



Käsikirja

Tämän oppaan tarkoitus on helpottaa Suomen Ladun valtakunnallisten tapahtumien järjestämistä

Sisältö	
1. Johdanto	2
2. Hakeminen, hakemus ja sopimus	2
3. Tavoitteet	2
4. Tapahtumasuunnitelma	3
5. Tapahtuman vastuualueet ja organisaatio	3
5.1. Vastuualueet	4
5.2. Organisaatio	4
6. Aikataulu	4
7. Valvojan tehtävät	5
8. Talous ja suunnitelma	5
8.1. Taloussuunnitelma	5
8.1.1 Tapahtuman menot	5
8.1.2. Tapahtuman tulot	6
8.2. Verotus	9
9. Turvallisuus	9
9.1. Yleisötilaisuuden pelastussuunnitelma	10
9.2. Ensiapu	11
9.3. Kriisiviestintä	11
10. Liikenne	12
11. Viranomaiset	12
11.1. Ilmoitus yleisötilaisuudesta	12
11.2. Meluilmoitus	13
11.3. Varainkeruu	13
11.4. Työnantajavelvoitteet	14
11.5. Järjestäjät ja järjestysmiehet	14
11.6. Ruoka ja juoma	14
11.7. Jätehuolto ja kierrätys	14
11.8. Tilaisuuden päättymisaika	14
11.9. Musiikki	15
12. Tiedotus, markkinointi	15
12.1. Viestintäsuunnitelma ja tiedottaminen	16
12.2. Hyvä tiedote	16
12.3. Nettisivut	17
12.4. Kuvamateriaali	17
12.4. Kanavat	18
13. Yhteistyökumppanit	19
13.1. Suomen Latu ry	19
14. Sponsorointi ja mainosmyynti tapahtumissa	19
14.1. Mainosmyynti	19
14.2. Sponsorointi	20
14.3. Sateentekijä	20
15. Jälkihoito	21
15.1. Tapahtuman purkaminen	21
15.2. Arviointi	21
15.3. Johtopäätösten tekeminen	22
15.4. Talkooväen ja yhteistyökumppaneiden muistaminen	22



Suomi Meloo

1. Johdanto

Suomen Ladun valtakunnalliset tapahtumat ovat erikokoisia. On yli tuhat osallistujaa keräävä avantouinnin SM ja vain pienen porukan jäänveiston SM. Kuitenkin molemmissa tapauksissa käytetään samankaltaista toimintapohjaa suunniteltaessa ja toteuttaessa tapahtumaa. Perusasiat ovat samat, isossa tapahtumassa suunnitelmat on yleensä aloitettu kuukausia/vuosia aikaisemmin, kun pienimuotoisemman voi hoitaa yleensä muutamassa kuukaudessa.

Sopivan valtakunnallisen tapahtuman hakeminen esim. yhdistyksen juhluvuodeksi on hyvä keino aktivoida jäsenistöä ja saada myös uusia jäseniä mukaan toimintaan. Parhaimmillaan valtakunnallinen tapahtuma tuo yhdistykselle paikallista ja valtakunnallista näkyvyyttä, lisää yhteisöllisyyttä, uusia yhteistyökumppaneita sekä lisätienestettä.

2. Hakeminen, hakemus ja sopimus

Jäsenyhdistykset sekä muut voivat anoa Suomen Ladun hallitukselta valtakunnallisten tapahtumien järjestämisoikeutta. Anomus on hyvä tehdä hyvissä ajoin mielellään 1-2 vuotta ennen tapahtumaa. Tapahtumaa anotaan vapaamuotoisella tai liitteenä olevalla kirjallisella hakemuksella (liite nro x), joka sisältää järjestäjän yhteystietojen lisäksi perustelut miksi tapahtumaa anotaan, selvityksen järjestäjän resursseista sekä alustavan talousarvion.

Järjestäjän ja Suomen Ladun kesken laaditaan sopimus, josta selviää kuka mistäkin vastaa ja miten mahdollinen tulojakautuminen määräytyy.

3. Tavoitteet

Kun tapahtuman järjestävä ryhmä laatii yhteisiä tavoitteita, saadaan suunnitelmas- ta selkeämpi ja tiettyyn suuntaan kulkeva. Järjestäjien on helpompaa samastua ja sitoutua suunnitelmaan, kun kaikilla on asiasta sama näkemys.

Tavoitteita voidaan selvittää seuraavilla kysymyksillä:

- Miksi järjestetään?
- Mitä tarpeita tyydytetään?
- Mikä on toiminnan tarkoitus?
- Millä voimavaroilla toteutetaan?
- Kuka tekee mitään?
- Miltä haluamme tapahtuman näyttävän/kuulostavan/tuntuvan?
- Mikä kertoo tapahtuman onnistuneen?
- Mitä osallistujilta toivotaan? Keitä toivotaan paikalle?

4. Tapahtumasuunnitelma

Hyvä tapahtumasuunnitelma on kuin prosessikuvaus koko tapahtumasta. Se on jär- jestäjien tapahtumakäsikirja, joka pitää sisällään tapahtuman kaikki asiat, niiden etenemisen ja vastuuhenkilöt. Se sisältää kaiken sen taustalla tapahtuvan valmiste- lutyön joka tapahtumaan osallistuville ei välttämättä näy.

Tapahtumaa suunniteltaessa on oleellista rakentaa hyvä tapahtumasuunnitelma. Suunnitelma helpottaa tavoitteiden luomisessa sekä tapahtuman rakentamisessa ja järjestelyissä. Hyvin ja monipuolisesti tehty suunnitelma helpottaa myös lupien- ja ym. hakemisessa. Hyvin tehdystä suunnitelmasta on apua mahdollisten uusien tapahtumien järjestämisessä. Suunnitelman ideana on toimia järjestäjien "kartta- na" kohti maalia.

Suunnitelmaa tehdessä kannattaa huomioida kenelle sitä tehdään, koska järjes- täjille ja esim. viranomaisille tehtävät suunnitelmat poikkeavat sisällöltään. Tapahtumasuunnitelma on myös markkinoinnin apuväline, mikäli tapahtumaan halutaan vaikka sponsoreita. Suunnitelman alkuun voi tehdä ytimekkään ja kuvaavan vision. Vision avulla luodaan kaikille yhteinen tavoite.

Perustietojen pohjalta rakentuu tapahtuma:

mitä? missä? milloin? miksi?

Tapahtumapaikan on oltava tarkoituksen mukainen. Paikan varauksen kanssa kan- nattaa olla ajoissa liikkeellä, useimmat suositut paikat voivat olla varattuja pitkäl- le tulevaisuuteen. Usein paikka myös asettaa vaatimuksia tapahtuman ohjelmalle. Isommissa tai pidempiaikaisissa tapahtumissa täytyy ottaa huomioon lisäksi ma- joittautuminen sekä ruokailu.

Huomioitavaa! Ajankohta kannattaa varmistaa huolellisesti, jottei satu päällekkäi- siä tapahtumia muiden järjestäjien kanssa, eikä vastaavanlaista tapahtumaa ole juuri ollut tai ole tulossa lähialueella.

5. Tapahtuman vastualueet ja organisaatio

Tapahtuman vastualueet määritellään vasta kun tapahtuman idea ja tavoitteet ovat selvillä: eli kun tiedetään mitä tapahtumassa tehdään ja tarjotaan. Tämän jälkeen vastuiden jakaminen on kuin töiden organisointia. Kullekin tapahtuman pääasialle, organisaatiokaavion laatikolle (vrt. leiripäivien organisaatio) nimetään vastuullinen vetäjä. Hän kokoaa ympärilleen joukon, joka ryhtyy valmistelemaan omaa asiaansa, vaikka leiripäivien kilpailutoimintaa. Jokaisella "kilpailutoimintaryhmän" jäsenellä saattaa olla vastuullaan yksi kilpailu esim. lentopallo ja toisella vaelluskilpailu jne. Näin "kilpailutoimintaryhmän" kokouksissa tiedetään miten yksittäisen kilpailun (tai tapahtuman) suunnittelu ja toteutus etenee. Näin "kilpailutoimintaryhmä" vastaa ja tietää koko kilpailutoiminnasta. Vaikka kollektiivisesti ryhmänä on hyvä tietää kokonaisuus, pitää jokainen tapahtuma, asia vastuuttaa, jotta tiedetään kenen puoleen kiireessä käännytään ja kuka päätökset tekee, jos asiaa ei ehditä ryhmässä päättämään. Varsinkin tapahtuman kiireisinä, edeltävinä päivinä ja tapahtuman aikana, on tehokasta jos on tiedossa yksi henkilö, joka asiasta vastaa.

