

# SUOMEN PARTIOLAISTEN - FINLANDS SCOUTER RY:N TAPAHTUMANJÄRJESTÄMISOHJE

Hyväksytty: 18.12.2020

Voimassa: toistaiseksi.

Suomen Partiolaiset järjestää vuosittain ohjelmatapahtumia tukeakseen partio-ohjelman toteutumista tai vapaaehtoisten osaamista ja jaksamista lippukunnissa. Viime vuosina nämä tapahtumat ovat olleet hyvin suosittuja ja parhaimmillaan niiden luoma partiovaikutus vastaa koko vuoden aikana tehdyn viikkotoiminnan partiovaikutusta<sup>1</sup>. Tapahtumat ovat sen vuoksi keskusjärjestön suurimpia partiokasvatuksen välineitä, keinoja toteuttaa partion strategiaa ja kasvutyötä. Lisäksi niiden rooli partion näkyvyyden, imagon ja elämyksellisyyden tuottajina on korvaamaton. Osin tämän ja onnistuneiden esimerkkien seurauksena partiossa toteutettavien tapahtumien määrä on noussut aiempaa suuremmaksi.

Yhtäaikaisesti tapahtumien roolin kasvun kanssa on tapahtunut niiden vaatimustason lisääntyminen. Osa tästä on näkyvää, emme esimerkiksi enää ole tyytyväisiä kylmiin suihkuihin edes viikonlopputapahtuman yhteydessä. Osa vaatimustasosta on piilotetumpaa: tapahtumissa esimerkiksi huolehditaan nykyään eri erityistä tukea tarvitsevista aiempaa paremmin, mikä lisää kustannuksia ja resurssivaatimuksia aiempaan verrattuna.

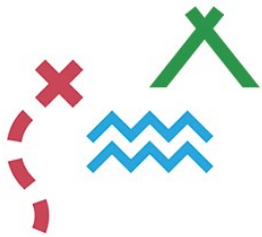
Yhtäaikainen tapahtumien merkityksen kasvaminen, määrän lisääntyminen ja vaatimustason nousu on tehnyt tapahtumien tekemisestä entistä vaikeampaa ja kriittisempää. Tämä ohje on tarkoitettu ohjenuoraksi ja tueksi SP-FS:n tapahtumantekijöille projektin kriittisten *käytännön* asioiden menestyksekkääseen hoitamiseen. Ohje on tarkoitettu levitettäväksi organisaatiossa laajalle, esimerkiksi suurleiriprojekteissa vähintään mestaritasoon saakka. Sitä tukee tapahtumasuunnittelun eettiset ohjeet ja järjestön projekti- ja talousohjeet. Eettinen ohjeistus antaa tapahtumiin liittyviä ohjeita esim. kestäväan kehitykseen ja partioaatteeseen liittyvissä asioissa. Projekti- ja talousohjeet puolestaan ovat tarkoitettu tapahtumien staabien ydinjoukon käytettäväksi.

## 1 Suunnittelun ja toteutuksen johtaminen

SP-FS:n tapahtumaprojekteille nimetään hallituksen toimesta johtaja tai johtajapari toteuttamaan toimeksiannon mukainen tapahtuma. Johtaja(pari) on vastuussa projektistaan joko suoraan hallitukselle tai sen alaiselle valiokunnalle. Projektin menestykseen vaikuttaa merkittävästi sen ja pysyvän organisaation välinen yhteistyö, joka lähtee projektin johtajan ja hallituksen edustajan aktiivisesta yhteistyöstä jatkuen staabin muiden jäsenten ja muiden valiokuntien väliseen aktiiviseen yhteydenpitoon. Yhteydenpidolla varmistetaan tapahtuman tavoitteiden toteutumista yleisesti ja sitä että tapahtuma tukee partiokasvatusta ja muita järjestön tavoitteita kuten strategiaa ja toimintasuunnitelmaa. Vastuu tämän yhteyden avaamisesta on projektin tekijöillä, mutta varsinaisesta yhteistyöstä tulee sopia yhdessä, pysyvän organisaation ottaen päävastuun erilaisten tukimuotojen tarjoamisessa.

<sup>1</sup> Partiovaikutuksella tarkoitetaan tapahtuman tai muun partio toiminnan kokonaisvaikuttavuutta sekä partion sisällä että ulkoisesti.

Yksinkertaisimmillaan se tarkoittaa tehtyjen harrastus- ja vapaaehtoistuntien määrää, mutta erityisesti tapahtumien yhteydessä siihen tulee sisällyttää myös median ja yhteistyön kautta saavutettu partion ulkopuolinen näkyvyys, aatteen mukainen toiminta partion ulkopuolella, ym. vaikuttavuus.



Projektin tavoitteet määritellään toimeksiannossa, jossa annetaan myös muita reunaehtoja projektin toteuttamiselle. Lisäksi projektin tavoitteena tulee aina olla sovitun mukainen taloudellinen tulos, projektien tekijöiden jaksamisen huomiointi ja projektin hyvä vaikutus partion maineeseen ja yhteistyökumppanuuksiin. Onnistuneet projektit lisäksi kouluttavat tekijöitään huomioiden myös seuraavien tapahtumien tarpeet. Kaikkien projektin tekijöiden tulee tuntea nämä tavoitteet ja auttaa niiden saavuttamisessa myös tilanteissa jossa mahdollisesta ongelma-alueesta on vastuussa toinen osa-alue.

