



**HÖNTSÄ - FEST**

**3.10.2018**

**Höntsä-Fest työryhmän tapahtumakäsikirja  
Höntsä -silta eteenpäin! -hanke**

# MISTÄ ON KYSE?

3.10.2018 toteutettiin kaikille nuorille (16-25 -vuotiaat) avoin höntsäilytapahtuma, joka tarjosi mahdollisuuden päästä tutustumaan ja testaamaan erilaisia höntsäilylajeja hyvässä, rennossa ja leikkimielisessä ilmapiirissä. Höntsä-Fest kokosi yhteen sekä sosiaalisen median tähtiä ja nousevia sellaisia että nuoria kärkiartisteja. Tapahtuma huipentui leikkimieliseen pipolätkämatsiin, jossa julkkikset pelasivat nuoria vastaan. Höntsä-Festin tarkoituksena oli höntsäilylajien esittelyn lomassa yhdessä yhteistyötahojen kanssa lisätä tietoisuutta ilmastonmuutoksesta ja taistella leikkimielisellä pipolätkämatsilla ilmastonmuutosta vastaan.

”Miten ilmastonmuutos vaikuttaa talvisiin höntsälajeihin tulevaisuudessa? Onko pipolätkä katoava luonnonvara? Tapahtumassa oli testissä erilaisia höntsälajeja, painavaa asiaa ilmastonmuutoksesta ja vuoden hauskin pipolätkämatsi.”

Höntsä-Fest järjestettiin Helsingissä 3.10.2018 Helsingin Jäähallilla, ja se tavoitti lähes kuusisataa pääkaupunkiseudun nuorta.

Höntsä-Festissä nuoret pääsivät itse ohjaamaan ja näyttämään toisilleen erilaisia höntsälajeja. Höntsälajeja tapahtumassa oli sekä kulttuurista että liikunnasta. Kulttuurihöntsälajeina esiteltiin esimerkiksi teatteria, sirkusta, valokuvausta, maalausta ja karaokea. Pääasia oli, että yhteinen tekeminen sai porukan kerääntymään yhteen höntsäilyn merkeissä. Liikuntahöntsää tapahtumassa oli aina jääkiekosta ja jalkapallosta erilaisiin pihapeleihin, jumppaan, skeittaukseen ja tempupyöräilyyn.

Höntsä-Festin tuotannollinen toteutus oli myös useiden nuorten käsialaa, sillä Höntsä-Festin tuotantotiimit koottiin kohderyhmään kuuluvista 16-25 -vuotiasita nuorista The Movement -järjestön ja Metropolia Ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon opiskelijoiden organisoimina.

# OMAN TAPAHTUMAN SUUNNITTELUN VAIHEET

## MIKSI JA KENELLE

Aloita tapahtumasi suunnittelu päättämällä miksi ja kenelle tapahtuma järjestetään. Tässä kohtaa tuotantoa on oltava kriittinen ja selvitettävä onko tapahtumalle oikeasti tarvetta ja yleisöä. Mikä on tapahtumasi tarkoitus, visio ja missio.

## KOHDERYHMÄ

Kohderyhmä määrittelee tapahtumasi luonteen ja sisällön. Kenelle tapahtuma tehdään?

## MILLOIN JA MISSÄ

Päätä tapahtuman päivämäärä, kesto ja tapahtuman aikataulu, sekä lokaatio.

## MARKKINOINTI

Tapahtuman kohderyhmä määrittelee, miten sinun kuuluu markkinoida tapahtumaasi. Kohderyhmä vaikuttaa myös, kun päätät, onko tapahtuma yksityis- vai yleisötapahtuma. Eli voiko ketä tahansa osallistua tapahtumaan vai kutsutko osallistujat itse.

## TAPAHTUMAN TYÖRYHMÄ

Suhteuta työryhmä tapahtuman kokoon ja määrittele tarvittavat tehtävät jäsenille. Muista sitouttaa ryhmän jäsenet projektin loppuun asti. Ydintyöryhmän lisäksi muista hyödyntää talkoovoimia.

## BUDJETOINTI

Budjetti on tapahtuman toimintaa varten laadittu toimintasuunnitelma. Päätä yksi henkilö vastaamaan tapahtumasi budjetista. Budjetti ei ole pelkästään ennuste tulevasta rahaliikenteestä, vaan sen tulisi olla aktiivinen toimintasuunnitelma.

# 1. OMAN TAPAHTUMAN SUUNNITTELU

**Tapahtumien tuotannot voivat vaihdella suurista produktioista pieniin. Tapahtuman suuruudesta riippumatta on päätettävä, ketä on päävastuussa tapahtumasta ja ketä muita toimijoita tapahtuma sisältää.**

**Rakentaessasi tapahtumaasi päätä päävastuussa oleva taho, oletko se sinä tai sinun organisaatiosi? Mitä muita tahoja voisit hyödyntää yhteistyökumppaneina? Määritä myös yksi henkilö, joka on yhteydessä tapahtuman yhteistyökumppaneihin ja viesti heille selkeästi ja yhdenmukaisesti.**

**Yhteistyökumppanit sekä sponsorit ovat isojen tapahtumien onnistumisen vuoksi elintärkeitä. Saadaksesi yhteistyökumppaneita ja sponsoreita tapahtumallesi mieti ensin mitä sinun tapahtumasi voi tarjota tavoiteluille yhteistyökumppaneille ja sponsoreille. Tarjoatko näkyvyyttä tapahtuman markkinoinnissa vai jotain enemmän konkreettista?**

**Luomalla vahvat kontaktit yhteistyökumppaneihin voit saada rahallisen tuen lisäksi tapahtumalle tarpeellisia tiloja, välineitä tai muita resursseja, jotta tapahtumasi järjestetään onnistuneesti. Valitse yhteistyökumppanisi tapahtumasi arvojen ja imagon puolesta järkevästi.**

Höntsä -silta eteenpäin! -hanke on yksi Euroopan sosiaalirahaston toimintalinja 4:n hanke, jonka aihealueena ovat koulutus, ammattitaito ja elinikäinen oppiminen. Toimintalinja 4:n tavoitteena on tukea siirtymävaiheita ja koulutuksellista tasa-arvoa tukevien palveluiden parantamista ja kasvu- ja rakennemuutosalojen koulutuksen tarjonnan ja laadun parantamista. (ESR rakennerahasto 2018.) Höntsä-hankkeessa kehitetään monialainen Höntsä-toimintamalli, joka perustuu iloa tuottavaan, osaamisesta riippumattomaan, kaikille avoimeen matalan kynnyksen Höntsä-toimintaan arjen toimintaympäristöissä (Höntsä -silta eteenpäin! -hanke 2018).

