

Evenemangsplanering

Case: Naisten ilta för Rosa bandet-kampanjen

Malin Borgman

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Turism
Identifikationsnummer:	3400
Författare:	Malin Borgman
Arbetets namn:	Evenemangsplanering Case: Naisten ilta för Rosa Bandet kampanjen
Handledare (Arcada):	Hellevi Aittoniemi
Uppdragsgivare:	Porvoon Paahtimo
<p>Sammandrag:</p> <p>Evenemang har ordnats sedan långt bak i historien, men begreppet evenemangsplanering är ett rätt så nytt fenomen. Alla evenemang som ordnas har ett syfte, och har det gemensamt att de för samman människor för att ta del av samma händelse. Ett exempel på en sådan händelse är välgörenhetsevenemang. Vid planering av evenemang skall man ta i beaktande flera olika komponenter, beroende på hurudan evenemang det är frågan om. Evenemangsprocessen kan också indelas i faserna: planeringsfas, genomförandefas och evalueringsfas. Det här arbetet omfattar evenemangsplanering ur en teoretisk synvinkel, men det utfördes också ett praktiskt arbete i form av ett evenemang. Evenemangets syfte var att ordna ett välgörenhetsevenemang, både för män och för kvinnor, var alla intäkter gick oavkortat till Rosa Bandet kampanjen. Evenemanget kallades på finska med namnet Naisten ilta. Rosa Bandet kampanjen är en av Cancerstiftelsens fonder, vars intäkter går till forskning av bröstcancer. Som uppdragsgivare för arbetet fungerade Porvoon Paahtimo, som driver bar & café verksamhet i Borgå. Evenemanget gav skribenten en inblick över hur evenemangsplanering innebär i praktiken. Evalueringen är baserad på en jämförelse mellan det här och teorin. Övrigt material som användes vid evalueringen samlades genom observationer och diskussioner deltagare emellan. Som konklusion kunde konstateras att skribenten ordnade ett lyckat evenemang, och samtidigt uppnådde sitt syfte med evenemanget. Ytterligare konstaterades att planeringsprocessen varierar beroende på syftet med evenemanget och vilken typ av evenemang det är frågan.</p>	
Nyckelord:	Evenemang, planering, insamling, Rosa Bandet, Cancerstiftelsen, observationsmetod, välgörenhet, Porvoon Paahtimo
Sidantal:	34
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Tourism
Identification number:	3400
Author:	Malin Borgman
Title:	Eventplanning Case:A fundraiser for the Pink Ribbon campaign
Supervisor (Arcada):	Hellevi Aittoniemi
Commissioned by:	Porvoon Paahtimo
<p>Abstract:</p> <p>Events have been arranged since far back in history, but the concept of event planning is a fairly new phenomenon. All events that are held have a purpose, and what they have in common is that they bring people together to take part of the same event. An example of such an event is a charity event. When planning an event you should take into consideration several different components, depending on the type of event. The processes in planning an event can be divided into several phases, which are planning phase, follow out phase and evaluation phase. This work includes event planning both from a theoretical point of view, but also through a practical work in the form of an event.</p> <p>The event's purpose was to organize a fundraiser for both men and women, all funds went directly to the Pink Ribbon campaign. The event was called in Finnish by the name Naisten ilta. Pink Ribbon Campaign is part of the Cancer foundation, whose proceeds go to research of breast cancer. This work was made for Porvoon Paahtimo, a bar & cafe business in Porvoo. The evaluation of this event is based on a comparison between the practical work and the theoretical part. Other materials used in the evaluation were collected through observations and discussions among participants. As a conclusion it was found that the writer succeeded in its purpose with the event, and that the overall event planning process will vary depending on the event's purpose and the type of event that is the question.</p>	
Keywords:	Event, planning, fundraiser, Pink Ribbon, Cancer foundation, observation method, charity, Porvoon Paahtimo
Number of pages:	34
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

INNEHÅLL

1	INLEDNING	6
1.1	Frågeställning	7
1.2	Syfte och avgränsning	7
1.3	Observationsmetod	8
1.4	Porvoon Paahtimo	9
1.5	Cancerstiftelsen, Rosa bandet kampanj 2011	9
2	EVENEMANGSPLANERING	10
2.1	Olika skäl till evenemang	11
2.2	Evenemangsfaser	13
2.2.1	<i>Planeringsfas</i>	13
2.2.2	<i>Genomförandefas</i>	18
2.2.3	<i>Evalueringsfas</i>	18
2.3	Övriga komponenter vid planering av evenemang	19
2.4	Rollen som evenemangsplanerare	19
3	MITT EVENEMANG	20
3.1	Genomförandet av kvällen	24
4	EVALUERING	25
	KÄLLOR	29
	BILAGOR	30
	Bilaga 1	30
	Bilaga 2	31
	Bilaga 3	32
	Bilaga 4	34

Figurförteckning

Figur 1 Deltagare bjöds på kaffe och kaka under pausen.....	30
Figur 2 Den ljusröda Rosa Bandet kakan	30
Figur 3 Kaffeserveringen under kvällen.....	30
Figur 4 Minna Ruolanto (till höger) och hennes vänner för improvisationsteater.	31
Figur 5 Deltagare fick också pröva på att improvisera.....	31
Figur 6 Improvisation är roligt!	31
Figur 7Inträdesbiljetten och affischen för kvällen.....	34

1 INLEDNING

Alla evenemang som ordnas har ett syfte, men syftet är olika beroende på hurudant evenemang det är frågan om. Ett evenemang kan t.ex. vara privat eller allmänt, kommersiellt, för välgörenhet eller med anledning att fira, men alla har det gemensamt att de för människor tillsammans för att ta del av samma tillställning. Exempel på olika evenemang är födelsedagar, välgörenhetsgalor, bröllop, släktträff, idrottstävling eller en vanlig företagsmiddag. Som en yrkeskunnig evenemangsplanerare är det viktigt att kunna jobba med evenemang av olika slag, och kunna lägga ihop en tillställning vare sig det är frågan om ett bröllop eller en välgörenhetsmiddag. I dagens läge är det dock möjligt att man fokuserar sig på bara ett par evenemangstyper, men detta begränsar samtidigt också ens kundsegment.

Fastän evenemang har funnits sedan länge i historien, är begreppet evenemangsplanering ett rätt så nytt fenomen i dagens läge. Branschen inom evenemangsplanering är således inte så stor, men den är trots det en av de branscherna som konstant växer för varje år.

Vid planering av ett evenemang skall man ta i beaktande olika faser ända från början av planeringen till slutet. Dessa faser är; planeringsfas, genomförandefas och evalueringsfas. Ett lyckat evenemang uppnås då kunden eller besökaren är nöjd med hur evenemanget varit i sin helhet, och om alla komponenter (t.ex. aktiviteter, mat och dryck, underhållning) genomförts smidigt och gärna utan problem under evenemangets lopp.

Detta arbete tar upp vad evenemangsplanering egentligen innebär ur en teoretisk synvinkel, både vid planeringen och vid genomföringen av ett praktiskt evenemang. Orsaken till att jag valt att skriva om detta ämne är för att jag själv är intresserad av att jobba inom en mångsidig och rolig bransch i framtiden. Därför var också valet att göra ett praktiskt arbete om evenemangsplanering som mitt examensarbete ganska lätt. Jag har utöver den teoretiska delen planerat och utfört ett eget evenemang, och kommer i detta arbete att tillämpa mitt evenemang mot den skrivna teorin. Slutligen gör jag även en evaluering för hur jag tyckte processen inom evenemangsplanering gick till i praktiken.