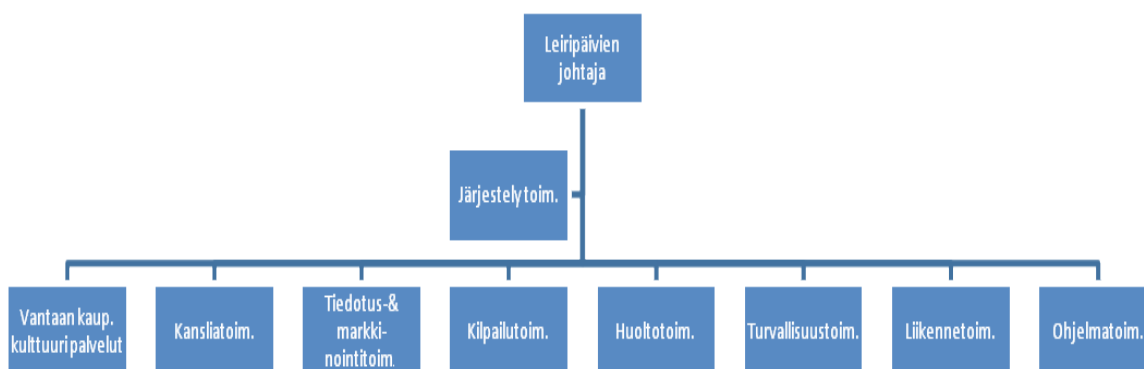
Tapahtuman organisaatiokaavio on hyvä kirjoittaa tarkasti auki. Sieltä on syytä löytää lähes kaikki asiat mitä tapahtumassa voi ilmetä. Siten organisaatiokaavio kertoo kuka kyseisestä asiasta vastaa ja sen ratkaisee. Tapahtuman vastuuhenkilöillä ei pitäisi olla liian monia eikä liian laajoja tehtäviä hoidettavanaan, jotta he niistä selviävät. Esim. leiripäivien johtajalla ei saisi olla juuri muita tehtäviä kuin leiripäivien yleisjohto ja vastuu siitä. Korkeintaan "sidosryhmäyhteistyötä" kunnan/kaupungin palveluiden ja Suomen Ladun toimiston suuntaan. Tehtäviä kertyy joka tapauksessa. Sama haaste on kilpailupäälliköllä. Hän auttaa "lajipäälliköitä", mutta ei välttämättä vastaa itse yhdestäkään lajista. Ylemmät vastuuhenkilöt nähdään tässä vain toisten auttajina, työn mahdollistajina.

Vastuualueiden tulee nivoutua toisiinsa ja vastuualueiden vetäjien tulee tarkistaa mahdollisten yhteisten resurssien hyödyntäminen.

5.1. Organisaatio

On hyvä laatia kaavio tapahtumasta vastuussa olevista henkilöistä.

Malli: Vantaan Leiripäivien 2011 organisaatio



6. Aikataulu

Aikataulu kannattaa pyrkiä rakentaa väljäksi, koska kuitenkin yleensä tapahtumapäivän lähestyessä hommat tahtovat kasaantua. Helpottava keino on tehdä ruudukkomalli, jossa ylhäällä kulkee aikajana ja sivussa tehtävät, tyhjiin ruutuihin lisätään tehtävät päivämäärän mukaan. Mallia kutsutaan myös nimellä "roadmap".

Aikataulun tekeminen aloitetaan yleensä ensimmäisestä yhteisestä suunnittelusta, josta itse tapahtumaan on pienemmissä tapahtumissa 2-3kk. Suomen Ladun valtakunnallisissa tapahtumissa on suotavaa, että järjestäjä on nähnyt edellisen vuoden kisan. Aikataulussa näkyy valmistelu alusta loppuun.

7. Valvojan tehtävät

Kilpailun valvoja valvoo kilpailutapahtumassa kolmen osapuolen etuja: järjestelyluvan myöntäjän, järjestäjien ja kilpailijoiden. Valvojan tai valvojat valitsee Suomen Latu ry, jonka kanssa myös sovitaan kulukorvauksesta. Yleisesti noudatetaan SL:n matkakorvausperiaatteita. Suomen Ladun näkökulmasta valvojan tehtävänä on varmistaa, että kilpailussa noudatetaan voimassa olevia sääntöjä ja muita yhteisesti sovittuja käytäntöjä. SL:n velvollisuus on puolestaan tarjota valitsemalleen valvojalle tarvittava koulutus ja muut työkalut. Valvojan tehtävänä on toimia kilpailuprojektin aikana järjestäjien tukena ja apuna. Valvoja toimii myös perinteiden, vanhojen, hyvien kokemusten siirtäjänä mutta suhtautuu rakentavasti myös uusiin ideoihin.

Se, mitä järjestäjien auttaminen käytännössä tarkoittaa, vaihtelee hyvin paljon järjestäjien oman kilpailu- ja järjestelykokemuksen mukaan. Valvojan pitää myös varmistaa, että kilpailusta tulee kilpailijoiden kannalta hyvä, turvallinen ja mielekäs kilpailu. Oman kokemuksensa pohjalta valvojalla on syytä olla kyky nähdä mitä kilpailijat haluavat ja pitää huolta, että kilpailu on kaikille tasapuolinen ja että se tuottaa hyvän mielen osallistujille. Kilpailun valvonta ei ole helppo tehtävä eikä täydellistä valvojaa ei ole vielä nähty!

8. Taloussuunnitelma

Tapahtuman suunnittelun aikana on siis mietittävä tapahtuman taloussuunnitelma sekä talousarvio. Talousarvion tekeminen ei poikkea mitenkään yrityksen budjetoinnista tai projektin budjetoinnista.

Tapahtuman järjestäminen vaatii aina resursseja. Kaikkien tapahtumien tavoitteena ei kuitenkaan ole taloudellisen voiton tuottaminen, mutta useimmat tapahtumat kuitenkin järjestetään taloudellisen hyödyn toivossa – josta perspektiivistä tätäkin kappaletta tarkastellaan.

Jotta pystytään hahmottamaan tapahtumakokonaisuus talouden kantilta, tulee tapahtumalla olla talousvastaava. Hän vastaa tapahtuman talouden suunnittelusta, sekä pitää tarkkaa kirjanpitoa sekä menoista että tuloista. Hän maksaa kaikki järjestelyistä aiheutuneet laskut sekä seuraa, että kaikki laskut on maksettu ja lähetetty.

8.1.1 Tapahtuman menot

Menot jaetaan yleensä toiminnallisesti: Suunnittelu- ja hallintokulut, markkinointikulut sekä toteutuskulut. Tämän pääjaon alle rakennetaan sitten varsinaisten kulojen yksityiskohtainen rakenne. Suurin osa kuluista keskittyy tapahtumissa itse toteutukseen & markkinointiin ja niiden kokoaminen on suhteellisen helppoa. Kulu-erät poimitaan tapahtumasuunnitelmasta – niin markkinoinnin kuin toteutuksenkin osalta. Siksi tapahtuman suunnittelu hyvin yksityiskohtaisesti on ensiarvoisen tärkeää.

Rahan käyttäminen on helppoa, siihen pystyy kuka vain. Mutta annetussa budjetissa pysyminen ja halutun toiminnallisuuden sekä laatutason toteuttaminen onkin jo enemmän kokemusta, näkemystä ja uskallustakin vaativaa toimintaa. Siksi monilla kaupallisilla tapahtumilla onkin erillinen tuottaja.

8.1.2. Tapahtuman tulot

Tapahtuman tulonlähteet on helpointa jakaa ajallisesti. Ajallisen jaon perusteella on talousvastaavan helpompi lähteä hahmottamaan tapahtuman talouden kokonaisuutta – ja jakamaan taloutta pienempiin käsiteltäviin osiin kassavirran hallinnan helpottamiseksi.

A) Ennakoon ennen tapahtumaa hankitut tulot

Tulonlähteitä voi olla hyvin monenlaisia, ja tapahtuman ennakoon hankittu tulovirta muodostuu usein muutamasta suuresta lähteestä ja useista pienistä lähteistä.

- Yhteistyökumppanit & sponsorointi (erillinen kappale oppaassa).
- Rahalliset avustukset yksityisiltä tahoilta
- Rahalliset avustukset julkisilta tahoilta
- Materiaaliset avustukset (barter)
- Osanottomaksut
- Mainostulot (erillinen kappale oppaassa sponsoroinnin yhteydessä)
- Kolmansien tahojen kanssa tehdyt palvelusopimukset
- Lahjoitukset ja arpajaiset
- Ja niin edelleen – kaikkea kannattaa koittaa

B) Tapahtuman aikana hankitut tulot

Eli lyhyesti yleisö- ja osanottajamäärään perustuva oheismyynti.

Yleisömäärään perustuvia tuloja ei (jos vain mahdollista) kannata laskea etukäteen kovin suurelta osin talousarvion perusteeksi, tai siinä tulee noudattaa ainakin hyvin konservatiivista kokemukseen perustuvaa arviota.

Yleisömäärään perustuvia tuloja ovat mm.

- Käsiohjelmien myynti
- Ruoan ja juoman myyntitulot tapahtumapaikalla
- Merkkien, arpojen ja muun tapahtumamateriaalin myynti
- Vaatteiden ja vastaavien myynti
- Oheisohjelmat (poniajelut, koirahalaukset, kilpailut jne.)

Yleisön mukaan tulemiseen vaikuttavat monet eri seikat, joita on vaikea arvioida etukäteen. Tällaisia tekijöitä ovat mm. hyvä/huono sää, esim. räntäsade, kova pakkas, jokin muu tilaisuus lähitöillä, jokin suosittu TV-ohjelma samanaikaisesti, juhlapyhä, lomaviikko, taloudellinen tilanne, kisapaikan sijainti, yleisön tottumattomuus katsella kilpailuja kilpailupaikalla, ennakkotiedot.

Järjestäjien kannattaa kuitenkin tehdä etukäteen arvio tavoiteltavasta yleisömäärästä, sillä järjestelykoneiston laajuus on mitoitettava mieluummin liian suureksi, kuin liian pieneksi. Lisäksi yleisöä palveleva myyntitoiminta ja hankinnat myyntipisteisiin tulee tehdä yleisömääräarvioinnin perusteella. Yleisöarvioinnin laatimista helpottaa, jos kilpailujen järjestäminen on toistuvaa. Hyvä tapa on myös olla **yhteydessä** edellisen vuoden järjestäjään.

