

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA
Kultuurikorralduse õppekava

Deelia Kurg

EESTI MUUSIKAETTEVÕTLUSE AUHINNAD 2025

Lõputöö

Juhendaja: Jorma Sarv, MA, kultuurikorralduse nooremlektor

Viljandi 2025

Resümee

Eesti muusikaettevõtluse auhinnad 2025

Käesolev Tartu Ülikooli Viljandi kultuuriakadeemia kultuurikorralduse eriala lõputöö annab ülevaate Eesti Muusikaettevõtluse Auhindade gala 2025 korraldusprotsessist ning minu rollist selles. Sündmus on muusikatööstuses tegutsevatele ettevõtjatele suunatud tunnustusüritus, mille eesmärk on suurendada valdkonna nähtavust ja tunnustada muusikatööstuse tegijaid ning selle tugistruktuure, sündmust korraldas Music Estonia. See on valdkonna jaoks olulise tähtsusega üritus, mis on Music Estonia üks väljund soodustada muusikatööstuse arengut ja seeläbi aidata luua muusikamaastikku mitmekesisemaks ja võimalusterohkemaks. Eesti muusikaettevõtluse auhindade gala 2025 leidis aset 5. märtsil, 2025. aastal, sündmusest sai osa 280 inimest. Valdonnaülevalt jagati laiali mitmeid auhindu ja sündmuse eesmärk täideti. Olin sündmuse korraldustiimis koordinaator ja piletimüügi juht.

Võtmesõnad: muusikatööstus, tunnustusüritus, sündmuskorraldus, gala.

Abstract

Estonian Music Business Awards 2025

This practical diploma thesis in cultural management of Viljandi Culture Academy of the University of Tartu gives an overview of the process of organizing the Estonian Music Business Awards Gala 2025 and my role in it. This is an award ceremony for entrepreneurs operating in the music industry. It aims to increase the field's visibility and recognize the entrepreneurs in the music industry and its support structures. The event is organized by Music Estonia. This event adds significant importance into the field and serves as one of Music Estonia's initiatives to promote the development of the music industry, thereby helping to create a more diverse and opportunity-rich music landscape. The Estonian Music Business Awards 2025 took place on March 5, 2025, with 280 people in attendance. Awards were distributed across multiple sectors, successfully achieving the event's goal. I was the coordinator and ticket sales manager in the event organization team.

Keywords: music industry, recognition event, event management, gala

Sisukord

Sissejuhatus.....	5
1. Organisatsiooni Music Estonia analüüs.....	6
1.1. Ülevaade organisatsioonist.....	6
1.2. Music Estonia missioon, visioon, eesmärgid ja väärtused.....	7
1.3. Music Estonia struktuur ja tegevusvaldkonnad.....	8
1.4. Music Estonia eelarve.....	10
2. Eesti muusikaettevõtluse auhindade gala 2025.....	11
2.1. Sündmuse idee ja kirjeldus.....	11
2.2. Sündmuse eesmärgid ja tulemused.....	12
2.3 Sihtrühm.....	14
3. Korraldusprotsess.....	14
3.1 Meeskond.....	15
3.2 Ideestamine.....	16
3.3 Planeerimine.....	16
3.4 Kommunikatsioon.....	18
3.5 Toimumine.....	19
3.5.1 Sündmuse riskianalüüs.....	20
3.6 Lõpetamine.....	21
3.6.1 Eelarve.....	21
3.6.2 Võimalikud mõjud.....	23
4. Kokkuvõttev sündmuse analüüs ja refleksioon.....	23
4.1 Sündmuse analüüs.....	23
4.2 Eneseanalüüs.....	26
Kokkuvõte.....	29
Kasutatud allikad.....	30
LISAD.....	32

Lisa 1. EMEA 2025 tegevusplaan.....	32
Lisa 2. EMEA 2025 riskianalüüs.....	33
Lisa 3. EMEA 2025 eelarve.....	36
Lisa 4. EMEA 2025 kommunikatsiooniplaan.....	37
Lisa 5. EMEA 2025 sotsiaalmeediaplaan.....	38
Lisa 6. EMEA 2025 partnerlustabel.....	39
Lisa 7. EMEA 2025 visuaalid.....	41
Lisa 8. EMEA 2025 fotosein.....	43
Lisa 9. EMEA 2025 laureaadid.....	44
Lisa 10. EMEA 2025 žüriide kosseisud.....	46
Lisa 11. Music Estonia töötajate vastutusosalad.....	47