Höntsä-hanketta (1.2.2018-30.11.2020) rahoittaa Euroopan sosiaalirahasto (ESR) ja vastuuvirano-maisena toimii Pohjois-Pohjanmaan-, liikenne- ja ympäristökeskus. Hankkeen päätoteuttajana toimii Metropolia Ammattikorkeakoulu ja muut osatoteuttajat ovat Suomen Nuorisoseurat ry, Urheiluopisto Kisakeskus, Oulun Diakonissalaitoksen säätö, Oulun seudun koulutuskuntayhtymä, Diakonia ammattikorkeakoulu. (Höntsä - silta eteenpäin! -hanke). Höntsä -hankkeen Monialainen kulttuuri- ja liikuntahöntsä -osahanke oli päävastuussa tapahtuman toteuttamisessa ja läpiviennistä yhdessä yhteistyökumppaneiden kanssa.

Lue lisää hankkeesta: [www.hontsa.metropolia.fi](http://www.hontsa.metropolia.fi)



## 2 JOUKKOISTETTU TAPAHTUMATUOTANTO

Joukkoistamalla tapahtuma voi hyödyntää yhteisön osaamista rajattua tehtävää varten. Joukkoistaminen kuvaa yleisesti hajautettua ongelmanratkaisu- ja tuotantomallia, jossa toimeksiantaja hyödyntää yhteisön osaamista rajattua tehtävää varten. Joukkoistaminen voi toimia uudenlaisen kaupunkitapahtuman projektinhallinnan, fasilitoinnin ja konseptoinnin työvälineenä.

Joukkoistamisessa ongelma annetaan ratkaistavaksi tai tehtävä suoritettavaksi ennalta määrittelemättömälle joukolle avoimen kutsun avulla. Työn teettäjä saattaa maksaa osallistujille korvauksen, mutta työn suorittaminen voi tapahtua myös ilman rahallista korvausta. Avoin kutsu julkaistaan tavallisesti internetissä. Joukkoistamista voidaan lähtökohtaisesti käyttää yritysten ja organisaatioiden kaikilla osa-alueilla. Siihen voivat osallistua kunkin alan ammattilaisten lisäksi harrastajat ja muuten alasta kiinnostuneet.

**Joukkoistamisen käynnistäjän ohjeita:**

- Itsensä esille tuominen ja omalla identiteetillä verkossa esiintyminen
- Omien verkostojen hyödyntäminen
- Oikeiden ja ajanmukaisten välineiden käyttäminen (joukkoista siellä, missä ihmiset ovat luonnostaan)
- Ryhmän innostaminen, tukeminen, kannustaminen
- Avoimuus: mihin joukkoistamisen tuloksia aiotaan käyttää
- Kiittäminen ja arvostuksen ilmaiseminen, joukkoistamisen käynnistäjä ei ole nokka mies tai johtaja, vaan toisten esiintuoja, nostaja
- Joukkoistamisen käynnistäjä ei saa provosoitua.



Esimerkkinä joukkoistamisesta Höntsä-fest tapahtumatuotannossa. Metropolian kulttuurituotannon uudet opiskelijat (45kpl) aloittivat lukuvuotensa syksyllä 2018, ja olivat mukana heti tapahtuman tekemisessä.

Kulttuurituotannon opiskelijat pääsivät aitoon työelämän projektiin Höntsä-Festin järjestämiseen mukaan ensimmäisenä koulutyönään. Opiskelijat jaettiin tiimeihin ja Höntsä-Festin tuottaminen ja opiskelijalähtöinen fasilitointi tapahtuman osa-alueisiin alkoi.

**LUE LISÄÄ METROPOLIAN KULTTUURITUOTTAJIEN PROJEKTEISTA JA AJATUKSISTA.**

### 3. YHTEISTYÖKUMPPANIT



Pond Hockey ry yhdistää jääkiekkoyhteisön taistelemaan yhdessä ilmastonmuutosta vastaan. Ilmastonmuutos on suuri uhka maapallomme tulevaisuudelle ja jääkiekolle ulkojäillä. Talvet ovat jo lyhyempiä ja lämpimämpiä, joka vaikeuttaa ulkona pelaamista. Pond Hockey ry työskentelee lisätäkseen tietoisuutta ilmastonmuutoksesta. Pond Hockey ry järjestää turnauksia, joissa pelaajat ja sponsorit pitävät hauskaa, samalla kun he taistelevat yhdessä ilmastonmuutosta vastaan. Kaikki tuotot lahjoitetaan aina paikallisille yhdistyksille, jotka tekevät työtä ilmastonmuutosta vastaan. (Pond Hockey ry)

Pond Hockey ry huolehti Höntsä-Festin pipolätkämatsin toteuttamisesta ja käytännön järjestelyistä pelaajien ja varusteiden suhteen.

**LUE LISÄÄ POND HOCKEYSTÄ**

---

The Movement on yli 13-vuotiaille tarkoitettu nuorisoverkosto, joka erikoistuu nuorten itse toteuttamiin media- ja viihdealan projekteihin.



Toiminnan taustalla on helmikuussa 2015 perustettu The Movement ry, jonka tavoitteena on edistää nuorten työllistymistä sekä tarjota mielenkiintoista vapaa-ajan toimintaa viihteen ja kulttuurin alalla. Verkosto pyrkii avaamaan alan ovia uusille ja innokkaille tulokkaille sekä tarjoamaan heille mahdollisuuden näyttää taitonsa muun muassa festivaalituotannoissa, musiikin parissa, sekä erilaisissa media-alan projekteissa. The Movementissa on mukana Suomen musiikkialan kärkinimiä, näyttelijöitä, juontajia, tapahtumatuottajia ja muita luovien alojen ammattilaisia.

**LUE LISÄÄ THE MOVEMENTISTA**

---

Nuorisoseurat ry ja Urheiluopisto Kisakeskus olivat Höntsä-hankkeen osatoteuttajina mukana tapahtuman järjestelyissä ja järjestivät kaksi Höntsä-coach -ohjaajakoulutusta tapahtumassa.



Nuorisoseurat

Suomen Nuorisoseurat ry tarjoaa kaikenikäisille laadukkaita harrastuksia, kuten tanssia, teatteria, musiikkia, sirkusta ja liikuntaa. Nuorisoseurat järjestävät myös niihin liittyviä tapahtumia ja koulutuksia. Nuorisoseuroissa jokaisella lapsella, nuorella ja aikuisella on mahdollisuus harrastaa kulttuuria, kasvaa aktiiviseksi yhteisön jäseneksi ja kokea tekemisen riemua!

**LUE LISÄÄ NUORISOSEUROISTA**

---



Urheiluopisto Kisakeskus tarjoaa mahdollisuuden harrastaa liikuntaa monipuolisesti luonnonkauniissa ympäristössä Raaseporissa Kullaanjärven rannalla. Kisakeskus eli Kisis tarjoaa koulutusta, majoitusta ja palveluja myös vapaa-ajan liikuntaan. Kisakeskus sijaitsee Länsi-Uudellamaalla noin 100 km Helsingistä.