1.1 Frågeställning

Som min uppdragsgivare för detta arbete var Porvoon Paahtimo i Borgå, som också var min dåvarande arbetsgivare. Som tidigare nämnt var jag mer intresserad av att göra ett praktiskt arbete istället för en undersökning. Eftersom jag jobbade och befann mig på Paahtimo flera gånger i veckan, kändes det också naturligt att ordna den praktiska delen för dem. Efter en diskussion med restaurangchefen Linda Pokki, bestämde vi oss tillsammans att jag skulle ordna en kväll med välgörenhetsinsamling för Cancerstiftelsens Rosa Bandet kampanjen. Kvällen skulle rikta sig till både kvinnor och män i alla åldrar, och alla biljettintäkter skulle oavkortat gå till kampanjen. Jag tycker personligen att Rosa Bandet kampanjen (och alla de övriga välgörenhetsfonderna) jobbar för en bra sak, så denna typ av evenemang ville jag mer än gärna ordna. Planeringen och genomförandet av evenemanget fick jag fria händer till, dock genom att följa önskemål och direktiv ifrån uppdragsgivaren. På grund av att mina samarbetspartners var belägna på andra orter än Borgå genomfördes planeringen främst via telefon och e-post.

1.2 Syfte och avgränsning

Syftet med detta praktiska arbete var att planera en trivsamt kväll för både män och kvinnor, som var intresserade att bidra till Rosa bandet – kampanjen. Under kvällen fick de veta allmän information om Cancerstiftelsens fonder, följa improvisationsteater och spendera en trevlig kväll tillsammans med någon familjemedlem eller vän. Alla eventuella kostnader som dök upp under planeringen och utförandet av evenemanget stod Paahtimo för. Intäkterna som gick till välgörenhet var all biljettförsäljning och Paahtimos kunders bidrag under hela oktober månad.

Vid planering av detta evenemang sökte jag information om vad jag skulle ta i beaktande i de olika planeringsfaserna, och vilka komponenter jag skulle ha med i just mitt evenemang. Jag fick dessutom direktiv och önskemål av uppdragsgivaren om hur kvällen skulle se ut, som hjälpte mig på traven.

1.3 Observationsmetod

Eftersom detta var ett praktiskt arbete, och av uppdragsgivarens önskan, kunde jag inte använda mig av enkäter för att få feedback över hur evenemanget gick till. Jag hade därför inget skriftligt material att utgå ifrån vid evalueringen. Men för att det är viktigt efter varje evenemang att kunna bidra med någon sorts feedback, baserar jag min evaluering på egna observationer gjorda under kvällens lopp. Denna typ av evalueringsmetod kallas observationsmetod. Observationsmetoden är enligt Einarsson & Hammer Chiriac en av beteendevetenskapens viktigaste forskningsmetoder, och kan användas vid en studie eller kombinerat med andra metoder. Metoden har utvecklats och ändrats med åren, och idag används den här metoden som ett pålitligt sätt att göra gruppobservationer. (Einarsson & Hammer Chiriac 2002: 23)

När man observerar är det inte viktigt att de du observerar säger vad de gör eller tänker göra, utan en observatörs roll är att betrakta och observera det som faktiskt händer, och på så sätt samla ihop sitt material. Det är själva beteendet som är det viktiga. Denna metod var således lämplig för mig att använda eftersom jag inte använde mig av enkäter. (Einarsson & Hammer Chiriac 2002: 23)

Den typ av observation jag gjorde var direkt observation. Vid direkt observation består den insamlade informationen på det som ögat direkt ser. Direkt observation kräver alltså att observatören är själv på plats och utför observationen. Vid den här typen av observation är det också vanligt att man använder sig av något slags hjälpmedel (penna, bandspelare eller videokamera). Fördelar med hjälpmedel såsom bandspelare eller videokamera, är att man kan fånga eventuella pauser och tystnader, som inte är möjligt genom att skriva anteckningar. Videokamera bidrar också till att man kan fånga på bild om en person tvekar, dess kroppsspråk eller om personen för ögonkontakt med någon annan. Om observatören inte själv använder hjälpmedlet, utan man t.ex. ställer en videokamera i rummet och börjar bandspela in film, utför man inte längre direkt observation utan indirekt. Nackdelar med det här är att man kan gå miste om information, eller att man samlar in för mycket material än vad som behövs, vilket leder till att efterarbetet blir väldigt omfattande. Att ha en kamera på plats under en observation kan också påverka gruppens beteende på ett oönskat sätt, om gruppmedlemmarna inte känner sig bekväma att bli filmade. Detta ville jag inte att skulle hända deltagarna under mitt evenemang, så jag

använde papper och penna som hjälpmedel vid min observation. (Einarsson & Hammer Chiriac 2002: 24-25)

1.4 Porvoon Paahtimo

Porvoon Paahtimo fungerar som bar & café verksamhet och är beläget vid utkanten av det historiska Borgå Gamla stad. Det röda tegelmagasinet härstammar från år 1902, och fastän den är över hundra år gammal har största delen av byggnaden bevarats i sin ursprungliga form. Magasinet lät byggas av köpmannen Oscar Simolin, och under årets lopp har man använt magasinet till förvaring av olika handelsvaror som t.ex. kaffe. Det här är också grunden till att byggnaden i dagens läge fungerar som ett kafferosteri. Rosteriet har idag ett brett kundsegment, och lockar till sig allt från turister till lokala kunder i alla åldrar.

I första hand fungerar Paahtimo som bar & café, men utöver detta finns det möjlighet att ordna olika typer av evenemang i mindre skala i caféets utrymmen. Exempel på dessa evenemang är möten, födelsedagar eller andra kvällsevenemang. Under de senaste åren har det dessutom ordnats bröllop, akustiska konserter och teaterskådespel i byggnaden. (Porvoon Paahtimo 2011)

1.5 Cancerstiftelsen, Rosa bandet kampanj 2011

Cancerstiftelsen grundades år 1948 för att stöda vetenskaplig forskning av cancersjukdomar. Stiftelsens verksamhet grundar sig till största delen på donationer, och tack vare dem har den inhemska cancerforskningen uppstått till vad den är idag. Cancerstiftelsen är den mest betydelsefulla privat organisation i Finland som stöder forskning av cancer. (Cancerstiftelsen Rosa Bandet 2011, Kytölä 2011)

Rosa bandet - kampanjen fick sin början på 1900-t i USA. Grundarna Evelyn H. Lauder och Alexandra Penney märkte att bröstcancer blivit allt allmänare, och startade därför en fond för vidare forskning inom detta ämne. Som symbol till kampanjen valdes en ljusröd rosett av silke, och kampanjen spred sig snabbt till övriga delar av världen. Nu-förtiden går kampanjen att hitta i över 40 olika länder. Den officiella månaden för kam-

panjen är oktober, då det ordnas olika typer av evenemang för att samla in donationer till denna fond. (Cancerstiftelsen Rosa Bandet 2011)

I Finland ordnades Rosa bandet kampanjen för första gången år 2003, och i oktober 2011 ordnas den för nionde gången i rad. Kampanjens tema för året 2011 var ärftlig bröstcancer, så detta år gick alla insamlingar förutom till forskning av bröstcancer också till att utveckla Cancerstiftelsens rådgivningsservice om ärftlighet. Den här servicen, som är både avgiftsfri men också landsomfattande, hjälper patienter och anhöriga om de har frågor angående cancer eller är i behov av stöd för att klara sig. Rådgivningsservicen har professionell personal inom hälsovården som ger personlig rådgivning både på finska och på svenska. (Cancerstiftelsen Rosa Bandet 2011, Kytölä 2011)

Om man som företagare eller privatperson vill stöda kampanjen, går det att göras året runt genom att köpa produkter märkta med Rosa bandet symbolen eller genom att besöka Cancerstiftelsens egen hemsida och beställa varor via nätet. (Cancerstiftelsen Rosa Bandet 2011)

2 EVENEMANGSPLANERING

Evenemang definieras av Doug Matthews som en samlingspunkt för människor, som räcker allt från någon timme till några dagar med syftet att fira, hedra, lära eller sälja. Alla evenemang har det gemensamt att de är unika och minnesvärda tillställningar för dem som det ordnas, om det då handlar om ett enkelt födelsedagskalas eller ett mer större och krävande evenemang. (Matthews 2008: 2)