Sissejuhatus

Muusikat võib kuulda peaaegu, et igal pool, olgu selleks pelgalt toidupoe raadio, mis mängib, kui inimene oste teeb. 2021. aastal viisid Norstat ja Dentsu läbi uuringu, mille tulemustele kohaselt kuulavad 94% 15-60 aastastest Eesti elanikest muusikat igapäevaselt (ME, 2021), nii ka mina. Inimesed võtavad muusika olemist meie eludes ja muusikaartistide nägemist erinevates meediakanalites iseenesest mõistetavana, kuid varju jäävad need, kes muusika loomise ja muusikamaastiku arendamise taga on.

Antud lõputöö annab ülevaate Eesti muusikaettevõtluse auhindade 2025. aasta galast ja selle korraldamisest. Eesti muusikaettevõtluse gala on juba 11 aastat toimunud muusikatööstuse ja seda toetavate ettevõtjate tunnustusüritus, millest viimased viis aastat on korraldanud seda Music Estonia. Sündmuse peamine eesmärk on tunnustada muusikatööstuse tegijaid ja tagada valdkonnale nähtavust. Tunnustamisel on oluline roll motivatsiooni tekkeks ning valdkonnale laiema nähtavuse tagamine soodustab muusikatööstuse arengut. Ilma muusikatööstuse arenguta ja selles töötavate inimesteta ei oleks Eesti üldine muusikamaastik nii võimalusterohke, nagu on see on praegu.

2025. aasta muusikaettevõtluse auhindade galal jagati välja 30 erinevat auhinda viies erinevas muusikatööstuse valdkonnas ning üritust külastas 280 inimest. Üritus leidis aset 2025. aasta 5. märtsil Tallinnas Kruiisiterminalis.

Käesoleva lõputöö eesmärk on anda ülevaate Eesti muusikaettevõtluse gala 2025 korraldamise kogemusest. Esimeses peatükis analüüsin projekti korraldanud organisatsiooni ning avan selle tausta. Teises peatükis tutvustan sündmuse ideed, sihtgruppe ning kirjeldan ja mõõdan korraldusprotsessis püstitatud eesmärke. Kolmandas peatükis annan ülevaate korraldusprotsessist ja selle võtmetegevustest ning neljandas peatükis analüüsin nii kogu sündmuse korraldust kui ka enda rolli ja panust selles.

1. Organisatsiooni Music Estonia analüüs

Käesolevas peatükis annan ülevaate ning analüüsin MTÜ Music Estoniat, mis on töös käsitletava sündmuse Eesti muusikaettevõtluse auhindade galat (EMEA) korraldav organisatsioon. Raoul Üksvärav (1992) kirjeldab organisatsiooni kui mingit inimrühma, kes tahab ühiselt saavutada kindlat eesmärki, seda juhendamise abiga. EMEA 2025 galat korraldas Music Estonia (ME) ning seetõttu annan ka Music Estoniast kui organisatsioonist ülevaate, et leida ning tuua esile seos nende ja sündmuse vahel.

1.1. Ülevaade organisatsioonist

Music Estonia asutati 2014. aastal 23 kokku tulnud muusikaettevõtte poolt, tänaseks on ME liikmeid juba üle 100 (Music Estonia [ME], *s.a.*). Organisatsioon on kujunenud kompetentseks muusika ekspordikontoriks ja arenduskeskuseks, mille peamiseks tegevusteks on Eesti muusikaettevõtjate rahvusvaheline esindamine, koostöövõimaluste arendamine eri sektorite vahel, osalemine rahvusvahelistes projektides, uuringute algatamine ja vedamine, seminaride ja töötubade korraldamine (ME, *s.a.*). Kõik need tegevused käivad kaasas nende missiooni, visiooni, väärtuste ja eesmärkidega, millest räägin hiljem.

Music Estonia eripäraks on kaks haru, mille liikmeks saab astuda. Music Estonia *Live*, mis esindab Eesti klubisid, kontsertpaiku, festivali- ja kontserdikorraldajaid (ME, *s.a.*) ning Music Estonia *Managers*, mis esindab artistide mäenedžere (ME, *s.a.*). Mõlemas harus tegeletakse vastavate vajadustega, näiteks *Live* haru tegeleb liikmete esindamisega ning nende tegevuse ja arengu toetamisega, *Managers* haru aga mäenedžeride tegevuse arendamisega nii rahvusvaheliselt kui ka regionaalselt (ME, *s.a.*). Mõlema haru juures on Music Estoniale tähtis elavdada liikmete omavahelist koostööd ja üksteise toetamist ka lokaalsel tasemel (ME, *s.a.*).