## 2 Markkinointi ja viestintä

Tapahtuman viestintä ja markkinointi ovat tärkeitä heti projektin alkumetreiltä lähtien. Viestinnän ja markkinoinnin tekijät tekevät ylätason suunnitelmat ja huolehtivat, että ne toteutuvat, mutta jokaisella on mahdollisuus viestimällä vaikuttaa omaan tiimiinsä sekä innostaa mukaan lisää tekijöitä ja osallistujia, myös ei vielä partiolaisia. Kaikki johtaminen on oikeastaan viestintää, jokainen sähköposti, sometus ja puhelu. Myös se, kun kertoo tapahtumasta koulu- tai työkaverilleen. Älä siis väheksy somettamistasi ja sanojesi painoarvoa!

Kun viestintä- ja markkinointijohtaja on pestattu, hänen on syytä tehdä heti aluksi viestintä- ja markkinointisuunnitelma sekä miettiä rekryointitarpeet. Samanaikaisesti on kuitenkin toteutettava käytännön viestintää ja markkinointia ja jatkuvasti kehitettävä tekemistä tarkentuvien suunnitelmien mukaan. Oleellista on miettiä mitä, miksi, kenelle, missä kanavissa ja milloin viestitään, samoin kuin kuinka koko organisaatio saadaan mukaan viestintään erityisesti sosiaalisen median kanavissa. On myös hyvä heti tavata SP:n työntekijät ja käydä yhdessä läpi synergiat ja vastuut, tarjolla oleva apu ja viestintäkanavat, sekä sopia niiden hyödyntämisestä tapahtuman markkinoinnissa. Tapahtuman viestintä ja markkinointi voidaan jakaa kolmeen osaan: ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja tapahtuman jälkeen tapahtuvaan viestintään ja markkinointiin.

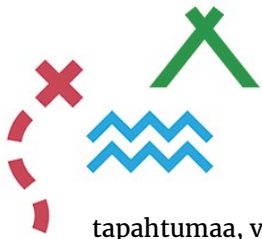
## 3 Tapahtumaa ennen painottuvat

### 3.1 Tekijärekryointi

Projektin tekijärekryoinnin kannalta on tärkeää, että koko kasvava tekijäporukka saadaan sitoutettua markkinoimaan pestejä omissakin kanavissaan heti alkumetreiltä. Niinpä niin johtoryhmän, HR-toiminnon kuin viestinnän ja markkinoinnin on heti projektin startattua alettava viestimään ja markkinoimaan pestejä ja aktiivisesti vastuutettava koko organisaatio markkinoimaan tarjolla olevia tehtäviä. Avoimista pesteistä on syytä pitää melua koko projektin ajan tasaiseen tahtiin. Ties vaikka jokin sisäinen pieni kilpailu auttaisi sisäisesti pestimarkkinoinnin innostamisessa. Jos ollaan tapahtumailmoittautumisen päättyessä siinä tilanteessa, että tekijöitä puuttuu vielä merkittävä määrä, pitää pestimarkkinointia sinnikkäästi jatkaa ja samalla harkita jälki-ilmoittautumisen sallimista. Sähköisten kanavien (verkkosivut, some) lisäksi erittäin tärkeitä ovat henkilökohtaiset yhteydenotot potentiaalsiin tekijöihin. Yksi keino on järjestää vaikkapa pari tehokasta iltaa jolloin soitella potentiaalisille pestiläisille. Tekijärekryointi ei ole ainoastaan viestinnän ja markkinoinnin vastuulla – siihen tarvitaan kaikki.

### 3.2 Tapahtuman markkinointi osallistujille (myös tekijöille)

Tapahtuman markkinointia aloitetaan suunnitella ja toteuttaa mahdollisimman pian projektin aloittamisen jälkeen. Tämä tarkoittaa sitä, että on uskallettava ottaa rohkeaa etunojaa ja markkinoitava



tapahtumaa, vaikka siitä ei juuri olisikaan vielä yksityiskohtia saati ohjelmaa tiedossa. Ennakkomarkkinoinnissa kyse on ennen kaikkea mielikuvien luonnista. Erityisen tärkeäksi tässä nousee ison tekijäjoukon laajasti somessa tekemä markkinointi, jolla luodaan kuvaa että suunnitelmat etenevät ja että tiedossa on upea tapahtuma. Kun nämä viestit tulevat asioita tekevilta partiolaisilta organisaation viestinnän lisäksi, ne tavoittavat paljon suuremman joukon ja lisäävät tapahtuman viestintään liittyvää toistoa ja siten viestin läpimenon todennäköisyyttä.