LUE LISÄÄ KISAKESKUKSESTA

---



Origos Oy oli mukana toteuttamassa sponsorointiyhteistyötä tapahtumaan. Origos Oy:n tuotevalikoima kattaa yritysten päivittäistarpeet, markkinointi- ja messumateriaalit sekä monenlaiset painotöiden erikoistarpeet. Origos Oy oli mukana toteuttamassa Höntsä-Festin printtimateriaaleja (maltillisesti ympäristöä kunnioittaen.)

LUE LISÄÄ ORIGOKSESTA

---



Helsingin Jäähalli tarjosi Höntsä-Festille yritysyhteistyönä tapahtumapaikan, pipolätkämatsin harjoitushalliin ja jäähallin permannelle nousevan esiintymislavan. Helsingin Jääkiekkoseura HIFK on käyttänyt hallia kotikenttänään hallin avajaisista lähtien. Lisäksi jäähallissa järjestetään näyttelyitä, messuja ja konsertteja.

LUE LISÄÄ HELSINGIN JÄÄHALLISTA

---



Helsingin kaupunki tarjosi Höntsä-Festille projektirahoituksen, jolla pystyimme maksamaan esiintymispalkkiot bändeille ja tapahtumatekniikan paikalle. Helsingin kaupungin liikuntaan aktivointi yksikkö auttoi tapahtumasta tiedottamisessa.



Saku ry ja Sakki ry auttoivat Hyvinvointi virtaa -viikon osana tapahtumasta tiedottamista. Suomen ammatillisen koulutuksen kulttuuri- ja urheiluliitto, SAKU ry on ammatillisen koulutuksen oma liikunta- ja kulttuurijärjestö sekä hyvinvoinnin edistämisen yhteistyöorganisaatio. SAKKIn toiminta jaetaan palveluihin sekä edunvalvontaan. Järjestö järjestää koulutuksia ja tapahtumia jäsenilleen sekä ammattiin opiskeleville.

LUE LISÄÄ SAKU RY:STÄ

LUE LISÄÄ SAKKI RY:STÄ

---

Helsinki

**Stadin  
ammattiopisto**

Stadin ammattiopisto ja Omnia olivat aktiivisesti tuotantojärjestelyissä mukana. Stadin ammattiopiston tapahtumatekniikan, mediatyön, valo- ja videokuvauksen opiskelijoita opettajineen oli mukana työryhmässä. Suomen suurimmassa ammattiopistossa, Stadin ammatti- ja aikuisopistossa, opiskelee noin 17 000 nuorta ja aikuista yli 50 eri ammattiin. Oppilaitos toimii Helsingin kaupungin alueella 15 eri toimipaikassa.

”Espoon seudun koulutuskuntayhtymä Omnian koulutusten paletti on yksi maan laajimmista. Tarjoamme elinikäisen oppimisen mahdollisuuksia ammatillisesta ja aikuiskoulutuksesta täydennyskoulutuksiin, nuorten työpajatoimintaan, lukio-opintoihin, vapaaseen sivistystyöhön. Tarjoamme myös monipuolisia yrityspalveluita.”

**LUE LISÄÄ STADIN AMMATTIOPISTOSTA**

**LUE LISÄÄ OMNIASTA**

-----

Mahdollisuus lapselle Ry yhdistys tiedotti tapahtumasta omille jäsenilleen ja esitteli toimintaa Höntsä-Festissä. Mahdollisuus lapselle ry tuottaa jäsenilleen monipuolisesti tapahtumia ja tiedottaa niistä. Tapahtumat toteutetaan kohdennetusti lapsille, nuorille ja koko perheelle.



**LUE LISÄÄ MAHDOLLISUUS LAPSELLE RY:STÄ**

-----

Dodo ry järjesti esittelypisteen tapahtumassa. Dodo ry on ympärisöjärjestö, jossa voi osallistua yhdessä tekemällä, keskustelemalla, ideoimalla ja vaikuttamalla. Dodomaista toimintaa ovat kaupunkikävelyt, ideariihet, sissiviljelmät, festivaalit, keskustelut ja kouluvierailut.



**LUE LISÄÄ DODO RY:STÄ**



## 3.1 ALIHANKINTA

Alihankkijat toimivat tuotannon apuvälineenä. Alihankkijat voivat olla yhtiötä, jotka ovat sitoutuneet hankkimaan tai toteuttamaan urakkasopimuksen mukaisen työn, esimerkiksi esiintymislavan rakennuksen ja purun.

Höntsä - fest käytti alihankkijoita rakenteisiin, tapahtumatekniikkaan, jätehuoltoon ja sähkөөn. Sopimuksia tehtiin myös vakuutuksesta, työntekijöiden sekä vapaaehtoisten työntekijöiden kanssa. Sopimukset tehtiin kirjallisesti eri tahojen kanssa.

Kilpailutukset eri yritysten kanssa hoidettiin puhelimitse, sähköpostitse tai henkilökohtaisilla käynneillä yrityksiensä toimistoilla.

### RAKENTEET

- Tapahtumaan tarvittavat kalusteet
- Esiintymislavojen kasauksen ja purun.

### TEKNIikka

- Äänentoisto- ja valokaluston vuokraus
- Audio-visuaalinen suunnittelu ja toteutus.

### JÄTEHUOLTO

- Jätehuoltosuunnitelma
- Lajittelu
- Roska-astiat

### VAKUUTUS

- Vastuu-, vahinko-, oikeusturva- ja omaisuuden vakuuttaminen

### SÄHKÖ

# 4. HÖNTSÄ-FEST 2018 TAUSTAT JA TAVOITTEET

**Tapahtuman TAVOITTEITA JA VAIKUTUKSIA** on aina mietittävä jo tapahtuman käynnistämävaiheessa, jotta yhteistyökumppanit saavat tapahtumasta ja organisaatiosta kuvan, johon he voivat luottaa ja samaistua.

**Tapahtumaa järjestäessä on tapahtumalla aina TAVOITE**, eli syy miksi tapahtuma järjestetään. Tämä syy voi olla esimerkiksi näkyvyyden lisääminen organisaatioille, tiedon jakaminen ajankohtaisesta aiheesta tai tulojen kerryttäminen tapahtumana avulla.

**Tapahtumana ARVOT** ovat ohjenuorat, joita noudattamalla tapahtuman tavoite saavutetaan, esimerkiksi tuotetaanko tapahtuma kunnioittaen ympäristöä? Kirjoita ylös tapahtuman arvot ja sitouta toimintasi noudattamaan niitä.

**Visio** on näkemys siitä mitä tapahtuman avulla saadaan aikaan tietyn ajanjakson kuluessa. Esimerkiksi visio voi olla että tapahtumasta tulee jokavuotinen festivaali, joka edistää tietoisuutta ilmastonmuutoksesta.