Music Estonia kuulub mitmetesse rahvusvahelistesse võrgustikesse, liitudesse ja ühendustesse. Nendeks on Euroopa muusikaekspordi kontorite (EMEE) võrgustik, rahvusvahelise muusikakeskuste ühendus (IAMIC), Ülemaailmne naismuusikaprodutsentide võrgustik (Global Network for Women Music Producers), Euroopa Muusikamanageride Liit (The European Music Managers Alliance, EMMA), ESNS Exchange ning on ka üle-euroopalise kontsertpaikade võrgustiku Live DMA liige ja osa juhatusest (ME, *s.a.*). Alates 2014. aastast on Music Estonia viinud Eesti muusikuid ja ettevõtteid enam kui 40 delegatsiooniga tähtsatele

rahvusvahelistele muusikatööstuse messidele ja esitlussündmustele nagu Eurosonic, Reeperbahn, The Great Escape, WOMEX, Jazzahead, Classical:NEXT, ISPA, MENT jt. Nende raames on läbi aastate kaasatud enam kui 150 Eesti artisti ja muusikaettevõtet (Hub for the Exchange of Music Innovation, *s.a.*). Lisaks viib Music Estonia läbi ka erinevaid programme, mis keskenduvad nii alustavatele kui ka kogunud muusikaettevõtetele ja- ettevõtjatele, et aidata neil areneda, luua uusi teenuseid, saada uusi kontakte ning leida uusi koostöövõimalusi nii Eesti kui ka rahvusvahelisel turul. (ME, *s.a.*)

1.2. Music Estonia missioon, visioon, eesmärgid ja väärtused

Oluline organisatsiooni juures on selle missioon, visioon, väärtused ja eesmärgid. Need punktid annavad ülevaate, mida organisatsioon tahab saavutada ja mida ta selleks teeb (Mänd, 2014). Neid mõtteid sõnastatakse tihtipeale strateegiaplaani raames. Strateegia on samaaegselt nii juhiskui ka muster, mis hõlmab endas järjepidevat tegevust kindla ajaraami jooksul, et saavutada määratletud eesmärgid (Mintzberg, 1994). Missioon kirjeldab üldist suunda, kuidas eesmärgi poole püüeldakse, andes ülevaate, miks organisatsioon eksisteerib (Bowen, 2018). Music Estonia missioon nende strateegia järgi on toetada konkurentsivõimelise muusikavaldkonna professionaalset arengut. Seda teostab Music Estonia olles arendus- ja esinduskeskus ning sellena pakkudes tuge ja võimendades Eesti muusikaettevõtjate huve nii kohalikul kui ka rahvusvahelisel tasandil (ME, *s.a.*).

Mändi (2014) sõnul on visiooni ülesanne organisatsiooni jaoks anda ettekujutus organisatsiooni tuleviku osas. Music Estonia visiooniks nende 2024–2027 aastateks loodud strateegiadokumendi järgi on järgnev: “Eesti muusikavaldkond on elujõuline ning muusikaettevõtlus on ühiskonnas hinnatud lisandväärtust loova ning rahvusvaheliselt läbilöögivõimelise ettevõtlussektorina.” See kannab edasi unistust, mis Music Estonia töötajatel on. Selle sama dokumendi põhjal toon välja ka Music Estonia 2024-2027 väärtused, nendeks on järgnevad:

- Avatus - Oleme asutatud muusikaettevõtete ja organisatsioonide poolt ning töötame nende huvides. Tegutseme oma liikmeid ja kogu valdkonda kaasavalt ja läbipaistvalt;
- Koostöö - väikese organisatsioonina teame, et tulemuste saavutamiseks tuleb teha väga tihedat koostööd nii valdkonna sees kui väljaspool, selleks arendame ja laiendame

koostöövõrgustikku nii Eestis kui ka rahvusvaheliselt. Oleme muusikavaldkonna arendamisel konstruktiivseks partneriks nii avalikule kui ka erasektorile;

- Teadmispõhisus - kogume laiapõhjalist ja ajakohast statistikat ning tugineme oma tegevuses uuringutele ja analüüsidele. Lähtume oma liikmete ja valdkonnas tegutsejate vajadustest ning töötame eesmärgipäraselt ja lahendustele orienteeritult.