Ennakkomarkkinoinnissa tulee huomioida ei-vielä-partiolaiset, samoin kuin eri kieliryhmät, sekä kielellisesti että käytettävien kanavien puolesta. Englanninkielistä materiaalia ulkomaalaisille ryhmille on oltava tarjolla erittäin ajoissa, koska päätökset leirimatkoista tehdään hyvissä ajoin. Kansainvälisten yhteyksien valiokunta auttaa tarvittaessa kansainvälisessä markkinoinnissa mm euroseminaarien yhteydessä, sekä tarjoaa apua ulkomaalaisille vieraille tehdyn viestinnän suunnitteluun, johon kuuluu mm suomalaisen leirin erikoispiirteiden kuvailu osallistumisen helpottamiseksi. Ennakkoon kannattaa panostaa myös tapahtuman saavutettavuuden kuvailuun jotta erityisryhmät osaavat arvioida osallistumisen rajoitteita (ks kappale saavutettavuudesta). Ilmoittautumisaikajankohdasta on hyvä viestiä mahdollisimman aikaisin. Kohderyhmästä riippuen, itse ilmoittautumisaika voi olla lyhytkin, kunhan siitä on ajoissa moneen kertaan viestitty. Mitä paremmin johtoryhmä, kasvava tekijäporukka ja potentiaaliset osallistujat saadaan osallistettua viestintään, sitä tehokkaammin markkinointi puree. On hyödyllistä, että kaikkien osa-alueiden tekijät proaktiivisesti miettivät ja kertovat viestinnän tekijöille, mitä merkittäviä asioita heillä on viestittävänä, koska viestinnän tekijät eivät millään voi tietää kaikkea ja lukea ajatuksia. Kaikille osallistujille, myös tekijöille on viestittävä selkeästi miten tapahtumaan tulee valmistautua, mitä siellä tehdään ja mitä sen jälkeen tapahtuu.

Ennakkomarkkinoinnissa valittujen some-kanavien valinta korostuu. SP:llä on tarjolla laajasti tavoitettavia kanavia, joita tulee hyödyntää erityisesti kun tavoitellaan yhteyttä mahdollisiin osallistujiin jotka eivät vielä todennäköisesti ole tapahtuman omien kanavien seuraajia. Näitä kanavia tulee käyttää myös jälki-ilmoittautumisen ja mahdollisten rakennus- ja purkutapahtumien markkinointiin. Yhteydenotot partion kanaviin tulee keskittää tai organisaation niin päättäessä koordinoita tapahtuman viestintäorganisaation kautta. Näin jotta hallinta tapahtuman viestinnän kokonaisuudesta säilyy tapahtuman viestintä-organisaatiolla, ja jotta partion kanavia hyödynnetään suunnitellusti niin tapahtuman kuin järjestönkin näkökulmasta.

### 3.3 Tapahtuman markkinointi ulospäin sidosryhmille ja suurelle yleisölle

Jokaisen tapahtuman yhteydessä on syytä miettiä, mitä juuri minä voisin kertoa siitä partion tapahtumaan osallistumattomille ja ennen kaikkea sidosryhmille ja suurelle yleisölle. Millä tavoin mediaa voisi lähestyä ja avartaa partion brändimielikuvaa? Miten Suomen Partiolaisten ja projektin kumppaneille voisi viestiä ja toisaalta mitä vaateita heiltä tulee viestinnän suhteen?

Tapahtumien materiaalia on hyvä näkyä pitkin projektia tapahtumien omien kanavien lisäksi SP:n kanavilla, jotta mahdollisimman suuri kattavuus saavutetaan ja jotta liikennettä saadaan ohjattua SP:n pysyväiskanaville partion yleisen markkinoinnin ja näkyvyyden rakentamisen vuoksi.

### 3.4 Tapahtuman aikana painottuu

Kun tapahtuma on käynnissä, osallistujille mutta myös sidosryhmille, medialle ja suurelle yleisölle on kerrottava mitä tapahtuu milloinkin. Tahti on kiivas ja tällöin korostuu, että kaikki tapahtuman tekijät osaavat toimia yhteistyössä viestinnän kanssa ja tarjota heille sopivia jutun aiheita. Tapahtuman aikana korostuu myös valmius reagoida viestinnällisesti nopeasti esimerkiksi aikataulu- ja ohjelmamuutoksiin. Kriisiviestintäsuunnitelma on myös syytä laatia, jotta poikkeustilanteissa osataan toimia. Viestintä johtamisen välineenä korostuukin poikkeustilanteissa ja jokaisen leirin tekijän tulee



valmistautua erilaisiin poikkeus- ja kriisitilanteisiin tiedostamalla miten sellaisessa tilanteessa saa lisää tietoa ohjeita, ja vastaavasti mistä pitää, voi ja mistä ei voi kertoa organisaatiolle ja ulospäin. Suomen partiolaisilla on tätä tukemaan kirjoitettu kriisiviestintäohje, ja toimistolla töissä olevat viestinnän ammattilaiset tukevat tapahtumaorganisaatioita kriisitilanteissa matalalla kynnyksellä.

### 3.5 Tapahtuman jälkeen

Moni päättää pestinsä tapahtumaan, mutta viestinnän ja markkinoinnin tekijöillä hommat jatkuvat tapahtuman koosta riippuen viikosta puoleen vuoteen. Jälkimarkkinointiaika kannattaa ehdottomasti hyödyntää ja suunnitella hyvin etukäteen, niin koko projektin vaikutuksen lisäämiseksi kuin tuleviin projekteihin innostamiseksi. Jälkimarkkinoinnissa on hyvä kiittää osallistujia ja tekijöitä yhteistyökumppaneita unohtamatta sekä mainostaa jo seuraavaa kohderyhmälle suunnattua tapahtumaa ja ohjata liikennettä pysyväisorganisaation (Suomen Partiolaisten) kanaviin. Jälkimarkkinointihype on loistava sauma innostaa tekijöitä uusiin pesteihin ja osallistaa osallistujia ja tekijöitä vielä kertomaan suurellekin yleisölle kuinka mahtava tapahtuma oli. Jälkimarkkinoinnin avulla on mahdollisuus saada uusia partiolaisia mukaan toimintaan. Hyvin suunniteltu ja toteutettu jälkimarkkinointi kruunaa tapahtuman.