Myyntipisteiden tuotot muodostavat osan tuloista. Tuotteiden hinnoittelussa kannattaa huomioida tasarahat periaate. Hinnoittelu kannattaa tehdä siten, että rahaa vastaanottaminen on sujuvaa, eikä vaihtorahojen antamiseen kulu myyntiaikaa. Myyntipisteet on suunniteltava siten, ettei yleisön tarvitse kohtuuttomasti jonottaa, sillä yleisö on tullut seuraamaan itse tapahtumaa. Kioskeissa on oltava myyntityönä osaavia henkilöitä töissä ja myyntitavaraa on oltava riittävästi. Jos jokin artikkeli uhkaa loppua, sitä hankintaan lisää. Myyntitavaroista kannattaakin sopia etukäteen jonkin lähikaupan kanssa avokaupasta.

Oheisohjelman voi ulkoistaa kolmansille osapuolille korvausta vastaan. Käsiohjelmien, kisapinssien, -merkkien, yhteisön/seuran tuotteiden, arpojen ja jopa kahvin ja muiden myyntituotteiden myynti kilpailualueella voidaan antaa kiinteää tai provisiokorvausta vastaan jollekin kolmannelle osapuolelle – joka sitten arvioi oman riskinsä myynnin suhteen. Kiinteä korvaus on järjestäjän kannalta parempi kuin provisiokorvaus. Kokonaismyynnin arvon laskeminen provision määrittämistä varten ilman inventaariota ja kassakonetta on tavallisin riidanaihe.

Kilpailupaikalla voidaan järjestää yleisökilpailuja joko siten, että niistä peritään pieni maksu tai ne ovat ilmaisia yleisön houkuttelemiseksi paikalle. Yleisöön kohdistuvassa tulonhankinnassa on noudatettava tarkkaa harkintaa. Joka nurkalla ei saa olla jotain myytävää ja jokaisesta palvelusta ei pidä periä maksua.

C) Tapahtuman jälkeen hankitut tulot

- Kuva- tai videotallenteiden myynti
- Kuva- ja videotallenteisiin liittyvä banneri- ja mainosmyynti
- Jälkeenpäin saadut avustukset
- Tapahtumamateriaalin realisoinnista saatavat mahdolliset tulot

Pieniä tulovirtoja on mahdollista saada myös tapahtuman jälkeen esimerkiksi tapahtumasta kuvatulla kuvamateriaalilla tai videomateriaalilla. Materiaalin tulee täyttää sellaiset laatuvaatimukset, että se kelpaa myyntiartikkeliksi. Usein kuva- ja videomateriaali joudutaankin luovuttamaan korvauksetta, jotta niissä mahdollisesti näkyvät yhteistyökumppanit saavat lisänäkyvyyttä ja sponsorointi tulee ylipäänsä mahdolliseksi.

Tuloja voi kertyä myös lahjoituksina saaduista fyysisistä tuotteista, joita ei ole perusteltua säilöä esimerkiksi seuraavan vuoden vastaavaan tapahtumaan, ja jotka voi tässä vaiheessa myydä (esimerkiksi varastointikustannusten ylittäessä tuotteiden arvon). Myynti tapahtuu usein ensin tapahtumaan osallistuville henkilöille ja sen jälkeen jäljellä jäänyt kalusto myydään esimerkiksi huutokaupalla.

Jotkin julkiset (ja miksei yksityisetkin) avustukset tulee hakea jälkikäteen esimerkiksi toteutuneen yleisömäärän perusteella. Nämäkin kannattaa haarukoida.



TUOTOT	määrä	á-hinta	yhteensä
1. Pääsymaksut			0,00
2. Osanottomaksut			0,00
3. Yhteistyösopimukset			0,00
4. Avustukset			0,00
5. Ravintola-/kioskimyynti			0,00
6. Sponsoritulot			0,00
7. Muut tuotot			0,00
TUOTOT YHTEENSÄ			0,00

KULUT	määrä	á-hinta	yhteensä
1. SUUNNITTELUKULUT			
1.1 Suunnittelu			0,00
1.2 Palkkiot			0,00
1.4 Matkakulut			0,00
1.5 Materiaalikulut			0,00
			0,00

2. MARKKINOINTI- JA TIEDOTUSKULUT	määrä	á-hinta	yhteensä
2.4. Ilmoitus- ja mainoskulut			0,00
2.5. Painatus- ja materiaalikulut			0,00
2.6. Myynnin edistämiskulut			0,00
2.7. Tiedotustilaisuus			0,00
2.8. Muut markkinointi- ja tiedotuskulut			0,00
			0,00

3. HALLINTOKULUT	määrä	á-hinta	yhteensä
3.1. Kirjeet ja kopiot			0,00
3.2. Posti- ja			0,00
3.3. Muut hallinnon kulut			0,00
			0,00

4. VAKUUTUKSET	määrä	á-hinta	yhteensä
4.1. Esiintyjät ja toimi-			0,00
4.2. Muut vakuutusku-			0,00
			0,00

5. TAPAHTUMAN TOTEUTUSKULUT

	määrä	á-hinta	yhteensä
5.1. Esiintyjäkulut			0,00
5.1.1. Palkkiot			0,00
5.1.4. Majoituskulut			0,00
			0,00

5.2. VUOKRAKULUT

	määrä	á-hinta	yhteensä
5.2.1. Tilavuokrat			0,00
5.2.2. Välinevuokrat			0,00
5.2.3. Muut vuokratulut			0,00
			0,00

5.3. TARJOILUKULUT

	määrä	á-hinta	yhteensä
5.3.1. Kutsuvieraat			0,00
5.3.2. Esiintyjät			0,00
5.3.3. Muut tarjoilukulut			0,00
			0,00

- 5.5.1. Muistamiset
- 5.5.2. Palautetilaisuus
- 5.5.3. Jälkitiedotus
- 5.5.3. Talkookulut
- 5.5.4. Muut kulut

	määrä	á-hinta	yhteensä
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00

8.2. Verotus

Kaikkeen taloudelliseen toimintaan liittyy aina oleellisena osana verotus. Kaikki tapahtumien järjestäjät; yhdistykset, osakeyhtiöt, kommandiittiyhtiöt ja avoimet yhtiöt ovat aina kirjanpitovelvollisia. Kirjanpidon tositteet on säilytettävä vähintään kuusi vuotta sen vuoden päättymisestä lukien, jonka aikana tilikausi on päättynyt. Kirjanpitokirjat on säilytettävä aina 10 vuotta.

Jos järjestäjänä on yksityinen henkilö, joka ei ole kirjanpitovelvollinen, häntä koskee veroilmoitusta varten muistiinpanovelvollisuus, joihin riittävästi eriteltyinä sisältyvät verotuksessa tarvittavat tiedot. Muistiinpanokirja ja tositteet tulee säilyttää 6 vuotta päättymisestä lukien.

Neuvontaa: alueellisista verovirastoista saa ohjeita maksutta puhelimitse tai henkilökohtaisesti käymällä. Lisäksi kirjallisesta hakemuksesta saa maksullisia ennakkotietoja ja ennakkoratkaisuja. Arvonlisäverotuksesta annetaan myös maksutonta kirjallista ohjausta.

www.vero.fi





9. Turvallisuus

Turvallisuuteen ei voi koskaan panostaa liikaa! Järjestäjien vastuulla on huolehtia tapahtumapaikalla toiminnan ja rakenteiden turvallisuudesta ja asiakkailla on oikeus odottaa kaikin puolin turvallista tapahtumaa. Turvallisuuden näkökulmasta tapahtumapaikan tulee olla siihen tarkoitukseen sopiva. Mikäli tapahtumassa tulee meluhaittaa, on siitä ilmoitettava ympäristölautakunnalle. Pienemmistä tapahtumista on hyvä ilmoitella esim. naapureille.

Tapahtumapaikan toimivuus ja saavutettavuus on myös turvallisuusseikka. Mikäli tapahtumassa tarvitaan järjestysmieskortin omaavia henkilöitä, niin esimerkiksi urheiluseuroilta voi kysellä heitä tapahtuman järjestyksenvalvojiksi. Myös latulaisten joukossa on kurssin käyneitä ja kortin omaavia järjestysmiehiä.

Suomen Ladun vakuutus on voimassa valtakunnallisissa tapahtumissa (liite nro x), mutta se kattaa vain henkilövahingot eli kaikenlainen materia kannattaa vakuuttaa erikseen. Jos esim. vuokrataan äänentoistolaitteet ja ne putoavat avantoon, niin Ladun vakuutus ei korvaa, tai jos moottorisaha lurahtaa jokeen aukkoa sahatessa.

Suosittellemme siis jonkinlaisen omaisuusturvan vakuuttamista, johon tulee lisätä euromääräinen summa kolmannen osapuolen tavaroista, jotka ovat järjestäjän hallussa. Nämä ovat melko edullisia (alle 100 € per tapahtuma).

Kannattaa myös huomioida että Suomen Ladun Tapaturmavakuutus on voimassa vain alle 75-vuotiaille. Erillisestä lisämaksusta onnistuu yli 75-vuotiaiden vakuuttaminenkin.

Lisätiedot Pohjolasta.

