäkyvyyttä. Facebook näyttää käyttäjän sivulla ihmisten, sivustojen ja tapahtumien päivityksiä, joita käyttäjän seuraamat henkilöt ja tapahtumat ovat jakaneet tai josta he ovat tykänneet. Tästä syystä laadukas julkaisu tapahtuman sivulla saattaa saada tuhansien ihmisten näkyvyyden, vaikka seuraajia tapahtumalla olisi huomattavasti vähemmän. Sama toimii myös päinvastaiseen suuntaan, eli jos päivitys on yleisön mielestä epäkiinnostava, eikä se saa tykkäyksiä, julkaisun kattavuus jää usein huomattavasti jopa pienemmäksi kuin seuraajien määrä. Facebookissa on mahdollista julkaista kuvia, videoita, tapahtumia, ja siellä on myös mahdollista luoda kokonaan oma tapahtumasivu. (Tapio 2013, 20)

Twitter on mikroblogi, joka toimii hieman kuten Facebook, mutta Twitterissä voi julkaista ainoastaan 140 merkin pituisia ”twiittejä”. Twitterissä ei voi tykätä julkaisuista kuten Facebookissa, vaan niitä jaetaan eteenpäin. Palvelussa on mahdollista jakaa linkkejä ja kommentoida muiden twiittauksia. (Tapio 2013, 24)

Youtube on maailman suurin videopalvelu. Youtube-sivustolle voi perustaa oman kanavan, jonne voi ladata videoita. Videoita on helppo linkittää muihin medioihin, kuten Facebookiin tai Twitteriin. Tulevasta tapahtumasta voi kuvata mm. esittelyvideon, ladata se Youtubeen ja linkittää se eteenpäin muihin medioihin. (Tapio 2013, 24)

Sosiaalinen media oli markkinointimme pääkanava. Festivaalin Facebook-sivusto toimi samalla myöskin kotisivuna. Facebook-päivityksiä tehtiin alkuvaiheessa useita kappaleita viikossa, ja lähempänä tapahtumaa jopa useita päivässä. Päivitysten sisältö vaihteli, riippuen akuuteista aiheista. Facebook-markkinoinnin tavoitteena oli samal-

la toimia informointikanavana. Artistijulkaisut sekä muut vastaavat informaatiot tuotiin esille Facebook-päivitysten kautta.

Saadaksemme parempaa näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa, järjestimme kaksi kappaletta ”tykkää & jaa” – arvontoja, joiden tarkoituksena oli se, että Facebook-käyttäjät tykkää ja jakaa Rooftop Festivalin materiaalin, ja heidän kesken arvotaan voittajia. Arvonnan palkintona oli ilmainen lippu Rooftop Festivaleille. Kyseiset julkaisut tavoittivat Facebookin kautta n. 15 000 henkilöä. Rooftop Festivalin Facebook-sivusto keräsi tykkäyksiä hieman yli 700 kappaletta.

Rooftop Festivalin Instagram-tilin tarkoitus oli olla astetta humoristisempi, hieman härski sekä astetta nopeampi markkinointikanava. Kyseiselle tilille oli tarkoitus päivittää mm. live-kuvaa prepartyista, kuvia markkinointitempauksista, kuvia artisteista sekä muuta vastaavaa.

Youtube-tili toimi tapahtuman markkinointiin suunniteltujen videoiden jakelukanavana. Tekemämme piilokameravideot, informaatiovideot, sekä kaikki muu tuotettu materiaali ladattiin ensin festivaalin Youtube-kanavalle, josta se linkattiin eteenpäin Facebook-sivustolle. Videoita katsottiin 500-1000 kertaa/video.

5.2.4 Sissimarkkinointi ja word of mouth

Sissimarkkinoinnilla tarkoitetaan epätavallista, jopa radikaalia markkinointia. Sitä voi harjoittaa sosiaalisessa mediassa, kadulla, kampanjoilla, ravintoloissa, oikeastaan missä vain. Sissimarkkinoinnin tarkoitus on pääasiassa herättää huomiota. Sen avulla tapahtuma saadaan ihmisten tietoisuuteen, ja sillä saadaan myös helposti ”puskaraudio” eli word of mouth-ilmiö käyntiin. (Tapio 2013, 16)

Word of mouth-termillä tarkoitetaan sitä, kuinka tapahtuma mainostaa itseään asiakkaalta asiakkaalle. Esimerkiksi tapahtumasta kuullut henkilö saattaa mainita siitä työpaikallaan työkumppaneille. Parhaillaan kyseinen ilmiö on erittäin tehokas. Se, että potentiaaliset asiakkaat keskustelevat tapahtumasta vapaa-ajallaan, vaatii jonkin-

laisen sykähdyn markkinoinnissa, joka havahduttaa ihmiset keskustelemaan aiheesta. (Tapio 2013, 16)

Sissimarkkinointimme perustui pitkälti siihen, että saisimme festivaalin nimeä näkyville positiivisissa yhteyksissä. Loimme paikallispiilokamera-konseptin, jonka tarkoituksena oli herättää kiinnostusta ja kuvata piilokameravideoita julkisilla paikoilla Porin keskustassa. Erilaisia piilokameravideoita luotiin kesän aikana viisi kappaletta, joissa kaikissa oli erilainen teema. Pääpisteenä oli tehdä jotain, joka aiheuttaisi yleistä keskustelua, hämmennystä sekä ihmettelyä, mutta pelkästään positiivisessa mielessä. Harmittomat tempaukset saivatkin paljon positiivista palautetta, ja niitä pidettiin hienona asiana erilaisuutensa sekä positiivisuutensa takia. Myös paikallislehti Porilaine huomioi yhden piilokameravideon, ja julkaisi tämän verkkolehdestään. Videot on nähtävissä Rooftop Festivalin Youtube-sivustolla.

Piilokameratoiminnan lisäksi jalkauduimme usein kaduille, kouluille sekä ostoskeskuksiin jakamaan tapahtuman julisteita, samalla kun pidimme päällämme paitoja, joissa näkyi selvästi Festivaalin logo.

6 TAPAHTUMAN TOTEUTUS

6.1 Henkilökunta

Henkilökunnaksi voidaan määritellä jokainen, joka jollain tavalla osallistuu tapahtuman tekemiseen, aina artisteista baarimikkoihin sekä talkootyöntekijöihin. Talkootyöntekijät ovat taloudellisesti kannattavia, mutta heitä rekrytoidessa kannattaa pitää huolta siitä, että talkoolaisten motivaatio työhön säilyy hyvänä. Henkilökunnan kouluttaminen, johtaminen ja hyvä informointi ovat tärkeää, jotta kaikki osallistuvat tietävät toimintatavat, ja he voivat näin keskittyä omaan työhönsä rauhassa. Asiakkaiden hyvinvoinnin lisäksi on erittäin tärkeää, että myös henkilökunnalla on riittävän

hyvät olosuhteet työskennellä, ottaen huomioon mm. saniteettitilat sekä taukotilat, työvalaistus yms. (Paavola 2012.)

Tehokas tapa saada järjestelmällisyyttä ja selkeyttä henkilökunnan toimintaan on jakaa henkilökunta työryhmiin, joilla on jokaisella oma vastuuhenkilö. Koko tapahtuman toiminnan johtaja pystyy näin jakaa informaation tehokkaasti jokaisen työryhmän vastuuhenkilölle, jolloin tarvittava tieto jakautuu varmemmin kaikkien tietoisuuteen ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja mahdollisesti vielä tapahtuman jälkeenkin. Hyvin suunniteltu organisaatio on helpompi johtaa, ja toimii kokonaisuutena tehokkaammin. Henkilökunnan keskuudessa edesauttaa huomattavasti, jos ryhmään saadaan positiivista me-henkeä. Hyvällä yhteishengellä henkilökunnasta jäsenistä saadaan enemmän irti, ja positiivinen ja hyvä henki henkilökunnan keskuudessa näkyy myös hyvin ulospäin asiakkaille. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 11.)

Tapahtuman suunnittelun aikana henkilökuntaan kuului pääasiassa minä, ravintola Soman henkilökunta, sekä promootioryhmä. Promootioryhmän tehtäviin kuului markkinointitehtävät, ja ravintolan väen tehtäviin kuului preparty-tapahtumissa anniskelu ja yleiset tehtävät, joita ravintolatoiminta ylipäättänsä vaatii. Itse tapahtumassa promootioryhmä ei ollut enää mukana toiminnassa kuin ainoastaan asiakkaana. Järjestyksenvalvojina toimivat Soman omat järjestyksenvalvojat, ja heidän apunaan Pori Bearsin talkooryhmä. Anniskelusta vastasi ravintola Soman vakituinen henkilökunta. Äänestä ja valosta vastasi Äänirasia Tapahtumantekijä Oy:n henkilökunta. Lisäksi henkilökuntaan voidaan laskea palkatut artistit eli Ruudolf, Karrikoira, Brädi, Ideali, Jay-Who, heidän kaikkien taustahenkilöt, sekä Soman omat DJ:t.

Kaikkia henkilökuntaan kuuluvia pyrittiin informoimaan tapahtuman toiminnasta ja sen kulusta mahdollisimman hyvin etukäteen. Kokonaiskuvaa hallitsi Janne Larisuo. Informaation kulun kanssa ei ollut henkilökunnan välillä ongelmia. Tieto kulki baaritiskien välillä helposti, sillä niitä oli vain kolme, ja niiden välimatka oli lyhyt. Radiopuhelimia ei tarvittu. Henkilökunta tunsu toisensa myös pitkälti jo etukäteen ja tuttuuden kanssa toimiminen loi ryhmälle hyvän me-hengen, ja tämä välittyi myös ulospäin.