Organisatsiooni väärtuseid peetakse püsivateks uskumusteks, mis mõjutavad organisatsiooni liikmete käitumist (Ofori & Sokro, 2010). Mida väärtuspõhisem on organisatsioonikultuur, seda tulemuslikum on tehtud töö (Ofori & Sokro, 2010). Music Estonia väärtused vastavad hästi ka nende missioonile ja visioonile ning annavad mõista, kuidas planeeritakse jõuda eesmärkideni. ME lähtub oma ülesannetes arvestades liikmete soove ja vajadusi, nad teevad koostööd erinevate rahvusvaheliste projektidega ja algatavad ning jagavad erinevaid uuringuid, mis on leitavad ka Music Estonia kodulehelt.

Eesmärk on selgelt sõnastatud olukord või tulemus, mis on arusaadav ja mõõdetav (Mänd, 2014). Music Estonia strateegia järgi on nende eesmärgid järgmised:

1. Eesti muusikaettevõtjatel on vajalikud oskused, teadmised ja kontaktid valdkonnas tulemuslikuks tegutsemiseks ning ettevõtluse arendamiseks.
2. Eesti muusikavaldkond on rahvusvaheliselt hästi võrgustunud ning muusikaettevõtjad on välisturgudel edukad.
3. Eesti muusikavaldkonna hääl ühiskonnas on kuulda ning valdkonda arendatakse teadmispõhiselt.

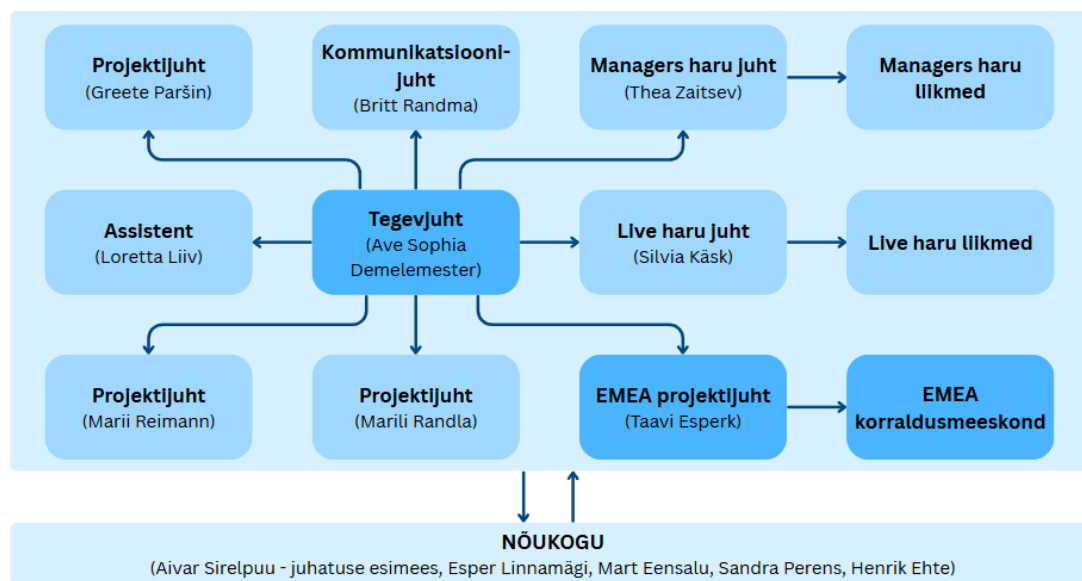
Nende eesmärkide juures tunnen ära ka seose EMEA galaga. EMEA gala pole ainult tunnustusüritus, vaid ka koht, kus muusikaettevõtjad saavad omavahel kokku ning see annab neile hea koha võrgustumiseks, mis aitab täita esimese eesmärgi kontaktide olemasolu rolli. Kolmas eesmärk ühtib EMEA galaga enim. EMEA gala tagab Eesti muusikaettevõtjatele hea platvormi nähtavuseks ja oma hääle kandmiseks, sellest täpsemalt räägin teises peatükis, kus kirjeldan sündmust. Samuti ühtivad need eesmärgid hästi ka organisatsiooni väärtustega.