9.1. Yleisötilaisuuden pelastussuunnitelma

Yleisötilaisuuksiin ja muihin tapahtumiin, joihin osallistuvien ihmisten suuren määrän tai muun erityisen syyn vuoksi sisältyy merkittävä henkilö- tai paloturvallisuusriski, tilaisuuden järjestäjän on laadittava pelastussuunnitelma.

Yleisötilaisuuden pelastussuunnitelmassa on selvitettävä ja arvioitava tilaisuuden vaarat ja riskit. Niiden perusteella määritellään tilaisuuden turvallisuusjärjestelyt sekä tilaisuuden toteuttamisesta vastaavalle henkilöstölle ja tilaisuuteen osallistuvalla yleisöllä annettavat ohjeet onnettomuuksien ehkäisemiseksi ja onnettomuus- ja vaaratilanteessa toimimiseksi.

Yleisötilaisuuden pelastussuunnitelma on toimitettava viimeistään 14 vuorokautta ennen tilaisuuden alkamista tiedoksi alueen pelastusviranomaiselle. Alueen pelastusviranomainen voi erityisestä syystä hyväksyä, että yleisötilaisuuden pelastussuunnitelma toimitetaan sille tiedoksi edellä mainitun määräajan jälkeen. Jos selvitys ja arvio tilaisuuden vaaroista ja riskeistä tai niiden perusteella määritellyt turvallisuusjärjestelyt ja ohjeet ovat alueen pelastusviranomaisen arvion mukaan puutteelliset, alueen pelastusviranomainen voi palauttaa suunnitelman täydennettäväksi. Alueen pelastusviranomaisen tulee myös tarvittaessa suorittaa kohteessa palotarkastus ja ryhtyä sen vaatimiin toimenpiteisiin. Alueen pelastusviranomaisen tulee tarvittaessa ilmoittaa sille toimitetusta suunnitelmasta poliisille ja ensihoidosta vastaavalle terveysviranomaiselle. (Valtioneuvoston asetus pelastustoimesta (voimassa 1.7.2011 alkaen) 5.5.2011/407)

Räjähteiden tai palo- ja räjähdysvaarallisten kemikaalien käytöstä erikoistehosteen tulee ilmoittaa etukäteen alueen pelastusviranomaiselle siten kuin asiasta säädetään vaarallisten kemikaalien ja räjähteiden käsittelyn turvallisuudesta annetun lain mukaan (390/2005) 81 §)

Pelastuslaki velvoittaa (379/2011) :

Yleisötilaisuuden pelastussuunnitelma on laadittava yleisötilaisuuteen tai tapahtumaan (16 §), jossa:

- 1) arvioidaan olevan läsnä samanaikaisesti vähintään 200 henkilöä;
- 2) käytetään avotulta, ilotulitteita tai muita pyroteknisiä tuotteita taikka erikoistehosteina palo- ja räjähdysvaarallisia kemikaaleja;
- 3) tapahtumapaikan poistumisjärjestelyt poikkeavat tavanomaisesta; tai
- 4) tapahtuman luonne aiheuttaa erityistä vaaraa ihmisille.

Jos samaa yleisötilaisuutta tai tapahtumaa varten tulee muun lain kuin pelastuslain taikka toimivaltaisen viranomaisen antaman määräyksen nojalla laatia turvallisuus-, valmius- tai muu vastaava suunnitelma, erillistä yleisötilaisuuden pelastussuunnitelmaa ei tarvitse laatia, vaan pelastuslain 16 §:n 2 momentissa säädetyt suunnitelman sisältöä koskevat seikat voidaan koota mainittuun muuhun suunnitelmaan. Tästä on mainittava suunnitelmassa.

9.2. Ensiapu

Kohderyhmästä riippumatta ensiapuvalmiuteen kannattaa panostaa! Suuremmissa tapahtumissa ensiapupisteet ovat pakollisia. Valmistaudu aina seuraaviin:

Kuka hoitaa jos onnettomuus tapahtuu?

Varmista alueen terveyskeskuksen sijainti ja numero, myös päivystys!
Poliisin ja palokunnan puhelinnumerot

Jokaisessa tapahtumassa tulee olla riittävä määrä ensiaputaitoisia henkilöitä suositusten mukaan jokaista 50 henkilöä kohden vähintään kaksi.

Lisätietoa:

Paikkakunnan palolaitos
VPK, SPR

9.3. Kriisiviestintä

Avoimuus ja välitön toiminta ovat kriisiviestinnän kaksi peruspilaria. Suomen Ladussa kriisiviestintään kommentoi ensisijaisesti toiminnanjohtaja, varahenkilö on varatoiminnanjohtaja. Jos toiminnanjohtaja tai varatoiminnanjohtaja eivät ole tavoitettavissa, niin seuraavaksi komentoketjussa on joku johtoryhmän jäsenistä.

Kriisin sattuessa ensisijainen tehtävä on tiedottaa asiasta Suomen Ladun kotisivuilla. Tarpeen vaatiessa laitetaan paikallinen tai valtakunnallinen mediatiedote. Jos asia koskee sidosryhmiä, niin heitä informoidaan, jos mahdollista, puhelimitse, mutta vähintään sähköpostilla.

Tiedotusvälineet ja sidosryhmät haluavat tietää mitä on tapahtunut, missä, milloin, kuka/ketkä ovat olleet osallisina, miksi näin on tapahtunut, mitä siitä seuraa ja mihin toimenpiteisiin on ryhdytty.



Kriisiviestinnän pikaohje (huom. soveltaminen tapahtumasta riippuen)

1. Onnettomuuden, kriisin, rikoksen tms. sattuessa yhteys Suomen Ladun toiminnanjohtajaan, tapahtuman johtoon/turvallisuusvastaavaan§
2. Kerro lyhyesti mitä on tapahtunut, missä, milloin, kuka/ketkä ovat olleet osallisina ja miksi näin on tapahtunut.
3. Tämän jälkeen ainoastaan kohdassa 1. mainitut vastaavat asiaan liittyviin kysymyksiin, tulivatpa ne asiakkailta, jäseniltä, medialta tai omilta sidosryhmiltä.
4. Vastuuhenkilöt laittavat kotisivuille, Facebookiin ja Suomen Ladun Intraan asiasta tiedotteen. Tarvittaessa järjestetään tiedotustilaisuus.
5. Tarvittaessa lähetetään paikallinen tai valtakunnallinen mediatiedote.
6. Vastuuhenkilöt seuraavat kriisin jälkeen mahdollista median ja sosiaalisen median kirjoittelua.

10. Liikenne

Tapahtuman järjestelyssä liikenne on otettava huomioon tärkeänä seikkana. Paikalle tullaan niin kilpailutilanteessa kuin katsojinakin autoilla. Valtakunnallinen tapahtuma on usein suuri massatapahtuma, joten liikenteen ohjaukseen ja pysäköintipaikkoihin tulee kiinnittää erityinen huomio. Turvallisuuksuunnitelmassakin tulee olla nämä asiat olla selvitetty.

Kun tapahtumaa ryhdytään suunnittelemaan, tulee pohtia seuraavat liikenteeseen liittyvät asiat:

- kuinka suuri on tapahtumaan tuleva joukko ja kuinka paljon henkilöitä tulee seuraamaan sitä
- missä on lähimmät pysäköintialueet ja onko niitä riittävästi
- tarvitaanko siirtokuljetuksia pysäköintialueelta tapahtuma-alueelle linja-autoilla
- mitä reittejä ihmiset tulevat ja mitä poistuvat
- opastus (riittävän selkeä ja hyvin luettavissa autosta, mahdolliset ennakkoilmoitukset liikenteen osalta)
- liikenteen ohjaajia riittävästi näkyvillä liiveillä (vastuuhenkilö, työvuorot, tarvittava koulutus)
- tapahtuma-alueen pelastustiet ja avunsaanti (hälytystapa, tieto ennakkoon tapahtumasta poliisiviranomaiselle, palokunnalle ja sairaankuljetukselle)
- tullaanko muilla kulkuneuvoilla linja-autopaikat, mopot, polku- ja moottori pyörät
- liikuntarajoitteiset (invalidit, vanhukset, pienet lapset)
- liukkauden esto, avaruus, pimeys (pinnan pettäminen sateisissa oloissa)
- puomitukset, ohjausnarut, liikennemerkkit
- tarvitaanko nopeusrajoitusta (lupa ko. viranomaisilta, rajoitusmerkit)
- tarvitaanko poliisiviranomaisen apua
- minkä verran ajoneuvoja päästetään alueelle ja ketkä ovat oikeutettuja, lupalaput
- mihin aikaan ruuhkat ajoittuvat (panostus)
- vartiointi
- haitat lähialueen asukkaille (ajoväylien vapaus, melu)

11. Viranomaiset

11.1. Ilmoitus yleisötilaisuudesta

Julkisia tilaisuuksia järjestettäessä on huomioitava luvanvaraisuus ja ilmoittautumisvelvollisuus. Yleisötilaisuuksien järjestäjän on tehtävä kirjallinen ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä järjestämispaikan poliisilaitokselle vähintään viisi vuorokautta ennen tilaisuuden alkamista, mutta mahdollisten lisäselvitysten vuoksi kannattaa tehdä ilmoitus hyvissä ajoin. Poliisi voi myös kieltää tapahtuman järjestämisen, jos ilmoituksessa on puutteita. Poliisilaitokselta on saatavissa lomake ilmoituksen tekemistä varten osoitteessa www.poliisi.fi. Paikalliselle pelastuslaitokselle on myös hyvä ilmoittaa tapahtumasta.