## 4 Talous

Suomen Partiolaisten tapahtumat tulee toteuttaa noudattaen huolellista taloudenpitoa ja järkevää rahankäyttöä. Tästä vastaa jokainen tapahtuman tekijä oman pestinsä osalta, mutta samaan aikaan jokaisen vastuulla on tehdä yhdessä taloudellisesti kestävä projekti. Projektin talouden alueelle kuuluu tämän ohjeen piirissä budjetointi ja tapahtuman hinnoittelu, talouden seuranta, hankinta ja myyntitoiminta.

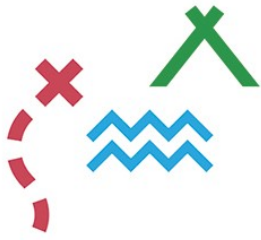
Talouden hoidosta säädellään lisää mm. järjestön taloussäännössä ja projektiohjeessa. Projektin taloudesta vastaavien tulee tuntea nämä ohjeet ja viestiä niistä organisaatiolle riittävän yksityiskohtaisella tasolla.

### 4.1 Budjetointi ja hinnoittelu

Tapahtuma tulee hinnoitella kulloinkin vahvistetun kokonaisbudjetin (tulostavoitteen) mukaan. Pääasiallisesti tapahtumaprojektien tavoitteena riskivaraa sekä myyntitoiminnan kuluja ja tuottoja lukuun ottamatta nollatulos. Hintaa määrittävät ainakin 1) majoitus ja ruoka (vähennettynä mahdollisilla varmoilla avustuksilla), 2) toimistomaksu per osallistuja, ja 3) ohjelmasisältömaksu (suunnittelukulujen ja hankintojen kattaminen). Tapahtuman budjetoinnissa on hyvä huomioida ennen osallistujamäärän varmistumista erilaisten osallistujamäärien vaikutus sekä tapahtuman tuloihin että menoihin ns. skenaariomallilla. Myös tapahtuman ilmoittautumis- ja peruutusehdoilla voi olla vaikutusta tapahtuman hinnoitteluun ja budjetointiin.

### 4.2 Talouden seuranta ja hankinnat

Kullakin projektin tekijällä on oikeus tehdä hankintoja projektin nimissä vain hänelle annetun budjetin ja muiden valtuuksien puitteissa. Esimerkiksi pelkkä nimeäminen tiettyyn tapahtuman toteuttamisen kannalta kriittiseenkin tehtävään (esimerkiksi muonitus tai kuljetus joita ilman tapahtuma ei



toteudu) ei tarkoita, että kyseisiä hankintoja voi tehdä talousarvion ylittäen tai muiden ohjeiden vastaisesti.

Projektien talousarvioiden päivittämisen tulee olla jatkuvaa niin osa-alueiden sisällä kuin projektin tasollakin. Talouden suunnittelussa ja toteuttamisessa on syytä varautua muutoksiin jotka johtuvat joko oman toiminnan tai toisen toiminnanalan suunnitelmien muutoksista. Talousarvion tasapainottaminen on ensisijaisesti epätasapainon aiheuttaneen ryhmän tai osa-alueen vastuulla. Mikäli tämä ei onnistu, projekti voi tarvittaessa sovittaa talousarviotaan myös osa-alueiden välillä. Projektin tasolla tasapainottamisen keinoina tulee huomioida myös muut välineet kuin kulujen siirtäminen: hankintojen tekeminen halvemmalla uuden kilpailutuksen tai kumppanuuksien avulla, osallistujamäärän lisääminen (esim. jälki-ilmoittautuminen avaamalla), osallistujamaksujen korotus ja myyntitoiminnan katetavoitteen korotus ja aktiivinen markkinointi. Erityisesti osallistujamääriin ja myyntitoimintaan liittyvät toimet ovat suositeltavia, koska muut keinot usein heikentävät tapahtuman toteuttamisen laatua, kun taas erityisesti lisäosallistujat päinvastoin parantavat sitä.

Projektin hankintojen tarkoitus on hankkia tapahtuman tarvitsemat hyödykkeet mahdollisimman edullisesti, huomioiden partion arvopohjan mukaiset eettiset valinnat. Kokonaisedullisuudessa tulee huomioida hankinnan aiheuttama muutos vapaaehtoisresursseihin, ajoittain kalliimpi mutta helpompi vaihtoehto voi olla perusteltu. Tapahtuman hankintatoimessa tulee huomioida partiolle Opetus- ja kulttuuriministeriön avustuksista johtuvat kilpailuttamissäännöt, jotka on otettu huomioon Suomen Partiolaisten taloussäännössä. OKM:n kilpailutussäännöt koskevat myös SP:n projekteja riippumatta siitä saako projekti suoraa OKM:n tukea. Projektin talouden osa-alueen tulee sisällyttää nämä omaan taloudelliseen ohjeistukseensa, ja jokaisen projektin tekijän tulee tietää hankintoihin liittyvät säännökset. Itse kilpailutuksen lisäksi on kiinnitettävä huomiota kilpailutusdokumenttien säilyttämiseen tietoturvallisesti Jemmassa.