Fastän det finns bevis på att evenemang har funnits så långt som 60 000 år tillbaka i tiden, har evenemangsplanering varit en yrkesbenämning först de senaste 25 åren. Det är under den här tiden som efterfrågan på kommersiellt drivna evenemang vuxit, och således gett möjlighet för evenemangsplanerare att göra pengar och ha ett yrke inom detta ämne. Eftersom detta yrke är relativt nytt, är det viktigt att man konstant lär sig och utvecklar evenemangsprocessen för att kunna skapa professionella och mer inspirerande evenemang i framtiden. (Matthews 2008: 2)

2.1 Olika skäl till evenemang

Goldblatt anser att det finns fyra skäl till att ordna evenemang; att fira, för utbildning, marknadsföring eller en förening av människor. Dessa skäl stämmer till en del in på varför evenemang också ordnas i dagens läge. Men för att gå in på djupare orsaker tar Goldblatt upp de historiska skälen, och delar in dem i fem kategorier. Kategorierna är de religiösa, politiska, sociala, undervisande och kommersiella skälen. (se Matthews 2008: 3)

Religiösa evenemang är olika beroende på vilken religion man följer, men de finns också högtider som är gemensamma inom alla religioner. Typiska festtillfällen i den Kristna religionen är dop och konfirmation. Gemensamma festtillfällen som firas i alla religioner är begravningar och bröllop, men då kan de se olika ut beroende på kultur och traditioner. Samma gäller firandet av andra högtider såsom jul och påsk, som också är ytterst viktiga evenemang för den troende personen, men hör till de mer kommersiella evenemangen än de religiösa, eftersom alla kanske väljer att inte fira dem på ett speciellt sätt. (Matthews 2008: 3)

Genom historien har en av huvudorsakerna till att ordna evenemang berott på politiska skäl. I flesta fall berodde detta på att man ville visa hur stor makt härskaren hade, t.ex. då gladiatorerna underhöll folket under det Romerska kejsardömet och då man utförde offentliga avrättningar som var tillåtet ända till början av 1900-talet. I dagens läge spelar de politiska skälen inte så stor roll mera. De vanligaste evenemangen är då det invigs en ny president eller ordnas mindre välgörenhetsgalor och middagar. (Matthews 2008: 4)

Orsak till att det ordnades sociala evenemang förr, var att man ville bevisa ens status eller behörighet till sociala grupper. I dag skiljer sig denna kategori inte så mycket ifrån de religiösa festtillfallen, men om man vill kategorisera alla typer av evenemang så kan man säga att de sociala evenemangen återförenar människor t.ex. efter gemensamma intressen eller dimmissioner. (Matthews 2008: 4)

Evenemang med undervisande syfte har också varit en av de viktigaste orsakerna att ordna evenemang i historien. Förr handlade det främst om att föra vidare historiska berättelser, medan utvecklingen av teknologin i början av 1900-talet möjliggjorde bättre transport och kommunikations möjligheter, som igen har lett till dagens konferenser och

mässor vars huvudsyfte också är att byta information och undervisa, men i en annan form. Vare sig det var frågan om vetenskapliga, medicinska eller industrirelaterade konferenser, har denna typ av undervisande evenemang blivit en global bransch som är en del av många arbetares vardagliga liv. (Matthews 2008: 5)

Den teknologiska utvecklingen hämtade som redan nämnt med sig många fördelar, såsom t.ex. transportmöjligheter och Internet. Det här har igen lett till kändisskap, filmer och underhållning för stora folkmassor, varifrån det går att konstatera att de flesta evenemangen i dagens läge är till största delen kommersiella. Om det nuförtiden ordnas ett evenemang enligt ett speciellt tema, är syftet nästan alltid att marknadsföra eller göra reklam för en ny produkt i ett företag, och inte med tanken att umgås på ett annorlunda sätt. Tack vare det här har det under de senaste 25 åren gett möjligheten att jobba inom evenemangsplanering som yrke. Det viktiga med planering av speciella evenemang är att det inte finns någon övre gräns på hur långt planeringen kan gå, man får fritt använda sin fantasi när det kommer till underhållning, dekorationer och andra detaljer för att skapa ett roligt och välplanerat evenemang. (Matthews 2008: 6)

"An event is an experience, carefully crafted to deliver an impact on the person in attendance." - Julia Rutherford Silvers

Vid planeringen av ett evenemang, skall planeraren skapa en helhetsbild av evenemanget i fråga. Varje komponent tas i beaktande och man får klart för sig vad som behövs för att evenemanget skall bli lyckat. En bra början vid planeringen är att svara på de grundläggande frågorna såsom; för vem? vad? var? när? och varför ordnas evenemanget? Andra viktiga frågor att ta i beaktande är t.ex. vilken typ av kundsegment kommer att delta? hur många som deltar? Och om liknande evenemang har ordnats tidigare kunde då något förbättras? När man börjar planeringen inför ett evenemang skall man som en yrkeskunnig planerare först och främst uppskatta kundens behov och viljor. En professionell planerare skall tänka på allting, så att kunden inte behöver göra det. Det bästa resultatet uppnås således då ingen frågar om direktiv eller frågor om vad som händer härnäst. Evenemangsplaneringen kan också indelas i flera faser, av vilka den förenklade indelningen enligt Doug Matthews är planeringsfas, utförningsfas och evalueringsfas. (Rutherford Silvers 2004: 4-6; Matthews 2008: 12)

2.2 Evenemangsfaser

Följande stycken tar upp de tre faserna inom evenemangsplanering, och ger en mer grundligare inblick över vad de egentligen innebär.

2.2.1 Planeringsfas

I den första fasen uppstår självaste idén till att ordna ett evenemang. Denna fas kan också delas in i två delar; preliminär forskning och evenemangsdesign. Under forskningskedet läggs det ihop en skriftlig överblick på om idén är lönsam att gå vidare med. Detta kan göras t.ex. genom en SWOT- analys (anger styrkor, svagheter, möjligheter och hot). Man kan också ta flera anläggningar under jämförelse, för att se vilken som lämpar sig bäst till att genomföra idén på. Den andra delen, evenemangsdesign, börjar man planeringen av själva idén mer i detalj. Till allra först läggs ett möjligt program ihop, och sedan skapas en helhet över vilka samarbetspartners och underleverantörer som kan tänkas användas. När detta är gjort så får man hoppeligen en överblick på hurudan budgeten kommer att vara. Slutligen görs ett skriftligt dokument var all nödvändig information (idé, program, underleverantörer, budget) tas upp. (Matthews 2008: 12)

Planeringsfasen kan variera planerare sinsemellan. Någon kan föredra att börja med idén eller temat, och bygga därifrån uppåt som ett träd som växer från sina rötter mot tills den får en krona, medan någon annan börjar med att fundera på de olika elementen under evenemanget och bygger ihop evenemanget som en pyramid tills den sista biten på toppen är klar och man har ett färdigt evenemang. (Rutherford Silvers 2004: 5)

De 5 grundläggande frågorna

Viktiga frågor att besvara på som ger dig grunden för planeringen är; Vem är dina gäster? Vad för slags evenemang är det? När genomförs evenemanget? Var är evenemanget? Varför ordnar man evenemanget? och hur stor är din budget? Varför är den vägledande frågan och står för syftet med evenemanget, för vem avgör målgruppen. Var och när bestämmer platsen och tidpunkten för evenemanget, vilken årstid, veckodag och dygns tid skall evenemanget ordnas, skall det vara inomhus eller utomhus. Denna fråga bestämmer sedan på hur andra mindre faktorer ser ut (t.ex. hur inbjudningskortet skall se ut, hurudan meny man bjuder, hurdan dekoration det finns och hurudan underhållning är). Vad innebär innehållet eller temat för evenemanget, de tre vanligaste typerna av

evenemang är sociala, företags och välgörenhets evenemang. Hur står för hurudan budget du har till förfogandet, man vet nödvändigtvis inte hur mycket allting kommer att kosta, men man har i varje fall redan någon slags bild över ungefär hur stor budget det behövs och vad som är taket i budgeten. (Rutherford Silvers 2004:30; Wolf 2005: 1-23)

