

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA

kultuurikorralduse õppekava

Henri Karmiste

**OMAMOOD 2020 MOEETENDUS KOOSTÖÖS ESTONIAN  
FASHION FESTIVALIGA**

Loov-praktiline lõputöö

Juhendaja: Tiiu Männiste, PhD

Kaitsmisele lubatud .....

Viljandi 2021

## **SISUKORD**

<b>SISSEJUHATUS</b> .....	3
<b>1. ORGANISATSIiooni ANALÜÜS</b> .....	5
1.1 Organisatsiooni kirjeldus .....	5
1.2 Organisatsiooni eesmärk, missioon ja visioon .....	6
1.3 Organisatsiooni struktuur .....	8
<b>2. SÜNDMUSE TUTVUSTUS</b> .....	10
2.1 Sündmuse kirjeldus .....	10
2.2 Sündmuse eesmärgid .....	11
2.3 Sündmuse sihtgrupid .....	11
<b>3. KORRALDUSTÖÖ ANALÜÜS</b> .....	13
3.1 Sündmuse tegevuskava .....	13
3.2 Meeskond ja selle loomine .....	15
3.3 Eelarve, rahastus ja sponsorlus .....	17
3.4 Turundus .....	19
3.5 Eriolukord ja selle mõju sündmusele .....	20
3.6 Riskid ja seadusandlik kontekst .....	21
<b>4. ENESEREFLEKSIION</b> .....	23
<b>KOKKUVÕTE</b> .....	25
<b>KASUTATUD ALLIKAD</b> .....	26
<b>LISAD</b> .....	27
Lisa 1. Proovide ja etendus päeva ajakava .....	27
Lisa 2. Tegevuskava .....	28
Lisa 3. Riskianalüüs .....	34
Lisa 4. OmaMood 2020 moeetenduse salvestus .....	37
Lisa 5. Lavastus- ja kaameraplaani näide .....	38
<b>SUMMARY</b> .....	39

## SISSEJUHATUS

Käesoleva loov-praktilise kirjaliku lõputöö eesmärk on anda ülevaade OmaMood 2020 moeetenduse korraldusest ja produtseerimisest. Valisin antud teema lõputööks, kuna olen varasemalt kokku puutunud moemaailmaga ja osalenud OmaMood korraldusprotsessis. Nimelt olin OmaMood 2018 meeskonnas tagalava assistent ning OmaMood 2019 meeskonnas peakorraldaja assistent. Lisaks kirjutasin oma seminaritöö teemal “Eesti jätkusuutliku moe võimalused ja probleemid moedisainerite näitel”, kus kasutasin OmaMood disainerite teadmisi ning kogemusi.

OmaMood 2020 toimus 11. juunil 2020 Tartus, Rahvusarhiivi Noora hoones koostöös Estonian Fashion Festivaliga. OmaMood on jätkusuutlikku ja aeglast pärandipõhist moodi propageeriv moeetendus, mis toimus juba kaheksandat korda. Algselt Tartu Ülikooli Viljandi kultuuriakadeemia rahvusliku käsitöö osakonnast välja kasvanud moeetendus on laienenud iga aasta suuremaks. 2018. aastal ühines OmaMood Estonian Fashion Festivaliga, mis ühendab endas kolme suurimat Lõuna-Eesti moeetendust. OmaMood peab enda eesmärgiks kasvatada pärandipõhist moeteadlikkust läbi disainerite. (Soosalu, 2021)

Lõputöö on jaotatud neljaks suuremaks peatükiks. Esimeses peatükis vaatlen Estonian Fashion Festivali kui organisatsiooni ning tutvustan selle struktuuri ja tööpõhimõtteid. Teises peatükis tutvustan OmaMoodi ja selle olemust. Kolmandas peatükis annan ülevaate OmaMood korraldusprotsessist läbi tegevuskava, meeskonna, eelarve ning riskide planeerimise. Selles peatükis analüüsin, kuidas COVID-19 mõjutas minu sündmuse kulgu. Neljandas, ehk viimases peatükis, võtan kokku etenduse korralduse isiklikust vaatepunktist ning analüüsin nii oma tegevusi kui korraldustööd. Töö lisade alt leiab etenduse päevade proovi ajakava, korralduse tegevuskava ning riskianalüüsi.

Töös kasutan allikatena peamiselt organisatsiooni ning korraldustööd iseloomustavaid praktilisi ja teoreetilisi publikatsioone. Lisaks olen kasutanud erinevaid Estonian Fashion

Festivali ning OmaMood materjale. Samuti oli töö kirjutamisel suureks abiks TÜ Viljandi kultuuriakadeemiast õpitu ning loengutest omandatu. Eriliselt tähtsaks osutus korraldusprotsessis organisatsioonikäitumis- ja läbirääkimistehnikate ainetes omandatud teadmised.

# 1. ORGANISATSIOONI ANALÜÜS

## 1.1 Organisatsiooni kirjeldus

MTÜ Eesti Moe Festival loodi 2017. aastal, et ühendada omavahel kolm eelnevalt eraldi toimunud moeetendust - OmaMood, Antonius ja Mood-Performance-Tants - üheks moefestivaliks: Estonian Fashion Festival (edaspidi Eff). Eelnevalt eraldiseisvad moeetendused otsustati ühendada ning koostöös korraldada suurem disainifestival. Festivali tegevuste käigus tutvustatakse ja toetatakse noori moeloojaid ja nende loomingut: rõivaid, jalanõusid ning aksessuaare. Igale omanäolisele moeetendusele valitakse konkursi teel moeloojad, kelle kolleksioone esitletakse juuni teisel nädalal Tartus. Professionaalselt lavastatud etendusi toetavad spetsiaalselt loodud muusika, koreograafia, jumestus ja soengud. (Eff arengukava)

OmaMood moeetenduse ja Eff vahelise suhte suurimaks plussiks on meeskonda kuuluvad inimesed ja etendused. Kuna kõik kolm etendust on väga omanäolised, ei teki olukorda, kus üks või teine etendus võtaks kolmandalt midagi ära. Lisaks kuulub Eff meeskonda kaks eelnevalt OmaMood moeetendust korraldanud kultuurikorraldajat, kellel on selles vallas kogemusi ning teadmisi. Tänu Eff kaasatusele on OmaMood kasvanud suuremaks kui TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia (edaspidi TÜ VKA) lõputööde moeetendus.

Kuigi samas valdkonnas on Eestis ka teisi tuntud projekte nagu ERKI moeshow ja Tallinn Fashion Week (TFW), siis Eff eeliseks on siinkohal nende toimumiskoht, milleks on Tartu. Eff on ainuke suurem moefestival Eestis, mis toimub Lõuna-Eestis. Lisaks tuleb arvestada ka Eff, ERKI ja TFW puhul nende kontseptsioone. Eff on suunatud noortele disaineritele - mitte ilmtingimata vanuse, vaid kolleksioonide arvu poolest. ERKI moeshow keskendub Eesti Kunstiakadeemia tudengite töödele ning etendusele pääsevate disainerite valik on

enamasti piiritletud tudengitele. TFW keskendub aga juba tegevdisainerite uute kollektsioonide näitamisele ning on disaineritele tasuline.

## 1.2 Organisatsiooni eesmärk, missioon ja visioon

“Üldeesmärk on pikem siht, mida projekt toetab, kuid mille saavutamiseks vajatakse ka teisi toiminguid või projekte. See on tavaliselt pikaajaline, laiema arendusprogrammi (sh toetusprogrammi) või organisatsiooni arengukava eesmärk, mis on strateegilise tähtsusega.” (Salla, 2007, lk 21)

MTÜ Eesti Moe Festivali eesmärgiks on kasvatada kümne aasta jooksul Estonian Fashion Festivalist suurim Ida- ja Põhja-Euroopa noori moetalente tutvustav platvorm, et aidata regioonis tegutsevad noored moedisainerid rahvusvahelisele areenile. (Eff arengukava)

Erinevad eesmärgid asuvad erinevatel tasanditel vastavalt pikaajalistele püüdlustele kuni lühiajalistele konkreetsetele taotlustele (Rahvusvaheline projektijuhtimise käsiraamat).

Dokumendis „Juhtorganite koosseis ja meie väärtused“, on organisatsioon välja toonud eesmärgid, mis toovad esile projekti vajalikkuse kultuurilises kontekstis (Estonian Fashion Festival. MTÜ s.a.):

- 1) Arendada noorte disainerite konkurentsivõimet - festival on platvormiks noorte loomingut tutvustamiseks laiemale publikule. Festivali osaks on Noorte Disainerite Arenguprogramm. Selle kaudu saavad noored teadmisi turunduse, brändingu, ekspordi ja edasimüüjate kohta. Samuti keskendutakse keskkonnasäästlikkusele. Peamiseks eesmärgi realiseerimisviisiks on õppeprogramm ja selle elluviimine koostöös Tartu Loomemajanduskeskusega;
- 2) tõsta kohalike tarbijate teadlikkust - läbi festivali soovitakse tähelepanu suunata igapäevastele tarbimisharjumustele moevaldkonnas - haldab endas ületarbimist, loodussõbralikku loomingut ning Eesti disaini tähtsust;
- 3) populariseerida kohaliku disaini tarbimist - loodetakse populariseerida Eesti noorte disainerite loomingut ning seeläbi kohaliku disaini tarbimist ja loomist.