(Yritys)yhteistyö on paitsi keino hankkia tarvittavat hyödykkeet halvemmalla, myös saada tapahtuman käyttöön lisää resursseja. Näistä jälkimmäinen unohtuu usein, tai kohdistuu helpoihin kohteisiin. Päinvastaisiakin esimerkkejä on: partion metsäohjelman yhteydessä tehtiin yhteistyötä useanlaisten metsäalan yritysten kanssa, ja yhteistyön seurauksena tapahtumat saivat paitsi rakennusmateriaaleja, myös ammattimaista sisältöä ohjelmiinsa. Suomen Partiolaisilla on olemassa pidempiaikaisia kumppanuuksia<sup>2</sup> joita kannattaa hyödyntää tapahtumien hankinnoissa ja resurssoinnissa, minkä lisäksi tapahtuman kannattaa mittakaavastaan riippuen luoda oma kumppanuusstrategia yhteistyön tehokkaaksi hyödyntämiseksi.

### 4.3 Myyntitoiminta

Myyntitoiminnan tarkoituksena on leirin tai muun tapahtuman markkinointi erilaisin brändituottein sekä leirikokemuksen parantaminen erilaisella kioski- ym. toiminnalla. Myyntituotot tulee kirjata varovaisuutta noudattaen, ja ne eriytetään yleensä muusta leirin budjetista. Myyntitoiminnan budjetointi tapahtuman budjetin sisään on aina SP:n hallituksen päättämä poikkeus, ja siinä tapauksessa on aina noudatettava erityistä varovaisuutta ja huomioitava tuottojen epävarmuus niillä rahoitettaviin menoihin sitoutuessa. Myyntitoiminnassa tuottojen määrään vaikuttaa usein mm. sää, jonka vuoksi osa tuotteista saattaa jäädä myymättä ja aiheuttaa varastotappioita. Sen lisäksi myyntitoimintaa voidaan pyrkiä käyttämään leirin varainhankintaan erityisesti korjaavissa tilanteissa.

## 5 Projektin vapaaehtoiset

---

<sup>2</sup> Vuonna 2019 merkittävät huomioitavat kumppanuudet ovat Puolustusvoimat ja WWF.



Projektin resursseista tärkein on sen vapaaehtoiset, jotka mahdollistavat projektin tavoitteiden saavuttamisen. Tavoitteiden saavuttamiseksi vapaaehtoisista muodostetaan tarkoituksenmukainen organisaatio, jolle muodostetaan omat osatavoitteet ja jonka kautta pestien tekemistä tuetaan. Vapaaehtoiset ovat myös tapahtumien järjestämisen uudessa tilanteessa erittäin niukka resurssi, joiden jaksamisesta, uusiutumisesta ja osaamisen kehittymisestä on pidettävä hyvää huolta paitsi omaa tapahtumaa myös tulevia tapahtumia varten.

Vapaaehtoisten rekrytoinnissa tulee noudattaa avoimuuden ja tasapuolisen edustuksen periaatteita, sekä mahdollistaa nuorten kasvaminen hieman aiempaa suurempiin saappaisiin. Pestien on oltava avoimesti haettavissa Suomen Partiolaisten pestihakujärjestelmässä, ja kaikilla tulee olla mahdollisuus hakea niihin. Pestejä täytettäessä tulee huomioida hakijoiden erilaiset taustat ja osaaminen, tarvittaessa suosien hakijoita jotka ovat yhtä päteviä, mutta tuovat tarvittavaa maantieteellistä kattavuutta tai ovat nuorempia kuin muut hakijat. Pestejä täytettäessä tulee myös huomioida partiolle tärkeiden taitojen kerryttäminen ja kasvattaminen, jotta meillä olisi tulevaisuudessakin aktiivisia tekijöitä. Tekijöiden loppuun polttamisen välttämiseksi on kuitenkin oltava varovainen pestin koon ja vaativuuden kanssa, hieman liian suurista saappaista ei saa tulla liian isot saappaat. Tarvittaessa on harkittava pestien jakamista tai uudelleenjärjestämistä, tai rekrytoinnin avaamista uudelleen.

Vapaaehtoisten tukemiselle selkärangan antaa järjestön pestijärjestelmä, jota tapahtumaprojektin tulee käyttää soveltuvin osin. Kaikkien pestattujen kanssa tulee käydä vähintään pestin aloitus- ja päätöskeskustelu, ja projektin aikataulun niin salliessa myös välipestikeskustelu(ja). Pestikeskusteluissa tulee käydä läpi pestin tavoitteet, tuki, motivointi, osaaminen ja sen kerryttäminen, sekä muut pestin tekemisen vaatimukset, kuten pakolliset koulutukset, esimerkiksi Turvallisesti yhdessä. Lisäksi väli- ja päätöskeskusteluissa pestatulla on oikeus antaa ja saada palautetta. Pestikeskustelussa voidaan myös puuttua tilanteisiin jossa pestatun tapa toteuttaa pestiä ei vastaa pestille asetettuja tavoitteita.