Vision - mål

Att få fram eventuella mål eller en vision över hur ett visst evenemang skall se ut, kräver diskussioner och samarbete tillsammans med kunden. Detta leder till ett evenemang som planerats efter deltagarens eller kundens behov och önskingar. Ibland kan det vara svårt att få kunden att beskriva med ord vad han/hon förväntar sig, då måste man som professionell evenemangsplanerare kunna hjälpa till och leda kunden till rätt spår. För att göra det här kan man använda sig av ledfrågor såsom; vilken är målsättningen? Hur skall den uppnås? Eller vilka handlingar som behövs? (Rutherford Silvers 2001: 33)

Efter att man klargjort behoven, och prioriterat målsättningen, skall man ta reda på vilka resurser (t.ex. tid, pengar, arbetskraft, information, rum, service) som behövs för att uppnå dem. Viktigt är att kunna balansera resurserna sinsemellan på det bästa möjliga sätt för att uppnå sin vision och målsättningen med evenemanget. (Rutherford 2001: 35)

Kontrakt och avtal

Ett kontrakt är ett lagligt dokument var det står skrivet överenskommelser och ansvarsområden mellan kunden och evenemangsplaneraren sinsemellan. Kontraktet skall bevisa prestationer och andra plikter som båda parterna kommit överens om, och när kontraktet är underskrivet kan arbetet börja. För att kontraktet skall vara lagligt bindande måste avtalet åtminstone innehålla identifiering av de parterna som ingår avtalet, förklaring av plikter, betalning och godkännande av båda parter. Kontrakt är till också för att skydda de båda parterna, eftersom man inte kan bevisa någonting förrän det finns skriftligt bevis. Det är alltså viktigt att alltid dokumentera och ha ett skriftligt avtal för att undvika problem som kan uppstå. För att underlätta kontraktskrivandet kan man göra en lista över saker som skall diskuteras över, och när man gjort en överenskommelse kan man bifoga det till kontraktet så att det inte uppkommer missförstånd under planeringen. (Sonder 2004: 121-122, 165-166)

Budgetering

För att hålla ekonomin under kontroll vid planeringen gör man en budget. En budget kan ändras längs med planeringen, därför är det bra att man konstant håller koll på alla kostnader som uppstår. Detta lyckas t.ex. genom ett kalkylbotten. Ett kalkylbotten gör det enkelt att räkna ut kostnader, skatteuträkningar och vinstmarginaler. Med hjälp av kalkylbotten är det lätt att få en översikt och kunna jämföra olika utgifter och dessutom minskar det på riskerna för felräkning. Kalkylbotten är dessutom lätt att dela med sig till andra i arbetsgruppen och kunden, vilket ger alla möjligheten att följa med längs planeringen om budgeten håller som planerat. (Matthews 2008: 42-43)

Tillstånd och licenser

När man planerar ett evenemang är det oerhört viktigt att ta reda på vilka alla tillstånd och licenser det krävs för att man ska få genomföra evenemanget och att man gör det i god tid före evenemanget. Om man inte har alla eller rätt tillstånd som krävs för att genomföra ett evenemang, så kan man få böter eller i värsta fallet kan evenemanget förbjudas. Inom servicebranschen, kan det behövas tillstånd bland annat för alkohol, mat, avfall, lov att använda fastigheter, underhållning(ljudnivå), tävlingar, trafik och parkering. Tillstånd kan anhållas (beroende på hurudan typ av lov som behövs) från byråer och myndigheter, såsom polisen eller brandkåren. Detta kan dock variera beroende på land eller i vilken stad man planerar sitt evenemang, från vissa ställen kan man få alla nödvändiga lov som man behöver, och andra ställen måste man kontakta flera olika byråer eller anstalter. (Sonder 2004:221, Rutherford Silvers 2004: 87-88)

Mat och dryck

En mycket viktig del inom evenemangsplanering är servering av mat och dryck. Serveringen kan variera allt från ett stort buffébord till bara mindre tilltugg. Om man serverar mat under evenemanget, skall det vara tillämpad till evenemanget så att den uppfyller deltagarnas behov. Ett evenemangsbesök sägs påverka av människans alla sinnen, så en positiv upplevelse inom mat och dryck kan bidra till att hela evenemanget känns väl gjort och organiserat än vad det skulle göra om man inte lagt ner tillräckligt med tanke på det. Planering av drycker till evenemang kan dock också ha sina begränsningar. Spe-

ciellt vid alkoholserving, skall man ta i beaktande lagen om var och hur alkohol får serveras. (Rutherford Silvers 2004: 14-18)

En annan viktig aspekt som man skall komma ihåg vid planering av mat, - och dryck servering, är att det kan finnas deltagare med specialallergier eller dieter. Likaså ska man också komma ihåg religiösa aspekter. Viktiga frågor man kan ställa sig vid planeringen av serveringen är; vem skall äta maten? Varför behövs maten? (för energi, uppmärksamhet, förfriskning), vad skall serveras? (typ av måltid, special dieter, mångsidighet, budget?), när skall mat/dryck serveras? (tidpunkt, programmets tidtabell) och var maten skall serveras? (mötesutrymme, tält, backstage, ståendes/sittandes). Efter allt detta får man inte heller glömma själva presentationen eller hur det serveras. (Rutherford 2004: 42-43)

Säkerhet

Evenemangsplaneraren har ansvaret att se till att evenemanget ordnas i en säker omgivning och trivsamt miljö, både för deltagarna och för de som jobbar under evenemanget. Viktiga punkter angående säkerhet och evenemangsplanering är; om platsen för evenemanget är säker att ordna på, brandsäkerhet, om det finns möjlighet för olycksfall, kommunikation, transport, ljus- och elinstallationer, mat och dryck, avfallshantering och annat som kan behövas under ett evenemang. Allting skall evalueras om det finns möjlighet för fara, eftersom vad som helst kan hända under ett evenemang bland en stor folkmängd. Det kan hända att någon snubblar på lösa kablar, eller blir misshandlad på parkeringsplatsen. Som evenemangsplanerare skall man således vara extra noga med att göra en inspektion av alla synvinklar, och försöka förhindra eventuella faror i god tid. Risken för faror uppstår den stunden då någon deltagare eller personalen anländer till evenemangsplatsen, ända kan uppstå ända tills evenemanget är över och alla har återvänt hem. För att undvika faror på evenemangsplatsen kan det hjälpa med att ställa sig frågor som till exempel; Kan någon snubbla över något? Kan man falla ner från något? Kan någonting falla på en? Kan man bli sjuk av något? Kan man skära eller göra sig illa på något? (Rutherford Silvers 2004: 180)

Säkerhet är också en form av trygghet. På större evenemang anställs det oftast personal som tar hand om besökarens säkerhet och dess egendom. Om man använder sig av en säkerhetstjänst, kan den vara ansvarig för att gå igenom handbagage, ha med säkerhetsutrust-

ning och att gå runt på evenemangsplatsen under evenemanget. Beroende på vilken typ av evenemang det är frågan om, avgöra evenemangsplaneraren vilken personal som behövs och lägger enligt det upp en säkerhetsplan. (Rutherford Silvers 2004: 187)