**Missio** on tapahtumasi syy olla olemassa ja tapahtumasi vaikutuksista yhteiskunnassa ja toimintaympäristössäsi.

## HÖNTSÄ-FEST 2018 -TAPAHTUMAN TAVOITTEET:

- Nostaa tietoisuutta höntsäilystä nuorten keskuudessa
- Tarjota avoin hyvänfiilisen höntsäilytapahtuma nuorille
- Nostaa tietoisuutta ilmastonmuutoksesta ja ympäristövaikutuksista esim. ulkojaille
- Nostaa tietoisuutta nuorten syrjäytymisen ehkäisystä ja tarjota höntsäilystä voimavaraa, ja tukea nivelvaiheisiin (syrjäytymisen ehkäisy)

Höntsä-Festin taustalla on Höntsä -silta eteenpäin! -hanke, jonka aikana kehitetään monialainen Höntsä-toimintamalli. Hankkeen tavoite perustuu iloa tuottavaan, osaamisesta riippumattomaan, kaikille avoimeen matalan kynnyksen Höntsä-toimintaan arjen toimintaympäristöissä.

Höntsä-Festin tavoitteena oli edistää nuorista lähtevää toimintaa ja nostaa esille höntsäilyä, höntsälajeja sekä höntsätoimintaa. Tapahtumassa pelattiin pipolätkäottelu ja tätä kautta nostetaan esille myös ilmastonmuutoksesta koituvaa haittaa talviurheilulajeille ja jaetaan tietoisuutta asiasta nuorille eri ympäristöjärjestöjen toimesta.

Tapahtuman missiona oli nostaa tietoisuutta nuorten syrjäytymisen ehkäisystä sekä tarjota höntsäilystä voimavaraa ja tukea nuorille. Höntsä-fest halusi antaa kaikille mahdollisuuden höntsäilylajien kokeilemiseen hyvässä ja rennossa ilmapiirissä.

Kaikki ihmiset ovat samanarvoisia yhdenvertaisuusperiaatteen mukaisesti. Samanarvoisuus pätee riippumatta henkilön iästä, sukupuolesta, etnisestä- tai kansallisesta alkuperästä, kielestä, kansalaisuudesta, vakaumuksesta ja uskonnosta, vammasta, terveydentilasta, mielipiteistä, seksuaalisesta suuntautumisesta tai muusta henkilöön kohdistuvasta tai liittyvästä syystä.

Kaikilla ihmisillä on oikeus yhdenvertaiseen kohteluun. Höntsä-Fest tapahtuma sitoutuu koko henkilökunnan ja tapahtuman luonteen ja arvojen puolesta noudattamaan yhdenvertaisuudelle ominaisia periaatteita ja julistaa tapahtuman syrjinnältä vapaaksi alueeksi.

**YHDENVERTAISUUDESTA VOIT LUKEA LISÄÄ  
YHDENVERTAISUUS.FI -SIVUSTOLTA.**

## 5. TAPAHTUMAN KOHDERYHMÄ

Tapahtumaa järjestäessä on oleellista miettiä, kenelle tapahtuma järjestetään eli kohderyhmä, jotta tapahtuma on sisällöltään ja tuotannoltaan oikeanlainen on kohderyhmä tunnettava hyvin.

Kohderyhmän määrittely on hyvä tehdä tarkasti, sillä se määrittelee paljon tapahtuman luonnetta sekä mitä kanavia käytetään tapahtuman markkinoinnissa.

Määrittele ainakin kohderyhmäsi

1. Ikä
2. Asuinpaikka tai toimintaympäristö
3. Kiinnostuksen kohteet

Arvioitu kävijämäärä Höntsä - Fest tapahtumalle oli noin 600 pääkaupunkiseudun nuorta. Höntsä-Festin kohderyhmä oli 16-25 -vuotiaat pääkaupunkiseudun nuoret ja erityisesti Helsingin nuoret. Tapahtuman kohderyhmänä osittain olivat myös alan ammattilaiset ja päättäjät (tietous ilmastonmuutoksesta ja ympäristöasiat).

## 6. TAPAHTUMAPAikka, Aika ja Ohjelma

Missä tapahtumasi järjestetään, päivämäärä, aika ja ohjelmasi aikataulu?

Päätä tapahtumapaikkasi mahdollisimman pian aloittaessasi tapahtumantuottamisen. Löytyykö yhteistyökumppaneiltasi tiloja, joita voisit hyödyntää vai vuokraatko tilan?

Määrittele päivämäärä ja aika tapahtumallesi. Pidä huolta, että olet tietoinen mahdollista kilpailijoista tapahtumallesi ja päätä pidätkö tapahtumasi eri aikaan kuin mahdolliset kilpailijat.

Ohjelmasi on tapahtumasi sisältö. Tapahtumatuotannon alussa voit kirjoittaa ylös alustavan aikataulun, jota voit tarkentaa lähestyessäsi tapahtumaa. Julkaise lopullinen aikataulu yleisöllesi vasta, kun olet varma, että se ei tule muuttumaan.

### Helsingin jäähalli 3.10.2018 Höntsä-fest ohjelma:

- |             |  |
|-------------|--|
| klo 13      | Ovet auki  |
| klo 13 - 15 | Höntsälajien testailua höntsäklubeilla ja ympäristöluentoja ja -tehtäviä |
| klo 15 - 16 | Pipolätkämatsi höntsähengessä  |
| klo 16 - 17 | Konsertti jäähallissa  |