Eff arengukava toob hästi välja MTÜ põhi- ja alaeesmärgid ning annab kõigile tegevuskava ning mõõdetavuse, mis teeb neist head eesmärgid, kuna neid annab mõõta ja võrrelda. Igale eesmärgile tegevuskava andmine tõstab nende saavutamise tõenäosust.

Missioon on otseselt seotud organisatsiooni kompetentsi ning väärtustega. Missioon seob organisatsiooni liikmed ja annab neile aluse ühise eesmärgi nimel. (Virovere, Alas, Liigand 2005, lk 22)

Visioon ehk kaugem tulevikunägemus või lõppeesmärk milleni tahetakse jõuda (samas, lk 22).

MTÜ Eesti Moe Festival visiooniks on kümne aasta jooksul välja arendada suurim Ida- ja Põhja-Euroopa noori moetalente tutvustav platvorm. Eelnevast tulenevalt on organisatsiooni missiooniks läbi Eff korraldamise, erinevate programmide arendamise ning rahvusvaheliste koostöövõrgustike loomise tõsta regionis tegutsevate disainerite konkurentsivõimet.

“Väärtused on organisatsiooni liikmete poolt omaks võetud vastutuse indikaatoriks, sisaldades kõike seda, mis mõjutab või kujundab juhtimise ja tegevuse stiili. /.../ Lisaks on väärtused peamised motivatsioonitegurid otsuste vastuvõtmisel.” (Virovere, Alas, Liigand 2005, lk 44-45)

MTÜ Eesti Moe Festivali kodulehel on põhiväärtustena välja toodud (Estonian Fashion Festival. MTÜ s.a.):

1. Tulemustele orienteeritus - Töötame ühiselt suurema eesmärgi nimel, milleks on noorte disainerite aitamine rahvusvahelisele areenile;
2. avatus - Mõtleme piirideta ja loominguliselt ning ei karda uusi ideid ja ettepanekuid;
3. jätkusuutlikkus - Tegutseme vastutustundlikult ühiskonna ja keskkonna huvides;
4. üksmeelsus- Koos on kõik võimalik, avatud ja aktiivne infovahetus ning ühtne meeskond.

Mina leian, et Virovere, Alase ja Liigandi poolt välja toodud definitsioon väärtustele ühtib Eff poolt välja toodud väärtustega. Antud väärtused on suunatud motiveerima ning juhendavad Eff juhtimise ja tegevuse stiili.

### 1.3 Organisatsiooni struktuur

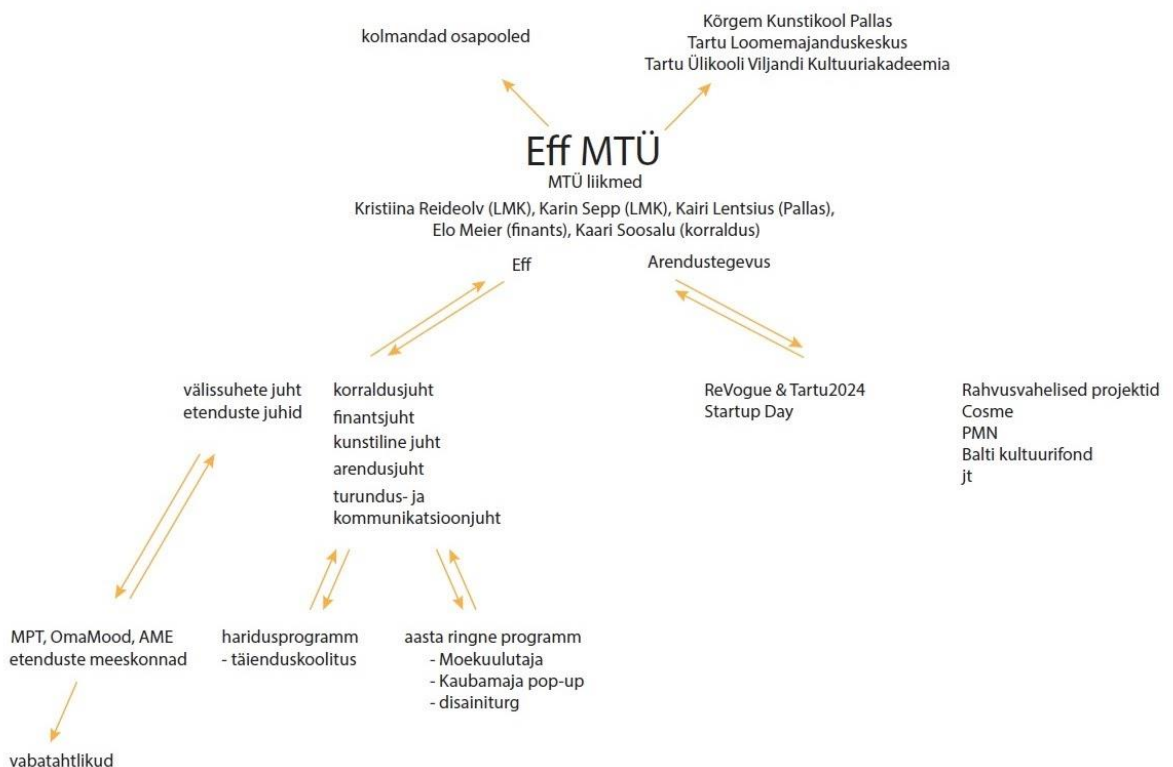
„Organisatsiooni struktuur on tööriist, mille kaudu juhid suunavad ressursse nii, et kõik tööd saaksid tehtud“ (Virovere jt 2005, lk 23).

Estonian Fashion Festivali meeskonna puhul on tegemist maatriksorganisatsiooni struktuuriga.

“Maatriks-ehitus on organisatsiooni siseehitus, kus allüksuste tegevus on nii rõhvalt kui ka püstloodis õiguslikult ja suhtlemise kaudu omavahel seotud” (Üksvärav, 2008, lk 169).

Maatriks-ehituses on esikohal suhtlus ja selle hõlbustamine ning pingutuste ja tähelepanu keskendamine lõpptulemusele (sammas, lk 169).

Kuna Eff meeskonnas toimub pidev töö mitte ainult meeskonniti ja käsuahel ei ole ainult ülevalt alla, siis selle põhjal leiame, et tegemist on maatriks-struktuuriga. Eff meeskonnas on erinevaid asjatundjaid, kes teevad ka oma meeskonna väliselt teiste meeskondadega koostööd, muutes organisatsiooni mitmeliiniorganisatsiooniks. (vt Joonis 1)



Joonis 1. Eff Struktuur

Eff organisatsiooni põhimeeskond koosneb üheksast inimesest: peakorraldaja, finantsjuht, välissuhete juht, turundus- ja kommunikatsioonijuht, arendusjuht, kunstiline juht, OmaMood peakorraldaja, Antoniuse moेतenduse peakorraldaja ning Mood-Performance-Tants peakorraldaja. MTÜ Eesti Moefestivali juhatusse kuuluvad viis inimest, kes osaliselt kattuvad ka organisatsiooni põhimeeskonnaga.

## 2. SÜNDMUSE TUTVUSTUS

### 2.1 Sündmuse kirjeldus

OmaMood on alates 2012. aastast toimuv moeetendus, mis sai alguse TÜ Viljandi kultuuriakadeemia rahvusliku käsitöö osakonna vajadusest rahvusliku tekstiili eriala lõputöid laialdasemalt publikule tutvustada. Alates 2018. aastast on OmaMood osa Estonian Fashion Festivalist. OmaMood kombineerib endas tantsu, muusika ja pärimusmoe, luues sümbioosi. OmaMood on enam kui moeetendus - see hõlmab endas kogukonda, kus jätkusuutlik disain on normaalsus mitte alternatiiv. OmaMood sisaldab ka õppeprogrammi OmaMood Meistrite Kool, kus disaineritel on võimalus arendada oma pärandipõhiseid ning jätkusuutlikke teadmisi disainist ja tootmisest. (Soosalu, 2021)

Kuigi OmaMood sai alguse vajaduspõhisusest näidata TÜ Viljandi kultuuriakadeemia rahvusliku tekstiili eriala üliõpilasi ning nende töid ja oskusi, on see arenenud palju kaugemale. Väiksest kooli sündmusest on saanud Lõuna-Eesti suurima moefestivali osa ning arvestatav moeetendus ka Eesti mastaabis. Enam ei piirdu see vaid rahvusliku tekstiili eriala tööde näitamisega, vaid hõlmab endas ka väljaspool kooli olevate andekate noorte disainerite töid.