6.2 Asiakkaan huomiointi

Asiakasta tulee informoida tapahtuman toiminnasta jo etukäteen. Aukioloajat, ikäraajat, liikenneyhteydet, infopisteet, löytötavarat, maksuvälineet, jätteet, ruokailu, anniskelu, parkkipaikat, turvallisuus ja kaikki yleinen käytännön asia on kannattavaa tuoda mahdollisimman hyvin esiin asiakkaalle jo ennen tapahtumaa. Mitä tarkempaa informaatiota asiakkaalle annetaan etukäteen sen parempi. Erinomainen tapa informoida on omat internetsivut. Nykypäivänä myös sosiaalinen media on suuressa roolissa informaation jakamisessa. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 12.)

Asiakkaille informaatiota jaettiin tasaisesti facebookin kautta koko kesän ajan. Tärkeimmät tiedot esimerkiksi alkamisajasta, artisteista, lippuhinnoista ynnä muista löytyi helposti heti Facebook-sivuston tiedoista. Lisäksi julisteet olivat erittäin informatiivisia. Tapahtuman tiloihin levitettiin informatiivisia kylttejä ja julisteita, jotka kertoivat esimerkiksi wc-tilojen sijainnin, tapahtumakartan, drinkkien hinnaston, sisäänkäynnin, uloskäynnin, tupakointipaikan ja niin edelleen.

6.3 Lupa-asiat

6.3.1 Poliisin lupapalvelut

Ennen tapahtumaa tulee selvittää poliisin kanssa yhteistyössä hoidettavat asiat, jotta tapahtumasta tulee lainmukainen ja turvallinen. Poliisi voi antaa aiheesta ohjeita tai määräyksiä etukäteen tai tilaisuuden aikana. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 12.)

Tapahtumasta tulee tehdä kirjallinen ilmoitus poliisille viimeistään viisi vuorokautta ennen tapahtumaa, mutta suotavaa olisi tehdä ilmoitus jo aiemmin, mikäli poliisi haluaa tehdä jonkinlaisia muutoksia tai haluaa tutkia tai tehdä tarkennuksia tapahtuman luonteesta. Ilmoitusta ei tarvitse tehdä, mikäli tapahtuma on laajuudeltaan erittäin pieni, eikä tule aiheuttamaan minkäänlaisia toimia järjestyksen ylläpitämiseksi. Ilmoituksen tulee sisältää tiedot järjestäjästä ja yhteystiedoista, tapahtuman tarkoituksesta, paikasta/reitistä, alkamis- ja päättymisajoista, järjestyksen valvonnasta, rakennelmista ja erityisvälineistä sekä anniskelusta ja musiikista. Poliisi voi vaatia lisäsel-

vitystä mm. tapahtumapaikan omistajan/vuokraisännän suostumuksesta, tai selvityksen vastuuvakuutuksen ottamisesta. (Suomen Poliisi – Ilmoitus yleisötilaisuudesta 2016)

Tilaisuuden päättymisaika on pääosin järjestäjän päätettävissä, mutta poliisilaitos voi kuitenkin tapahtuman luonteen perusteella määrätä päättymisajan. Suositus ikärajatoman tapahtuman päätösajalle on klo 01.00 ja muussa tapauksessa tilaisuuden on päätyttävä viimeistään klo 02.00. Hyvillä perusteilla poliisilta voi anoa pitkitettyä päättymisaikaa, ja mm. juhannuksena, vappuna tai uudenvuoden aattona on poliisin harkinnan mukaan mahdollista pitää tapahtumaa avoinna pidempäänkin. Pitkäperjantain, ensimmäisen pääsiäispäivän sekä ensimmäisen joulupäivän aattoillasta kello 18.00 eteenpäin seuraavan 24 tunnin aikana ei saa järjestää minkäänlaista yleisötilaisuutta, ellei poliisi erikseen tähän myönnä lupaa. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 12.)

Jos samassa paikassa ilmoitetaan järjestettäväksi useampi yleisötapahtuma, eikä niiden samanaikainen järjestäminen ole jostain syystä mahdollista, etusijalla on ilmoituksen ensimmäisenä tehnyt järjestäjä. Poliisi voi neuvotella muut tilaisuudet järjestettäväksi uudessa paikassa tai uutena ajankohtana. Poliisi voi määrätä tilaisuuden siirrettäväksi toiseen paikkaan, mikäli tilaisuus häiritsee ympäristöä, jonkin omaisuutta, liikennettä tai jostain muusta poliisin kannalta aiheellisesta syystä. Poliisi voi ryhtyä toimenpiteisiin myös ilman neuvottelua, mikäli tapahtuman yhteyshenkilö ei ole tavoitettavissa. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 13.)

Tapahtumasta ilmoitettiin jo aikaisessa vaiheessa kevättä poliisille, kun saimme varmistettua Cityconin kanssa päivämäärän, jolloin saamme Isokarhun kattokerroksen käyttöömmme. Ilmoitus sisälsi vaadittavat tiedot tapahtumasta, eikä poliisi vaatinut lisäselvityksiä. Tapahtuman alkamisaika päätettiin olevan klo 18.00, ja loppumisaika määräytyi meluluvan mukaan kello 00.30, jolloin musiikin piti hiljentyä. Alue tuli olla tyhjä asiakkaista klo 01.00 mennessä.

6.3.2 Maankäyttölupa

Jokainen ulkoilmatapahtuma vaatii järjestäjän hankkivan maanomistajan luvan. Kunnan omistamia maa-alueita ovat yleensä torit, puistot, kadut pysäköintialueet sekä muut yleiset alueet. Niiden käyttö on luvanvaraista, ja usein myös maksullista mikäli tapahtuma on kaupallinen. Kunnan omistamissa tiloissa järjestettävä tapahtuma vaatii poliisin lupien lisäksi kunnan luvan. Myös tilapäistä mainontaa varten on oltava maanomistajan lupa (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 13.)

Tapahtumassa käytetyn parkkihallin tilat omisti Citycon Oy, jolta saimme luvan käyttää tiloja veloituksetta, siitä syystä ettei tiloja oltu ikinä testattu tapahtumanjärjestystä varten. Muut tilat kuuluivat ravintolalle, lukuun ottamatta artistien takahuoneena käytettyä neuvotteluhuonetta, joka kuului myöskin Cityconille.

6.3.3 Meluilmoitus

Meluilmoitus tulee tehdä, mikäli tapahtumasta aiheutuu häiritsevää melua ympäristössä asuville, siellä oleskeleville tai työskenteleville ihmisille ja mikäli melu on voimakasta, pitkäkestoista, toistuvaa tai ajankohdan takia erityisen häiritsevää. Esimerkiksi musiikkikonsertit, moottoriurheilukilpailut, tai suuret väkimäärät keskittävää tilaisuus ovat usein tilaisuuksia, joista tulee tehdä ilmoitus. Ilmoitus on tehtävä riittävän ajoissa ennen melun aiheutumista, vähintään kuukausi ennen tapahtumaa. Meluilmoituksen tulee sisältää ilmoittajan yhteystiedot, tapahtuman sijainnin, laadun, keston, ympäristössä olevat mahdolliset häiriintyvät kohteet, arvioitu melun voimakkuus sekä suunniteltu melun torjunta sekä seuranta. Meluilmoitus on kätevää tehdä lomakkeella, joka löytyy usein kunnan ympäristön suojelutoimistosta. (Ympäristöhallinnon yhteinen verkkopalvelu 2016.)

Meluilmoituksen hakeminen oli järjestäjryhmällemme itsestänselvyys, sillä ydin keskustassa järjestettävä musiikkitapahtuma kattojen tasalla betonisessa parkkihallisessa aiheuttaa väkisinkin meteliä ympäristöön. Melun tasoa mitattiin desibelimitarein ja tapahtumatiilojen ääniominaisuuksia vaimennettiin molton-kankaalla, joka eristää äänen kaikumista varsin tehokkaasti. Äänen suunnittelu ulkoistettiin täysin Äänirasia

tapahtumatekijä Oy:lle, ja he onnistuivat siinä erittäin hyvin. Mahdollisesta melusta ilmoitettiin lähiympäristön asuinrakennuksiin, ja tarjosimme heille ilmoituksen yhteydessä ilmaisen sisäänpääsylipun, mikäli asukkaat kokisivat metelin häiritseväksi.

6.3.4 Anniskelulupa

Alkoholijuomien anniskelua määrittelee erityisesti alkoholilaki sekä sosiaali- ja terveysministeriön asetukset.

Alkoholijuomien anniskelua saa harjoittaa vain se jolle on myönnetty erillinen anniskelulupa. Tilapäinen anniskelulupa voidaan myöntää enintään kuukauden ajaksi, mutta se myönnetään ainoastaan sellaisen tilaisuuden ajaksi, jonka kesto on tarkasti määritelty. Vaikka tilaisuudessa olisi lupa anniskella alkoholijuomia, järjestäjän tulee pitää myös päihteettömät tuotteet saatavilla. Anniskeluluvan myöntää sijaintipaikkakunnan aluehallintovirasto, AVI. (Aluehallintovirasto – Anniskeluluvat 2016.)