Vapaaehtoisia tuettaessa tapahtuman on huomioitava vapaaehtoisten hyvinvointi laajasti. Ketään ei saa polttaa loppuun, vaan tavoitteena pitäisi päinvastoin olla että tapahtumaprojektin tekemiseen osallistuminen on energiaa antava ja partioon innostava kokemus. Tapahtumilla on suuri vastuu myös seuraaville tapahtumille ja koko liikkeelle paitsi nykyisten tekijöiden jaksamisen huolehtimisessa, myös uusien tekijöiden kasvattamisessa. Pyri siis pestaamaan mieluummin nälkäinen uuden oppija kuin asian jo moneen kertaan tehnyt.

Pestin aikana, mutta viimeistään sen päättyessä vapaaehtoista on syytä kiittää pestin mukaisesti. Aktiivisen tapahtumatekijän paras kiitos on usein tapahtuman jälkeinen yhteinen kokoontuminen jossa palataan tapahtumaan ja yhdessä koettuun, ja tilanteen salliessa käydään läpi tapahtuman raporttia. Myös pienet kiitoslahjat ovat talouden niin salliessa tavallisia. Perinteinen kiittämisen muoto on myös ansiomerkit, joita käytetään liian harvoin erityisesti aktiivisten projektipartiolaisten kiittämiseen.

Samoin pestin aikana ja päättyessä on syytä huomioida vapaaehtoisen kerryttämän osaamisen tunnistaminen ja tunnustaminen. Partio tarjoaa näihin välineeksi mm oppilaitosyhteistyötä, digitaalisia osaamismerkkejä ja työtodistuksia. Osa näistä vaatii osaamisen tunnustamisen huomioimista jo pestien alkaessa, minkä vuoksi tapahtuman on syytä tehdä esimerkiksi oppilaitosyhteistyöstä linjaukset yhdessä pysyvän organisaation kanssa heti suunnitteluprojektin alussa.

## 6 Järjestön projektille tarjoamat työkalut

Järjestö tarjoaa projektien käyttöön mm seuraavat työkalut, joiden avulla tapahtuman toimintoja on mahdollista toteuttaa tehokkaasti ja tietoturvallisesti, riittävän dokumentoinnin huomioiden.



Tarjottuja työkaluja tulee käyttää aina tilanteen salliessa tiedon laajan mutta tietoturvamielessä sopivan rajatun saatavuuden takaamiseksi, sekä mahdollistamaan organisaation yhtenäisen toiminnan.

*Kuksa* on järjestön jäsenrekisterityökalu, joka tarjoaa myös tapahtumailmoittautumis-toiminnallisuuden. Järjestön tapahtumien, sekä kaikkien kookkaiden suunnittelutapahtumien yhteydessä on käytettävä ilmoittautumiseen Kuksaa, joka on kaikille tuttu, tietoturvallinen, GDPR:n huomioiva ja integroidun laskutuksen tarjoava järjestelmä.

*Jemma* on Partion yhteinen intranet-ratkaisu dokumenttien hallintaan. Se perustuu Microsoftin O365 -alustaan ja on integroitu Kuksaan käyttäjäoikeuksien jakamiseksi pestikohtaisesti. Jemma vaatii hieman perehtymistä, mutta oikein käytettynä se on tietoturvallinen ja GDPR:n huomioiva ratkaisu. Käyttämällä Jemman työtila-toiminnallisuutta tarpeelliset dokumentit myös tulevat arkistoiduksi määrätyn ajan kuluttua. Muita partion projekteille tarjoamia työkaluja ovat Outlook-sähköposti- ja kalenteripalvelu, Teams ryhmien sisäiseen viestintään, ryhmätyöhön ja dokumenttien jakamiseen, sekä Yammer koko organisaation sisäiseen tiedottamiseen. Lisätietoja O365-palveluista löytää osoitteesta: <https://www.partio.fi/partiolaiselle/apua-ja-ohjeita/jemma-ja-sahkoposti/>

Partion projekteja tehdessä tulee pyrkiä mahdollisimman suureen tiedon avoimuuteen esimerkiksi pitämällä kaikki tieto joka ei ole lain tai sopimusten vuoksi luottamuksellista avoimesti löydettävissä Jemmasta. Kertomalla omista suunnitelmistaan avoimesti muille projektin osa-alue tai ryhmä helpottaa yhteistoimintaa ja projektin sujuvaa tekemistä, sekä yhteydenpitoa pysyvään organisaatioon.

## 7 Tapahtuman saavutettavuus

Saavutettava tapahtuma on sellainen, johon jokaisen tapahtuman kohderyhmään kuuluvan on mahdollista ilmoittautua, ja jossa jokainen voi olla osana ilman pelkoa ulkopuoliseksi jäämisen tunteesta. Saavutettavuuden huomioiminen tulee aloittaa heti tapahtuman suunnittelun käynnistyessä. Saavutettavuuden huomioinnista partiotapahtumissa auttaa Saavutettavuus partiotapahtumissa -ohje.