OmaMood 2020 moeetendus toimus 11. juunil Eesti Rahvusrhiivis otseülekandena Delfi TV, Anne & Stiil ning L'Officiel Baltic vahendusel. Esialgu Eesti Rahva Muuseumis toimuma pidanud etendus tõsteti üle otseülekande keskkondadesse seoses Eestis välja kuulutatud eriolukorraga.

## 2.2 Sündmuse eesmärgid

Eesmärk on soovitud olukord, mida soovitakse saavutada projekti lõpuks. See võib väljendada tulemust, sihti ja/või visiooni. (Rahvusvaheline projektijuhtimise käsiraamat)

OmaMood moeetenduse eesmärk on alati olnud rahvusliku käsitöö ja pärandipõhise loome tutvustamine ja moderniseerimine. Lisaks peab OmaMood moeetenduse meeskond eriti tähtsaks jätkusuutlikku eluviisi ja seeläbi ka jätkusuutlikku tootmist. (Soosalu, 2021)

Lisaks sellele soovib OmaMood olla Eff-iga hüppelauaks noortele (mitte tingimata vanuse, vaid loodud kollektsioonide arvu poolest) disaineritele, et tuua neid nähtavale ja anda neile võimalus läbi OmaMood Meistrite kooli või Eff pakutavate koolitusprogrammide areneda. Seeläbi saavad nad anda edasi jätkusuutliku disaini põhimõtteid ning arendada oma kunstilisi ja ärilisi oskuseid.

OmaMood 2020 eesmärkideks oli etenduse läbiviimine, et etendusel oleks vähemalt 300 pealtvaatajat ning vähemalt 8 disainerit.

## 2.3 Sündmuse sihtgrupid

“Projekti sihtgrupp on inimrühm, kellele projekti tulemus on suunatud ning kes hakkab seda kasutama. Mõnel projektil on mitu sihtgrupp” (Salla, 2007, lk 28).

OmaMood on eelkõige suunatud pärandkultuuri väärtustavatele moeloojatele, kes hindavad aeglast moodi ning kultuuri jätkumist.

OmaMood moeetenduse sihtrühmaks on lisaks erinevas eas moetarbijad, kes hindavad samuti pärandkultuuri ja aeglast moodi. Inimesed, kes on huvitatud ajakohasest moeliikumisest ning jätkusuutliku moe tootmisest.

OmaMood 2020 moeetenduse sihtrühmaks olid disainerid. Nii konkursil osalevad disainerid, kui ka veebiülekannet vaatavad disainerid, kes oleks tulevikus huvitatud etendusele kandideerimisest. Eelkõige sooviti jätkusuutlike tootmisviisidega ja aeglast

pärandkultuuri väärtustavate disainerite tähelepanu püüda. Lisaks neile olid meie etenduse sihtrühmaks ka moetarbijad, kes on huvitatud ajakohastest trendidest ning moemaailma käekäigust.

Lisaks OmaMood moeetenduse sihtrühmadele lisandub ka Eff sihtrühm: moeekspertid, kes annavad Eff käigus tagasisidet disaineritele ning tihtipeale jagavad saadud kogemusi ka teiste moeekspertidega. Moeekspertideks saab lugeda näiteks erinevate poekettide müügi- ja ostujuhte, stiliste, tegevdisainereid ning samuti igapäevaseid moetarbijaid.

### 3. KORRALDUSTÖÖ ANALÜÜS

#### 3.1 Sündmuse tegevuskava

“Tegevuste planeerimise protsessi käigus koostatakse tööde graafik, milles määratletakse projekti tegevused ja vajalikud sisendid. Tööde graafik näitab ka tegevuste järgnevust ja võimalikku sõltuvust.” (Rahvusvaheline projektijuhtimise käsiraamat)

“Kavandamise tulemusena sünnib projekti plaan, mille eesmärgiks on luua kõikehõlmav ülevaade projekti teostamisest” (Salla, 2007, lk 26).

Korralduse planeerimine algas 2019. aasta oktoobris, kui sain kokku eelmise peakorraldajaga ning arutasin temaga OmaMood senist kulgu ja võimalikke vajadusi järgnevas aastaks. Sinna alla kuulus meeskonna vajaduste täpsustamine, Eff plaanide arutamine ja seekaudu OmaMood plaanide paika panemine. (vt *Lisa 2*)

Kohtumisele eelmise peakorraldajaga järgnes meeskonnaliikmete leidmine ning uute võimalike liikmetega läbirääkimine. Kõige tähtsam liige meeskonnas peale peakorraldaja, on kunstiline juht. OmaMood 2019 kunstiline juht oli ka 2020. aastal toimuva etenduse korraldusmeeskonnas olemisest huvitatud ja olin temaga ka varem koostööd teinud, seetõttu olid temaga läbirääkimised lihtsustatud eelnimetatud põhjustel. Koos kunstilise juhiga panime paika ka teised potentsiaalsed meeskonna liikmed. (Vt. *peatükk 3.2*)

Suur osa OmaMood moeetenduse korralduses on reglemendi koostamine, täpsustamine ning seeläbi sobivate disainerite leidmine. See tegevus järgneski kunstilise juhi leidmisele. Koos tegime reglemendis muudatused, mida pidasime eelmise aasta reglemendis puudulikuks. Näiteks sai reglementi ühe olulise punktina lisatud jätkusuutliku tootmise ning moedisaini arengu soov. Selle eesmärgiks on panna konkursist osa võtvaid disainereid mõtlema

jätksuutlikumalt ning näidata moeetenduse soovi propageerida jätkusuutlikumat elustiili. Samuti sai muudetud kollektsoonide võimalikku suurust - eelneva 6-10 komplekti asemel võis kollektsoon nüüd koosneda 6-12 esemest.

Pärast läbirääkimisi erinevate võimalike meeskonnaliikmetega sai kokku pandud põhimeeskond, kuhu kuulusid: peakorraldaja, kunstiline juht, lavastajad, tagalava juht ning turundusjuht. Sellele järgnes esimene meeskonna kohtumine, kus tutvustati OmaMood moeetendust ning peakorraldaja informeeris meeskonda Eff-i ning nende-poolsetest tegevustest OmaMood moeetenduse toetuseks ja koostöök. Kunstiline juht tutvustas koosolekul omapoolset visiooni etenduse kontseptsiooni osas ning meeskond pani omalt poolt paika edasise tegevuskava. Kunstiline meeskond tegi pärast seda oma koosoleku, kus pandi paika lokatsioonide ning muusikalise kujunduse eelistused.

Peakorraldajana tegelesin samaaegselt Eff meeskonnas rahastuse ja sponsorite otsimisega ning paralleelselt uurisin kunstilise meeskonna poolt välja toodud lokatsioonide ning muusikute hinnapakumisi. Samuti uurisin lokatsioonide kohapealseid võimalusi.

Jooksvalt toimus samal ajal disainerite konkurss, mille kaudu oli disaineritel võimalus kandideerida etendusele. Konkurss lõppes märtsi lõpus, millele järgnes žürii kohtumine. Žürii koosnes TÜ VKA õppejõududest, etenduse peakorraldajast ning kunstilisest juhust. Sellele järgnes tagalava juhi töö, kes edastas edasipääsenud disaineritele info tulevaste tegevuste kohta ning mitte edasi pääsenud disaineritele žürii poolse tagasiside koos kollektsoonide etendusele mitte pääsemise põhjustega. Disaineritele edastati info Eff disaineritega kohtumiseks ning etendusega seotud koosolekutest.

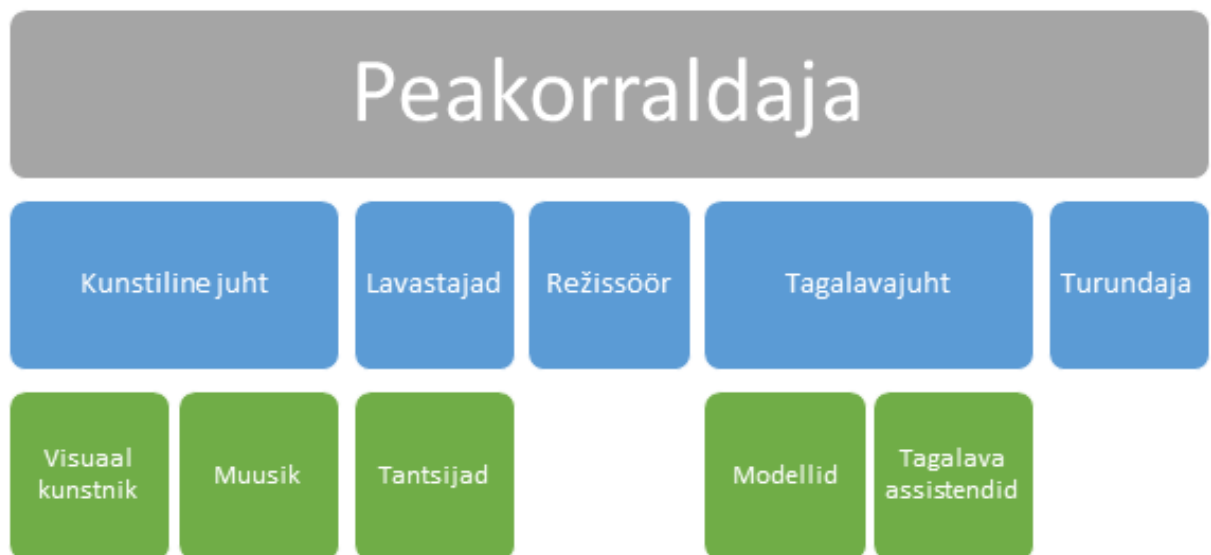
Mais tegeleti aktiivselt etenduse ja proovipäeva ajakavade planeerimisega, modellide otsimise ja kollektsoonidesse paigutamise ja juunis toimus juba etendus. Seoses ootamatu eriolukorra välja kuulutamise, mida keegi ei osanud korraldusprotsessi alguses ette näha, tundus uus töömaht küll massiivne, kuid tegelikkuses oli asjade ümberpaigutamine ja korraldamine piisavalt kiire ja efektiivne, seda suuresti tänu meeskonna professionaalsusele. Küllastajatega sündmusest sai kiirelt otseülekanne ning nii turundusplaanid kui lavastusplaanid said muudetud vastavalt. Nagu eelnevatel aastatel, salvestati kogu moeetendus ning on leitav Eff *Youtube* kanalilt. (vt *Lisa 4*)