# 7. PROJEKTIN AIKATAULUTUS

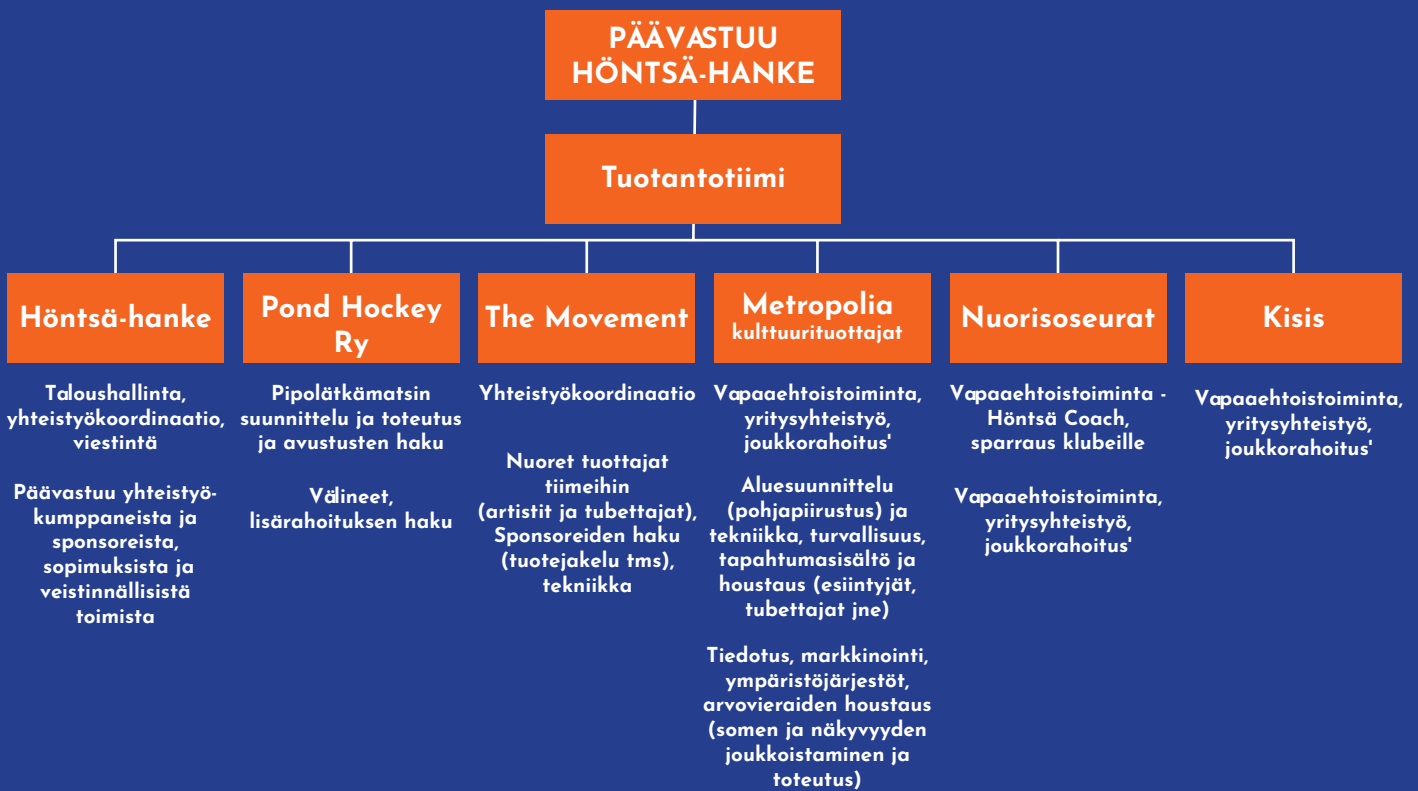
Tapahtuma aloittaessa tai sen alkuvaiheissa on tärkeää havainnollistaa aikataulu, jonka mukaan tapahtuma toteutetaan. Alla on luonnehdittu taulukkomuodossa Höntsä-Fest 2018 tapahtuman aikataulutus. Ositus havainnollistaa työprosessia.

Projektin aikataulu	Kesä	Heinä	Elo	Syys	Loka	Marras
Höntsä-Fest tuotanto käynnistyy	Yellow					
Työtehtävät ja tiimit jaetaan		Blue	Blue			
Ideointi		Yellow	Yellow			
Artistit ja julkkikset / tubettajat		Blue	Blue			
Sopimukset			Yellow	Yellow	Yellow	
Markkinointi alkaa		Blue	Blue	Blue	Blue	
Somen käynnistys + (kisa?)		Yellow	Yellow			
Sponsorit		Blue	Blue	Blue		
Budjetti	Yellow	Yellow	Yellow			
Lisärahoituksen haku ( artisti)		Blue	Blue			
Lisäideoita opiskelijoilta			Yellow	Yellow		
Infra				Blue	Blue	
Alihankkijat					Yellow	Yellow
Vapaaehtoiset				Blue	Blue	
Riskikartoitus				Yellow	Yellow	Yellow
Luvat				Blue	Blue	
Ohjelmasuunnitelma valmis				Yellow	Yellow	
Turvallisuus				Blue	Blue	
<b>Tapahtuman veto</b>					Yellow	
Jälkityö					Blue	Blue

# 8. TAPAHTUMAN TYÖRYHMÄ JA SISÄINEN TIEDONKULKU

Tapahtuman työryhmä on tapahtuman ydin. Sitoutuneet ja motivoituneet työryhmäläiset onnistuvat ja saavat tapahtumasi loistamaan. Määrittele tarkkaan jokaisen työryhmäläisen tehtävät ja vastualueet. Sisäisen tiedonkulun turvaamiseksi määrittele millä tavoin kommunikoit ydintiimin kesken ja miten yhteistyökumppaneille.

Tapahtuman järjestävät organisaatiot ja työtehtävät:



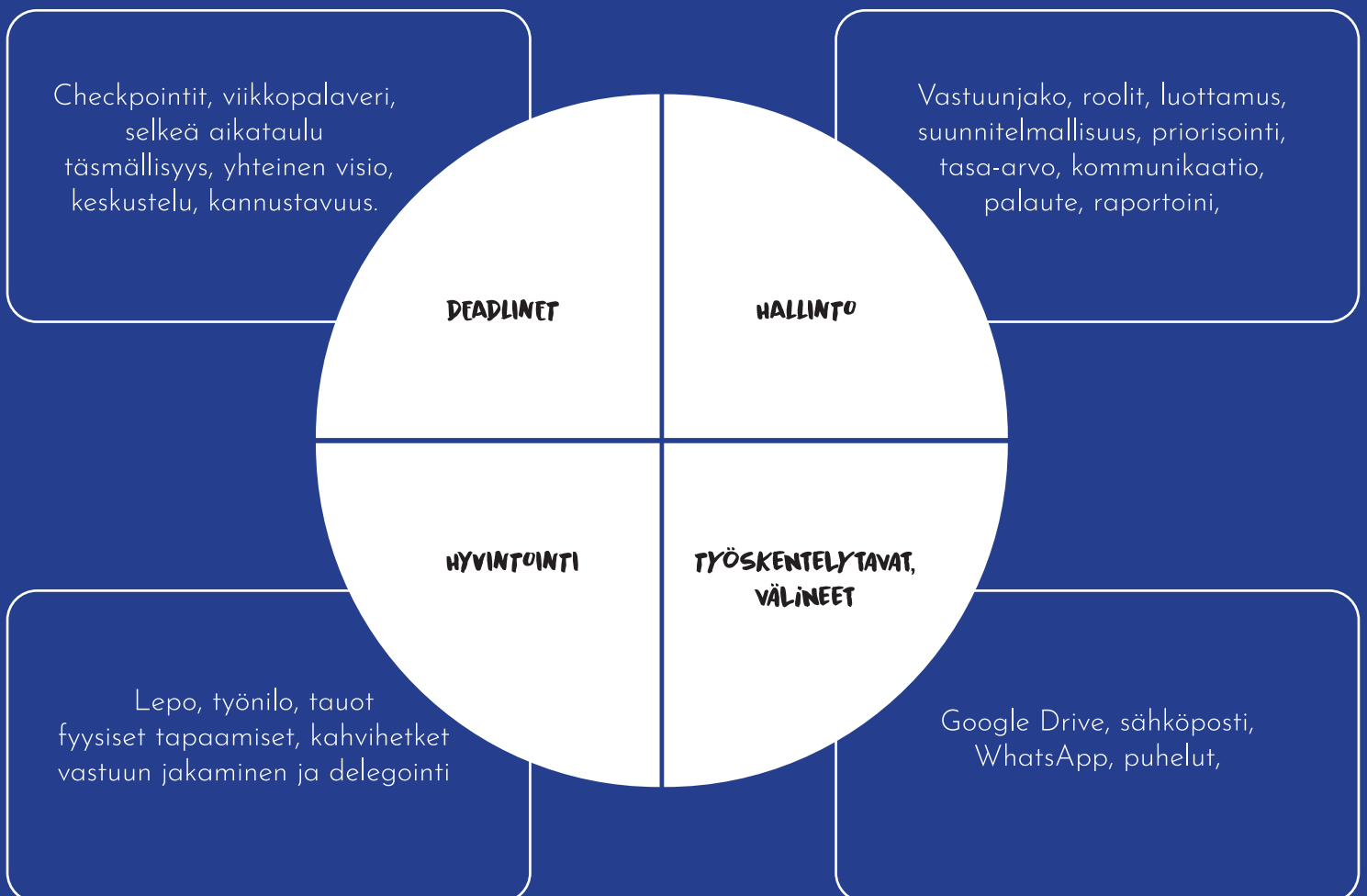
Höntsä-Festin projektinjohtaja vastasi tuotantotiimin työtehtävien toteutumisesta. Kaikki jäsenet osallistuivat myös yhteisten asioiden suunnitteluun.