Saavutettavuutta on esimerkiksi fyysinen saavutettavuus (pystyykö tapahtumassa liikkumaan pyörätuolilla), sosiaalinen saavutettavuus (onko osallistujilla pelko ulkopuolisuuden kokemuksesta tai syrjinnästä) ja taloudellinen saavutettavuus (onko tapahtuman hinta este osallistumiselle). Saavutettavuuden huomioiminen ei tarkoita sitä, että kaiken pitäisi olla mahdollista ja täysin saavutettavaa tai että kaikkien osallistujien pitää tehdä tapahtumassa samoja asioita samalla tavalla. Saavutettavuuteen kuuluu se, että avoimesti kerrotaan tapahtuman esteistä. Hyvä alku saavutettavuuden huomioimiselle tapahtumassa on se, että tapahtumalle nimetään henkilö, jonka pestiin kuuluu saavutettavuuden edistäminen tapahtuman eri osa-alueilla sekä, että sovitaan tapahtuman saavutettavuustavoitteista. Tavoitteena voi olla esimerkiksi, että jokaisen osallistujan on fyysisistä ominaisuuksistaan huolimatta mahdollista osallistua elämysohjelmaan.

Saavutettavuuden on näyttävä jo tapahtuman markkinoinnissa. Tapahtumaan ilmoittautumista pohtivan on saatava selville tapahtuman esittelytiedoista, miten tapahtuman järjestäjät ovat huomioineet saavutettavuuden ja kehen voi tarvittaessa olla yhteydessä lisätietojen saamiseksi. Tapahtuman markkinoinnissa käytettävien kuvien tulee viestiä, siitä millaisia henkilöitä tapahtumaan osallistuu ja sen nettisivuille tulee lisätä saavutettavuustiedot. Saavutettavuustiedot auttavat arvioimaan osallistumisen helpoutta, vaikkei tapahtuma olisikaan täydellisen esteetön. Viestimissä auttaa esimerkiksi Helppo tulla -tunnus.

### 7.1 Tapahtumaan ilmoittautuminen



Tapahtumaan ilmoittautuminen on usein tapahtumaan osallistumisen este. Ilmoittautumista pohtivan on nähtävä, miten tapahtuman järjestäjät ovat huomioineet saavutettavuuden ja kehen voi tarvittaessa olla yhteydessä. Tapahtuman sisällön ja järjestelyjen lisäksi myös ilmoittautumis- ja peruutusehdot voivat aiheuttaa tosiasiallisen esteen ilmoittautumisen peruutuksen ja täysimääräiseen osallistumismaksuun sitoutumisen ajoituksen takia. Tällaista saavutettavuutta voi tapauskohtaisesti erityisesti kotimaisten partio-ohjelmaa toteuttavien leirien ja muiden tapahtumien osalta edistää esimerkiksi huomioimalla työhön ja maanpuolustusvelvollisuuteen liittyvät esteet tapahtuman peruutusehdoissa ja porrastamalla ilmoittautujan osallistumismaksuun sitoutumista.

### 7.1.1 Saavutettavuus ilmoittautumisehdoissa

Leirin tai tapahtuman tulisi mahdollisuuksien mukaan huomioida kaikkien kohderyhmiensä tosiasiallinen ja taloudellinen saavutettavuus jo ilmoittautumis- ja peruutusehdoissaan esimerkiksi työhön ja maanpuolustusvelvollisuuteen liittyvien esteiden osalta. Yhteistä näille on itsestä riippumaton tosiasiallinen este osallistua leirille ja mahdollisuus peruuttaa tiettyjen ehtojen täytyessä osallistumisensa ilmoittautumisajan jälkeen helpotetuilla taloudellisilla ehdoilla. Työhön liittyviin esteisiin luetaan ne tilanteet, joissa johtajaikäinen henkilö ei saa työstä tai kesätyöstä vapaata tai lomaa leirin ajaksi. Maanpuolustusvelvollisuuteen liittyviin esteisiin luetaan tilanteet, joissa osallistuja on määrätty suorittamaan maanpuolustusvelvollisuuttaan tapahtuman aikana riippumatta siitä, milloin hän on palvelukseen astunut.

Helpotetut peruutusehdot voidaan toteuttaa esimerkiksi myöhäisemmällä veloitusettomalla peruutusajankohdalla tai peruutusajankohdan mukaisella hintaporrastuksella. Helpotettuja peruutusehtoja suositellaan käytettäväksi Suomen Partiolaisten omilla partio-ohjelmaa toteuttavilla kotimaan leireillä sekä vaeltajaikäkauden tapahtumissa, jos ne eivät ole vuosittain toistuvia.

### 7.1.2 Ilmoittautumisen yhteydessä kerättävät esteettömyystiedot

Tapahtuman ilmoittautumisen yhteydessä kerättyjä esteettömyystietoja on syytä käyttää aktiivisesti tapahtuman eri osa-alueiden suunnittelussa ja toteutuksessa, kuitenkin henkilötietojen luotettava, laillinen ja huolellinen käsittely eli tietosuojan huomioiden. Etenkin isommista tapahtumista ilmoittautumisissa esiin tulleet erityiset tarpeet kootaan yhteen anonyymiksi taulukoksi ja esimerkiksi ohjelmasta, turvallisuudesta, lääkinnästä ja saavutettavuudesta vastaavat henkilöt käyvät yhdessä läpi, kuinka tarpeet huomioidaan tapahtuman järjestämisessä. Esteettömyystietojen käsittelyssä tulee huomioida tietoturvanäkökulmat.