### 3.2 Meeskond ja selle loomine

“Woodcock (1989) on defineerinud meeskonda, kui gruppi inimesi, kes võtavad endale ühised eesmärgid ja teevad selle täitmise nimel koostööd (Virovere jt 2005, lk 112 järgi). Meeskonna loomise faasis ühendatakse grupp inimesi, kes täidavad ühist eesmärki ning keda koordineerib juht. Temal on täielik ülevaade reeglitest ja tingimustest, mistõttu on juhil kõrgem vastutustunne ja meeskond sõltub tema juhtimisest. Meeskond juhindub juhi poolt määratud rollidest ja ülesannetest”. (Virovere jt 2005, lk 116)

Meeskonna loomisel arvestasin erinevate inimeste võimete, varasemate kogemuste ja nende sobivusega meeskonnatöös. Vastavate inimeste leidmisel oli suuresti kasuks loodud tutvused eelnevatest OmaMood sündmustelt. Konsulterides eelmise aasta peakorraldajaga panin kirja valdkonnad ja neile vajalikud vastutavad isikud. Seejärel alustasin sobivate meeskonna- liikmete leidmisega.

OmaMood põhimeeskond koosnes peakorraldajast, kunstilisest juhust, kahest lavastajast, tagalavajuhust, turundajast ja visuaalkunstnikust. Meeskonnaga liitusid hiljem režissöör, muusik, tantsijad, modellid ning tagalava assistendid. (vt *Joonis 2*)



*Joonis 2. OmaMood meeskonna struktuur.*

OmaMood meeskonna puhul oli samuti tegemist maatriks ülesehitusega ja seda taaskord mitmeliini põhimõttel. Kunstilise juhi näol oli tegemist teise käsuahelaga, kes kontrollis ka turundus-stiili, mistõttu tegi tema ka mõned otsused turundusjuhiga. Visuaalkunstnik töötas tihedalt koos kunstilise juhi ja turundusjuhiga. Tagalava juht tegi tihedat koostööd lavastajate ja kunstilise juhiga. Kuigi kunstilisel juhil ja tagalava juhil olid oma meeskonnad, tehti tihti siiski koostööd teiste juhtide ning nende meeskondadega.

Peakorraldajana oli minu ülesanneteks meeskonna loomine ja nende vahel vastutuse ja ülesannete jagamine vastavalt nende oskustele ja vastutusalaadele, koosolekute korraldamine ja nende juhtimine. Peakorraldaja ülesandeks oli ka koostöö Eff meeskonnaga sponsorite ning teiste koostööpartnerite leidmine ja nendega läbi rääkimine, informatsiooni vahendamine OmaMood meeskonnasiseselt ning Eff Ja OmaMood meeskondade vahel. Peakorraldajana vastutasin kogu etenduse toimumise ning õnnestumise eest, mistõttu tegelesin pidevalt ka erinevate ootamatute jooksvate ülesannetega, mis vajasisid lahendamist.

Etenduse kunstiline meeskond, eesotsas kunstilise juhiga, pani paika etenduse kontseptsiooni ning vastavalt sellele otsis võttepaiku, mis sobiks paika pandud kontseptsiooni ning stilistikaga. Samuti oli kunstiline juht osa žüriist, mille liikmed valisid välja etendusele pääsevad kollektsioonid. Kunstilise juhi suurim ülesanne oli vastutada etenduse läbiva kunstilise teema püsimise eest läbi kogu etenduse ning pildistamiste. See hõlmas endas ka lavaplaani koostamist ja valguskujunduse loomist.

Lavastajad lõid koostöös kunstilise juhiga lavalise liikumise modellidele ning tantsijatele vastavalt loodud lavaplaanile. Samuti kuulusid nende ülesannete hulka proovid nii tantsijate kui modellidega.

Eriolukorra tõttu ühines kunstilise meeskonnaga ka režissöör, kelle ülesandeks oli koostada kaameraplaan lavastuseks. (vt. *Lisa 5*)

Muusik lõi koostöös kunstilise meeskonnaga lavastuse helilise kujunduse ja esitas seda etenduse ajal. Etenduse lähenedes ühinesid meeskonnaga ka helitehnoloogia tudengid.

Tagalava juhi ülesandeks oli disainerite informeerimine pildistamistest ja etenduse nädalast. Tagalava juht oli disainerite kontaktisik tekkinud probleemide lahendamiseks. Samuti oli tema ülesandeks lisainfo uurimine kõigi kollektsioonide kohta turunduse jaoks. Tagalava juht koordineeris modellide ja disainerite tegevusi vastavalt proovidele ja olukorrale, mille

kaudu jagas modellid kolleksioonidesse. Lisaks oli tema ülesandeks koostöös peakorraldaja ja kunstilise meeskonnaga luua proovi- ja etenduspäeva kavad (vt *Lisa 1*). Lisaks põhimeeskonnale, oli siia kaasatud ka koostööpartneritena meigi- ja soengu meeskonnad.

Turundaja ülesandeks oli etenduse turundamine erinevatel sotsiaalmeedia lehtedel enne etendust, selle ajal ja pärast etendust. Lisaks tegid turundaja ja peakorraldaja koostöös pressiteateid. OmaMood turundaja tegi tihedat koostööd Eff ja teiste etenduste turundajatega, pannes koos paika turundusplaani igale etendusele ja kogu festivalile.

Nagu eelnevalt mainitud, oli lisaks põhimeeskonnale kaasatud etenduse päeval koostööpartnereid läbi Eff-i: videomeeskond ning meigi- ja soengu meeskonnad.

OmaMood meeskond oli lõppkokkuvõttes edukas. Vaatamata erinevatele juhtumitele saavutas meeskond ühise eesmärgi, milleks oli etenduse edukas läbiviimine.

### 3.3 Eelarve, rahastus ja sponsorlus

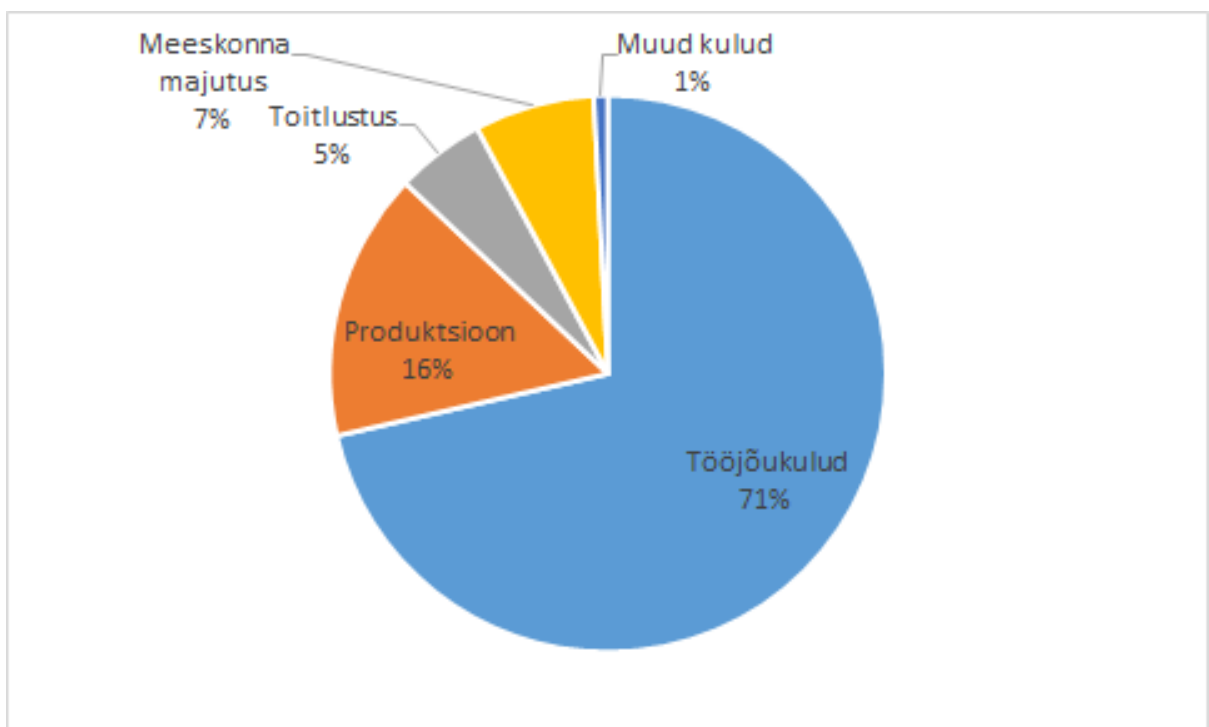
“Planeerimise protsessi viimane etapp on projekti tegevuste ja ülesannetega seotud kulude kindlaksmääramine” (Rahvusvaheline projektijuhtimise käsiraamat).