Tilapäisen anniskeluluvan vaatimukset ovat samat kuin toistaiseksi voimassa olevilla anniskeluluvilla. Vaatimuksia ovat mm. hakijan ammattitaito sekä henkilökunnan ja anniskelupaikan asianmukaisuus. Anniskelulupa voidaan myöntää vain erityisistä syistä, kuten esimerkiksi tapahtuma-alueella olevien anniskeluravintoloiden kapasiteetin riittämättömyys anniskelun hoitamiseen. Alkoholilain mukaan tapahtumapaikassa tulee olla vastaava hoitaja, sekä riittävä määrä sopivia sijaisia. Heidän tulee kaikkien olla sopivia tehtävän ja heillä tulee olla riittävä ammattitaito sekä anniskelupassi suoritettuna. (Aluehallintovirasto – Tilapäinen anniskelulupa 2016.)

Anniskelu tapahtuu ainoastaan sille rajatulla anniskelualueella. Anniskelualue tulee rajata selkeästi niin, että myös asiakkaat ymmärtävät sen helposti. Anniskelualueeksi ei kelpaa urheilu-, liikunta-, musiikki-, tai muun verrattavissa olevan tapahtuman yleinen katsomotila. Anniskeluviranomainen vaatii selkeän suunnitelman anniskelualueen rajaamisen suunnitelmasta, kulkuaukoista sekä niiden valvonnasta. Luvan myöntäminen edellyttää myös istumapaikkojen järjestämistä sekä riittävien saniteetitilojen varaamista. (Aluehallintovirasto - Anniskelupaikka 2016.)

Lupaviranomaisilta löytyy valmiita hakemuslomakkeita. Hakemuslomaketta täyttäessä tulee kiinnittää huomiota mm. asianmukaisuuteen sekä siihen että kaikkiin hakemuksessa oleviin kysymyksiin vastataan. Hakemuksessa tulee olla esille erityiset syyt, jolla hakemusta perustellaan, ja siinä pitää tulla ilmi hakijan sekä hänen henkilökunnan ammattitaito anniskelun hoitamiseksi. Valvonnan järjestely pitää olla suunniteltuna sekä tilajärjestelyt sekä piirrokset anniskelualueista, saniteettitiloista tulee olla selkeät. Usein lupien edellytyksenä on myös ruokapalveluiden olemassaolo. Hakemuksen käsittelyaika on 30 vuorokautta, mutta siihen kannattaa varata aikaa noin 1-2 kuukautta. (Anniskeluluvat - Aluehallintoviraston www-sivut, viitattu 22.2.2016) Päätökset ovat maksullisia riippumatta siitä myönnetäänkö anniskelulupa vai ei. Maksun suuruus riippuu asiakaspaikkojen määrästä sekä hakijalle aiemmin myönnettyistä luvista. (Aluehallintovirasto – Maksut 2016.)

Kun anniskelulupa on myönnetty, siitä tulee ilmoittaa vielä erikseen terveydensuojeluviranomaisille sekä ravitsemisliiketoiminnan aloittamisilmoitus poliisille. Lupa edellyttää, että anniskelupaikassa on tarjolla myös alkoholittomia juomia ja sitä, että alkoholia ei anniskella alle 18-vuotiaille (yli 1,2 tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältävät juomat). Alkoholijuomaa ei saa myydä velaksi, ja sen ostosta on aina annettava kuitti. Myös turvallisuudesta on huolehdittava riittäväällä järjestyksenvalvonalla. Anniskelutoiminnan loputtua myynnistä tulee vielä toimittaa raportti lääninhallitukselle kymmenen päivän kuluessa. (Aluehallintoviraston - Vastaava hoitaja ja henkilökunta 2016.)

Anniskeluluvan hakeminen hoitui sillä, että haimme tilapäistä jatkettua anniskelu-oikeutta Soman ravintolalle. Näin saimme Soman A-oikeuksien puitteissa myydä alkoholijuomia myös parkkihallin puolella. Parkkihallissa ja terassilla oli tarjolla yleisimpiä festivaaleilla käytettyjä väkeviä viinoja, hanatuotteita sekä alkoholittomia juomia. Ravintolan tiskiltä sai saman tuotetarjonnan mitä Somalla on tarjota normaalistikin, ainoastaan sillä poikkeuksella, että kaikki juomat kaadettiin muovimukiin.

6.3.5 Tupakkalaki

Tupakkalaki kieltää tupakoimisen kaikissa julkisissa ja yleisissä tiloissa, sekä yleisten kulkuneuvojen sisätiloissa ja yleisissä tilaisuuksissa. Tupakointi on kielletty nuorille tarkoitetuissa ulkotiloissa, kuten koulujen ja päiväkotien pihoilla sekä työpaikoilla. Kielto koskee myös sisätiloissa järjestettäviä tilaisuuksia, joihin yleisöllä on vapaa pääsy. (Finlex-www-sivusto – Tupakkalaki 2016.)

Työnantajalla ei ole velvollisuutta järjestää työntekijöille erillistä tupakointitilaa, mutta voi sen sallia sellaisessa tilassa, jossa kukaan ei tahattomasti altistu tupakansavulle, eikä tupakansavu pääse kulkeutumaan niihin sisätiloihin jossa tupakanpoltto on kiellettyä. Tupakointitilaa ei saa kuitenkaan järjestää sellaiseen tilaan joka on pääasiassa alle 18-vuotiaiden henkilöiden käytössä. (Finlex-www-sivusto – Tupakkalaki 2016.)

Ravintolan sisällä tupakointi on sallittu ainoastaan sille erikseen varatussa tupakointitilassa. Tällöin on myös huolehdittava siitä, ettei tupakansavu pääse kulkeutumaan tiloihin jossa tupakanpoltto on kielletty. Ruoan ja juoman nauttiminen samassa tilassa ei ole lain mukaan sallittua, eikä ravintola siltikään ole velvollinen järjestämään erillistä tupakointitilaa asiakkaille. (Finlex-www-sivusto – Tupakkalaki 2016.)

Tapahtumassa tupakoiminen oli sallittu ainoastaan terassialueella. Tupakointi parkkihallin puolella oli myös kielletty, sillä parkkihallissa olevan katoksen alla tupakoiminen ei viranomaisten mukaan ollut sallittua. Tupakkatuotteita myytiin ainoastaan ravintolan tiskiltä, sillä ravintolalle on siihen etukäteen myönnetty lupa. Tupakointikiellosta muistutettiin illanmittaa useaan otteeseen tapahtuman juontajan toimesta, sekä lukuisien parkkihalliin levitettyjen kylttien avulla.

6.4 Turvallisuusasiat

Turvallisuudesta on vastuu aina tapahtuman järjestäjällä. Laki määrittää useita asioita koskien tapahtuman turvallisuutta. (Kts. Sivu 12.) Turvallisuutta koskevissa asioissa on hyvä selvittää koko henkilökunnalle yleiset käytännöt liittyen turvallisuuteen. Ai-

na on parempi, että on varautunut aivan kaikkeen ja aivan liian hyvin. Kannattaa tutustua myös kaupungin järjestyslakiin, sillä kaupungeilla saattaa olla yleisen järjestyslain lisäksi omia säännöksiä. Jokaisesta tapahtumasta tehdään turvallisuus- ja pelastussuunnitelma. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 15.)

6.4.1 Rakennusturvallisuus

Tapahtuma saattaa tarvita kaupungin rakennusvalvontaviranomaiselta erillisen rakennusluvan, mikäli tapahtumaan suunnitellaan suurempia rakenteita. Mikäli tapahtuma vaatii rakennusluvan, siinä vahvistetaan kyseisessä tilassa samanaikaisesti olevien henkilöiden sallittu enimmäismäärä. Mikäli jotain rakennusta tai sen osaa halutaan käyttää tilapäisesti tapahtuman osana, on sille haettava myöskin lupa rakennusvalvontaviranomaiselta. Tällaisessa tilanteessa tulee ottaa huomioon tilan pinta-ala ja sen suunniteltu hyödyntäminen, poistumistiet, riittävä alkusammutuskalusto, sosiaali-tilajärjestelyt, pelastussuunnitelma, ja paikoitusalueet. Poistumisteitä tulee olla vähintään kaksi, ja ne pitää olla selvästi informoitu merkkivalaisulla. Poistumisteiden minimileveydet on määritelty niin, että mikäli osallistujamäärä on alle 240 henkilöä, poistumistien minimileveys tulee olla 120 cm. 240 henkilöstä ylöspäin poistumistien leveys kasvaa aina 40 cm / 60 henkilöä, eli esimerkiksi 420 henkilön tapahtumassa uloskäynnin minimileveys tulisi olla vähintään kolme metriä. Tilapäisillä rakenteilla ei saa heikentää uloskäyntien käytettävyyttä tai niiden opasteiden näkyvyyttä. Viranomaiset voivat esittää lisävaatimuksia tutustuttuaan suunnitelmaan. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 16.)

Pääpoistumistienä käytimme tapahtumassa parkkihallin autoramppia. Autoramppia pitkin kulki aidattu alue, jota seuraamalla pääsi liuskaa pitkin ulos. Kyseistä reittiä pitkin tyhjennettiin myöskin parkkihallin alue niistä asiakkaista, joilla ei ollut etukäteen ostettua jatkolippua, joka oikeutti suoraan kulkuun ravintola Somaan, jossa järjestettiin jatkot nimellä Red Bull Afterparty. Toinen poistumistie kulki samaa reittiä kuin sisäänkäynti, eli Soman hissien sekä rappusten kautta. Tätä reittiä käytettiin poistumiseen vasta jatkoilta lähtiessä.