## TYÖRYHMÄN SISÄINEN TIEDOTTAMINEN

Työryhmään nimettiin henkilö, joka vastasi sisäisen tiedottamisen sujuvuudesta sekä jatkuvuudesta. Tälle henkilölle oli myös luonnollista huolehtia, että jokainen työryhmän jäsen tulee kuulluksi. Höntsä-Fest 2018 -tapahtuman sisäinen tiedottaminen jakautui karkeasti kahteen tiedonjakamistapaan: **FYYSISIIN TAPAAMISIIN** ja **SÄHKÖISESTI TAPAHTUVAAN TIEDON JAKAMISEEN**. Järjestettyjä tapaamisia oli vähintään kerran kahdessa viikossa, ja

niissä käytiin läpi jokaisen osapuolen omia vastuualueita ja ratkottiin yhdessä ongelmia, joita kukin oli kohdannut työtehtävissään. Tapaamisissa pyrittiin avoimuuteen, joka osaltaan edisti tiedonkulkua ja vähensi kunkin ryhmän osapuolen kuormitusta ja stressiä.

Järjestettyjen tapaamisten lisäksi Höntsä-Fest kommunikoi WhatsApp -ryhmän välityksellä, jossa jaettiin ideoita ja kysymyksiä. WhatsAppissa kommunikointi oli vaivatonta ja nopeaa, ja kynnyks nostaa asioita esille siellä oli pieni. Tämän lisäksi Höntsä-Festille oli perustettu Google Drive, johon jokainen voi tallentaa työ ja vastuualueensa omia valmiita dokumentteja muiden tarkasteltavaksi ja muokattavaksi.



## 9. BUDJETTI

Budjetti on tapahtuman toimintaa varten laadittu toimintasuunnitelma. Päättää yksi henkilö vastaamaan tapahtumasi budjetista, joka voi määrittellä budjetin osa-alueille omat vastuuhenkilöt. Budjetti ei ole pelkästään ennuste tulevasta rahaliikenteestä, vaan sen tulisi olla aktiivinen toimintasuunnitelma.

Pilko suunnitellut menot mahdollisimman moneen osa-alueeseen ja kirjaa ylös summat selkeästi taulukkoon. Menojen lisäksi lisää budjettiin tuotot. Pidä huolta budjetista ja seuraa tuotantoprosessin aikana budjetin kehittymistä.

Esimerkkejä tapahtuman menoista:

- Tilavuokra
  - Markkinoinnin kulut
  - Rakennuskulut
  - Somistuskulut
  - Tekniikan kulut
  - Luvat
  - Kuljetukset
  - Majoituskustannukset
  - Tarjoilukustannukset
  - Ohjelma- ja esiintyjäkulut
  - Vartiointikulut
  - Siivouskustannukset
  - Palkkiot
- Tuloja:
- Sponsorointitulot
  - Lipputulot
  - Arpajaistulot
  - Tarjoilutulot
  - Myyntituotot

## 10. TAPAHTUMAN MARKKINOINTI

Markkinointi tuo tapahtumasi näkyville ja sen tavoite on saavuttaa kohderyhmäsi. Tapahtumamarkkinoinnin ydin on kertoa kohderyhmällesi tapahtumasi olemassaolosta.

Kun aloitat markkinointisuunnitelman tekemistä, mieti seuraavia asioita:

**1. Mikä on kohderyhmäsi? ja mistä heidät tavoittaa?**

**2. Mikä on viestinnän tavoite?**  
(Kävijät, lipputulot, näkyvyys)

**3. Mitä kanavia tulet hyödyntämään markkinoinnissasi?**

Verkkomainonta  
Sosiaalinen media  
Lehtimainonta

Suoramainonta (sähköposti tai kirje)  
Tiedottaminen ja puskaradio.

Jotta saavutat, kohderyhmäsi on sinun tiedettävä, missä he vaikuttavat, liikkuvat ja mitä kautta heidät saa kiinni. Jos esimerkiksi nuoret 16-25 vuotiaat ovat kohderyhmäsi, on sosiaalinen media ja esimerkiksi Youtube vaikuttajat nykyisin (2020) hyvä väylä saavuttaa kohderyhmäsi.

Muista kuitenkin että markkinointi, trendit ja kanavat ovat jatkuvassa muutoksessa.

## **TAPAHTUMAMARKKINOINNIN CHECKLIST:**

### **VIESTI**

Mikä on tapahtumasi markkinoinnin sanoma? Miten saat sen parhaiten esille?

### **VERKKOMAINONTA**

Tarvitseeko tapahtumasi nettisivut? Minkälainen on verkkomainontasi?

### **SOSIAALINEN MEDIA**

Mitkä kanavat tapahtumasi markkinoinnissa ovat relevantteja?  
Missä kohderyhmäsi on?

### **GRAAFINEN ILME**

Pidä graafinen ilme yhtenäisenä ja imagosi mukaisena.

### **ÄLÄ UNOHDA PUSKARADIOTA!**

Kerro läheisille ihmiselle, jotka kertovat tapahtumasta eteenpäin.

### **TEE MARKKINOINTISUUNNITELMA**

Kirjoita markkinointisuunnitelma johon valitset ja aikataulutat markkinointitoimenpiteesi.



Markkinointisuunnitelman avulla tuotantotiimi esitteli Höntsä-Fest tapahtumaa ja laajensi tehokkaasti Höntsä-Festin tavoitettavuutta. Höntsä-Festin tuotantotiimi kävi keskusteluja mahdollisten yhteistyökumppaneiden kanssa sopimuksista päästä mukaan markkinoimaan tapahtumassa ja rahoittamaan tapahtumaa. Vahva markkinointi loi imagoa ja toi tapahtuman tarkoitusperää kaikkien pääkaupunkiseudun nuorten nähtäville.