Eelarve koostamine võimaldab optimeerida rahastuse jaotumist, kindlustada aja ja kulu jätkusuutlikust tegevuste kontekstis ning hinnata tegevuste muutumisel tagajärgi (Rahvusvaheline projektijuhtimise käsiraamat).

2020. aasta oli esimene kord, kui etenduste rahastus toimus nõ. ühest rahakotist, ehk rahastuse leidmisega tegeles peamiselt Eff finantsjuht ja ülejäänud Eff meeskond k.a. etenduste juhid, oli selles taustajõuks. Siiski toimus tihe töö rahastuse leidmiseks ka etenduste poolt. Kui Eff finantsjuht tegeles peamiselt taotluste kaudu rahastuse otsimisega, kogu festivali eelarve haldamise ning raamatupidamisega, tegeles ülejäänud meeskond suursponsorite otsimisega ja teiste võimaluste uurimisega. Samuti aitasid etenduste juhid taotlustega. Nimelt oli peakorraldajate ülesandeks lisaks suursponsorite otsimisele luua etenduste eelarved ning projekti tekstiline sisu. Samuti oli etendusjuhtide ülesanne hallata etenduste eelarveid ning organiseerida hinnapakumisi. OmaMood oli esimene etendus, mis leidis endale kiirelt suursponsoriks Audi Eesti.

Kuna tulud käisid läbi Eff finantsjuhi ja mina puutusin kokku ainult OmaMood eelarvega, on siinkohal raske välja tuua, kui palju festivali tarbeks toetusi kokku laekus ning millised summad nendest toetustest olid kajastatud OmaMood kulude kattena. OmaMood 2020 moeetendust toetasid Audi Eesti, Eesti kultuurkapitali (KULKA) Rahvakunsti sihtkapital, kultuuriministeeriumi disaini arendusprojektide voor, Tartu linn ja TÜ Viljandi kultuuriakadeemia.

Kokku oli OmaMood 2020 otsene eelarve 9572 €. Sinna lisandusid Eff poolt pakutavad hüved, nagu meigi ja soengu tiim, videotiim ning turunduskulude kate. Need ei kajastu antud eelarves. Kõige suurem kuluartikkel OmaMood korralduses olid tööjõukulud. Selle alla kuulusid peakorraldaja, kunstilise juhi, visuaalkunstniku ja lavastajate töötasud. Teine suur osa oli lavastuse enda produktsioon. Sinna alla kuulusid etenduse helilise kujunduse ja lokatsiooni tasud. (vt. *Joonis 3*)



*Joonis 3. OmaMood etenduse kululiigid (%)*

Võrreldes esialgse eelarvega, mis sai loodud 2020. aasta veebruaris, oli vahe märgatav. Suurem osa muutustest toimus tööjõukuludes. Seoses etenduse kolimisega otseülekande formaati, muutus koreograafide töömaht, ning seetõttu muutus ka nende palgasoov pea

kahekordseks. Töömahu kasvamisega tuli palgata ka režissöör. Seetõttu tuli mitmeid teisi kuluartikleid kärpida. Näiteks vähenes muusikalise kujunduse ning tantsijate palgafond. Kuna selleks hetkeks ei olnud veel kokkuleppeid ei muusiku ega tantsijatega, oli sellist muudatust lihtsam läbi viia.

Seoses eriolukorra saabumisega muudeti samuti eelarve jaotumist. Sündmuste kulud, mis tuli ära jätta, nagu näiteks MoeKunstiKino ning *showroom*, liigutati etenduste eelarvetele juurde, mis andis võimaluse katta ootamatult tekkinud režissööri ning lavastajate kulud.

### 3.4 Turundus

“Ameerika Turundusassotsiatsioon nimetab turundust (Bennet, 1995) ideede, kaupade ja teenuste kontseptsiooni, promotsiooni planeerimiseks ja teostuseks, mis tagaks individuaalseid ja organisatsioonilisi eesmärke rahuldavat vahetuse” (Kolb 2005, lk 54 järgi).

“Projekti strateegia hõlmab ka reklaami- ja avalikkuse teavitamise strateegiat: millal ja kuidas teavitatakse sihtgruppi, meediat jne” (Salla, 2007, lk 29).

Kuigi tänu koostööle Eff-iga oli enamus meediakajastusest Eff turunduse kanda, tegi OmaMood nii sotsiaal- kui ka trükimeedias palju oma turundust. Selleks koostasid OmaMood peakorraldaja ning turundusjuht koos turundusplaani. Loodud turundusplaani korrigeeriti hiljem Eff turundusmeeskonnaga, kus ühtlustati kolme etenduse ja festivali turundusstiili. Moeetenduste turunduse ülesanneteks jäid kollektsioonide tutvustamine ja oma sihtrühmades huvi tekitamine. Selleks korraldas OmaMood eraldi turundusmaterjalide pildistamise, mis toimus 13.mail Viljandis. Et seda läbi viia, saatsid disainerid oma kollektsioonidest näited Viljandisse.

Nende materjalide turundus toimus sotsiaalmeedias nii OmaMood kui ka Eff kanalite alt. OmaMood etendus oli ainuke, mis tootis eraldi etenduse-eelseid turundusmaterjale.

OmaMood moeetendusel oli oma turundusjuht, seega ei puutunud mina turundusega niivõrd palju kokku. Minu kokkupuude etenduse turundusega piirdus enamasti heakskiidu

andmisega turundusplaanile või postitustele ning pressiteadetele kommentaaride andmisega.

Turundusväljunditena kasutas OmaMood kõige rohkem sotsiaalmeedia võimalusi. Läbi selle oli kõige tõenäolisem, et jõuame õigete sihtgruppideni. Disainerite tutvustuse postitused avaldati *Instagrami* ja *Facebooki* vahendusel. Konkursi turundus koosnes lisaks sotsiaalmeedia kampaaniale ka uudiskirjade saatmisest eelmiste aastate disaineritele, kes olid andnud nõusoleku uudiskirjade saamiseks. Sündmuse jaoks sai tehtud *Facebooki event*, kus toimus etenduse pidev reklaamimine.

Otseülekandele tehti turundust nii Eff kui ka OmaMood kanalite kaudu. Sündmuse otseülekanne toimus Eff *Facebook* lehe, Delfi Leedu, Läti ja Eesti lehtede ning L'Officiel Baltic lehe vahendusel. Kokku vaatas OmaMood ülekannet üle 30 000 inimese (kaasa arvatud järelvaatamine). Kui tavapäraselt on saalis umbkaudselt 200-400 inimest siis otseülekandega suutsime saavutada rohkemat. Siinkohal on tähtis mainida, et otseülekanded olid tasuta.

Lisaks sotsiaalmeediale sai OmaMood kajastatud ka Sakala ajalehes ("OmaMoodi" saab sel aastal nautida videoülekanne kaudu") ning Universitas Tartuensis väljaandes (OmaMood toimub sel aastal otseülekandena).

### 3.5 Eriolukord ja selle mõju sündmusele

Seoses COVID-19 viiruse laialdase levikuga nii Eestis kui üle maailma kehtestati 13. märtsil 2020 eriolukord (RT III, 13.03.2020).

Hädaolukorra seaduse (edaspidi HOS) kohaselt on hädaolukord sündmus või sündmuste ahel või elutähtsa teenuse katkestus, mis ohustab paljude inimeste elu või tervist, põhjustab suure varalise kahju, suure keskkonnakahju või tõsiseid ja ulatuslikke häireid elutähtsa teenuse toimepidevuses ning mille lahendamiseks on vajalik mitme asutuse või nende kaasatud isikute kiire kooskõlastatud tegevus, rakendada tavapärasest erinevat juhtimiskorraldust ning kaasata tavapärasest oluliselt rohkem isikuid ja vahendeid (HOS § 2 lg 1)

Eriolukorra meetmete rakendamise korralduse punkt number 3 sätestab:

“Hädaolukorra seaduse § 32 lõike 1 alusel keelata alates 13. märtsist 2020. a kõik avalikud kogunemised, kinoseansid, ööklubid, etendused, kontserdid ja konverentsid ning spordi- ja liikumisüritused, ning hädaolukorra seaduse § 31 lõike 1 alusel keelata muuseumide ja muude näitusasutuste külastamine.”