Riskbedömning

En risk definieras som det okända, som kan resultera i något positivt eller negativt. Risken möjliggör att någonting kan ske, vars konsekvenser kan påverka evenemanget t.ex. i form av en skada eller ekonomisk förlust. När man gör en riskbedömning identifierar och analyserar man olika risker som kan uppstå under evenemanget, och väger dem med hur stor sannolikhet de kan verkligen kan hända. Riskbedömningen sker i två steg, där det första steget är att identifiera potentiella risker. Efter detta evalueras riskerna för att kunna avgöra hur farliga de är för evenemanget, hur stor sannolikheten är att de inträffar och på vilket sätt de påverkar evenemanget. Slutligen så skall man prioritera vilka risker som är viktigast att ta itu med och vilka som inte har lika stor inverkan eller vars riskfaktor är mindre. Områden man speciellt skall ta en titt över när man gör en riskbedömning är de lagliga och etiska uppgifterna, hälsa och säkerhet, förebyggning av förlust och förberedelser inför nödfall. (Rutherford Silvers 2008: 4)

Program

Det finns nästan alltid också någon sorts aktivitet eller program under ett evenemang. Aktiviteten kan helt enkelt bestå av diskussioner med de övriga deltagarna, musik, dans eller ceremonier. Vid val av program kan man som planerare också använda tips om man vet vem deltagarna kommer att vara, och således ordna enligt deras intressen ett program som garanterat är roligt. Efter att evenemanget är över har deltagaren förhoppningsvis haft en rolig upplevelse och lämnar evenemanget nöjda och på gott humör. Förutom en god känsla kan det dessutom vara roligt att få med sig någonting konkret som minne. Ju lämpliga och användbara dessa minnen eller souvenirer är, desto mer uppskattas de av deltagarna. Vid en välgörenhets evenemang är det vanligt att företag eller organisationer vill sponsora varor med sin logo på, eftersom de på det sättet får synlighet under evenemanget. (Rutherford Silvers, 2004 s: 8-24)

2.2.2 Genomförandefas

Enligt Matthews indelning är de tre följande faserna inom evenemangsplanering marknadsföring, - koordinering, - och förverkligande, men jag har valt att kombinera alla faser under en och samma rubrik för att de alla går mycket in i varandra. Under marknadsföringsfasen förändras idén till en verklig produkt. Målet är att sälja produkten (evenemanget) och marknadsföra den i god tid före evenemanget äger rum för att skaffa önskade samarbetspartners och deltagare. Marknadsföringen sker enligt den plan som skrivits i första fasen, men beroende på evenemanget kan marknadsföringen också uteslutas helt. Om det t.ex. är frågan om ett socialt evenemang inom ett företag, så behöver man inte locka till sig deltagare på samma sätt som t.ex. ett kommersiellt. Vid marknadsföring av ett kommersiellt evenemang kan syftet dessutom vara att skaffa sponsorer, som sedan ger ett ekonomiskt stöd eller donerar produkter till evenemanget. (Matthews 2008: 13)

Nästa fas, koordineringsfasen, är den mest tidskrävande fasen. Vid det här skedet är planeringen över och det är dags att ta itu med alla praktiska uppgifter som skall skötas för evenemanget. Några av dessa praktiska uppgifter kunde vara riskbedömning, inskaffning av nödvändiga lov och tillstånd, anställa arbetare, ta emot reserveringar och bokning av eventuell transport och catering företag. (ibid)

Under sista fasen förverkligas evenemanget. Denna fas börjar på den dagen då evenemanget äger rum och slutar då evenemanget är över. Som evenemangsplanerare innebär denna fas att se till att allting går som planerat. Viktigt är att kunna delegera uppgifter och om det uppstår problem att kunna lösa dem. Det är nu som allt arbete gjort på förhand utförs och man skall leverera det man lovat till sin kund. (ibid)

2.2.3 Evalueringsfas

Under den sista fasen görs en reflektion över hur evenemanget gått samt en utvärdering. Vad fasen huvudsakligen innebär är att man betalar ut löner till underleverantörer och de anställda, tackar kunden och andra deltagare, och gör någon typ av utvärdering i form av frågeformulär eller intervjuer med deltagare under evenemanget. Utöver det här är det viktigt att sammanställa ett möte med sina egna anställda eller de samarbetspartners som medverkat störst. Det här görs för att diskutera om man uppnått sina mål och om evenemanget blev lyckat eller inte, och för att dela på information som man kan ha

nytta av i framtida evenemang. Alla idéer om förbättringsförslag och vad som kunde ha gjorts bättre, eller frågor angående budgeteringen är också bra att ta upp i den här fasen, så att man som professionell evenemangsplanerare utvecklas och kan lära sig av sina misstag. (Matthews 2008: 15)

2.3 Övriga komponenter vid planering av evenemang

För att uppnå ett lyckat evenemang och kunna bygga ihop den önskade upplevelsen för kunden, skall man vid planeringen ta i beaktande dessa övriga komponenter som inte redan blivit nämnda i faserna ovan. Exempelvis enligt Rutherford Silvers (2004: 6) kan alla evenemang indelas i sex olika komponenter; förväntan, ankomst, atmosfär, aptit, aktivitet och evaluering efter evenemanget. För att få en bättre helhetsbild över dessa komponenter har jag gjort följande styckeindelning; de 5 grundläggande frågorna, vision och mål, kontrakt och avtal, budgetering, riskbedömning, tillstånd och licenser, mat och dryck och säkerhet. (Rutherford Silvers, 2004. s:6)

2.4 Rollen som evenemangsplanerare

Om man jobbar inom evenemangsplanering, är det vanligt att arbetet delas mellan flera personer som var och en har sin uppgift att sköta. Vanligen finns det en person som har huvudansvaret, en s.k. event manager, som sedan delegerar uppgifter och ser till att allting sköts som det ska. Event managern kan t.ex. vara en privatperson. En god evenemangsplanerare skall ha goda färdigheter att leda och vara kreativ, personen skall ha tekniskt intresse och kunna förstå sig på vad som behövs och krävs för varje evenemang, likaså ett finansiellt kunnande (att t.ex. kunna hantera budgeter räkningar). Ytterom det här är det ett plus med bra skriv- och talfärdigheter och att man kan hantera datorprogram. Eftersom man inom det här yrket kommer i kontakt med olika slags personer, därefter olika personligheter, lämpar sig yrket flexibla personer med en utåtgående och vänlig personlighet, vars hantering av stress ligger på hög nivå och har en bestämd med rättvis ledningsförmåga. (Matthews 2008: 9-10)

3 MITT EVENEMANG

Den praktiska delen som gjordes för det här arbetet var i form av ett evenemang. Syftet var att göra en insamling för Rosa Bandet kampanjen. De första tankarna om evenemanget väcktes redan i mars 2011, då jag gjorde ett seminariearbete om evenemangsplanering i skolan. Som uppdragsgivare för arbetet var som tidigare nämnt Porvoon Paahtimo, och kallades för (på finska) Naisten ilta. Tidpunkten för evenemanget bestämdes till den 12.10.2011. Tanken med detta evenemang var att det skulle ordnas årligen, och i mitt fall fick jag stå för planeringen år 2011, då evenemanget ordnades för andra gången.

Planering med uppdragsgivare

Eftersom den officiella Rosa Bandet månaden är oktober, började den riktiga planeringen först mot hösten. I början av augusti 2011 hade jag ett möte tillsammans med Porvoon Paahtimos restaurangchef Linda Pokki, och gick igenom de önskemål och direktiv som hon önskade att kvällen skulle innehålla. Efter mötet hade jag redan en klar bild över hur evenemanget skulle se ut. Jag visste vem jag skulle kontakta och hur jag skulle göra det praktiska (t.ex. angående programmet och inträdesbiljetten). Planeringen började jag med att tänka på vilka olika element som skall vara med, och fortsatte med att besvara på de fem grundläggande frågorna; för vem? var? varför? hur? Och när? Vi slog fast att datumet för evenemanget skulle vara den 12.10.2011, eftersom den kvällen passade uppträdarna och talaren bäst. Tidsmässigt varade själva planeringen dock från augusti tills början av oktober, och under den här tiden var jag i ständig kontakt med alla de som skulle stå för programmet. Vi bestämde också med Pokki under vårt möte om att det skulle ordnas en presskonferens på Paahtimo före evenemanget.