6.4.2 Palo- ja pelastustoimet

Tapahtumaan tulee laatia pelastussuunnitelma mikäli:

- Tapahtumaan arvioidaan osallistuvan yhtä aikaa yli 500 henkilöä.
- Järjestyspaikkaa varten joudutaan hakemaan sen hyväksytyn henkilömäärän ylitykseen lupaa rakennusvalvontaviranomaiselta.
- Tapahtumassa käytetään erikoistehosteita, joiden käyttö saattaa aiheuttaa vaaraa yleisölle (esim. pyrotekniikka).
- Tapahtuma järjestetään poikkeuksellisissa olosuhteissa, jotka poikkeavat asiakaskunnan tavallisesta kokemuspieristä.
- Tapahtumassa käytetään poikkeuksellisia välineitä tai laitteita, joihin liittyy mahdollisia vaaratekijöitä.
- Tapahtuma aiheuttaa erityisiä järjestelyjä liittyen turvallisuuden ylläpitämiseen, ympäristölle aiheutuvien haittojen estämiseen tai liikennejärjestelyihin.
(Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 17.)

Pelastussuunnitelma on pidettävä päivitettyinä, ja siitä on informoitava kaikille, joiden on mahdollisesti osallistuttava siihen vaaratilanteen sattuessa. Pelastussuunnitelma on toimitettava pelastusviranomaiselle tämän antamien ohjeiden mukaisesti. Esimerkki pelastussuunnitelman sisällöstä sivulla 9. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 17.)

Avotulen teko kokoontumistiloissa ja –alueilla on kielletty ilman paloviranomaisen lupaa. Ulkotapahtumissa avotulen tekemisessä tulee ottaa huomioon mm. metsäpalovaroitukset, jolloin avotulta ei saa tehdä. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 18.)

Ilotulituksen järjestämisestä tulee tehdä kirjallinen ilmoitus paloviranomaiselle, joka päättää sen sallimisesta. Ammattilaisten järjestämistä ilotulitusnäytöksistä tehdään ilmoitus poliisille. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 18.)

6.4.3 Ensiapu

Ensiapupalveluita järjestää esimerkiksi Suomen Punainen Risti (SPR). Heidän kanssaan on mahdollista sopia tapahtuman terveydenhuolto- sekä ensiapupalveluista. Heidän ensiapuryhmät toimivat yhteistyössä paikallisten sairaanhoitojärjestelmien kanssa, ja tarvittaessa he saavat paikalle mukaan lääkärin tai ensihoitoon perehtyneen ammattilaisen. Ensiapuryhmän tilaaminen tapahtumapaikalle ei ole pakollista, mutta erittäin suositeltavaa. Ryhmän tilaamisesta kannattaa neuvotella vähintään 2-4 etuajassa. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 18.)

Monenlaiset tapahtumat, kuten ravit ja moottoriurheilutapahtumat, ovat tapahtumia, joiden luonne vaatii ensiapupalvelut välittömään läheisyyteen. Ilman selkeää ensiavun järjestämistä tapahtuma ei saa järjestämislupaa. Ensiapujärjestelyjä suunniteltaessa pitää järkeillä niin, että ensiapupalvelut vastaavat tapahtuman potentiaalisia uhkia. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 18.)

Ensiapupisteinä tapahtumassa toimi Soman narikkatila, missä ravintola pitää normaalisti ensiapupistettä ja jossa on riittävä varustus tarvittavaa ensiapupalvelua tapahtumaa varten. Soman vakituisilla järjestyksenvalvojilla on tarvittava koulutus antamaan potentiaalisissa uhkatilanteissa ensiapua. Ensiapupisteelle tulikin tapahtumassa käyttöä asiakkaan sairaskohtauksen vuoksi, mutta tilanteesta selvittiin säikähdyksellä.

6.4.4 Järjestyksenvalvonta

Tapahtuman järjestystä ylläpitää järjestyksenvalvojat, joita tulee olla riittävästi suhteutettuna tapahtuman väkimäärään. Heidän tarkoituksena on ennaltaehkäistä rikoksia ja onnettomuuksia sekä ylläpitää yleistä järjestystä heidän toimipisteellä tai -alueella. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 18.)

Järjestyksenvalvojaksi voidaan hyväksyä 18 vuotta täyttänyt henkilö, joka on ominaisuuksiltaan tehtävään sopiva, ja on saanut sisäasiainministeriön vahvistaman koulutuksen. Koulutusta tarjoavat poliisilaitokset, tietyt ammatilliset oppilaitokset sekä

järjestäjänvalvojakouluttajaksi hyväksytyt henkilöt. Järjestyksenvalvojan lupa on voimassa enintään viisi vuotta ja sen myöntää poliisilaitos. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 18.)

Poliisi voi hyväksyä järjestyksenvalvojaksi myös henkilöitä, jotka eivät ole suorittaneet järjestyksenvalvojan peruskoulutusta. Tilapäisen järjestyksenvalvojan luvan voi saada, mikäli tapahtuma on erityisen laaja, ja vaatii suuren määrän järjestyksenvalvojia tai jostain muusta tapahtuman luonteeseen viittaavasta syystä. Tilapäisen järjestyksenvalvojan lupa on voimassa vain määritellyn tilaisuuden ajan. Poliisilaitos voi kuitenkin hyväksyä henkilön tilapäisen järjestyksenvalvojan luvan enintään neljän kuukauden ajaksi vuodessa, mikäli järjestäjä sekä tapahtumapaikka ovat samat. Myös tilapäisen järjestyksenvalvonnan luvan saamiseksi edellytetään 18 vuoden ikää sekä henkilökohtaista soveltuvuutta ja suostumusta tehtävään. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 19.)

Tapahtumaan varattiin järjestyksenvalvojia huomattavasti enemmän kuin oli tarvetta siltä varalta, ettei niitä ole ainakaan olisi vahingossakaan liian vähän. Koska tapahtumaa ei oltu koskaan ennen järjestetty, emme tienneet miten ihmismassa käyttäytyy tiloista poistuttaessa, emmekä sitä, miten paljon se vaatisi järjestystenvalvojien ohjausta. Järjestyksenvalvojista Soman henkilökuntaan kuuluvilla oli vakituinen järjestyksenvalvojalupa entuudestaan, ja talkootöissä olleilla henkilöillä oli tilapäinen lupa järjestyksenvalvojan tehtäviin.

6.5 Jätehuolto ja siivous

Järjestäjä on velvollinen huolehtimaan tapahtuman alueen siisteydestä ja sen ylläpitämisestä. Tapahtuman järjestäjä voi selvittää alueen lajitteluvaatimukset kunnan tai kaupungin ympäristökeskuksesta. Suotavaa olisi, että tapahtuman jälkeen alue on samassa kunnossa kuin ennen tapahtumaa. Tämä edesauttaa tapahtumajärjestämistä samalla alueella jatkossa. (Kallio & Määttä 2014.)

Käymälöiden määrä, jätteiden lajittelu ja siivousasiat ovat tärkeimmät asiat, jotka huolellisesti suunnittelemalla saadaan tapahtuman siisteysasiat varmasti sujumaan joustavasti. (Kallio & Määttä 2014.)

6.5.1 Siivous

Siivousta tulee hoitaa jo tapahtuman aikana. Riittävä määrä roskakoreja edesauttaa sitä, että asiakkaiden roskat päätyvät suoraan roskakoriin eikä esimerkiksi maahan. Pääasiassa siivoaminen tapahtuu tapahtuman loputtua, mutta urakkaa voidaan helpottaa huomattavasti pitämällä henkilökuntaa siivoamassa myös tapahtuman aikana. Tapahtuman aikana siisteyden ylläpitäminen on myös tärkeää asiakkaiden tyytyväisyyden kannalta. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 19.)

Tapahtumassa henkilökunta pyrki siivoamaan mahdollisimman paljon jo tapahtuman aikana. Tapahtuman siivoamisen edellyttämiseksi roska-astioita oli sopiva määrä ylimääräisiä parkkihallissa. Siivoaminen organisoitiin niin, että kaikki parkkihallin puolella työskennelleet henkilöt jäivät välittömästi tapahtuman loputtua siivoamaan aluetta. Parkkihallialue saatiinkin siivottua noin tunnissa. Seuraavana päivänä parkkihalli huuhdeltiin vielä lisäksi painepesurin avulla.

6.5.2 Jätehuolto

Jätehuoltoa suunnitellessa tulee pyrkiä ehkäisemään syntyvän jätteen määrä. Jätettä kuitenkin syntyy väkisinkin, ja jätelain mukaan se pitää toimittaa hyötykäyttöön. Pienillä valinnoilla voidaan vaikuttaa huomattavasti jätteen määrään. Valitsemalla mm. uusiopaperin WC- ja käsipaperilaaduksi sekä pestävät juoma-astiat ja ruokailuvälineet asiakkaille käyttöön, vähennetään jätteen määrää. Pestäville astioille voi kehittää panttijärjestelmän, jolloin asiakkaan ostaessa tuotteen veloitetaan ylimääräinen pantti, jonka saa takaisin palauttamalla astiat. Tämä samalla saa asiakkaat osallistumaan helpommin siisteyden ylläpitämiseen. Mikäli kertakäyttöisten astioiden käyttö on välttämätöntä, on hyvä käyttää kierrätettäviä ja maatuovia materiaaleja. Paikallisesta jätehuoltoyhtiöstä on hyvä selvittää myös etukäteen, miten jätteet on parasta laji-

tella, ja hoitaa tämän mukaisesti myös selkeät opasteet lajitteluastioihin. (Kallio & Määttä 2014.)

Siisteyden ylläpidon ja jätehuollon kannalta oli helppoa, että ainoat mahdolliset jätteet tulivat muovituopeista sekä satunnaisista tupakka-askeista. Tällöin tapahtuman loputtua oli varsin helppoa siivota parkkihallialue harjalla. Jätettä kuitenkin syntyi varsin suuri määrä, sillä uudelleen käytettäviä astioita ei nähty mahdollisena käytettäväksi kyseisessä tapahtumassa niiden hinnan, sekä pesemismahdollisuuden puutteen takia.