Markkinointisuunnitelma aikataulutettiin ja se tuotettiin ajalle elokuu 2018 - lokakuu 2018. Markkinointisuunnitelman aikataulutukseen kuuluvat pääkohdat olivat:

1. Internetsivujen [www.hontsa.metropolia.fi/hontsafest](http://www.hontsa.metropolia.fi/hontsafest) aukeaminen yleisölle
2. Artistien, tubettajien ja muiden julkkisten ja tap-ahtuman suojelijan julkistamiset
3. Itse tapahtuma.

## GRAAFINEN ILME

Höntsä-fest mainoksien sisällöissä ja sekä graafisessa ilmeessä tulee esille erityisesti nuorille suunnattu Höntsä-Fest teema, lätkä ja ilmastonmuutos. Tapahtumalle on luotu graafinen ilme, jota seurataan kaikissa graafisessa materiaalissa. Täten imago ja brändi kasvavat visuaalisen viestinnän avulla.

## MARKKINOINTIKANAVAT



Facebook markkinointi oli kohdennettu ammattilaisille.



Twitterin kautta tapahtuma jakoi ajankohtaisia uutisia ja twitterin kautta nostettiin täsmä - uutisia tapahtuman toteutuksen etenemisestä ja muista asioista.



Instagram toimi Höntsä-Festin visuaalisena markkinointikanavana, jonka kautta kerrottiin tarinaa tapahtuman etenemisestä, sekä ohjelman päivit-tymisestä, aikatauluista ja mukana olevista artisteista ja muista tähdistä.



Snapchatin kautta sometähdet tekivät "snapchatin valtauksia" päivän aikana.



Höntsä -hankeeseen blogi toimi myös viestintäkanavana. Blogin kautta julkaistiin tapahtumaan liittyvää sisältöä. Hontsa - Festin kotisivuilta löytyivät tapahtuman informaatiot ja julkaistut artistit, sekä ohjelma.

Keino	Kohderyhmä	Toisto	Ajoitus	Kanava
Radio	Kaupunkilaiset, 16-34-vuotiaat nuoret aikuiset	30s/spotti 2-3 kertaa päivässä - nouseva vetoa kohden	Syyskuun alussa n. 1kk ennen vetoa + vierailu edeltävänä päivänä	Bassoradio
Some	Nuoret kaupunkilaiset + erityisesti Helsingin lähiö alueiden nuoret 16-25-vuotiaat	Toistoa tapahtuman alusta loppuun asti	Heti kun on graafinen ilme ulkona, saadaan tapahtumalle oma sivu auki	fb, Twitter, Instagram, blogit, uudistetut nettisivut
Printtimedia lehdet	City-ihmiset, lasten ja nuorten vanhemmat, kaupunkilaiset	1 x metro, 1x kuohu + menot-palsta	Mahdolliset haastattelut kahden viikon sisällä ennen vetoa	haastattelut metro + kuohu, ilmoitukset meno-palstoille

## 11. TAPAHTUMAN RISKIKARTOITUS

Riskit, niiden kartoitus sekä ehkäisy ovat oleellinen osa tapahtumaa heti alkusuunnittelusta lähtien. Yhtenä riskikartoituskeinona voidaan käyttää ABC-ajattelumallia, jossa riskit käydään läpi aikajanallisesti kohta kerrallaan.

Höntsä-Fest on soveltanut omassa riskikartoituksessaan edellä olevassa kaaviossa ilmaistuja riskinhallinta keinoja.

- A Tiedosta riskit = riskien kartoitus
- B Luokittele riskit niiden todennäköisyyden ja merkittävyyden suhteen= Riskien arviointi
- C Tee tarpeelliset suunnitelmat ja päätökset riskien siirtämiseksi muille, minimoimiseksi tai eliminoimiseksi = riskien hallinta

## 12. TAPAHTUMAN LUVAT, ILMOITUKSET JA TEKIJÄNOIKEUDET

Tapahtuman järjestämisessä on huomioitava lupa-asiat hyvissä ajoin ennen tapahtumaa. Usein virastoissa ja järjestöissä luvan käsittelyyn kuluu pidempi aika kuin hakemuksessa on ilmoitettu.

Seuraavassa taulukoinnissa (2014) Höntsä-Fest esittää yleisimmät luvat ja tekijänoikeudet kohdennettuna. Yleisötilaisuuksien lupien hankinta sujuu useasti kätevimmin internetin kautta sähköisillä hakemuksilla.

<b>TEKIJÄNOIKEUSMAKSUT JA TEKIJÄT</b>			
Teosto -Pääsymaksu	Teosto sähköinen haku	ei ilmoitettu - väh 30vrk	7 % pääsylipputulosta, mikäli tulot yli 1351€ / väh. 132,89€
Teosto Pääsymaksuton	Teosto sähköinen haku	ei ilmoitettu - väh 30vrk	0,28€/hlö, kuitenkin vähintään 31,89€ kun kävijöitä 1-2000
Elokuvalisenssit	Sähköinen haku tai numerosta 0207 436 700	min 2 pvä aikaisemmin	riippuu esitetyistä elokuvista
Gramex Pääsymaksu	Gramex -sähköinen haku	ei ilmoitettu - väh 30vrk	49,41€ sis. alv kun yleisöä max 250. / 87,81€ kun yli 250
Gramex Pääsymaksuton	Gramex -sähköinen haku	ei ilmoitettu - väh 30vrk	27,53€ sis. alv kun yleisöä max 500

<b>LUVAT</b>	<b>MISTÄ HAETAAN</b>	<b>MILLOIN</b>	<b>HINTA</b>
Yleisötapahtuman järjestäminen	Poliisi	Hakuaika vähintään 5 vrk	käsittely 25€ + päätös alk.54€
Ulkoilmatapahtuma	*HKR	Hakuaika 30vrk	Vyöhyke 1, perusvuokra 500€ päivä/ + alv (+25 % rakennus ja purku pvät)
Liikenne järjestelyt	*HKR - katuosasto + poliisilta lupa tilapäisille liikenteenohjaajille	Hakuaika 30vrk	Sisältyy perusvuokraan
Jätehuolto + siivous alueella	*HKR, Ympäristökeskus + Evira (terveystarkastaja)	Hakuaika 30vrk	Laskutus tehdyn työn mukaisesti / Kartoitus haetaan etukäteen
Melulupa	Ympäristöhallinto, Kaupungin kirjaamoon sähköisesti	Hakuaika vähintään 30vrk	Käsittelymaksu peritään tapahtumasta riippuen
Alkoholilupa, tilapäisen anniskelulupa	Etelä-Suomen aluehallintovirasto, Valvira	Hakuaika vähintään 30vrk	Alkoholijuomien anniskelulupa 190-610€ (jos ei aikaisempaa lupaa)