Tidtabell

Efter det första mötet hade jag således 2½ månader tid att planera och ställa igång det praktiska inför evenemanget. Jag skulle speciellt komma ihåg att presskonferensen skulle hållas lite mer än en vecka (slutliga datumet blev 3.10) före evenemanget, som innebär att all program för kvällen och evenemanget i sin helhet skulle vara klart ca 2 veckor före den 12.10, då pressen skulle kontaktas. Ytterligare saker som skulle läggas in i min tidtabell var att designa och trycka inträdesbiljetten i god tid, att informera om evene-

manget på eventuella hemsidor och att beställa kakorna som skulle serveras från Café Cabriole.

Program

De första personerna jag kontaktade angående evenemanget var såklart Cancerstiftelsen, för att ta reda på om Porvoon Paahtimo fick delta med att göra en insamling för Rosa Bandet kampanjen igen. Jag kom i kontakt med Anu Kytölä, som var ansvarig för kampanjen år 2011, och hon ville gärna ställa upp och t.o.m. komma personligen på plats för att berätta mer om Cancerstiftelsen och om kampanjen år 2011. I och med det här hade jag den viktigaste program delen färdig. Kytölä ville också visa en dokumentärfilm med namnet ”Rakkaudesta mieskin kelluu”. Filmen berättar om tio män, som grundade Finlands första herrlag inom konstsimning, med målet att öva in ett program som sedan skulle presenteras inför en publik. Tanken var, att om dessa män klarar av att göra detta för bröstcancerpatienter, så skulle det locka flera att stöda kampanjen. Denna film visades också på TV, lördagen den 1.10 på MTV3 kanalen.

För att ha en längre insamlingstid än kvällen för mitt evenemang, hämtade Kytölä också med sig Rosa Bandets insamlingslådor. I och med det här kunde Paahtimo fortsätta insamlingen till slutet av oktober månad. Jag gick också och köpte Rosa Bandet rosetten till personalen som bar dem på sin skjorta hela månaden.

För ytterligare program till kvällen kontaktade jag Minna Ruolanto. Ruolanto visade intresse att föra improvisationsteater som ett programnummer under kvällen. Ruolanto är för övrig medlem i Porvoon Flikat roddbåtsförening, som aktivt deltagit i insamlingar för Rosa Bandet kampanjen i flera år tillbaka. Men inför mitt evenemang skulle Ruolanto inte representera sin förening, utan medverka i en grupp på 3 damer och föra improvisationsteater som ett programnummer. Ruolanto och hennes gruppmedlemmar har studerat improvisation på Teaterhögskolans öppna universitet, och gått kurser på Stella Polaris improvisationsteater. Improvisationsteater innebär att man konstant är i växelverkan med publiken, d.v.s. allt som händer framför publiken får också en början ifrån den (se bilaga 2). Detta program tyckte både jag och Pokki skulle passa lämpligt som avslutning på kvällen.

Mat & dryck

Eftersom hela evenemanget skulle få vara i ca 2h, kunde jag inte reservera så lång tid till någon matsservering. Det skulle heller inte ha fått uppstå några större kostnader under hela planeringen, så mat och dryck serveringen fick bestå av kaffe och kaka under pausen mellan programmen. För att evenemanget ägde rum på en bar/café med A-rättigheter, kom vi överens att Paahtimo skulle sponsora dryckerna, som bestod av en röd jordbuggssmakande välkomstdryck och Paahtimos egna rostade kaffe. Kakorna fick jag sponsorerade via Café Cabriole. Cabriole är ett cateringföretag i Borgå centrum, som enligt många gör de finaste och godaste kakorna i Borgå. För att följa mitt Rosa Bandet tema dekorerades kakorna med ljusröd marsipan och en rosett, som är symbolen för Rosa Bandet (se bilaga 1).

Dekoration

Paahtimo har sin verksamhet i ett gammalt tegelmagasin, som automatiskt bidrar till en mysig och varm atmosfär. Tack vare det här behövde jag inte lägga så mycket tid (och pengar) på att dekorera rummet. Dekorationen bestod således huvudsakligen av en hel del med levande ljus, ljusröda servetter och ljusröda rosor på bordet.

Marknadsföring & press

En av de viktigaste sakerna man gör inför ett evenemang, är att marknadsföra det. Till mitt evenemang marknadsförde jag genom medier såsom dagstidningar, sociala medier och affischer, eftersom jag ansåg att det är det bästa sättet att nå möjliga deltagare. För pressen fick jag ordna en presskonferens den 3.10.2011 i Paahtimos utrymmen. Tiden för mötet var ca en vecka före evenemanget, dels för att vara ute i god tid, men också för att en av tidningen bara kommer ut ett par gånger/vecka. De dagstidningar jag kontaktade angående presskonferensen är de som prenumereras mest av i Borgå och andra delar av Östnyland. Dessa var Borgåbladet, Uusimaa och Vartti. Jag bjöd också in Radio Östnyland och Radio Vega, som tyvärr inte kunde närvara den 3.10, men ändå informerades sina lyssnare om evenemanget. Inbjudan till presskonferensen skickade jag den 28.9.2011, och en påminnelse dagen före evenemanget. Inför presskonferensen

gjorde jag en kort presentation om evenemanget, och skrev en handbok(både på finska och på svenska) över det jag berättade för deltagarna att ta med sig därifrån(se bilaga 3). Utöver presskonferensen marknadsförde jag evenemanget på Paahtimos egna hemsida, på hemsidan Evenemax, och via Facebook (Paahtimos fanpage). Till de här sidorna skrev jag en kort sammanfattning över evenemanget, som sedan publicerades ca en vecka före evenemanget ägde rum.

Som sist får inte glömmas att nämna inträdesbiljetten och affischerna, som jag själv designade och lade upp (se bilaga 4). För tryck av biljett och affischerna kontaktade jag företaget Porvoon Valojännös, vars tjänster Paahtimo använder sig av.

Personal

Eftersom jag var ansvarig för kvällen, så tog jag också hand om alla förberedelser inför evenemanget. Jag var ju då också själv anställd på Paahtimo, så jag behövde inte någon ytterligare hjälp av mina medarbetare. De förberedelser som jag gjorde var att möblera om i salen så att jag kunde placera sittplatser inför Kytöläs presentation, dukningen av kaffe och kaka, och städningen efteråt. Stundvis då jag inte var tillgänglig under kvällen hjälpte dock en av personalen med serveringen och avdukning av kärl, men det behövdes inte reserveras extra hjälp bara för den kvällen.

Risker

Mängden av risker som kan uppstå varierar beroende på evenemangets storlek. Mitt evenemang var betydligt mindre än t.ex. en konsert eller utomhusfestival, men det kunde ändå hända någonting oplanerat eller uppstå risker. Exempel på dessa risker kunde ha varit att någon av de som stod för programmet insjuknat eller inte kunde delta, att besökarna varit för många/inte varit besökare över huvudtaget, strömavbrott, brand(p.g.a. de levande ljusen), mat och dryck serveringen inte räckte till, skador(ifall man snubblade i trapporna) eller tekniska problem(om man inte klarat av att använda videokanonen eller någon glömt att ta med sitt material). Jag räknade med att sannolikheten att någonting av de här riskerna skulle hända den dagen då jag hade mitt evenemang var rätt så liten. Det här p.g.a. att det aldrig ännu hänt någon olycka på Paahtimo, jag hade beställt gott om drycker och kakor och hade använt videokanonen och andra tekniska apparater under tidigare tillfällen. De osäkra riskerna som jag inte kunde förbereda mig på var insjukningar eller hur många besökare som skulle dyka upp. Vi sålde biljetter till evene-

manget en vecka i förväg, så jag hade ändå en liten aning om hur många vi skulle bli, men det slutliga deltagarantalet visste jag inte förrän själva evenemanget började.