6.5.3 Ympäristö

Mikäli tapahtuma järjestetään kauniin luonnon keskellä, historiallisessa ympäristössä tai jollain tavalla muuten eksoottisessa paikassa, tapahtuman ympäristö tuo todennäköisesti suuren arvon sen asiakkaille. Tapahtuma, joka suunnitellaan järjestettävän tulevaisuudessakin samalla paikalla, on syytä pitää mahdollisimman siistinä ja kuluttaa ympäristöä mahdollisimman vähän. Tapahtuman ympäristö tulee ottaa myös huomioon sellaisissa asioissa, kuten esimerkiksi kulkureitit, jäteastioiden sijoittaminen, myyntipisteiden sijoittaminen jne. Myyntipistettä ei kannata sijoittaa vesialueen rannalle, sillä myyntipisteiden läheisyydessä syntyy eniten jätettä. Jäteastiat kannattaa taas sijoittaa kulkureittien läheisyyteen, ja kulkureitit tulee pyrkiä suunnittelemaan niin, ettei ympäristö rasitu suuresta väkimäärästä. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 10.)

Tapahtuman vaikutus ympäristöön oli täysin mitätön. Parkkihallista ei päässyt yhtäkään roskaa ympäristöön, ja parkkihallikin oli varsin helppo puhdistaa tapahtuman loputtua.

6.5.4 WC-tilat

Asiakkaat kiinnittävät paljon huomiota saniteettitilojen siisteyteen. Käymälät ja jäteastiat on tyhjennettävä riittävän usein. Riittävä määrä käymälöitä edesauttaa niiden siisteyttä, ja vähentää potentiaalisia jonoja. Käymälöiden yhteydessä on oltava kä-

sienpesumahdollisuus ja sen siisteydestä tulee myöskin pitää huolta. Käymälöitä on oltava vähintään seuraavan ohjeistuksen mukaisesti.

Osallistujamäärä	Naisille	Miehille	Näistä liikuntaes- teisille
<50	1	1	1
51-250	2	2	1
251-500	3	3	1
501-750	5	4	1
751-1000	6	5	1
Yli 1000 osallistu- jaa: jokaista 250 osallistujaa kohden	+1	+1	1/1000 osallistujaa

(Taulukko 1, Kallio & Määttä 2014.)

Miesten käymälöistä puolet voidaan korvata vastaavalla määrällä virtsa-altaita. Ohjeistuksesta voidaan poiketa ja käymälöitä vähentää, mikäli alueen lähistöllä on yleisön käytettävissä olevia wc-tiloja. Vastaavasti käymälöitä on lisättävä, mikäli tilaisuus kestää yli viisi tuntia tai jos tilaisuudessa tarjoillaan alkoholia. Saniteettitilojen määrää suunnitellessa tulee myös huomioida mahdollinen yleisömäärän ylitys, jolloin vähäinen saniteettitilojen määrä ilmenee todennäköisesti pitkinä jonoina. (Kallio & Määttä 2014.)

Wc-tiloja tapahtumassa oli kahdessa eri paikassa. Ravintola Soman wc-tilat olivat normaalisti käytössä, ja näihin kuuluivat miesten ja naisten vessan lisäksi yksi unisex-wc, jossa molemmat sukupuolet saivat asioida. Lisäksi parkkihalliin vuokrattiin Lassila & Tikanoja Oy:ltä ylimääräiset saniteettitilat, joiden kuljettamisen he hoitivat ensin paikalleen ja myöhemmin myöskin pois, tyhjennyksen kera. Parkkihallissa oli miehille kaksi virtsa-allasta ja naisille neljä kappaletta wc-toiletteja. Näin saniteettitiloja oli hieman ylimääräisiä, ja jonoja ei päässyt tapahtuman aikana syntymään.

6.6 Lipunmyynti

Lipunmyynti tapahtumassa ulkoistettiin Tiketti Oy:lle.

Tiketti Oy:n kautta lippuja tapahtumaan pystyy ostamaan monesta eri jakelukanavasta, kuten internetistä, R-Kioskeilta, sekä Tiketin myyntipisteistä. Tiketin toimintamalli perustuu siihen, että he ottavat jokaisesta myydystä lipusta 2,50€ asiakkaalta ekstraa itselleen. Tiketti Oy mahdollistaa myös erilaisten lipputyyppeiden käyttämisen, kuten Pdf-lippu, mobiililippu sekä perinteinen paperilippu. Tarvitun palvelun pystyy itse räätälöimään Tiketti Oy:n kanssa sopimalla sellaiseksi, kun sen itse kokee parhaaksi. (Lipunmyynti – Tiketti.fi 2016.)

Näin ollen myymämme 19€ hintaiset ennakkoliput maksoivat asiakkaalle 21,50€, ja normaali 25€-hintainen lippu maksoi 27,50€. Lippumyynnin ulkoistaminen oli silti järkevämpi ratkaisu, sillä näin pystyimme myydä lippuja helposti myös ulkopaikkakunnilla. Tiketin lippujen lisäksi myimme myös lippuja ravintola Somasta, ravintola Miamista sekä Bar & Cafe Havanasta. Lisäksi Tiketti Oy:n liput ovat konkreettisesti laadultaan huomattavasti parempia, mitä esimerkiksi olisimme itse pystyneet tuottamaan. Ainoastaan Tiketin tuottaman asiakaspalvelun kanssa oli huomattava määrä ongelmia. Ensin he lähettivät ennakkolippuja, joissa oli väärä hinta ja tämän takia myöskin ennakkolipunmyynnin aloittaminen venyi hieman pidemmälle. Itse tapahtumaan he unohtivat toimittaa lippujen lukulaitteen, jolla olisimme voineet lukea pääsyliput nopeasti. Kyseinen virhe Tiketti Oy:ltä hidasti sisäänpääsyä huomattavasti. Lipunmyyntiä virheet eivät kuitenkaan juuri häirinneet, ja saimme myytyä lippuja odotetusti.

6.7 Alihankkijat, sponsorit ja muut toimijat

Ulkoistaminen on hyvä ratkaisu, mikäli tarvitaan toimintoja, jotka eivät ole järjestäjän omaa ydinosaa. Ulkoistaa voidaan mm. markkinointi ja tiedottaminen, ravintolapalvelut, ääni ja valojärjestelyt jne. Ulkoistaminen tuo tapahtumaan usein huomattavasti osaamista, sillä palkkaamalla esimerkiksi erilliset anniskelupalvelut,

saa varmasti ammattitaitoa tapahtumaan. Ulkoistaminen ei kuitenkaan ole kaikkein kustannustehokkain ratkaisu. (Etelä-Pohjanmaan liitt, 2001, 22.)

Ulkoistimme ääni ja valojärjestelyt Äänirasia tapahtumatekijä Oy:lle ja jätehuolto ulkoistettiin Lassila & Tikanoja Oy:lle. Hartwall toimitti tapahtumaan juomat, ja haki ylimääräiset juomat tapahtuman jälkeen myös pois. Osa markkinoinnin materiaalin tuottamisesta, kuten julisteiden sekä lakanoiden suunnittelu ja teettäminen, ulkoistettiin mainostoimisto Jabadabaduulle. Myös amerikkalaisen jalkapallon Porilais-seura Porin Bears osallistui tapahtumaan tuoden tapahtumaan usean järjestyksenvalvojan, Soman oman henkilökunnan tukemiseksi.

6.7.1 Elintarvikkeiden myynti

Elintarvikkeiden myynnin voi järjestäjä joko hoitaa itse tai jättää asia alihankkijalle. Elintarvikevalvonnan toimeenpanosta vastaavat kunnat, ja järjestäjän on tehtävä terveysuojelulain mukainen ilmoitus terveystoimistolle, mikäli tapahtumaan odotetaan yli 500 henkilöä ja siellä tarjoillaan elintarvikkeita. Ilmoitus suositellaan tehtävän vähintään 15 vuorokautta ennen tapahtumaa. Ilmoituksen tulee sisältää tapahtuman perustietojen lisäksi mm. selvityksen vedenhankinnasta, viemäroinnistä, jätehuollosta, käymälöiden määrästä, myytävien tuotteiden säilömisestä, niiden valmistuslaitteista jne. Yksittäisten myyjien tiedot voidaan toimittaa järjestäjälle tai suoraan viranomaiselle. Järjestäjän tekemään ilmoitukseen ei tarvitse liittää yksittäisten myyjien omavalvontasuunnitelmia. Omavalvontasuunnitelma on kuitenkin oltava ja pidettävä lähettyvillä. Omavalvontasuunnitelman puitteissa on syytä muistaa mm henkilökunnan hygieniapassien voimassaolo. Elintarvikelaki velvoittaa elintarvikealan toimijoiden huolehtivan henkilökuntansa hygieniaosaamisesta. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 22.)

Tapahtumassa myytiin ravintola Soman alakerrassa ravintola Miamin puolella kymmenen euron ruoka-annoksia. Keittiö oli auki klo 23.00 asti, jonka jälkeen tapahtumasta ei ollut enää mahdollista saada ruokaa. Kulku ravintola Miamiin järjestettiin rappusien sekä hissien kautta, ja takaisin Miamista festivaaleille pääsi kulkemaan samaa reittiä näyttämällä lippua järjestyksenvalvojalle.