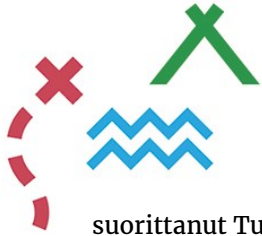
## 7.2 Henkilökohtainen avustaja

Henkilökohtainen avustaja avustaa vaikeasti vammaista henkilöä tämän kotona ja kodin ulkopuolella. Avustaja ei ole itse osallistuja tapahtumassa, vaan mahdollistaa avustettavan osallistumisen. Lain mukaan taho, joka maksaa avustajan palkan maksaa myös avustajan työn välttämättömät kulut. Käytännössä korvauseriaatteet ja avustustuntien saanti vaihtelevat kunnittain, joten tapahtuman järjestäjän rooliksi jää useimmiten muistuttaa avustajien käytön mahdollisuudesta ja huomioida heidän osallistumisensa leirille tai muuhun tapahtumaan.

## 8 Turvallisuus

Kaikkien partiotapahtumien tulee olla sekä osallistujilleen että tekijöilleen turvallisia niin fyysisesti, sosiaalisesti kuin henkisesti. Kaikkien 18 vuotta täyttäneiden tapahtuman tekijöiden tulee olla





suorittanut Turvallisesti yhdessä -verkkokoulutus. Tapahtuman suunnittelussa on huomioitava järjestön turvallisuusverkoston julkaisemat tapahtumaturvallisuusohjeet.

Turvallisuus partiotaapahtumassa tarkoittaa mm. että kaikkia osallistujia kohdellaan kunnioittavasti, ja että heidän henkilökohtaista koskemattomuuttaan kunnioitetaan. Erityisesti kohderyhmäikäisten kohdalla kiinnitetään huomiota osallistujien kasvun ja hyvinvoinnin tukemiseen sekä suojellaan heitä kiusaamiselta, väkivallalta, päihteiden käytöltä ja muulta turvallista kasvua uhkaavilta tekijöiltä. Kaikkien tapahtuman osa-alueiden tulee miettiä omaa toimintaansa eri turvallisuuden lajien näkökohdista. Ohjeita turvallisen ympäristön luomiseen on tarjolla mm. sivulla <https://www.partio.fi/lippukunnille/lippukunnan-johtaminen/toiminnan-turvallisuus/>

Sosiaalisen turvallisuuden lisäämiseksi tapahtumaan on hyvä nimetä häirintäyhdyshenkilöitä, jotka ovat tukena kaikenlaisissa ahdistelua tai häirintää koskevissa tilanteissa. Tilanteessa toimitaan aina häirintää kokeneen tai yhteyden ottaneen ehdoilla: tilannetta ei pureta häirinnästä syytetyn kanssa ellei yhteyden ottanut henkilö anna siihen lupaa. Häirintäyhdyshenkilöiden on hyvä edustaa eri sukupuolia. Tapahtumasta tulee luoda ns. turvallinen tila kaikille osallistujille. Turvallisen tilan periaatteita on erilaisia, mutta ydinajatuksena on se, että sovitaan puitteista, joissa osallistujien on mahdollista olla itsensä ilman pelkoa syrjityksi tulemisesta. Tapahtuman järjestäjät laativat listan tapahtuman periaatteista, jotka ovat nähtävissä osallistujille etukäteen ja joista muistutetaan tapahtuman alussa. Tapahtuma voi esimerkiksi sanoutua irti väkivallasta, syrjinnästä, rasismista jne.

Tapahtumien järjestäjien tulee käsitellä partiolaisten henkilötietoja laillisesti ja luotettavasti. Huolellinen henkilötietojen käsittely tarkoittaa muun muassa tietosuojaperiaatteiden huomioon ottamista niin tapahtumaa suunnitellessa, sen aikana kuin sen jälkeenkin. Tapahtumia järjestettäessä organisaatio kasvaa usein nopeasti, jolloin saattaa syntyä kiusaus käyttää muita kuin järjestön palveluna tarjoamia välineitä esimerkiksi tekijärekisterin ylläpitoon. Henkilötietoja sisältävät hallitsemattomat Excel-kansiot tai Google-kansiot sekä henkilötietojen perusteeton jakaminen luovat tietosuojariskin, koska tällöin on vaikea tietää, missä henkilötietoja on, kuka niitä käyttää tai milloin tiedot tulee poistaa. Jokaisen tapahtuman tekijä tulee noudattaa suunnitelmallisuutta, perehtyä Suomen Partiolaisten ohjeisiin ja käyttää järjestön virallisia työkaluja, joiden tietoturva ja -suoja on harkittu ja joiden käytöstä, käyttöönoton tuesta ja asiakaspalvelusta Suomen Partiolaiset vastaa. Henkilötietojen käsittelyn ohjeet ja dokumentit partiossa on koottu osoitteeseen [www.partio.fi/tietosuoja](http://www.partio.fi/tietosuoja).

Myös muita kuin henkilötietoja tulee käsitellä riittävän tietoturvallisesti, esimerkiksi hankintoihin liittyvien dokumenttien hallitsematon leviäminen voi aiheuttaa tapahtumalle ylimääräisiä kustannuksia tai ongelmia kilpailutuksessa.