3.1 Genomförandet av kvällen

Dagen då evenemanget ägde rum(12.10.2011), hade jag allting klart angående kvällen och programmet. De förberedelser jag gjorde på dagen var att möblera om och duka fram för kaffeserveringen. Eftersom salen vi skulle vara i normalt är fylld med tunga fåtöljer och bord, ville jag få allting på sin plats i god tid. Jag placerade stolar i riktning mot filmduken och ”scenen”, och dukade koppar och övrigt kärl på ett långbord i den andra salen. Tiden som behövdes för förberedelserna var ca 2 timmar. När klockan närmade sig 19.00 då evenemanget skulle börja, anlände både Anu Kytölä och improvisationsgruppen på plats. Kytölä hade med sig Rosa Bandets insamlingslådor som vi ställde fram, och improvisationsgruppen gjorde de sista förberedelserna och några övningar inför sitt program. Eftersom Kytölä skulle visa en dokumentärfilm, kontrollerade vi att dvd-skivan fungerade och ställde in ljudnivån färdigt(som senare under evenemanget ändå orsakade tekniska problem). När de övriga deltagarna kom tog jag emot dem och serverade välkomstdrinken. Efter att de sista deltagarna var på plats, var klockan 19.10 och vi bestämde oss att börja med programmet. För att inleda kvällen höll jag ett kort tal, var jag välkomnade alla och berättade om att jag var studerande på Arcada och gjort evenemanget för Paahtimo som mitt slutarbete. Härefter gav jag över till Kytölä som berättade om Cancerstiftelsen och Rosa Bandet kampanjen, och till vad alla donationer samlade under kampanjen går till. Kytölä hade också med sig informations häften och broschyrer som deltagarna fick ta med sig hem. Mot slutet visades dokumentärfilmen; Rakkaudesta mieskin kelluu, som tyvärr orsakade en del tekniska problem angående ljudet och högtalarna, men vi klarade oss ändå.

Efter filmen var det dags för en paus med kaffe och kaka. Under pausen delade improvisationsgruppen ut små lappar till deltagarna var de fick skriva en valfri mening, och som gruppen sedan använde senare i sitt program. Pausen varade i ca 20 minuter, varefter deltagarna förflyttade sig tillbaka till salen, och det var dags för improvisationsteater. Som uppvärmning och för att deltagarna skulle slappna av, skulle alla parvis göra några övningar som har med improvisation att göra. Det här visade sig vara roligt och man märkte att improvisation inte är så lätt som det ser ut(se bilaga 2). Gruppen underhöll

ytterligare i 45min, och vid klockan 21.00 var evenemanget över. Som tack att Kytölä och improvisationsgruppen ställde upp, fick de en påse med smaksatt kaffe och Paahtimos egna rostade kaffe i. Efter det här återstod det för mig att städa och möblera om salen till ursprungsläge.

4 EVALUERING

Eftersom en av orsakerna till att evenemang ordnas är enligt Goldblatt att förena människor och ta del av samma tillställning, var det här främst också orsaken till mitt evenemang, men med syftet att göra en välgörenhetsinsamling. Om man utgår ifrån teorin kunde man tro att evenemangsplanering är en invecklad och svår process, men som jag själv upplevde den kan jag konstatera att fallet inte är så. Evalueringen över mitt arbete baserar sig på muntlig feedback ifrån deltagare och uppdragsgivare, men också på mina egna observationer som jag gjorde under kvällen. Jag vill också få fram vad som gick bra, om något kunde ha gjorts bättre och vad som kunde tänkas på vid framtida evenemang.

Arbetsmängden varierar givetvis mellan stora och små evenemang, men det som de alla har gemensamt är att de är lika tidskrävande. Fastän mitt evenemang var i mindre skala, hade jag ändå ett fullspäckat schema då jag samtidigt skulle följa efter min tidtabell för evenemanget, och för att jag planerade evenemanget utöver mina övriga studier. I mitt fall underlättades dock planeringsprocessen tack vare att jag inte behövde ansöka om speciella tillstånd, jag behövde inte ta någon budget i beaktande och jag hade redan klart utrymmet för evenemanget och presstillfället i mitt förfogande. Om jag skulle ha planerat evenemanget för ett annat företag, så skulle processen troligen ha varit mycket mer krävande och jag skulle ha haft fler komponenter att ta hänsyn till. Men eftersom tanken med evenemanget var att deltagarna kunde samlas för en rolig stund på en vardagskväll, så behövde planeringen heller inte göras mer invecklat än nödvändigt. Efteråt tycker jag att planeringsprocessen och utförandet av evenemanget i mitt fall gick bra till. Jag hade gott om tid på mig att planera evenemanget och tack vare att min uppdragsgivare hade en klar vision över hur kvällen skulle se ut så fick jag ansvaret att ta hand om de övriga

komponenterna(budget, program, mat och dryck, dekoration, marknadsföring och press). Under den tiden som jag planerade evenemanget uppkom heller inga problem.

Då det äntligen var dags för dagen då mitt evenemang skulle genomföras, uppstod det heller inte något oväntat. Trots att jag var nervös att tala inför deltagaren och om tidtabellen skulle hålla, var jag samtidigt lättad över att allting snart skulle vara över. Enligt min arbetsgivare (Linda Pokki) hade hon inte lagt märke till att jag varit nervös i något fall, och hon tyckte dessutom att kvällen i sin helhet varit lyckad. Efter diskussioner med några av deltagarna kom det fram att de också hade en rolig kväll, och tyckte speciellt mycket om improvisationsteatern. Många var av den åsikten att evenemanget varade tillräckligt länge, och att det ordnas för lite av denna typ av evenemang var man kan göra någonting roligt och underhållande under en vanlig veckodag. Speciellt mycket uppskattades att hela kvällen ordnades för Rosa Bandet kampanjen, vilket också var största orsaken att de ville delta. Det som jag var mest nöjd över under kvällen var programmen. Både om Kytöläs presentation och om improvisationsteatern. Kytölä hade en kort men väsentlig presentation över det viktiga som Cancerstiftelsen jobbar för och om Rosa Bandet kampanjen. Men för att detta ämne kan ha varit svårt för någon av deltagarna avslutade hon med dokumentärfilmen som bidrog till ett roligt avslut. Filmen gav dessutom variation till presentationen. Improvisationsteatern var ett bra val eftersom många aldrig sett denna typ av uppträdande, eller för den delen inte överhuvudtaget vet vad det är. Deltagarna hade roligt och fick själva vara med i några övningar.

Det som kunde ha gjorts bättre inför kvällen var att marknadsföra evenemanget bättre. Fastän det kom en representant av nästan varje tidning jag bjudit till presstillfället, hade jag ändå hoppats på att fler skulle dyka upp av de inbjudna. Dagstidningen Uusimaa var jag speciellt nöjd med för de skrev den största(en halvsida med bilder) och mest omfattande artikeln. Marknadsföringen kunde utöver det här ha varit synligare på hemsidan och på Facebook en längre tid så att fler skulle ha varit medvetna om evenemanget. Jag kunde också själv ha tryckt fler affischer och placerat dem på fler ställen runt om i Borgå. För framtida evenemang skulle man således kunna tänka på att marknadsföra en längre tid, speciellt eftersom det här evenemanget är meningen att ordnas årligen. Målet skulle ju vara att de som deltagit föregående år också vill komma på nytt nästa år och stöda kampanjen. Andra eventuella förbättringsförslag skulle angå val av program, och

kanske tidpunkten för evenemanget. År 2010 hade det funnits en artist och uppträda under Naisten ilta, och då hade också deltagarantalet varit fler än år 2011. Man skall alltså tänka på att planera ett program som intresserar så många som möjligt inom målgruppen, och som gör evenemanget värt att besöka. Val av dag och tidpunkt bestäms först av många olika faktorer såsom brist av utrymme (om salen inte är ledig), om datumet passar för uppträdarna eller om evenemanget planeras under en helg. Naisten ilta år 2011 var på en torsdag kväll klockan 19.00, men den kunde lika bra ha ordnats under en söndag då de flesta är lediga på kvällarna. Annat förslag för att få fler deltagare kunde angå biljettförsäljning. Man kunde sälja en del av biljetterna förmånligare eller kanske till och med till paketpris. År 2011 var en biljett värd 10€, men eftersom alla intäkter gick oavkortat till Rosa Bandet kampanjen, kunde man till exempel vid köp av en biljett få en annan för hälften av priset, och på så sätt få mer biljetter sålda och fler bidrag. Insamlingslådorna kunde också ha varit framme från första oktober. Det slutliga deltagarantalet för Naisten ilta 2011 var 28st (av 55 möjliga) och insamlingen blev 425,10€.