6.7.2 Rakenteet, kalusteet ja somistus

Tapahtumaa somistaessa tulee ottaa huomioon erityisesti paloturvallisuus. Koristeina ei tule käyttää herkästi syttyvää materiaalia. Mikäli tapahtumassa käytetään istuimia, niiden on oltava toisissaan kiinni, ja ne tulee sijoittaa niin, etteivät ne ole kulkuväylien edessä. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 23.)

Isokarhun parkkihallin kattokerros on edellytyksiltään varsin hyvin soveltuva tapahtumanjärjestämiseen. Se on parkkihalliksi erittäin siisti, sen seiniä on korostettu lilalla maalilla ja siinä on kirkas läpinäkyvä katos, joka kattaa puolet kattotasanteesta. Tapahtumassa haluttiin säilyttää sen urbaanit olosuhteet, eli parkkihallin pintoja ei haluttu juurikaan muokata. Yhdelle seinustalle asetettiin sponsorien sekä yhteistyökumppaneiden mainoksia, ja muille seinille asetettiin molton-kangasta, joka oli väriltään mustaa. Lisäksi parkkihallin arkkitehtuuria korostettiin erilaisilla valoilla, jotta parkkihallin piirteitä saatiin enemmän esiin. Istumapaikkoja tapahtumassa löytyi ainoastaan ravintolan puolelta, ja ylimääräisiä baaripöytiä oli parkkihallissa kymmenen kappaletta. Lisäksi tapahtuma-alueella käytettiin baaritiskin edessä kuusi metriä pitkää Rooftop Festivalin väriteemaan soveltuvaa koristelakanaa, sekä vessojen edustalle sijoitettua 3mx3m kokoista lakanaa, jossa luki lakanan kokoisin kirjaimin WC.

6.7.3 Kuljetus- ja liikennepalvelut

Pysäköintitilat ja liikenteenohjaus ovat yksi tärkeä asia liittyen tapahtuman kuljetus- ja liikennepalveluihin. Liikenteenohjaajina saa toimia ainoastaan poliisilaitoksen myöntäneen luvan saaneet järjestyksenvalvojat. Liikenteenohjaajien varusteet kuuluvat olla näkyvät, ja heillä tulee olla lisäksi pienikokoinen kädessä pidettävä ”Ajoneuvolla ajo kielletty” liikennemerkki. Liikenteenjärjestelyiden muutoksesta määrää poliisilaitos, ja mikäli lupa muutoksiin myönnetään, tulee huolehtia tilapäisten liikennemerkkien sijoittamisesta ja niiden poistamisesta. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 24.)

Tapahtumaa varten ei koettu tarpeelliseksi järjestää erityisiä liikennejärjestelyjä, sillä kaupungin keskustassa on valmiiksi riittävästi parkkipaikkoja, eikä asiakkaita odotet-

tu niin paljon, että liikennejärjestelyjä oltaisi jouduttu muuttamaan. Keskustassa järjestetyssä tapahtumassa yksi positiivisista puolista on se, että julkisen liikenteen avulla paikalle pääsee vaivattomasti ja melkein miltä suunnalta tahansa. Lisäksi taksipalvelut löytyivät läheltä tapahtuma-aluetta.

6.7.4 Sähkö

Ulkotilaisuuksissa on kiinnitettävä huomiota siihen, että sähkölaitteet suojataan saateelta. Sähköturvallisuuteen liittyvät asiat tulee huomioida pelastussuunnitelmassa. Johtojen asettamista kulkuväylille tulee välttää, ja mikäli sähköjohtoja joutuu asettaa kulkureiteille, ne tulee peittää niin, että johdoista ei aiheudu vaaraa. Jatkopistorasioita tulee myös välttää. Sähköasennuksia saa tehdä ainoastaan sähköalan ammattilainen. Tapahtumaan voidaan vuokrata paikalliselta sähköyhtiöltä työmaakeskus. Sähköyhtiö on vastuussa sähkön toimittamisesta vain keskuksen pistorasioihin asti. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 24.)

Julkista valaistusta on mahdollisuus muuttaa. Muutoksista tulee sopia vähintään viikkoa ennen, ja se tulee sopia valvomon käyttöpäivystäjän kanssa. Muutoksen tilaaja vastaa toimenpiteestä aiheutuneista mahdollisista ongelmista. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 24.)

Tapahtumassa tarvittava sähkö otettiin kauppakeskuksen verkkovirrasta. Isokarhun talonmies auttoi yhteistyössä ravintola Soman henkilökunnan sekä Äänirasian henkilökunnan kanssa vetämään sähköt tapahtumatiloihin parkkihalliin. Sähköjohdot saatiin asetettua niin, ettei ne olleet edessä kulkuväylillä tai niissä osissa tapahtumaa, jossa asiakkaat olivat. Ravintolan puolella ylimääräistä sähköä ei tarvittu.

6.7.5 Sponsorit

Sponsoroinnilla tarkoitetaan jonkin yrityksen, henkilön tai yhteisön imagon vuokraamista ja hyödyntämistä määriteltyihin tarkoituksiin, kuten esimerkiksi markkinointiviestintään. Potentiaalisia sponsoreita pohdittaessa tulee miettiä tapahtumalle ja sen imagolle sopivia tahoja. Tulee myös miettiä, mitä kyseinen taho saa tapahtumalta

vastineeksi. Yleisin sponsoroinnin muoto on sponsorin mainostaminen tapahtumassa jonkinlaista korvausta vastaan, mutta sponsoroinnin voi järjestää monella muullakin tapaa. Yritys voi esimerkiksi käyttää tapahtuman mainosarvoa hyödykseen ilmoittamalla omassa markkinointiviestinnässään tukevansa tapahtumaa. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 24.)

Hankimme itsellemme sellaisia sponsoreita sekä yhteistyökumppaneita tapahtumaan, josta molemmat osapuolet hyötyisivät mahdollisimman paljon. Suurin näistä oli energiajuomayhtiö Redbull, joka tunnetusti sponsoroi useita erilaisia tapahtumia. Redbull osallistui tapahtumaan huomattavana rahallisena tukena, sekä ilmaisilla Redbullin tuotteilla. Heidän taholtaan saimme myös baaripöytiä, ja lisäksi heidän toimesta festivaalien sisäankäynnille tuotiin Redbull-maastoauto, jonka lavalla heidän palkkaama DJ soitti musiikkia. Vastineena nimesimme jatkot ”Redbull Afterparty”-nimellä, ja julkaisimme muutamia kuva- sekä videomateriaaleja, joissa kyseinen yritys on esillä tapahtuman yhteydessä. Lisäksi Redbullin meille lähettämät tuotteet pidettiin jatkuvasti esillä.

6.8 Viralliset ilmoitukset

6.8.1 Tekijänoikeuskorvaukset

Musiikin esittäminen tapahtumassa edellyttää usein sekä Teosto- että Gramex-korvausten maksamista. Teosto r.y hallinnoi sävelteosten tekijöiden oikeuksia ja edistää kotimaista säveltaidetta. Tekijänoikeuksilla suojatun musiikin esittäminen julkisesti vaatii musiikin tekijöiden luvan, jonka myöntää Teosto. Lupaa tarvitaan kaikkialla, jossa musiikkia voi kuunnella julkisesti, esim. ravintolat, ostoskeskukset jne. Gramex on esittäjiä, artisteja ja tuottajia edustava yhdistys, jonka tarkoitus on edistää ja valvoa oikeudenhaltijoiden tekijänoikeuslaissa säädettyjä oikeuksia. Yhdistyksen tärkein tehtävä on kerätä taiteilijoille ja tuottajille oikeat korvaukset ja tilittää ne edelleen korvauksiin oikeutetuille. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 25.)

Teosto perii korvausta sen perusteella, kuinka paljon ja missä heidän teoksiaan on esitetty. Tästä syystä Teostolle on ilmoitettava esitettävästä musiikista. Myös esittäjät

voivat itse ilmoittaa esittämänsä teokset Teostoon. Järjestäjän ja esiintyjän on syytä sopia keskenään siitä, miten esitysilmoitus toimitetaan Teostoon. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 25.)

Gramex-korvaus peritään sen mukaan, onko äänitemusiikin käyttö pääasiallista vai käytetäänkö sitä taustamusiikkina, peritäänkö tapahtumasta pääsymaksua, ja siitä mikä on tapahtuman suurin sallittu henkilömäärä. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 25.)

Tarvittavat ilmoitukset Gramexille tehtiin tapahtuman arvioidun kävijämäärän mukaan, ja vaaditut maksut maksettiin suoraan Gramexille. Teostolle ilmoitettavasta musiikista vastasi artistit itse.

6.8.2 Verotus

Tapahtuman järjestäjän maksaa tapahtumasta usein oma-aloitteisesti veroa. Veron maksaja, eli järjestäjä, laskee itse tarvittavan veronmaksun suuruuden.

Työnantaja on velvollinen maksamaan työntekijöiden palkoista ennakonpidätystä työntekijän antaman verokortin mukaisesti sekä sosiaaliturvamaksuja sosiaaliturvamaksuprosentin mukaisesti. Molemmat maksetaan viimeistään palkanmaksukuukaudesta seuraavan kuukauden 10. päivään mennessä työnantajan kotikunnan veroviraston tilille. Lisäksi ulkomailta tulevan työntekijän tulosta peritään 35% lähdevero, mikäli hänellä ei ole erillistä lähdeverokorttia jossa toisin sanotaan. (Verohallinto - Suomessa toimivan yrityksen ulkomaisten työntekijöiden verotus 2016.)