Kuna varasemalt pole Eestis eriolukorda välja kuulutatud, oli see olukord kõigile uus ning nõudis kiiret adapteerumist ühiskonnale ja sealhulgas ka Eff meeskonnale.

Eriolukorra alguses pidasime Eff meeskonnaga koosoleku, kuidas antud olukorraga toime tulla. Läbi käis mõtteid etendused edasi lükata, veebi suunata või kombineerida kaks eelmainitud valikut. Otsustasime pärast arutelu siiski etendused läbi viia, kuid seda teha otseülekannetena.

Etenduste peakorraldajad teavitasid otsusest etenduste meeskondi, kus hakati vastavalt etenduste kontseptsioone muutma. Selle otsuse tõttu tuli meeskonda võtta ka režissöör. Kuna sel hetkel ei olnud palju infot veel tulevaste sündmuste toimumise võimalikkuse kohta, korraldasime etendust siiski valmisolekuga, et etendus tuleb edasi lükata või ära jätta.

16. mail tuli teadaanne (Vabariigi Valitsuse 16. mai 2020. a korraldus nr 172), et piiratud inimeste arvuga (50 inimest) siseüritused on lubatud, mis andis meile rohelise tule täiskäiguga edasi minna. 28. mail muudeti antud otsust (Vabariigi Valitsuse 28. mai 2020. a korraldus nr 190), mis andis meile veidi vabamad käed kaasata suuremat meeskonda (kuni 100 inimest), mis oli tol hetkel vajalik.

Etenduse proovideks oli planeeritud pikem aeg, et vähendada meeskonna, modellide ja disainerite kokkupuudet ja filmimise päeval olid grupid hajutatud kahte tagalavasse. Kohapeal oli olemas kõigile ühekordsed maskid, desinfitseerimisvahendid ning desinfitseerimislapid. Nii meeskonda, modelle kui disainereid teavitati võimalustest ning kõiki julgustati kandma maske, desinfitseerima ning pesema regulaarselt käsi.

COVID-19 viiruse levikut on arvestatud ka riskianalüüsis (vt *Lisa 3*)

### 3.6 Riskid ja seadusandlik kontekst

“Kuna erinevate riskide korral on nii mõju projektile kui ka avaldumise tõenäosus erinev, siis tuleb pärast riskide määratlemist neid analüüsida ja hinnata” (Perens 2019, lk 156).

Suurteks riskideks projektijuhtimises peetakse neid, mis põhjustavad häireid graafikus, tõstavad suurel määral kogu projekti maksumust või loovad uusi raskusi eesmärgi saavutamisel (samas, lk 157).

Seadusandlike protsesside täitmine oli täidetud Eff poolt. Kuna Eff meeskonnal on varasem kogemus antud alal, on vajalikud seaduste täitmised juba eelnevate kokkulepetega täidetud või teatakse, millised nõuded tuleb täita. Seoses COVID-19 seatud piirangutega ja nende täitmise võimalustega peeti läbirääkimisi nii Tartu linna kui ka Terviseametiga.

Riskide määratlemine toimus jooksvalt läbi korraldusprotsessi. Sündmuse ohutuse ja turvalisuse seisukohast kinnitati meile Rahvusrhiivi poolt, et hoones on tagatud tähtsamate eeskirjade ja seaduste täitmine. Kuna Rahvusrhiiv on uus hoone, siis on seal tagatud kõige hilisemad ohutus- ja turvalisusnõuded.

Lisanduvad faktorid on leitavad Riskiplaani näol *Lisa 3* alt. Põhimeeskonnale tutvustati riskiplaani sündmuse eel ning vastutusosalad jaotati vastavalt nende tegevusvaldkonna järgi.

#### 4. ENESEREFLEKSIOON

OmaMood oli minu esimene suurem korralduslik kogemus ja oli väga õpetlik ning kogemusterikas. Kuigi olin varem osalenud OmaMood 2018 ning 2019 korraldusprotsessis kord tagalava assistendi ja kord peakorraldaja assistendina, ei hoomanud ma tol hetkel veel peakorraldajal olevat vastutust ning koormat. Seoses mitmete struktuurimuutustega Eff organisatsioonis olin ma endas kohati ebakindel, kuna ei osanud end kohe kuhugi paigutada.

Sündmuse korraldusprotsess oli väga silmiavav nii minu enda kui korraldusmaailma koha pealt. Varasemalt näiteks organisatsiooni ja meeskonnatöö teemalistest ainetest õpitu rakendamine oli minu jaoks esmakordne, kuna polnud veel varem meeskonna juhina töötanud. Vaatamata oma “rohelistusele” tundsin, et olin meeskonna juhina üsnagi edukas. Püüdsin arvestada kõigi arvamuste ja tunnetega ning suhtlesin pidevalt meeskonna liikmetega, ka kahekesi, et teha kindlaks kuidas nad end meeskonnas tunnevad. Korraldusprotsessis oli suureks abiks eelmise peakorraldaja nõu ja tema kohalolek Eff juhatuse näol.

Organiseerimisprotsess oli enamjaolt sujuv. Kui viiruse levikust tingitud olukorra muutumine kõrvale jätta, töötas meeskond koos hästi ning koostöö oli sujuv. Tunnen, et vaatamata COVID-19 viiruse tõttu tekkinud plaanide muutumisele, saime meeskonnaga kiirelt olukorraga kohanetud ja plaanid vastavalt muudetud, et arvestada kõigi heaolu ja turvalisust. Mõningaid pingeid tekitas meeskonna ja Eff meeskonna vahelised eriarvamused, milles mina olin nii-öelda vahemeheks. Pingete tõttu oli mõningaid konflikte, mida tuli lahendada, milles taaskord tuli kasuks kultuuriakadeemias õpitu nii läbirääkimistehnikate kui meeskonna juhtimise näol.

Meeskonnaliikmetega hiljem arutades anti mulle tagasisidet, et sain oma tööga nii hästi hakkama, kui tol hetkel võimalik oli. Tundsin samuti, et andsin ka kõige pingelisematel hetkedel endast parima.

Kõige keerulisem oli minu jaoks kogu korraldusprotsessi ajal see periood, kui olime juba Rahvusarhiivi Noora hoones ja tegime esimesi proove ning valmistusime etenduse päevaks. Kuna nendeks päevadeks olid minu põhitegevused tehtud ja kohapealne tegutsemine piiratud, tundsin end väga abituna. Kõige pingelisem hetk oli etenduse päeval, kui videomeeskond oli ajagraafikust valesti aru saanud ja jõudis kohale kolmetunnise hilinemisega. See liigutas kogu päeva graafikut, mille tagajärjel olime sunnitud etenduse algust pool tundi edasi lükkama. Suutsime siiski graafikut nii ümber tõsta, et hilisemad tegevused said varem tehtud. See olukord näitas väga hästi, et alati tuleb ette ootamatusi ja kõige ei saa valmistuda.

Modellide ja disaineritega koostöö sujus väga lodusalt ja nad olid väga mõistvad kõikide tekkinud olukordadega. Kõige meeldivam oli saada tagasisidet just neilt. Disainerid kiitsid minu tähelepanelikkust seoses probleemideks valmistumisega. Oli olukordi, kus mõni disainer oli midagi maha jätnud ja sain neid aidata selle leidmise ja kohaletoimetamisega. Suheldes aktiivselt disainerite ning modellidega sain leevendada nende ooteajal tekkinud probleeme.

Tunnen, et moemaailm on minu jaoks väga huvitav ja läbi OmaMood etenduste olen väga palju õppinud. Mõistan nüüd detailse tegevusplaani ja riskianalüüsi tähtsust, et valmistuda olukordadeks ja need võimalikult kiirelt lahendada. Tulevikus soovin siduda end veel moemaailmaga ning kui peaksin sellist sündmust veel korraldama, siis tean meeskonna tugevuse tähtsusest ja tugistruktuuri olulisusest palju rohkem, kui enne korraldamist.

## KOKKUVÕTE

OmaMood 2020 moeetendus koostöös Estonian Fashion Festivaliga toimus 11. juunil 2020 Tartu Rahvusrhiivi Noora hoones otseülekandena. OmaMood 2020 moeetendus oli kaheksandat korda toimuv TÜ Viljandi kultuuriakadeemiast välja kasvanud etendus, mille põhieesmärgiks on propageerida jätkusuutlikku ja aeglast pärandipõhist moodi ning teha seda läbi vastavaid tootmisviise kasutavate disainerite. Samuti on etenduse eesmärgiks tutvustada ja moderniseerida jätkusuutlikku ning pärandipõhist loomingut. OmaMood toimus juba kolmandat aastat koostöös Estonian Fashion Festivaliga.