Konklusion

När jag nu ser på mitt arbete som en helhet, gick det praktiska inom evenemangsplaneringen ganska smidigt till. Det som jag lärde mig av evenemangsprocessen var först och främst att man skall reservera tillräckligt med tid för planeringen. Man skall också tänka på vad som skulle vara lämpligt för evenemanget i fråga, med tanke på målgruppen och evenemangets syfte. Alla evenemang är olika i sig, men ett lyckat evenemang är väl genomtänkt var alla komponenter fungerar bra ihop. Vid evenemangsplanering finns det inte heller regler som säger vad som får och inte får vara med (förutom säkerhetsregler), vilket betyder att den som jobbar inom den här branschen får gärna vara fantasifulla men effektiva personer som vill ha ett mångsidigt jobb.

Fastän deltagarantalet och penginsamlingen inte var lika stora år 2011 som året innan, anser jag ändå att mitt syfte uppnåddes i och med att planeringsprocessen genomfördes utan problem och deltagarna under kvällen var nöjda och hade en rolig kväll.

Slutord

Mitt uppdrag var att för andra gången ordna detta evenemang på Porvoon Paahtimo. Paahtimo är ett företag likt inget annat i Borgå, och har dessutom fördelen att kunna ordna olika mindre typer av evenemang allt från skådespel, artistuppträdanden och även bröllop. Naisten ilta är dessutom det ända evenemanget var alla intäkter går oavkortat till Rosa Bandet kampanjen, varefter företaget inte tar ut någon vinst på. Personligen hoppas jag att det kommer att vara möjligt att ordna detta evenemang även inkommande år, med tanke på att genom att ha ordnat detta evenemang för allmänheten fick kampanjen stöd av sådana personer som kanske inte i vanliga fall skulle ha bidragit med någonting överhuvudtaget. På samma gång har deltagarna möjlighet att vidga sin allmänna kunskap om bröstcancer och om Rosa Bandet kampanjen.

Slutligen har jag nu efter detta arbete fått en uppfattning på vad evenemangsplanering egentligen innebär i praktiken. Jag har lärt mig att arbeta självständigt i egen takt, och fått ta ansvar och egna beslut angående planeringsfrågor och genomförandet av evenemanget. Jag är för övrigt också tacksam för att jag fick möjligheten att göra ett sådant praktiskt arbete, vars intäkter gick till gott ändamål.

KÄLLOR

Cancerstiftelsen Rosa Bandet.

Tillgänglig: <http://www.cancer.fi/roosanauha/> Hämtad 27.2.2012

Einarsson, Charlotta & Hammar Chiriak, Eva. 2006, *Gruppobservationer: Teori och praktik*, Lund: Studentlitteratur, 156 s

Kytölä Anu, Cancerstiftelsens kampanjchef för Rosa Bandet kampanjen 2011

Matthews, Doug. 2008, *Special Event Production – The Process*, Oxford: Elsevier Inc., 250

Porvoon Paahtimo.

Tillgänglig: <http://www.porvoonpaahtimo.fi> Hämtad 21.11.2011

Rutherford Silvers, Julia. 2004, *Professional Event Coordination*, New Jersey: John Wiley & Sons Inc., 474 s

Rutherford Silvers, Julia. 2008. *Risk management for meetings and events*. Oxford: Butterworth-Heinemann. 354 s

Sonder, Mark. 2004, *Event Entertainment and Production*, New Jersey: John Wiley & Sons Inc., 433 s

Wolf, Paulette; Wolf, Jodi; Levine, Donielle. 2005. *Event planning made easy*, New York: United States Copyright Act. 221 s

BILAGOR

Bilaga 1



Figur 1 Deltagare bjöds på kaffe och kaka under pausen.



Figur 2 Den ljusröda Rosa Bandet kakan



Figur 3 Kaffeserveringen under kvällen.

Bilaga 2



Figur 4 Minna Ruolanto (till höger) och hennes vänner för improvisationsteater.



Figur 5 Deltagare fick också pröva på att improvisera.



Figur 6 Improvisation är roligt!

Bilaga 3

PRESSKONFERENS 3.10.2011



Kvinnornas kväll för Rosa bandet kampanjen

Tillställning: Kvinnornas kväll som ordnas på Porvoon Paahtimo, var biljettinkomsterna går direkt till cancerstiftelsens Rosa bandet-kampanjen.

Kvinnornas kväll ordnas Ons 12.10.2011, kl 19.00 på Porvoon Paahtimo, Mannerheimgatan 2. Biljettpris 10€. Biljetterna kommer till försäljning Ons 5.10.2011.

Arrangörer: Porvoon Paahtimo, cancerstiftelsens Rosa bandet kampanjchef Anu Kytölä, improvisationsgrupp Viveka Haapio & Minna Ruolanto, Café Cabriole

Evenemanget ordnas huvudsakligen utav Malin Borgman, som gör evenemanget som sitt examensarbete för Arcada - Nylands svenska yrkeshögskola i Helsingfors. Malin studerar på turismlinjen, och har jobbat på Porvoon Paahtimo i 3 år.

Program: Rosa bandet kampanjen 2011

Cancerstiftelsens Rosa bandet kampanj, som stöder undersökningar för bröstcancer, ordnas i oktober i år för nionde gången. Den officiella Rosa bandet-dagen firas den 14.10.2011, och temat för i år är ärftlig bröstcancer. Under Kvinnornas kväll, kommer Rosa bandets kampanjchef Anu Kytölä att berätta information om cancerfonder och om årets kampanj. Dessutom får publiken se årets dokumentfilm; "Rakkaudesta mieskin kelluu". Filmen berättar om tio män, som grundade Finlands första herrlag inom konstsimning, med mål att öva ett program för en publik. Tanken var, att om dessa män klarar av att göra detta för

bröstcancerpatienter, så skulle det locka flera att stöda kampanjen. Filmen visades på TV, lördagen den 1.10 på MTV3 kanalen.

Improvisationsgruppen Haapio & Ruolanto

För övrigt program bjuder Viveka Haapio och Minna Ruolanto på. Båda har studerat improvisation på Teaterhögskolans öppna universitet, och gått kurser på Stella Polaris improvisationsteater. Under improvisationsteater är man i konstant växelverkan med publiken. Allt som händer framför publiken får också en början ifrån den.

Porvoon Paahtimo

Porvoon Paahtimo stöder Rosa bandet kampanjen genom att göra en insamling med hjälp av insamlingsmagasin, och att alla anställda donerar sina dricks som fås under hela oktober månaden. Utav Kvinnornas kväll går alla biljettinkomster oavkortat till Rosa bandet kampanjen.

Övrigt

Under tillställningen bjuds deltagarna på kaffe av Paahtimo och kaka från Café Cabriole.

Kontaktuppgifter:

Anu Kytölä anu.kytola@cancer.fi
Kampanjapäällikkö 050 3828968
Roosa nauha

Minna Ruolanto minna.ruolanto@gmail.com
Porvoon Flikat

Linda Pokki linda@porvoonpaahtimo.fi
Ravintolapäällikkö 0400 744 858
Porvoon Paahtimo

Malin Borgman borgmanm@arcada.fi
Porvoon Paahtimo 040 7367731

Bilaga 4



Figur 7 Inträdesbiljetten och affischen för kvällen.