Poikkeuksen muodostavat yleisötilaisuudet, jotka osanottajien vähäisen määrän, tilaisuuden luonteen tai järjestelmäpaikan vuoksi eivät edellytä toimia turvallisuuden ja järjestyksen varmistamiseksi. Jos tapahtuma on hyvin pieni, tiedustele poliisilta tarvitaanko lupaa ylipäättään?

Ilmoitus on tehtävä esimerkiksi seuraavissa tapauksissa:

- järjestäjä katsoo tilaisuuden vaativan järjestyksenvalvoja
- tilaisuudesta on tehtävä meluilmoitus
- tilaisuus vaatii liikennejärjestelyjä
- alueita varataan yleisön pysäköintiä varten
- ohjelmanumeroissa vaaditaan turvallisuustoimenpiteitä, kuten turvallisen yleisöalueen rajaamista, pelastushenkilöstöä tai -välineistöä
- alue rajataan muulta käytöltä, esimerkiksi ulkoilmatapahtumat
- erityiset puhtaanapitojärjestelyt roskakoreineen ja tilapäiset WC-tilat

Ilmoituksen sisältö:

- yleisötilaisuuden järjestäjä
- tilaisuuden tarkoitus
- tilaisuuden paikka tai reitti (esimerkiksi kaupalliset kulkueet, rallit jne.)
- alkamis- ja päättymisaika
- järjestäjän asettamat järjestyksenvalvojat
- rakennelmat ja muut erityisvälineet
- yhteyshenkilö, puhelinnumero, matkapuhelinnumero, faksi, sähköposti

Mikäli tilaisuus järjestetään ulkona, on ilmoituksessa määriteltävä yleisötilaisuuden alue ja liitettävä mielellään kartta alueesta.

Järjestäjillä täytyy olla toimeenpanoalueen omistajan lupa tilaisuuden järjestämiseen. Joskus toimeenpanoalue on hyvä rajata esimerkiksi lippusiimalla.

Tilaisuuksiin on järjestäjän hankittava riittävät WC-tilat erikseen molemmille sukupuolille poliisilaitoksen / ympäristöviraston ohjeiden mukaan.

On myös huolehdittava riittävästä pysäköintitiloista ja liikenteenohjauksesta.

Liikenteenohjaajina saavat toimia ainoastaan poliisilaitoksen tehtävään hyväksymät järjestyksenvalvojat. Liikenteenohjaajilla tulee olla normaalin järjestyksenvalvojavarustuksen lisäksi pienoisliikennemerkki "Ajoneuvolla ajo kielletty".

Poliisilaitoksen kokoontumislain perusteella antamassa määräyksessä hyväksymien liikennemerkkien sijoittamisesta ja poistamisesta on myös huolehdittava. Tilaisuuden aikana saa käyttää vain virallisia liikennemerkkejä.

11.2. Meluilmoitus

Kuntien ja kaupunkien järjestyssäännöt asettavat rajoituksia melun tasolle ja ajankohdalle. Tapahtumassa tulee järjestää äänentoisto niin, että esiintyjille, järjestäjille tai yleisölle ei muodostu riskiä saada kuulovauriota. Melua aiheuttavasta tapahtumasta tulee tehdä meluilmoitus viimeistään 30 vuorokautta ennen tapahtumaa paikkakunnan ympäristönsuojeluviranomaisille.

11.3. Varainkeruu

Jos tapahtumassa kerätään järjestölle rahaa, kannattaa selvittää lupa-asiat: www.poliisi.fi ja arpajaisluvut sekä rahankeräysluvut.

11.4. Työnantajavelvoitteet

Mikäli tapahtumaa varten on palkattu työntekijöitä tai esiintyjille maksetaan palkkiota, on huolehdittava työnantajavelvoitteista: ennakonpidätys, vuosi-ilmoitus, työeläke- ja työttömyysvakuutusmaksut. Palkkausasioissa opastusta saa alueen veroviranomaisilta.

11.5. Järjestäjät ja järjestysmiehet

Järjestäjien on oltava tapahtuman aikana tunnistettavissa esimerkiksi yhteneväisestä pukeutumisesta, jotta osallistujat tietävät kenen puoleen tarvittaessa kääntyä. Hyödyllistä on myös rakentaa kunnollinen infopiste sekä viitoitusjärjestelmä tapahtuman keskeisiin paikkoihin.

Tapahtumassa on myös oltava riittävä määrä poliisin hyväksymiä järjestysmiehiä. Poliisi määrittää koulutettujen ja kouluttamattomien järjestysmiesten tarpeen tapahtumakohtaisesti, sen luonteesta ja koosta riippuen. Järjestysmiesten tulee kantaa järjestysmiestunnusta. Tunnuksen on oltava joko vasemmalla puolella rintaa tai vasemmassa kädessä ja siinä tulee olla keltaisella pohjalla mustalla kirjoitettu teksti: "järjestyksenvalvoja".

Lisätietoja:

Paikkakunnan poliisi

www.poliisi.fi

11.6. Ruoka ja juoma

Ruoanmyyntiin liittyvät säännöt ovat kiristyneet viime vuosina. Ruoanmyynnistä on ilmoitettava paikkakunnan terveydensuojeluviranomaiselle. Ilmoituksessa on selvitettävä ainakin tapahtumapaikka ja -aika, myytävät tuotteet, sekä niiden kuljetus-, valmistus- ja säilytysuunnitelmat. Ilmoitus on tehtävä viimeistään 30 vuorokautta ennen tapahtumaa. Heiltä saa myös opastusta hygieniapassivaatimuksista.

11.7. Jätehuolto ja kierrätys

Tapahtuman järjestäjällä on velvollisuus huolehtia alueen siisteydestä, syntyvien jätteiden lajittelusta, sekä kuljetuksesta kierrätykseen. Jätteiden lajitteluvaatimukset ovat osittain paikkakuntakohtaisia. Oman paikkakunnan käytännöt kannattaa selvittää ympäristönsuojeluviranomaisilta tai kierrätyskeskuksesta.

Kierrätys on tehtävä mahdollisimman helpoksi kaikille osallistujille. Erityisesti jätteiden synnyn ehkäisyyn on syytä kiinnittää huomiota. Käytettävien tarvikkeiden kierrätettävyyttä ja hävitettävyyttä on ajateltava jo hankintoja tehtäessä. Ruoanmyyjillä on velvollisuus kierrättää myymänsä virvoitusjuomapullot.

Järjestäjien vastuulla on myös huolehtia asianmukaisten wc-tilojen järjestämisestä tapahtumakävijöille, mikäli tapahtumapaikan läheisyydessä ei valmiiksi ole yleisö-essoja. Tarkista oman kuntasi ympäristöviranomaisilta kuinka monta WC:tä yleisömäärään nähden alueelle on varattava.

11.8. Tilaisuuden päättymisaika

Tilaisuuden, jossa sisäänpääsulle ei ole asetettu ikärajaa tulisi päättyä viimeistään kello 01.00. Muussa tapauksessa tilaisuuden olisi päätyttävä viimeistään kello 02.00. Uudenvuoden, vapun ja juhannuksen aattona sekä milloin tilaisuuden luonteen vuoksi on perusteltua, tilaisuus saisi kestää poliisin harkinnan mukaan pidempäänkin. Yleisötilaisuutta ei saa järjestää pitkäperjantain, ensimmäisen pääsiäispäivän eikä ensimmäisen joulupäivän aattoillasta kello 18.00 alkaen 24 tunnin aikana, ellei poliisi hakemuksella myönnä tähän lupaa.

11.9. Musiikki

Musiikin esittäminen tapahtumassa vaatii tiettyjen seikkojen huomioimista. Olipa kyseessä elävän tai mekaanisen musiikin esittäminen tapahtumassa, pitää siitä maksaa korvauksia Teostolle. Suomen Ladun ollessa SLU:n jäsen koskee SLU:n ja Teosto/Gramexin välinen sopimus myös latuyhdistyksiä, joten latuyhdistysten osalta asia on kunnossa eikä erillisiä lupia enää tarvita.

<https://slu-fi.directo.fi/@Bin/3197048/Musiikinesitysoikeussopimus%20Teosto%202011-2012.pdf>

Viranomaiset tiivistetysti:

Poliisilaitos vastaanottaa yleisötilaisuuksia ja yleisiä kokouksia koskevia ilmoituksia ja antaa niitä koskevia määräyksiä. Se myöntää myös luvat arpajaisiin ja rahanke-räykseen.

Poliisi avustaa ja antaa lausuntoja liikennejärjestelyissä ja kulkueiden järjestämi- sessä. Pysäköinninvalvonta valvoo pysäköintipaikkoja.

Kunnan kiinteistötoimi vastaa kaupungin/kunnan maa-alueista. Kiinteistötoimi lä- hettää päätöksen tiedoksi kaikille virastoille, joita asia koskee (esimerkiksi poliisi ja matkailutoimisto). Muun kuin kaupungin maa-alueen käytöstä on oltavat lupa tontin omistajalta.

Tielaitos vastaa opasteista omalla alueellaan, eli läpiajoteillä ja kaupungin ulkopuo- lla.

Paikallinen kulttuuri- / matkailutoimisto ylläpitää tapahtumakalenteria ja avustaa tilojen etsimisessä sekä muissa toimissa. Myös paikallislehti saattaa julkaista ta- pahtumakalenteria.