Estonian Fashion Festival ühendab endas kolm varem eraldi seisnud moeetendust, lisades etendustele laiemat õppeprogrammi ning suuremad koostööpartnerid. Eff näol on tegemist maatriksorganisatsiooni tüübiga, mis vastab Üksvärava “Organisatsioon ja juhtimine” teoreetilisele käsitlusele.

Lõputöö autorina olin OmaMood etenduse peakorraldaja, kelle ülesandeks oli näiteks etenduse eest vastutamine, ajakava ja eelarve koostamine ning koostöölepingute sõlmimine alates meeskonnast kuni koostööpartneriteni. Lisaks tegelesin infovahetusega Eff ja OmaMood vahel ning tööjaotusega meeskondades. Etenduse suurimad kulud olid tööjõukulud. Kuna meeskonda kuulus ka mitmeid oma ala eksperte, tuli neile maksta eksperdile väärilist tasu. Suurimateks tuluallikateks olid OmaMood 2020 puhul sponsorid ning projektitoetuspäringud, mida haldas Eff finantsjuht.

Seoses COVID-19 viiruse laialdase levikuga oli OmaMood 2020 sunnitud viima oma etenduse otseülekande formaati. Sellest hoolimata oli etendus edukas ja täitis oma eesmärgid.

Kultuurikorralduslikust aspektist oli OmaMood 2020 väga hea sündmus, mida korraldada, kuna sisaldas endas kõiki vajalikke kultuurikorraldaja pädevusi. Koostöö nii muusikute, tantsijate, lavastajate kui disaineritega ning suure meeskonna haldamine olid uued kogemused. Tulevastel korraldajatel soovitan kindlasti keskenduda meeskonna haldamise ja läbirääkimistehnikate õppimisele.

## KASUTATUD ALLIKAD

Estonian Fashion Festival arengukava 2020-2025, (11.05.2021)

Estonian Fashion Festivali. 2021. MTÜ Eesti Moe Festival

Hädaolukorra seadus. RT I, 2017, 1; RT I, 2020, 3.  
<https://www.riigiteataja.ee/akt/117052020003>, (11.05.2020)

Kolb, B.M. 2005. Kultuuriturundus. Tartu: AS Atlex.

Kriis, 2020. Vabariigi Valitsuse 16. mai 2020. a korraldus nr 172,  
[https://www.kriis.ee/sites/default/files/eriolukord/2020.05.16\\_k172\\_vv.pdf](https://www.kriis.ee/sites/default/files/eriolukord/2020.05.16_k172_vv.pdf) (13.05.21)

Kriis, 2020. Vabariigi Valitsuse 28. mai 2020. a korraldus nr 190,  
[https://www.kriis.ee/sites/default/files/eriolukord/vv\\_20190k.pdf](https://www.kriis.ee/sites/default/files/eriolukord/vv_20190k.pdf) (13.05.2021)

Lokk, A. 2020 «OmaMoodi» saab sel aastal nautida videoülekande kaudu. *Sakala* 05.06

Perens, A. 2019. Praktiline projektijuhtimine. Tallinn: AS Pakett

Rahvusvaheline projektijuhtimise käsiraamat. 2001. Siseministeerium. Tallinn

Riigi Teataja. Eriolukorra väljakuulutamise Eesti Vabariigi territooriumil. RT III, 13.03.2020

Salla, S. 2007. Projektijuhtimine. Praktiline käsiraamat näidisprojektiga. Tallinn: TLÜ Kirjastus.

Soosalu, K. 2021. Autori intervjuu. Viljandi, 03. mai.

Universitas Tartuensis. 2020. OmaMood toimub sel aastal otseülekanadena.  
<https://www.ajakiri.ut.ee/artikkel/3704>, (11.05.2021)

Virovere, A., Alas, R. ja Liigand, J. 2005. Organisatsioonikäitumine. Kirjastus Külim.

Üksvärav, R. 2008. Organisatsioon ja juhtimine. Neljas trükk. Tallinn: Tallinna Tehnikaülikooli Kirjastus

# LISAD

Lisa 1. Proovide ja etendus päeva ajakava

	9. juuni	MEESKONNA TEGEVUSED	10. juuni	MEESKONNA TEGEVUSED	11. juuni
8:00 AM					
9:00 AM					Majja saabub meeskond: videotehnika üles seadmise aeg
9:30 AM					
10:00 AM					Meeskonna Briefing
10:30 AM			Maja Kinni		OM modellide proovid
11:00 AM					OM modellide proovid
11:30 AM					OM modellide proovid
12:00 PM			Kogunemine/Briefing		OM modellide proovid
12:30 PM	Maja Kinni		Tantsijate proovid	Majja saabub meeskond: tehnika üles seadmise aeg (Valgustus, Heli)	OM modellide proovid
1:00 PM			Tantsijate proovid		
1:30 PM			Tantsijate proovid		
2:00 PM			Tehnika ja Argo	Valgus ja heli proovid	
2:30 PM			Tehnika ja Argo	Valgus ja heli proovid	
3:00 PM			Finaal playthrough	Valgus ja heli proovid	AEGLANE LÄBIMÄNG (Pauside ja korrektuuridega)
3:30 PM					
4:00 PM	OM fitting	Modellid, Tagalava juhid, Disainerid	Paus		Jooksvalt meik ja soeng
4:30 PM	OM fitting		Modellide proov (MUST TOONEKURG - 10 modelli)	Saabuvad Kati ja Killu	
5:00 PM	OM modellide proovid (NARGÖ - 10 modelli)		Modellide proov (Üits Härä... - 6 modelli)		
5:30 PM	OM modellide proovid (das Moor - 6 modelli)		Modellide proov (Vundament - 9 modelli)	Saabuvad tagalava assistendid	
6:00 PM	OM modellide proovid (KÄRG - 9 modelli)				
6:30 PM	OM modellide proovid (Põhjaallikad - 6 modelli)				
7:00 PM	OM modellide proovid (Vundament - 9 modelli)	Modellid, Lavastajad			
7:30 PM	OM modellide proovid (Süsi - 8 modelli)		Run through		
8:00 PM	OM modellide proovid (RUUDI JUURVARA - 8 modelli)				
8:30 PM	OM modellide proovid (MUST TOONEKURG - 10 modelli)				
9:00 PM	OM modellide proovid (Üits härä... - 6 modelli)				
9:30 PM	OM modellide proovid (PDÖRIPÄEV - 6 modelli)				
10:00 PM	OM modellide proovid (buffer neile kellele rohkem aega läheb)		Buffer vajalikule	Kaamera tehnika saabumine?	

Lisa 2. Tegevuskava

	2020 OMAMOOD		
AEG	TEGEVUS	TULEMUS	VASTUTAJA
Oktoober 2019	Sündmuse kontseptsiooni, eesmärgi, visiooni, missiooni sõnastamine	Paigas on 2020. aasta moेतenduse kontseptsioon ja sisu vastavalt millele valitakse sündmusele meeskond.	Peakorraldaja + kunstiline juht
Nov-19	Sündmuse konkursi reglemendi paika panek	Sündmusel on uus parandustega reglement, mille tulemusena kandideerivad moेतendusele sobivad disainerid	Peakorraldaja + kunstiline juht
Detsember 2019	Sündmuse eelarve koostamine	Sündmuse rahaliste vajaduste kaardistamine ning paika panek	Peakorraldaja
Oktoober 2019- jaanuar 2020	Meeskonna kokkupanek	Paigas on sündmuse meeskond	Peakorraldaja
Detsember 2019	OmaMood 2020 reglemendi välja kuulutamine	Reglement on avalik ning kõik soovijad saavad kandideerida	Turundusjuht+ peakorraldaja