Kaikesta myytävästä tuotteesta ja palvelusta maksetaan arvonlisävero, mikäli yrityksen liikevaihto on yli 8500 euroa tilikaudessa. Yleisesti arvonlisävero on 24%, mutta esimerkiksi elintarvikkeista (ei alkoholi), rehuista, ravintola- sekä ateriapalveluista alv. on 14%. Alimman verokannan (10%) piiriin kuuluvat. kirjat, lääkkeet, liikunta-palvelut, elokuvanäytökset, kulttuuri- ja viihdetilaisuuksien sisäänpääsy, henkilökuljetus, majoituspalvelut ja televisio- ja yleisradiotoiminnasta saadut korvaukset. Esimerkiksi tapahtumanjärjestämisessä lipputuloista maksetaan 10% arvonlisäveroa, ja

siellä myytävästä alkoholijuomasta 24% arvonnalisäveroa. Arvonnalisäverotus lasketaan oma-aloitteisesti. (Verohallinto - Arvonnalisävero 2016.)

Kuten kaikki muutkin yritykset, yhdistykset yms. myös tapahtumajärjestäjät ovat kirjanpitovelvollisia sekä velvollisia tekemään veroilmoituksen. Kirjanpidon tositteet tulee säilyttää vähintään kuusi vuotta tilikauden päättymisestä. Kirjanpito kirjataan on säilytettävä kymmenen vuotta. Kirjanpitoon merkataan maksetut menot, korot, verot ja saadut tulot. (Verohallinto - Kirjanpito, tilikausi ja verovuosi 2016.)

Työnantaja on velvollinen maksamaan useampia eri vakuutusmaksuja. Näitä ovat työeläkevakuutusmaksu, lakisääteinen tapaturmavakuutusmaksu, työttömyysvakuutusmaksu ja työntekijän ryhmähenkivakuutus. Lisäksi on vapaaehtoisia vakuutuksia, joita ei ole pakko ottaa, mutta ne ovat erittäin suositeltavia. Tapahtumajärjestäjälle suositeltavia vakuutuksia tapahtuman luonteesta riippuen on esim. vastuuvakuutus, näyttelyvakuutus, tapaturmavakuutus ja räätälöidyt paketit kuten mm. palo- ja ilki-valtavakuutus. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 28.)

Tapahtuman tiimoilta huolehdittavat verotukseen liittyvät asiat toteutettiin samoin, kuten yllä olevassa tekstissä on määrätty. Tapahtuma toteutettiin ravintola Soman yrityksen alla, joten kaikki kustannukset tapahtumasta veroineen maksoi Soma, ja samoin myös kaikki tapahtumasta tullut tuotto tuli Somalle.

7 TAPAHTUMAN PURKU

7.1 Tapahtuman purkaminen

Tapahtuman päätyttyä järjestäjällä on paljon tehtävää, kuten esimerkiksi alueen purku, siivous ja välineiden palautus. Purkamisen tehostamiseksi on hyvä suunnitella purku ja sen aikataulu jo etukäteen, ja jakaa tehtävät purkuun liittyen. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 30.)

Tapahtuman purkaminen suunniteltiin samalla, kun tapahtumaa jo suunniteltiin. Tapahtuman purku toteutettiin niin, että heti yöllä tapahtuman päätyttyä koko parkkihalli laitettaisiin niin pitkälle siihen samaan kuntoon missä se oli ennen tapahtuman alkua, kuin vain mahdollista. Äänirasia aloitti oman välineistönsä purkamisen välittömästi tapahtuman loputtua, ja heidän rakenteiden purku oli jo suoritettu muutamassa tunnissa. Päälava, baaritiski, valot sekä molton-kankaat oli täten jo alueelta purettu. Parkkihallissa työskennelleet henkilöt lakaisivat alueelta roskat Lassila & Tikanoja Oy: roska-astioihin, ja kyseinen yritys nouti ne sekä vuokratut saniteettitilat seuraavana aamuna. Sama ryhmä myöskin tyhjensi jääkaapit, kuljettivat ylimääräiset tuotteet pois parkkihallista, sekä nostivat mellakka-aidat takaisin lavalle, josta ne otettiin käyttöön. Seiniltä otettiin sponsoreiden mainokset pois, ja seuraavana aamuna parkkihalli huuhdeltiin vielä painepesurilla. Parkkihallitilat olivat varsin pienellä vaivalla täysin ennallaan, ellei jopa siistimpänä.

7.2 Arviointi ja johtopäätökset

Tapahtuman jälkeen on syytä käydä läpi tapahtuman onnistumiset ja asiat, joissa jäi kehitettävää. Saatu palaute käydään läpi ja analysoidaan. Palautteita arvioidessa tulee suodattaa myös tapahtuman kehittämisen kannalta tärkeät palautteet, varsinkin jos palautetta on paljon. Tapahtuma ja palautteet tulee raportoida huolella, jotta seuraavaa tapahtumaa järjestettäessä saadaan tärkeää tietoa jakoon. Tapahtumaa arvioidessa tulee ottaa huomioon kaikki tapahtumassa mukana olleet: oma väki, yhteistyökumppanit, asiakkaat ja talkootyöntekijät. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2001, 30.)

Tapahtuma onnistui positiivisesti. Asiakkailta tuli tapahtuma-illan aikana paljon positiivista palautetta järjestelyistä, artisteista sekä koko konseptista. Moni asiakkaista koki olleensa yllätynyt siitä, että parkkihalliin oli saatu rakennettua niinkin vaikuttavan visuaalinen esiintymislava, toimiva baaritiski sekä toimivat saniteettitilat. Myös tapahtuman jälkeisinä viikkoina saamani palaute oli pääasiassa positiivista. Erityinen yllätys oli se, että tapahtuma-alueen naapurustosta ei tullut ainuttakaan valitusta melusta tai mistään muustakaan. Kävijämäärässä jäimme hieman alle tavoitteen, joka oli tosin varsin kunnianhimoinen. Kävijöitä oli tapahtumassa noin 1000 henkilöä, ja ta-

voittemme oli saada tapahtuman koko kapasiteetti, eli 1250 asiakaspaikkaa käytettyä. Taloudellisesti asiakasmäärä riitti kuitenkin siihen, että tapahtuma ei jäänyt tappiolle. Tarkoituksena oli pääasiassa kuitenkin lanseerata Rooftop Festival onnistuneesti, jotta samaisen tapahtuman järjestäminen tulevaisuudessakin onnistuu, ja tässä onnistuttiin hyvin.

Itse tapahtuman lisäksi erityisiä kiitoksia keräsi paikallispiilokameravideot joita käytettiin markkinoinnissa, sekä tapahtuman Prepartyissä usein vallinnut hyvä ilmapiiri ja meno.

Tapahtumassa kehitettävääkin jäi. Suurin kehitettävä kohta konseptissa on festivaalien jatkojen organisointi. Tällä kertaa se oli organisoitu niin, että erillisellä jatkolipulla pääsi parkkihallin puolelta suoraan Somaan jatkoille. Kyseinen järjestely aiheutti muutamissa asiakkaissa negatiivisia tunteita, sillä he eivät olleet tienneet kyseistä järjestelyä. Tästä aiheesta tuli myös ainoat negatiiviset palautteet tapahtumasta. Ilman jatkolippua parkkihallista joutui poistumaan autoramppia pitkin, ja mikäli asiakas halusi vielä sen jälkeen osallistua Redbull Afterpartyille, joutui hän tulla Soman sisäänkäynnistä takaisin sisään ja maksaa yhdeksän euron sisäänpääsymaksu. Kyseenlaiselle järjestelylle oli syynä se, että yksinkertaisesti kaikki festivaaleilla olut väki ei olisi mahtunut jatkoille, jolloin ainoastaan etukäteen sinne lipun ostaneilla oli oikeus päästä sisään. Tilanne oli etukäteen tiedossa, ja Rooftop Festivalin lipulla asiakas pääsi myös alennushintaan ravintola Kinoon jatkoille. Kyseisestä järjestelystä oli etukäteen sovittu Kinon Harri Vilkun kanssa.

Toinen kehityskohta on sisäänpääsyn järjestelmissä. Tietty sisäänpääsyn haasteena oli lähinnä se, että Tiketti Oy ei lähettänyt lippujenlukuvälineitä lainkaan. Seuraavalla kerralla tapahtumaa järjestettäessä tulisi huolehtia, että laitteet ovat ajoissa paikalla.

Markkinoinnin saralla näkyvyyttä voisi aina olla enemmän. Rooftop Festival keräsi 746 Facebook-seuraajaa, ja 236 Instagram-seuraajaa. Sosiaalisen median julkisuuden kannalta seuraajia saisi olla molemmissa palveluissa vielä huomattavasti enemmän, ja siellä toteutettavan markkinoinnin tulisi olla entistä järjestelmällisempää, sen lisäksi että materiaalia tulisi olla vielä enemmän.

Tapahtuman markkinoinnin nojalla, sekä osittain ravintolan kesäkeskiviikkojen konseptina toteutetut Prepartyt jäivät muutamaa otteeseen hieman vaisuiksi osallistujamäärän kannalta. Porin kaupungissa on keskiviikkoisin auki useita ravintoloita, vaikka koko kaupungin ravintolakävijöiden määrä mahtuisi yhteen ravintolaan useina keskiviikkoina. Moni kohderyhmästämme on myös arkisin töissä, joten keskiviikkoiltaisina ravintolassa käyminen ei ole kovin yleinen vaihtoehto. Prepartyissä oli kuitenkin jaossa jokaisella kerralla arvokkaat festivaaliliput Suomen suurimpiin kuuluviin festivaaleihin, ja vähäisen myynin johdosta illat olivat moneen otteeseen jopa tappiollisia. Markkinoinnin kannalta näistä keskiviikkoilloista oli varmasti kuitenkin merkittävä hyöty. Preparty-tapahtumia järjestettiin mahdollisesti lukumäärällisesti hieman liikaa ja se kärsi tästä syystä mahdollisesti pientä inflaatiota päätapahtuman lähestyessä.