Ympäristönvalvonta myöntää tilaisuuksille luvat elintarvikkeiden myyntiä ja tarjoi- lua varten sekä opastaa hygieniapassivaatimuksista. Sieltä saa myös luvan melua aiheuttavien tilaisuuksien järjestämiseen. Myös jätehuollosta ja riittävästä WC-tilois- ta on sovittava.

Teosto ja Gramex antaa luvat musiikin esittämiselle perii siitä normaalisti korvauk- sen (ks. kohta musiikki 11.9.)

Pelastuslaitos järjestää erilaisten rakennelmien ennakkotarkastuksia, ohjaa pois- tumisteiden ja paloturvallisuuden varmistamisessa sekä opastaa mahdollisia vaa- ratilanteita aiheuttavien tapahtumien järjestämisessä, esim. tapahtumat veden ja avotulen äärellä.

Tuotevalvontakeskus myöntää tilapäiset väkevien alkoholijuomien anniskeluluvat, jotka on haettava kuukautta ennen tapahtumaa.

12. Tiedotus, markkinointi

Valtakunnallista tai muuten merkittävää Suomen Ladun tapahtumaa järjestettäessä tehdään sopimus järjestäjän ja Suomen Ladun välillä, jossa sovitaan myös tapahtuman viestinnästä, käytettävistä resursseista, viestintäkanavista ja muusta tapahtuman viestintään ja markkinointiin liittyvistä asioista.

Jokaisella tapahtumalla, lajista riippuen, on Suomen Ladussa vastuuhenkilö, jonka yhteystiedot tapahtumajärjestäjälle toimitetaan tapahtuman myönnön yhteydessä. Vastuuhenkilö ja tapahtuman järjestäjä sopivat viestintäpalaverista, johon osallistuu myös henkilö Suomen Ladun viestintä- ja markkinointiyksiköstä.

Tapahtuman järjestäjä vastaa tapahtuman tiedottamisesta ja Suomen Ladun vastuuhenkilö ja viestintäkoordinaattori tukevat tapahtumaviestintää antamalla järjestäjän käyttöön Suomen Ladun ilmeen mukaiset elementit sekä erillisen sopimuksen mukaan myös Suomen Ladun omat viestintäkanavat.

Tarvittaessa annetaan myös tukea tiedotteiden ja ilmoitusmateriaalin tekemiseen. Tästä sovitaan erikseen tapahtumasopimuksen allekirjoituksen yhteydessä.

12.1. Viestintäsuunnitelma ja tiedottaminen

Jo tapahtumajärjestelyjen alussa on hyvä nimetä tapahtumalle tiedottaja, joka tekee viestintäsuunnitelman yhdessä Suomen Ladun tapahtuman vastuuhenkilön ja viestintä- ja markkinointiyksikön edustajan kanssa. On myös hyvä sopia järjestäjän yhteyshenkilö, joka on tavoitettavissa tapahtuman aikana mahdollisia mediayhteydenottoja varten ja joka on vastuussa mahdollisesta tiedotus- ja sidosryhmätilaisuudesta.

Tapahtumasta tehtävät tiedotteet ovat ensisijaisesti järjestäjän vastuulla.

12.2. Hyvä tiedote

Hyvä lehdistötiedote on selkeä ja lyhyt. Juuri julkaistun tutkimuksen mukaan toimittajat arvostavat tiedotteen lyhyttä muotoa. Puolikas A4-sivu on toimittajien mukaan sopiva pituus. Unohda siis vanhat säännöt suositellusta A4-sivun pituudesta. Otsikon rooli on merkittävä ja usein toimittajat toivovatkin asian käyvän ilmi jo sähköpostin otsikkokentästä. Heti tiedotteen alussa tulee käydä jo selkeästi selville, miksi tiedote on yleensä julkaistu.

Tiedotetta ei kannata edes kirjoittaa ja lähettää, jos ei itse usko asian olevan tiedottamisen arvoinen. Jotta toimittajan mielenkiinnon saa heräämään, kannattaa pyrkiä rakentamaan tiedotteesta mahdollisimman

uutismainen ja ottaa kantaa asian yhteiskunnalliseen merkitykseen. Tämä kasvat-
taa tiedotteen uutisarvoa ja helpottaa sen läpimenoa mediassa. E erityisen suotavaa
on uusien näkökulmien antaminen ajankohtaisiin aiheisiin. Toimittajat arvostavat
myös sitä, että tiedotteessa käytetään lihavoituja ja alleviivauksia asioiden sel-
keyttämiseksi ja hahmottamista helpottavaksi.

Tiedotteen rakenne:

- Julkaisuaikankohta (milloin tieto on julkista)
- Otsikko (hyvä otsikko herättää toimittajien mielenkiinnon – joskus kärjistä
minen on hyvä tehokeino)
- Tiivistävä ingressi (kerro muutamalla lauseella tiedotteen tärkeimmät asiat)
- Yhteystiedot (yhteystiedoista tulee käydä ilmi kuka on tiedotteen lähettäjä
ja keneltä voi kysyä lisätietoja)

Mitä kannattaa välttää?

Markkinahenkisyyttä

Toimittajat hylkäävät monia tiedotteita jo otsikon perusteella, jos heille tulee tun-
ne, että tiedote on liian markkinointihenkinen. Tämän tyyppiset tiedotteet kannat-
taisikin lähettää ennemmin lehtien liite- ja teemasivuille, joissa tuotemarkkinointiin
suhtaudutaan suopeammin.

Superlatiiveja

Superlatiivien käyttöä kannattaa välttää, ellei niiden käytölle löydy riittävää tutki-
mustietoa.

Kuusi kysymystä

Lehdistötiedotteen lopuksi kannattaa tarkistaa löytyykö siinä vastaukset seuraaviin
kysymyksiin: kuka, mitä, missä, milloin, miten ja miksi. Mikäli tiedotteesta löytyvät
vastaukset näihin ja lisätietoa kaipaaville vielä yhteystiedot, on tiedote valmis lä-
hetettäväksi. Tämän jälkeen alkaakin mielenkiintoinen odotus siitä, miten tiedote
otetaan vastaan ja kuinka moni media siihen tarttuu.

Ilme

Tapahtuman viestinnässä ja markkinoinnissa käytetään Suomen Ladun logoa ja
mahdollisuuksien mukaan myös muita Suomen Ladun graafisen ilmeen elementte-
jä. Tapahtumajärjestäjälle luovutetaan logo, elementit, graafinen ohjeisto ja fontit
tapahtuman myönnön yhteydessä. Mahdolliselle mainostoimistolle tai graafiselle
suunnittelijalle toimitetaan Suomen Ladun graafinen ohjeisto, elementit ja fontit
järjestäjän pyynnöstä. Suomen Ladun viestintä- ja markkinointiyksikkö auttaa ta-
pahtuman ilmeen toteuttamisessa silloin, kun se ei järjestäjän puolelta ole mahdol-
lista esimerkiksi ohjelmien tai laitteiden puuttumisen takia.

12.3.Nettisivut

Isojen tietomäärien julkaiseminen ja ajan tasalla pitäminen netissä on helpompaa ja edullisempaa kuin perinteisillä keinoilla. Tiedon saattaminen laajan yleisön luettavaksi edullisesti, nopeasti ja ajan tasaisesti on nettisivujen tärkein ominaisuus. Lisäksi jonkin asian hakeminen isosta tietomäärästä on helppoa käyttämällä erilaisia hakukoneita, esim. Google-hakua.

Ihmiset eivät tule tapahtuman nettisivuille vahingossa, vaan niitä joudutaan markkinoimaan muissa medioissa: esimerkiksi netin hakukoneiden avulla, sosiaalisessa mediassa, lehti- tai kadunvarsimainoksissa sekä yhdistyksen omissa tuotteissa ja esitteissä. Edellä mainituista hakukoneiden kautta tehtävä markkinointi on edullisinta (ks. esimerkiksi Google AdWords, työkalu, jolla voi mainostaa netissä), mutta se ei välttämättä ole huomioarvoltaan paras. Netti on erinomainen työkalu tapahtumamarkkinoinnissa: sillä voi saada tehokkuutta lisää, mutta täysin erillään perinteisestä mediasta se ei toimi kaikissa kohderyhmissä (tosin esimerkiksi geokätköilijöiden Mega Event -tapahtumien markkinointi tapahtuu pelkästään netissä).

Nettisivut on helppo tehdä itse. Valmiita kuukausimaksullisia WWW-sivupohjia on tarjolla vaikka kuinka paljon, kustannukset ovat noin 5–20 €/kk. Niiden käyttäminen ja päivittäminen vaativat hyvin vähän tietoteknistä osaamista, yleensä tavallisten toimisto-ohjelmien osaaminen auttaa jo alkuun. Sivujen ylläpidosta ja omasta verkko-osoitteesta on syytä sopia erikseen palveluntuottajan kanssa.

Jos yhdistyksellä on omat nettisivut on luonnollisinta kirjoittaa tapahtumasta sinne tai luoda niiden alle oma sivusto.