Jaanuar 2019 - märts 2020	Reglemendi aktiivne turundus sobivate disainerite leidmiseks	Reglement on avalik ning kõik soovijad saavad kandideerida	Turundusjuht + peakorraldaja
Veebruar 2020	Esimene tiimi ühiskohtumine	Meeskond saab üksteisega tuttavaks	Peakorraldaja
Detsember 2019- märts 2020	Koostööpartnerite ja sponsorite leidmine	Vastavalt eelarvele leitakse sobivad koostööpartnerid ja sponsorid, kes aitavad katta sündmuse kulusid	Peakorraldaja + turundusjuht
Veebruar 2020	Alatiimidega kohtumised, tegevuskava paikapanek	Alatiimid teavad oma ülesandeid ja ajakava	Peakorraldaja
Veebruar- juuli 2020	Aktiivne turundus sotsiaalmeedias, kodulehel, ERMis, plakatite kaudu, koostööpartnerite kaudu, meedias.	Sündmuse teavitus, et kutsuda sihtgruppi sündmust vaatama	Turundusjuht+ tema meeskond
Jaanuar- mai 2020	Bartertehingute sõlmimine	Sündmusele otsitakse sobivad sponsortooted kingituste jaoks, mis on mõeldud modellidele, disaineritele ja vabatahtlikele tänutäheks	Turundusjuht + tema meeskond
märts - juuni 2020	Muusikalise kujunduse loomine	Moeetenduse kolleksioonid saavad endale muusikalise kujunduse	Kunstiline juht, muusik ja koreograaf

veebruar - juuni 2020	Koreograafia loomine	Moeetenduse kolleksioonid saavad endale koreograafia	Kunstiline juht, muusik ja koreograaf
Märts 2020	Lavaplaani kavandid paigas	Paigas on küllastajate, esinejate ja modellide paigutus. Lisaks modellide liikumise teekond laval ja lava suurus	Kunstiline juht
Märts 2020	Reglemendi tähtaeg ja konkursi võitjate väljakuulutamise	Konkursil osalenud disainerid saavad moeetendusel osalemise kohta positiivse või negatiivse vastuse. Edasipääsejad kinnitavad oma osalemise	Peakorraldaja, kunstiline juht ja žürii
Märts 2020	Pileti hinna kalkulatsioon ja paika panek	Paigas on piletihind	Peakorraldaja
Aprill 2020	Meigi ja soengupartnerite leidmine ja kokkulepete sõlmimine	Olemas on soengu ja meigi partner, kes teeb modellidele professionaalse soengu/meigi lavale	Tagalavatiim, peakorraldaja ja finantsjuht
Aprill 2020	Piletimüügi algus	Välja valitud piletimüügi platvormilt saab osta pileteid	Turundustiim

mai 2020	Kollektsioonide üles pildistamine	Kollektsioonidest on fotod, mida saab kasutada moeetenduse turunduses. Lisaks jäävad need disaineritele mälestuseks	Tagalava, turundustiim ja visuaalne tiim + fotograaf+ disainerid + modellid
Aprill 2020	Tehnilise tiimi kokku panek ja kohtumine (lava, valgus, heli, visuaal, video, logistika)	Olemas on tehniline tiim	Peakorraldaja
Aprill-juuni 2020	Pidev suhtlemine disaineritega	Disainerite ja korraldajate pidev omavaheline suhtlus, mille tulemusena pannakse paika erinevad korralduslikud detailid	Tagalava tiim
Mai 2020	Proovide graafikute koostamine	Moeetenduse korralduses osalev meeskond teab, millal nad peavad kohal olema	Tagalava tiim
Mai 2020	Modellide leidmine koostöös agentuuride ja avaliku castinguga	Valitakse modellid, kes osalevad moeetendusel	Tagalava tiim
Mai 2020	Avalik casting modellide leidmiseks Tartu Kaubamajas	Valitakse modellid, kes osalevad moeetendusel	Peakorraldaja+ tagalava juht

Mai 2020	Modellide paigutamine kolleksioonidesse	Modellid jagatakse kolleksioonidesse, vastavalt millele koostatakse meigi/soengugraafikud ja pannakse paika lavaline järjekord	Disainerid ja tagalava tiim
Mai 2020	Valgusplaani + visuaalide loomine	Paigas on valguskujundus, mis aitab siduda muusika ja liikumise koos visuaalidega tervikuks.	Valgustehnikud
Mai 2020	Kolleksioonid on täielikult valminud	Valmis on moeetendusel osalevate disainerite kolleksioonid, mis on eelduseks modellide otsimisele.	Disainerid
Mai 2020	Lavalise järjekorra paika panek	Lavaline järjekord on paigas ning modellid teavad, millal nad peavad laval olema. Lisaks on see vajalik ka ülejäänud loomingulisele meeskonnale.	Tagalava juht + kunstiline juht + koreograaf
Mai 2020	Soengu- ja meigigraafikute koostamine	Kaardistatud saab meikarite ja juuksurite vajadus ning tööaeg	Meigitiimi ja Soengutiimi juht
juuni 2020	Juuksurite, meikarite ja modellidega pidev suhtlemine	Infovahetus korraldajate ja ülejäänud meeskonna vahel, et panna paika erinevaid korralduslikke detaile	Tagalava tiim

Juuni 2020	Tagalava ülesehitus ja paikapanek	Paigas on sündmuse tagalava ning disainerid saavad kohale tuua oma kolleksioonid	Tagalavatiim, logistikajuht ja ehitustiim
Juuni 2020	Lavaehitus	Paigas on moeetenduse lava	Lavatiim
Juuni 2020	Proovid koos modellide, muusiku ja valgustajate ja koreograafidega	Modellidele saab selgeks lavaline liikumine ning valgustajad ja muusik saavad harjutada sündmuse jaoks	Kogu tiim
Juuni 2020	Sponsorite toodete, tehnika kohale toimetamine	Kohal on sponsorite tooted ja vajalik tehnika	Peakorraldaja+ turundusjuht + tagalava tiim
Juuni 2020	Toimub sündmus	Toimub avalik sündmus	Terve tiim

Lisa 3. Riskianalüüs

Mida arvame juhtuvat?	Riski suurus (T x M)	Kus??	Millal?	Mida on võimalik teha selle vältimiseks?	Mida teha, kui see siiski juhtub?	Vastutaja	Aeg
COVID-19 Levik	1x0,7=0,7	Nakatumine sündmuse asukohas, haigestumine eemal/mujal	Nakatumine ürituse ajal ja haigestumine peale üritust	2+2 reegli järgmine nii palju kui võimalik, maskide ja des. vahendi kasutamine, peame kinni riiklikest reeglitest, inimeste hajutamine võimalikult laiali	Kuna haigestumine juhtub hiljem siis haigestumisest teatamisel kriisikontroll	Peakorraldaja	Ettevalmistused ohutuks liikumiseks enne sündmust ning sündmuse ajal nende rakendamine

<b>Mida arvame juhtuvat?</b>	<b>Riski suurus</b> (T x M)	<b>Kus??</b>	<b>Millal?</b>	<b>Mida on võimalik teha selle vältimiseks?</b>	<b>Mida teha, kui see siiski juhtub?</b>	<b>Vastutaja</b>	<b>Aeg</b>
Inimeste minestamine õhupuuduse/vedelikupuuduse tõttu	1x2=2	Laval/tagalaval	Proovides	Ruumide õhutamine ja vee punktide loomine tagalavadele	Inimene viia tuulutatud ruumi, esmaabi pakkumine, vajadusel võtta ühendust kiirabiga	Tagalavade juhid	10min
Modellide minestamine õhupuuduse/vedelikupuuduse tõttu	2x2=4	Laval	Etenduse ajal	Ruumide õhutamine ja vee punktide loomine tagalavadele	Modelli viimine tuulutatud ruumi, esmaabi pakkumine, modellide korralduse muutmine	Tagalavade juhid	5min

<b>Mida arvame juhtuvat?</b>	<b>Riski suurus</b> (T x M)	<b>Kus??</b>	<b>Millal?</b>	<b>Mida on võimalik teha selle vältimiseks?</b>	<b>Mida teha, kui see siiski juhtub?</b>	<b>Vastutaja</b>	<b>Aeg</b>
Modellidel allergiahoovuste tekkimine meigi/juuksetoodete tõttu	1x2=2	Tagalaval	Etenduse päeva hommikul	Eelnevalt uurida modellide käest juba teatavaid allergiaid	Alternatiivse meigitoote kasutamine, vastavalt vajadusele esmaabi andmine	Meigimeeskond, tagalava juhid	10min

Lisa 4. OmaMood 2020 moeetenduse salvestus

[https://www.youtube.com/watch?v=tGCDvcLX8HM&ab\\_channel=EstonianFashionFestival](https://www.youtube.com/watch?v=tGCDvcLX8HM&ab_channel=EstonianFashionFestival)



## SUMMARY

OmaMood 2020 fashion show in cooperation with the Estonian Fashion Festival took place on June 11, 2020 in Tartu National Archives of Estonia building Noora as a live stream. The fashion show took place for the 8th time and originated from the University of Tartu Viljandi Culture Academy where it started as a small fashion show to exhibit works of students from the department of Estonian native crafts. The show's main purpose is to promote and modernize sustainable and heritage-based fashion. OmaMood fashion show took place for the third time in cooperation with the Estonian Fashion Festival.

As an author, my role in the project was head-organizer. My assignments ranged from setting the budget and signing cooperation deals to communication between Eff and OmaMood teams. The biggest expenses in production were labor costs, due to a team consisting of several experts. The biggest income in the projects was from sponsors and government backing.

Due to COVID-19, OmaMood was forced to move its show online. The transformation was quite quick due to the professional team.

From a culture manager perspective, OmaMood 2020 fashion show was a good event to organize because it included a lot of needed competencies of culture management. Cooperation with musicians, performers, models, and a team of this size was a new experience for me. For future organizers, I recommend focusing on learning organizational and negotiation skills.

## LIHTLITSENTS

Lihlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Henri Karmiste,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihlitsentsi) minu loodud teose OmaMood 2020 moetendus koostöös Estonian Fashion Festivaliga,

mille juhendaja on Tiiu Männiste,

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Henri Karmiste

14.05.2021