



Tapatumajärjestäjille

Jyväskylän urheilutapahtumien kansainvälistymiskehitys ja kasvu

Kansainvälistymisen tukimateriaalia.

Ideoita ja vinkkejä tapahtumien kasvattamiseen, kansainvälistymiseen ja hankkeiden edistämiseen.



Liikuntapääkaupunki
JYVÄSKYLÄ 



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

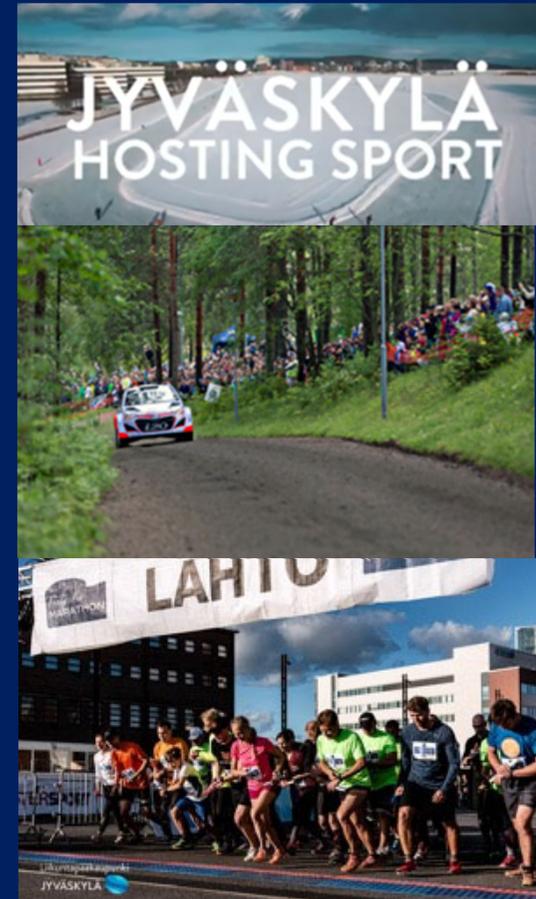
Kenelle

1 Jyväskylän urheiluseuroille ja muille urheilutapahtumia järjestäville tahoille.

2 Opiskeluliikunnan toimijoille.

3 Urheilun yrityksille Jyväskylässä.

4 Yrityksille jotka pohtivat tapahtuman järjestämistä ja toteutusta Jyväskylässä.



Esimerkkejä - kansainvälisiä urheilutapahtumia

Vuosittain toistuvat

- Rallin ja autourheilun sarjat.
- Maailmancupit, lumilajit.
- Horse show ja hevostapahtumat.
- Yleisurheilukilpailut
- Juoksun ja hiihdon massatapahtumat
- Triathlon kilpailut

Hakuperusteisia

- Lajien maaottelut ja arvokisat (aikuiset, nuoret ja masters).
- Kiertävät tapahtumat, Jukolan viesti, Kuninkuusravit, Voimistelu..
- Opiskelijärjestöjen arvokilpailut (Fisu).



Uusi urheilu

- Frisbee Golf
- Yritysten luomat urheilutapahtumat ja lajit, kuten alamäkiluistelu.
- Crossfit
- Padel
- Fitness
- Kamppailulajit, vapaaottelu, lukkopaini..

Muita

- Turnauksia
- Vuosikokouksia
- Konferensseja
- Seminaareja
- Messuja



Liikuntapääkaupunki
JYVÄSKYLÄ



Game plan – Road Map – Ideoita ja ajatuksia



1 IDEASTA toteutukseen

- Ennakoiva tunnustelu, alkuanalyysi ja selvitykset.
- Esittely kaupungin liikuntapalveluille, viestinnälle, tapahtumayksikölle ja kaupungin johdolle. Jokaiselle erikseen, jos kyseessä on tuhansien katsojien tai osallistujien suur tapahtuma. Älä unohda lupaviranomaisten kanssa etukäteen toteutettavaa osallistavaa suunnittelua.

Game plan – Road Map – Ideoita ja ajatuksia



YDINASIAT

- 1 Vuosittain toistuva tapahtuma vai kertaluonteinen.
- 2 Aikataulu. Ajoissa liikkeelle. 24-48kk. Isot arvokisat jopa 5 vuotta.
- 3 Onko toimija yhdistys vai yritys.
- 4 Onko lajiliitto Suomessa mukana hankkeessa.
- 5 Onko tarvetta yhteiseen kansainväliseen hakuprosessiin.

Game plan – Road Map – Ideoita ja ajatuksia

2 Operatiiviset asiat

1 Projektointi ja organisoituminen. Millainen henkilöstö ja alihankkijaverkosto toteuttaa tapahtuman. Onko tekijöillä aiempaa kokemusta kansainvälisestä toiminnasta? Kannattaa rekrytää kokemusta tekijätiimin ytimeen. Järjestelytoimikunnat ovat työläitä, mutta eri osa-alueiden toteutuksen kannalta tärkeitä. Kannattaa rohkeasti houkutella tekijöitä mukaan. Tekijätahon oman osaamisen arvioinnissa kannattaa olla realistinen ja nöyrä, mutta ei unelmien kustannuksella.