Mikäli yhdistyksellä ei vielä ole omia sivuja, suosittelemme valitsemaan seuraavista:

1. SLU:n Sporttisaitti, www.sporttisaitti.com
2. Dataladun sivunluontipalvelut, www.suomenlatu.org
3. Google Sites – sivusto <http://www.google.com/sites/help/intl/fi/overview.html>

12.3.Nettisivut

Tapahtumasta viestimiseen on hyvä hankkia laadukasta kuvamateriaalia. Mikäli järjestäjältä ei sellaista löydy, kannattaa olla yhteydessä esim. paikkakunnan matkailusta vastaavaan tahoon. Kuvituskuvia sekä kuvia edellisistä tapahtumista löytyy toki myös Suomen Ladusta. Tapahtuman ajaksi kannattaa sopia valokuvauksesta ja mahdollisesta videoinnista vastaava henkilö ja ilmoittaa kuvauksesta osallistujille ja yleisölle. Esim. tulostietojen ja muiden jälkikäteen lähetettävien tiedotteiden ohessa on hyvä olla laadukkaita kuvia kuvateksteineen ja tekijätietoineen.

Ohjeet kuvaamisesta ja kuvien julkaisusta

Omat kuvat (kuvaaja/julkaisija)

1. Julkisella paikalla saa kuvata ja kuvat julkaista.
2. Kysy lupa kuvaamiseen ja kuvien julkaisemiseen tilan haltialta, jos paikassa on kuvaamiskielto tai paikka kuuluu kotirauhan piiriin. Jos et saa lupaa, älä kuvaa.
3. Kysy lupa kuvan kohteelta (ja alaikäisen vanhemmalta) kuvaamiseen ja kuvan julkaisuun
 - a. mainos- ja markkinointimateriaaliin.
 - b. muihin kuin normaaleihin urheilutilannekuviin tai asiajutun yhteyteen tiedotuskäyttöön.
 - c. hyvien tapojen mukaan aina, kun on mahdollista.
4. Älä julkaise kuvaa, joka voi olla kohteen kannalta loukkaava kuvan sisällön vuoksi tai siinä julkaisuyhteydessä.
5. Älä kuvaa tai julkaise kuvaa sellaisesta henkilöstä, joka ei tahdo itseään kuvattavan.

Toisen ottamat kuvat

1. Jos käytät tai julkaiset toisen ottamia kuvia, sovi aina etukäteen kuvien oikeuksista kuvaajan kanssa.
2. Oikeuksien kohteen lisäksi sovi mm. kuvien käyttötarkoituksesta ja -laajuudesta sekä muokkausoikeuksista.
3. Älä muuta kuvia siten, että se loukkaa kuvan kohdetta tai kuvaajaa.
4. Hyvä tapa on julkaista kuvien yhteydessä kuvaajan nimi, vaikka kuvaaja ei ole edellyttänytään tätä.
5. Sovi kuvien oikeuksista jälkikäteen, jos et ole ymmärtänyt sopia niistä aiemmin.
6. Toimi kuvaa julkaistessasi muutoin samojen ohjeiden mukaan kuin itse ottamiasi kuvia julkaistaessa.
(Kuvapankkikuvia on olemassa webissä todella edullisesti, ja joskus niiden käyttö on perusteltua. Hinnat n. 5 € tasolla. Esim. iStockphoto on erittäin hyvä paikka)

Lähde: Arttu Lappi, LUM 15/09, SLU.fi

12.4.Kanavat

Suomen Ladun omia viestintäkanavia ovat www-sivut, Liikuttaja-lehti, Latu & Polku -lehti, sähköinen uutiskirje, Facebook -sivu, keskustelupalsta, Youtube -kanava ja suorapostitus (sähköinen tai maaposti), joiden lisäksi pyritään käyttämään muiden medioiden kanavia (esim. paikallislehtien Minne mennä -palstoja ja verkkosivuja).

Oheiseen taulukkoon on koottu tiedottamisessa käytettävät kanavat, sisällöntuotannosta vastaava taho ja tiedotuksen toteuttaja. Sopimuksessa, joka tehdään järjestäjän ja Suomen Ladun välillä, sovitaan tarkemmin tapahtuman viestinnästä, kuten käytettävät Suomen Ladun mediat ja niistä varattava tila, kuka tuottaa sisällön ja kuka hyväksyy sen jne.

kanava	sisältö	toteutus tai viimeistely
Tapahtuman www-sivut	järjestäjä	järjestäjä/apua SL viestinnältä
Latu & Polku -lehti	järjestäjä/SL vastuuhlö	järjestäjä/SL viestintä
Liikuttaja -lehti	järjestäjä/SL vastuuhlö	järjestäjä/SL viestintä
www.suomenlatu.fi	järjestäjä/SL vastuuhlö	järjestäjä/SL viestintä
Suomen Ladun uutiskirje	järjestäjä/SL vastuuhlö	järjestäjä/SL viestintä
Suomen Ladun Facebook-sivut	järjestäjä/SL vastuuhlö	SL viestintä
(huom. Etukäteen sovittava, tehdäänkö tapahtumakutsu SL:n vai järjestäjän FB-sivun kautta)		
Suomen Ladun keskustelupalsta	järjestäjä	järjestäjä/SL vastuuhlö
Suomen Ladun yhdistykset	järjestäjä/SL vastuuhlö	SL viestintä
Paikalliset mediat	järjestäjä/SL vastuuhlö	järjestäjä/SL viestintä
Valtakunnalliset mediat	järjestäjä/SL vastuuhlö	järjestäjä/SL viestintä

Lehtien menopalstoille tai tapahtumakalentereihin voi yleensä ilmaiseksi laittaa ilmoituksen.

Myös lehdistöä kannattaa lähestyä kirjoittamalla juttu aiheesta, lehtiin voi saada ennakko uutisen tapahtumasta.

Lehdistölle voi tehdä tiedotteen, jossa toimittaja kutsutaan paikalle. Kutsu toimittajalle pitää olla ehdottomasti selkeä ja kiinnostava! Toimittajat saavat paljon kutsuja erilaisiin tapahtumiin, joten on syytä erottautua joukosta.



13. Yhteistyökumppanit

Monet tahot saattavat olla kiinnostuneita tulemaan yhteistyökumppaneiksi, joten markkinointi heille kannattaa. Työtä helpottaa huomattavasti hyvin tehty tapahtumasuunnitelma ja hyvät puhelahjat. Monet yritykset antavat mieluummin tuotteitaan tapahtumaan, jolla he saavat itselleen mainontaa. Muistathan mainita yhteistyökumppanit ja muut avustajat ilmoituksissa sekä mainonnassa.

13.1. Suomen Latu ry

Tapahtumassa kannattaa hyödyntää myös yhteistyömahdollisuus Suomen Latu ry kanssa.

Suomen Ladulla on yhteistyökumppaneita, joilla mahdollisesti on oikeus tapahtumanäkyvyyteen tai kilpailusta riippuen myös maksuttomaan osallistumiseen (esim. Erämelonta ja Erävaellus). Suomen Ladun tapahtumamateriaalista ja muista mahdollisuuksista voit keskustella markkinointikoordinaattorin (Päivi Purola) kanssa. Hänen kautta voit myös tiedustella tapahtumaan markkinointimateriaalia (banderolit, SL telttä, yleisöarvonnat, Latu&Polku -lehtiä, lajiesitteitä yms.)

Suomen Ladulla on myös lähtö- ja maalivaate sekä yhteistyökumppanilla kilpailunumerot, joita lainataan sovittaessa.

Tapahtumasta riippuen paikalle saapuu työntekijä Suomen Ladun toimistosta tai Suomen Ladun luottamushenkilö. Tämä henkilö voi käyttää puheenvuoron avajaisissa tai päättäjäisissä, osallistua palkintojen jakoon tai toimia Suomen Ladun esitelypisteessä tai osallistua esim. tuomaristoon veistolajeissa.

Suomen Latu vastaa mitaleista seuraavissa valtakunnallisissa tapahtumissa:

- jäänveiston, lumenveiston, hiekanveiston ja lumikenkäilyn SM
 - erämelonnan ja erävaelluksen SM
- Järjestäjä vastaa mitaleista seuraavissa valtakunnallisissa tapahtumissa:
- avantouinnin SM
 - Leiripäivät

Mikäli kilpailuissa jaetaan mitalien lisäksi palkintoja, jää niiden hankinta järjestäjän vastuulle.

Mitalien tilaukset Suomen Ladun yhdistys- ja tapahtumapäälliköltä (Johanna Yli-Opas)

14. Sponsorointi ja mainosmyynti tapahtumissa

Mainonta on maksettua ja tavoitteellista tiedottamista, joka yleensä kohdistuu suureen ihmisjoukkoon. Tapahtumissa mainonta tähtää yleensä myynninedistämiseen, eli tavoitteena on yksinkertaisesti myydä joko heti tai myöhemmin. Mainonta ei ole kommunikointia (tiedon vaihtamista) vaan yksipuolista tiedottamista ja informaation jakamista eri muodoissa.

Sponsorointi erottaa mainonnasta sponsorin suurempi kontrolli tiedon jakamisen ja tiedon vaihdon suhteen. Sponsoroinnin määrällinen ja laadullinen peitto on osittain kiinni sponsorista itsestään. Sen lisäksi, että sponsori on esillä tapahtumissa, tulee sponsorin satsata tapahtuman (ja siitä saadun materiaalin) jatkohyödyntämiseen. Näin sponsoroinnin katsotaankin tuovan sponsorille lisäarvoa perinteiseen mainontaan verrattuna.