Kokonaiskuva tapahtumasta oli onnistunut, ja asiakkaille jäi tapahtumasta haluttu kuva. Näillä näkymin tapahtuma järjestetään myös jatkossa. Seuraavalla kerralla tapahtuman järjestäminen on huomattavasti helpompaa, mm. sen takia että tapahtuman tilat on nyt todettu toimiviksi, ja markkinoinnin saralla valmis asiakaspohja löytyy.

8 YHTEENVETO

Kokonaisuudessaan projekti oli erittäin opettava. Yksi suurimpia huomioita oli se, että tapahtuman järjestäminen on erittäin vaativaa työtä. Mikäli tapahtuma luodaan tyhjästä ensimmäistä kertaa, ei tapahtumalla kannata odottaa liikoja. Harva tapahtuma on ensimmäisellä kerralla tuottoisa. Onnistuimme itse kuitenkin erittäin hyvin, mutta harvalla on vastaavanlaisia puitteita järjestää tapahtumaa. Omassa projektissamme helpotti huomattavasti myös ravintola Soman rahallinen tuki sekä valmiit aniskeluoikeudet.

Saamani henkilökohtainen palaute muilta järjestäjätahon edustajilta oli erinomaista. Larisuo mainitsi palautekeskustelussa, että omaan rooliini eivät olisi keksineet parempaa henkilöä siltä istumalta. Erityisesti Larisuo sekä Niekka pitivät Prepartyjen järjestämisistä, sekä tehdyistä sissimarkkinointi-tempauksista. Negatiivista palautetta he eivät antaneet lainkaan.

Omasta mielestäni suoriuduin niin hyvin kuin suinkin voi tuosta suoriutua. Jälkikäteen ajateltuna vastuuta olisi voinut olla enemmänkin, tai olisin ainakin halunnut olla enemmän mukana taloudellisiin asioihin liittyvissä suunnitelmissa. Tietty ymmärrettävää on, että ravintolan ulkopuolista henkilöä ei välttämättä haluta päästää näihin tietoihin käsiksi. Tästä tapahtumasta oppineena uskoisin, että seuraava tapahtuma jonka järjestämisessä olen mukana onnistuisi vielä tätäkin paremmin, sillä toisella kerralla vastaavanlaista tapahtumaa järjestettäessä on varmasti helpompi. Aikaa ei varmasti kuluisi niin paljoa itsestään selviin asioihin, kuten lupa-asioden setvimiseen ja sellaisiin ongelmiin, jotka ovat lopulta aika helposti ratkaistavissa.

Tulevaisuutta ajatellen sain tästä varsin vastuullisesta projektista erinomaiset valmiudet olla mukana vastaavanlaisissa rooleissa tapahtuma-alalla myös jatkossa. Osittain tämän tapahtuman järjestäminen poiki itselleni myös vakituisen työpaikan.

LÄHTEET

- Airaksinen, Tiina. 2009: Toiminnallisen oppinnytetyön kirjoittaminen. Viitattu 22.2.2016. <http://www.slideshare.net/TiinaMarjatta/toiminnallinen-opinnytety-tekstin>
- Aluehallintovirasto – Anniskeluluvat. Viitattu 22.2.2016
https://www.avi.fi/web/avi/anniskeluluvat#.VovMb_FfVFB
- Aluehallintovirasto – Anniskelupaikka. Viitattu 22.2.2016
<https://www.avi.fi/web/avi/anniskelupaikka#.VovMcPFfVFB>
- Aluehallintovirasto – Maksut. Viitattu 22.2.2016
<https://www.avi.fi/web/avi/maksut#.VovMcfFfVFB>
- Aluehallintovirasto – Tilapäinen anniskelulupa. Viitattu 22.2.2016
<https://www.avi.fi/web/avi/tilapainen-anniskelulupa#.VovMcPFfVFB>
- Beech, J., Kaiser, S. & Kaspar, R. 2014: The business of events management. Pearson education limited, Edinburgh.
- Etelä-Pohjanmaan liitto. Tapahtumajärjestäjän opas. 2001: Viitattu 22.2.2016.
http://www.nousevarannikkoseutu.fi/assets/site/nousevarannikkoseutu/files/Kylien_k ehittaminen/tapopas.pdf
- Haapakorva, P & Puustinen, P. Markkinointi. Viitattu 22.2.2016.
<http://www.aedu.sakky.fi/opinnet/markkinointi/>
- Kallio, Tiina & Määttä, Inkeri. 2014: Tapahtumajärjestäjän opas. Viitattu 22.2.2016
http://www.lahtiregion.fi/filebank/5590-Tapahtumajarjestajan_Opas2014.pdf
- Koivuranta, Marianne. Tapahtuman ABC – käsikirja tapahtuman järjestäjälle. Viitattu 22.2.2016 <http://matkailu.posio.fi/fi/Tapahtumat/Tapahtumakäsikirja>
- Lavonen, Jari & Meisalo, Veijo. Luovan ongelmanratkaisun työtavat. Viitattu 22.2.2016. <http://www.edu.helsinki.fi/malu/kirjasto/lor/main.htm>
- Lipunmyynti. Tiketti.fi-www-sivusto. Viitattu 22.2.2016.
<https://www.tiketti.fi/jarjestajat/liputmyyntiin>
- Nuori Yrittäjyys www-sivut. Viitattu 22.2.2016. <http://nystartup.fi/ohjelman-askeleet/aivoriihi-eli-brainstorming/>
- Opas pienen yleisötapahtuman pelastussuunnitelman laadintaan. Helsingin pelastuslaitos. 2014: Viitattu 22.2.2016
http://www.hel.fi/static/liitteet/pela/Opas_yleisotapahtuman_pelastussuunnitelman_laadintaan.pdf

Oulun kaupungin www-sivusto – Tapahtuman turvallisuus. Viitattu 22.2.2016
<http://www.ouka.fi/oulu/ajankohtaista/turvallisuus>

Paavola, Saara. 2012: Tapahtumajärjestäjän opas. Viitattu 22.2.2016
https://www.tapahtumatoimisto.com/sites/default/files/tapahtumajarjestajan_opas.pdf

Suomen Poliisi – Ilmoitus yleisötilaisuudesta. Viitattu 22.2.2016.
https://www.poliisi.fi/luvat/ilmoitus_yleisotilaisuudesta

Suomen sähköinen säädöskokoelma - Kokoontumislaki. Viitattu 22.2.2016.
[http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990530?search\[type\]=pika&search\[pika\]=Kokoontumis*](http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990530?search[type]=pika&search[pika]=Kokoontumis*)

Suomen sähköinen säädöskokoelma - Kuluttajansuojalaki. Viitattu 22.2.2016.
[http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1978/19780038?search\[type\]=pika&search\[pika\]=kuluttajansuoja*](http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1978/19780038?search[type]=pika&search[pika]=kuluttajansuoja*)

Suomen sähköinen säädöskokoelma - Pelastuslaki. Viitattu 22.2.2016.
[http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110379?search\[type\]=pika&search\[pika\]=pelastuslaki#L3P16](http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110379?search[type]=pika&search[pika]=pelastuslaki#L3P16)

Suomen sähköinen säädöskokoelma - Terveysturvallisuuslaki. Viitattu 22.2.2016
[http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19940763?search\[type\]=pika&search\[pika\]=terveydensuojelulaki#L6P25](http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19940763?search[type]=pika&search[pika]=terveydensuojelulaki#L6P25)

Suomen sähköinen säädöskokoelma – Tupakkalaki Viitattu 22.2.2016
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1976/19760693>

Tapio, Henrietta. 2013: Opas tapahtuman viestintään ja markkinointiin Tampereella. Viitattu 22.2.2016.
<https://www.tapahtumatoimisto.com/sites/default/files/opasnettifinal.pdf>

Valvira – Anniskelu. Viitattu 22.2.2016. <http://www.valvira.fi/alkoholi/anniskelu>

Valvira – Vastaava hoitaja ja henkilökunta. Viitattu 22.2.2016
http://www.valvira.fi/alkoholi/anniskelu/vastaava_hoitaja_ja_henkilokunta

Verohallinto - Arvonlisävero. Viitattu 22.2.2016. https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ja_osuuskunta/Arvonlisaverotus

Verohallinto – Kirjanpito, tilikausi ja verovuosi. Viitattu 22.2.2016.
https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Perustaminen/Kirjanpito_tilikausi_ja_verovuosi%289362%29

Verohallinto - Suomessa toimivan yrityksen ulkomaisten työntekijöiden verotus. Viitattu 22.2.2016. https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Kansainvalinen_toiminta/Suomessa_toimivan_yrityksen_ulkomaisten_%2810594%29

Visit Helsinki. Tapahtumanjärjestäjän ohjeet. 2016: Viitattu 22.2.2016.
<http://www.visithelsinki.fi/fi/ammattilainen/tapahtumajarjestajat/tapahtumajarjestajan-ohjeet/tapahtumajarjestajan-ohjeet>

Ympäristöhallinnon yhteinen verkkopalvelu – Melua tai tärinää aiheuttava tilapäinen toiminta. Viitattu 22.2.2016 http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Asiointi_luvat_ja_ymparistovaikutusten_arviointi/Luvat_ilmoitukset_ja_rekisterointi/Ymparistonsuojelulain_mukaiset_ilmoitukset/Melua_tai_tarinaa_aiheuttava_tilapainen_toiminta