2 Tunnustele majoitusyrityksiä, paikallisia medioita ja rahoittajia. Paras realismi tavoiteportaisiin syntyy vuorovaikutuksella etukäteen, jo suunnitteluvaiheessa, alan ammattilaisten kanssa.

3 Luo realistinen prosessipolku aikataulun, rahoituksen ja operatiivisen toteutuksen osalta.



Game plan – Road Map – Ideoita ja ajatuksia



4 Olosuhdeasiat ovat tärkein muuttuja tapahtuman onnistumisessa. Tee yhdessä selvitys kaupungin liikuntatoimen kanssa eri vaihtoehtoista ja mahdollisuuksista suunnitteluvaiheessa.

5 Onko tapahtumaan tulossa kuinka monesta maasta urheilijoita ja muuta henkilöstöä? Millainen on näkymä kansainvälisen yleisön osalta?

6 Mikä on tapahtuman missio ja visio. Realisimin tasoa kannattaa sparrata kaupungin, median ja muiden ammattitahojen kanssa.

Game plan – Road Map – Ideoita ja ajatuksia

3 Talous

1 Budjetti on tärkeää tehdä heti, myös valmisteluvuosille.

2 Onko kokemusta urheilutuotteiden rahoituksessa ja taloushallinnassa?

3 Ansaintayhtälön ymmärrys on tärkeää. Pienillä kuluilla liikkeelle. Etupellossa investointi, jossa tavoitteena on neljäntenä vuonna olla plussalla, ei ole urheilutapahtumissa realismia.

4 Tuotteet sponsoreille ja yleisölle kuntoon. Onko mahdollista saada valtion rahoitusta selvityksen teko. Muu rahoitus, onko mahdollista. Mitä odotetaan kaupungilta?



Game plan – Road Map – Ideoita ja ajatuksia

4 Viestintä ja TV-levitys

1 TV-levityksen näkymä Suomessa ja kansainvälisesti. Kannattaa kontaktoida YLE yhdessä kaupungin kanssa.

2 Perinteisen median analyysit kiinnostavuudesta. Avoin ja palveleva kommunikaatio tärkeää.

3 Uudet ja omat mediat tulee laittaa heti starttivaiheessa kuntoon.

4 Ilmiöittämisen ymmärrys. ”Ei 5, eikä 50 vaan 500 mediaosumaa”.

5 Ansaittu, Omat mediat ja Maksettu media – viestinnän suunnitelmat.



Game plan – Road Map – Ideoita ja ajatuksia

5 Vastuullisuus, arvot ja asenteet

→ Esimerkkejä ajattelusta ja toiminnasta

- 1 Ympäristöasioiden tietoisuus.
- 2 Ilmasto- ja resurssiviisaustyö.
- 3 Kiertotalousnäkökulmien huomioon ottaminen hankinnoissa.
- 4 Tarkoituksen mukaiset neuvovat jättepisteet. Lajittelu ja kierrätys.
- 5 Minimoidaan toiminnan negatiiviset vaikutukset ympäristölle.
- 6 Hiilineutraali 2029 mennessä.



Game plan – Road Map – Ideoita ja ajatuksia



8 Läpinäkyvä, turvallinen ja osallistava tapahtuma.

9 Paikallisen elinvoiman tukeminen. Alueen yritysten käyttö. Työllistävä vaikutus. Uusien yritysten syntyminen.

10 Ihmisten hyvinvointi.

11 Yhteisöllisyys ja yhdenvertaisuus. Suvaitsevaisuus. Moniarvoisuus. Läpinäkyvyys. Osallistava yhteinen toimintatapojen muutos, juurtuneiden ja pinttyneiden mallien sijaan.

12 Vähäpäästöinen liikenne siirtymässä kisapaikoilla ja julkisen liikenteen suosiminen saapumisessa kaupunkiin – viestintä keskeistä.

13 Kestävät hankinnat ja kuluttaminen.

Game plan – Road Map – Ideoita ja ajatuksia



6 Alueen ja talouden vaikuttavuus

1 Aluetaloudellinen vaikutus arviolta 50-100 euroa per henkilö riippuen tapahtumasta. Yöpyvä tuplat.

2 Tavoite aina olla vetovoimaisuustekijä alueella.

3 Ristiinpölytys alueen muun toiminnan ja eri urheilutoimijoiden kanssa. Kannattaa aina tunnustella KIHU ja Liikuntatieteellinen.

4 "Over the generation" toimintojen selvitys kannattaa tehdä. Samoin oheistapahtumat, markkinat ja keskustan alueen aktivointi.

Game plan – Road Map – Ideoita ja ajatuksia



7 Tutkimus, raportointi ja analyysit

1 Perusta kaikki toiminta aina tutkimukseen.

2 Luo alusta alkaen kehitykselle tieteellinen kivijalka ja uskottavuus seuraamalla kaikkea tutkimuksenkin kautta. Tutki yleisöä, vapaaehtoisia, urheilijoita, medioita, rahoittajia jne.

3 Kouluta, kehitä ja innosta. Luo rakenteita jossa saatte opiskelijoita (esim Jamk) työharjoitteluun ja omaa henkilökuntaa lisäkoulutukseen.

4 Dokumentoi kaikki monikerroksisesti.