14.1. Mainosmyynti

Mainostajaa kiinnostaa mainoksensa näkyvyys A) itse tapahtumassa ja B) tapahtumasta mahdollisesti tuotettavassa ja näkyvässä mediamateriaalissa. Mainostajaa kiinnostaa tapahtuma sitä enemmän, mitä enemmän näkyvyyttä mainokselle luvataan ja saadaan. Suuri yleisömäärä, TV-lähetys tai lupaukset aikakauslehtien artikkeleista auttavat asiaa.

Mainoksia voi olla esillä tyypillisesti esillä tapahtuman www-sivuilla, painettuna tapahtuman materiaaleihin, ulkomainoksina bannereina tai kyltteinä. Myös esimerkiksi kilpailijoiden numerolappuihin tai muihin varusteisiin voi myydä mainoksia. Yhteistä mainosten sijoittelulle on se, että ne on pyrittävä saamaan paikkaan – jossa niiden näkyvyys sekä yleisölle, että median suuntaan on mahdollisimman suuri. Hyvä esimerkki tästä on palkintojenjaon taustakuva, joka on yleensä niin täynnä mainoksia, että voittajasta otetussa kuvassa ne näkyvät väkisinkin.

Paras mainos on se, josta tapahtumanjärjestäjä saa rahaa tapahtuman toteuttamiseen. Usein alueelliset yritykset kuitenkin tukevat tapahtumaa jokinlaisen barter-kuvion kautta (vaihto). Yritys antaa järjestäjälle käyttöön tai omaksi tuotteitaan ja vastineeksi tästä saa tapahtumaan oman mainoksensa esille siinä laajuudessa kuin sopimuksessa on määritelty. Tyypillinen esimerkki on paikallinen painotalo, joka saa tehtäväkseen tapahtuman materiaalit – antaa työstä reilun alennuksen (tai jopa tekee ilmaiseksi) ja siitä vastineeksi saa liittää materiaaleihin oman mainoksensa.

14.2.Sponsorointi

Sponsorointi ei ole mainontaa, eikä hyväntekeväisyyttä – vaan yhteistyötä. Sponsorointi sisältää kyllä mainoksellisen elementin, mutta edellyttää pidempijänteistä yhteistyötä sekä tapahtuman, että sponsorin taholta. Sponsorin saattaa esimerkiksi sopimuksessa edellyttää tapahtumasta koostetun esityksen esittämistä tapahtuman jälkeen X kertaa asiakastilaisuuksissaan. Esittäjänä tietysti joku tapahtuman vastuhenkilöistä.

Tämä tarkoittaa sitä, että sponsori joutuu joka tapauksessa käyttämään lisää rahaa sponsorikohteen hyödyntämiseen itse tapahtumaan osallistumisen lisäksi. Siksi asia tulee tehdä sponsorille mahdollisimman helpoksi tuotteistamalla tapahtuma (tai sen osa) ja tarjoamalla sponsoriehdokkaille mahdollisimman valmiiksi mietittyä pakettia sponsoroinnin kohteeksi. Sponsori pitää myös jatkuvuudesta, eli tarjoamalla pitkäaikaista kumppanuutta ovat mahdollisuudet sponsorin saamiseen paremmat. Sponsorilla on jonkinlainen varmuus tapahtuman jatkumisesta, ja tapahtuman järjestäjä saa taloudellista turvaa tulevien vuosien tapahtuman rungoksi. Hyöty kannattaakin laskea sponsorille etukäteen.

Suurilla yrityksillä on www-sivuillaan usein erillinen yhteydenottolomake sponsorointia haluaville tapahtumille, eivätkä pienetkään yritykset kaihda yhteydenottoja sponsoroinnin tiimoilta – kunhan esitys on hyvin valmisteltu sekä perusteltu ja hyöty esitettävissä sponsorikandidaatille. Järjestäjän kannattaa myös edellyttää esityksessään sponsorilta tapahtuman hyödyntämistä jälkikäteen.

Sponsoroinninkin puolella useimmiten on kysymys jonkinasteisesta barter-sopimuksesta. Rahallinen sponsorointi on harvemmassa tai koskee ainoastaan hyvin suuria tapahtumia. Vastineeksi kumppanuudesta sponsori tarjoaa järjestäjälle joko tuotteitaan tai palveluitaan vastikkeetta tai sellaisella vastikkeella, että kumppanuus kannattaa myös järjestäjälle.

Sponsoreita jaetaan usein kategorioihin, jossa hyödynnetään esimerkiksi mitalien metallien nimiä: Pääsponsorit ovat kultasponsoreita (rahasponsorointi), keskikokoiset sponsorit hopeasponsoreita (osin raha, osin barter) ja loput pronssisponsoreita (pelkkä barter).

14.3.Sateentekijä

Tapahtuman toteuttaminen vaatii rahaa. Ilman riittävää resurssointia hyväkään tapahtumasuunnitelma ei "lennä". Koska kuitenkin suuri osa mainostuloista, yhteistyökumppanuuksista ja sponsoroinnista realisoituu edelleen tuotteina, palveluina tai vastaavina (osuus toteutuneesta myynnistä) olisi jokaisella tapahtumalla olla oma sateentekijänsä.

Sateentekijä pyrkii yksinkertaisesti hankkimaan tapahtumaan rahaa sen toteuttamiseksi. Sateentekijää motivoi parhaiten oma saatu hyöty. Toisin sanoen sateentekijän komission (osuus hankituista varoista) tulee olla riittävän houkutteleva, että tehtävään saadaan osaava, ahkera ja "ahne" henkilö.

Komissio tulisi asettaa käänteisesti progressiiviseksi, toisin sanoen komission määrä nousee portaittain asetettujen tavoitteiden mukaan. Periaate on silloin: "Mitä enemmän rahaa tulee sisään, sitä suurempi komissio sateentekijälle".

Yleisempi malli on joko tasamalli, tai sitten normaali progressio, jossa palkkio jopa vähenee hankitun mainos- ja sponsorituen kasvaessa. Kateus kannattaa unohtaa, ja muistaa, että ilman rahaa tapahtuma on melko mahdoton toteuttaa. Sateentekijän kanssa tulisi sopia tavoitteet ja muut asiat sopimusteitse mahdollisimman yksityiskohtaisesti. Tyypillisesti ulkopuolisen varainhankintatahon komissio on 50% tasolla, jopa enemmänkin.

15. Jälkihoito

15.1.Tapahtuman purkaminen

Tapahtumapaikan rakenteiden purkamisesta, siivouksesta, vuokra- ja lainavälineiden palauttamisesta ym. sovitaan etukäteen; ketkä vastaavat ja millä aikataululla.

15.2. Arviointi

Tapahtumasuunnitelmaan on hyvä kirjata, kuinka kerätään palautetta/arviointia tapahtumasta. Arviointi tapahtumasta on tärkeää, koska monesti positiivinen palaute osallistujilta kannustaa jatkamaan toimintaa tapahtumien parissa. Monet pienimuotoiset tapahtumat järjestetään vapaaehtoisvoimin, jolloin osallistujilta saama palaute on oleellista. Palautteella saadaan myös tärkeää tietoa mahdollista seuraavan tapahtuman järjestämistä varten. Tapahtuman arviointitapoja ovat esimerkiksi:

- Kerätään kävijöiltä palautetta paperille
- Pienemmissä tapahtumissa voidaan käydä palautekeskustelu
- Palautekeskustelu vain järjestäjien kesken
- Arviointitilaisuuden järjestäminen

Missä asioissa onnistuttiin, missä on parantamisen varaa? Arviointi kohdistuu toimintaan ja toimenpiteisiin.

<http://www.kansalaisfoorumi.fi/projekti/sisuunnittelu.html>

Arviointi on osa suunnittelun ja toteutuksen kokonaisuutta. Sitä tehdään kaiken aikaa jo suunnittelun ja toteutuksen yhteydessä, jotta korjattavat asiat saadaan kuntoon välittömästi.

Tapahtuman jälkeistä arviointia toteutettaessa vastuutahon on hyvä päättää ajoissa mm. seuraavista asioista:

- milloin tapahtumaa koskeva arviointi tapahtuu (heti tapahtuman jälkeen vai jonkin ajan kuluttua tapahtuman päättymisestä)
- kenen palaute on tärkeä tapahtuman kehittämisen kannalta (kaikki järjestämiskoneistossa mukana olleet, esiintyjät, yleisö, muut tahot)
- miten palaute kootaan, jotta sen jatkokäsittely onnistuu (lomake, muistiin kirjattu suullinen palaute)

15.3. Johtopäätösten tekeminen

Päätoimikunta ja yhdistyksen johtokunta analysoivat palautteen, jotta tehdyt virheet voidaan korjata ennen seuraavan tapahtuman suunnittelua.

15.4. Talkooväen ja yhteistyökumppaneiden muistaminen

Kiitoksen ilmaiseminen tekijöille on aina ehdottoman tarpeellista! Konkreetteilla toimenpiteillä voidaan varmistaa, että talkooväkeä on jatkossakin. Sellaisia ovat esimerkiksi jokin muistoesine tai vapaamuotoinen tilaisuus, jonka yhteydessä arviointia suoritetaan (ruokailu yms.). Myös tapahtumaa tukeneita yhteistyökumppaneita kiitetään tapahtuman jälkeen.



VALTAKUNNALLISTEN TAPAHTUMIEN TYÖRYHMÄ

Aki Lappeteläinen

Teemu Saarikivi

Sami Hálen

Piritta Liikka

Veijo Oinonen

Johanna Yli-Opas

editointi Niko Ala-Opas