Ruuan myynti	Evira	4 vko ennen toiminnan aloittamista	Mahdollinen käsittelymaksu
Muu myynti	Evira / Ympäristökeskuksen ympäristöterveysyksikkö	4 vrk ennen tapahtumaa kirjallisesti	Mahdolliset käsittelymaksut
Ensiapu tapahtumapaikalle	SPR	varataan vähintään 1-2 kk aikaisemmin	maksuton
Pelastussuunnitelman hyväksyntä	Pelastuslaitokselle, Poliisille	ei ilmoitettu - 30vrk	käsittelymaksut 50€ yht. (poliisi)
Järjestyksenvalvojat	Poliisi	Hakuaikaa ei ilmoitettu	Yksittäiseen tilaisuuteen 24€/hlö
Sähkö tapahtuma-alueelle	Helsingin Energia	kts. Ulkoilmatapahtuma	Kuuluu maavuokraan
Vesi tapahtuma-alueelle	Helsingin Sähkö	kts. Ulkoilmatapahtuma	Kuuluu maavuokraan
Radiotaajuuksien käyttö	Viestintävirasto	15 vrk ennen	Käsittelymaksu+ lupamaksu alkaen 18€
Maankäyttölupa/maavuokra	*HKR	Hakuaika 30vrk	Sisältyy perusvuokraan
Tilapäinen rakentaminen	*HKR	Hakuaika 30vrk	50,00 €/10m <sup>2</sup> /päivä + alv / Rakennus + purkupäiviltä peritään 25 % tap.päiv
Tilapäinen mainos- ja viitoitus	Tiehallinto, Poliisi, HKR, JCDecaux	Hakuaika 14-30vrk ennen tapahtumaa	Määräytyy mainosten koon sekä sijoitusten mukaan

# 13 VAPAAEHTOISTYÖ

Vapaaehtoiset ovat suuri hyöty tapahtumalle, jolla on rajallinen budjetti. Vapaehtoisia kannattaa haalia tapahtumiin työtehtäviin, joihin ei ole organisaatiolla resursseja tehdä itse. Työtehtäviin voivat lukeutua mm. takatiloista huolehtiminen, yleiseen siisteyteen ja rakentamiseen. Alla on listattu keinoja, joilla mahdollista hankkia vapaaehtoisia tapahtumaan ja mitä kautta Höntsä - Fest haali vapaaehtoisia.

1. Tapahtuman nettisivuille hakemus
2. Some
3. Opiskelijat alalta
4. Nuorisosäätiöt/nuorisotalot

## VAPAAEHTOISTEN SITOUTTAMINEN

Motivaatio on tärkeää vapaaehtoisten työssä, koska rahallista korvausta ei makseta. On tärkeää, että vapaaehtoiset ovat innostuneita työstään ja tuntevat että heitä tarvitaan.

Huomioi seuraavat asiat vapaaehtoisten sitouttamisessa työtehtäviinsä:

- Hyvin suunnitellut työtehtävät, auttavat vapaaehtoisia jaksamaan.
- Mahdollisuuksien mukaan on kuunneltava, minkälaista työtä tekijä haluaa pääsääntöisesti tehdä.
- Vapaaehtoistyöntekijöitä arvostetaan samoin kuin muitakin työntekijöitä ja työtehtävien vaikuttamisen korostaminen.
- Yhteisöllisyyden tunne.
- Palkkio (esim lippu + ruoka esim t-paita, staffirannekkeet, passit).
- Tunne kuulua työryhmään
- Tarpeeksi töitä kaikille, työnjako.
- Informatiivisuus.
- Työaikoihin vaikuttaminen
- Tarjoilu: ruoka + juoma
- Aikaisemman kokemuksen arvoistus (status).
- Työstä saatava työtodistus ja palaute.
- Tapahtuman ainutlaatuisuuden korostaminen
- Tapahtuman missio, visio ja arvot selvillä

## VAPAAEHTOISTEN OHJEISTUS

Jokainen vapaaehtoisen on oltava tietoinen tapahtuman/projektin kulusta ja työtehtäviin liittyvistä asioista. Projektioorganisaatiosta on tärkeää valita yksi päähenkilö, joka hallinnoi avustajia ja pitää huolta informaation kulusta.

Käy seuraavat asiat vapaaehtoisten kanssa läpi ennen tapahtumaa

- Ajat ja paikat selvillä
- Tuntevat organisaation ja tapahtuman
- Koko alueen kartta
- Yhteystiedot
- Oman tehtävän ja paikan tietäminen
- Vaatetus
- Riskit, ennakointi/turvallisuus
- Palkkio

Vaikka vapaaehtoisille ei makseta rahallista korvaus, on kuitenkin tärkeää palkita vapaaehtoisten työ jollain keinoin. Tämä vaikuttaa organisaation imagoon ja vapaaehtoisten innostumiseen seuraavana vuonna. Alla on listattu palkitsemiskeinoja jota

Höntsä-Fest tarjosi vapaaehtoisilleen:

- Työtodistus
- Ruoka
- Palautteiden vastaanotto
- Materiaalit esm. t-paidat, lippikset, leffaliput

## 14 TAPAHTUMAN VETO

Höntsä-Fest on koonnut tapahtumalle "10 kohdan tsekki-listan" jota seuraamalla, voi tarkistaa että kaikki on huomioitu:

1. Turvallisuus - turv.suunnitelmat tehty
2. Siisteys (+ Tekninen siisteys)
3. Riittävästi aikaa
4. Aikataulut tiedossa
5. Tekniset harjoitukset
6. Lupa-asiat kunnossa
7. Yhteys viranomaisiin toimii (palotarkastus- dokumentit kunnossa)
8. Kriisiviestintä mietitty etukäteen
9. Kuljetukset ja vapaaehtoisten paikat kunnossa
10. Opasteet kunnossa

**Itse tapahtuman jälkeen alkavat jälkityöt, joihin kuuluu fyysinen purku, lainattujen tavaroiden palautus ja tapahtuma-alueen siivous. Esiintymislavojen, jätehuollon, saniteettitilojen, ääni- ja valotekniikan purkamisen hoitavat sopimusten mukaan alihankkijat tai tuotantotiimi. Työryhmän hoidettavaksi jää vielä maksu, kehityskeskustelu, raportointi, tapahtuma-alueen siivous ja jälkimarkkinointi.**

**Palkkojen maksu hoituu jälkitöinä, joista on sovittu kirjallisesti työntekijöiden kanssa heidän sopimuksissaan.**

**Höntsä - fest Tapahtumanjärjestäjät kokoontuivat festivaalin jälkeen yhteen arviointitilaisuuteen ja käyivät läpi tapahtumassa hyvin ja huonosti menneitä asioita ja kokoavat hyviä kehitysideoita tulevaisuutta ja oppimiskirjaa varten.**

**Tapahtumasta voidaan myös tehdä palautekysely, jotta saataisiin aikaiseksi hyviä kehitysehdotuksia. Tiedot menevät sponsoreille tai yhteistyökumppaneille jotta he pystyvät näkemään, ovatko heidän mainontansa tavoittaneet kohdeyleisönsä. Tapahtumasta tehdään myös loppuraportointi. Sponsoreille raportointi on hyvinkin tarpeellista ja hyviin tapoihin kuuluvaa. Palautteen saaminen yhteistyökumppaneilta on hyvin tärkeää tapahtuman tulevaisuutta varten**