1.3. Music Estonia struktuur ja tegevusvaldkonnad

Organisatsiooni struktuur on tööjaotuste, korralduste ja protsesside näitaja, see annab ülevaate, kes milliseid protsesse juhib ja kes kellele infot edastab (Lemmik, 1999). Music Estonia struktuur on võrdlemisi lihtne, organisatsiooni eesotsas on tegevjuht, kelle ümber moodustuvad

kõik põhitöötajad (vt joonis 1). Iga töötaja vastutab mingite konkreetsete tegevuste täitumise eest ning juht tegeleb laiemal pildil, olles esindaja, arendaja ja eestvedaja (vt lisa 11). ME töö suunab ja aitab kavandada nõukogu, kuhu kuulub viis kuni seitse liiget (ME, *s.a.*).

Joonis 1. Music Estonia struktuur 2025 seisuga.



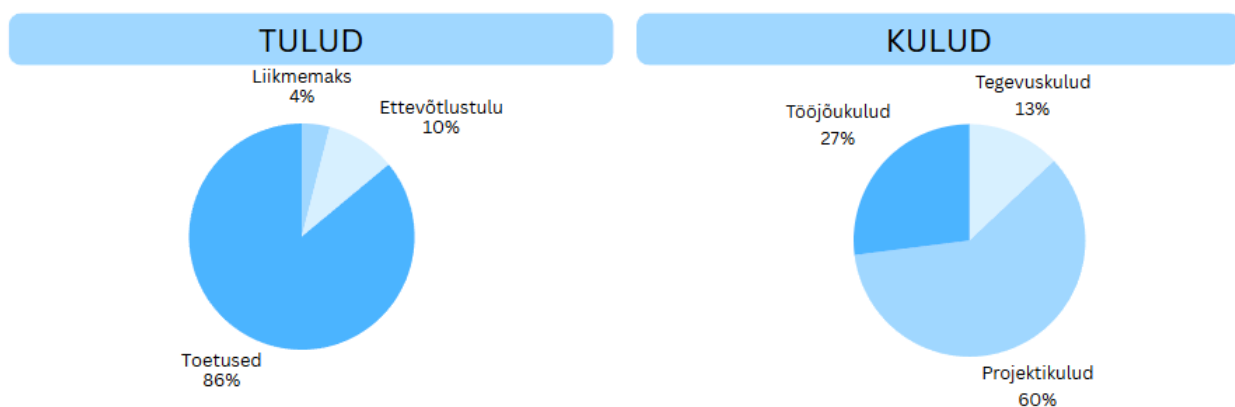
Music Estonia töös on oluline vastutus projektijuhtidel. Projektijuhi üldine roll on vastutada projekti eesmärkide saavutamise eest (Alam & Gühl, 2022). Music Estonia haldab väikese organisatsiooni kohta samaaegselt paljusid projekte ning seetõttu on ka erinevaid projektijuhte neli (vt joonis 1). Kui EMEA projektijuhti roll on vaid läbi viia iga-aastane Eesti muusikaettevõtluse auhindade gala, siis ülejäänud projektijuhtide töö on hoopis laiahaardelisem. Nad korraldavad esitlusfestivalidel käimisi, delegatsioonide väljasaatmist ja sissetoomist, veavad eest ja osalevad rahvusvahelistes projektides, loovad arengu- ja mentorlusprogramme, praktikaprogramme, toetusprogramme, korraldavad seminare ja võrgustusüritusi (ME, *s.a.*). Samuti on oma selgelt piiritletud roll ka harude juhtidel. Nad arendavad enda juhitud valdkondi ja on liikmed erinevates rahvusvahelistes võrgustikes (ME, *s.a.*). Täpsem ülevaade Music Estonia töötajate vastutusaladest lisas 11.

1.4. Music Estonia eelarve

Eelarve on organisatsiooni või projekti tulude ja kulude koondvaade. Kuna 2025. aasta lõplikuid tegevustulusid ja kulusid pole veel teada, siis saan anda ülevaate vaid planeeritavast eelarvest. 2025. aastal on ME planeeritavad tulud suurusjärgus 650 000 € ja koosnevad peamiselt toetustest (Demelemester, e-kiri autorile 12. mai 2025). Ainuüksi Kultuuriministeeriumi toetus ME-le on 2025. aastal 99 750 € (Kultuuriministeerium, 2024), mis on umbes 15% Music Estonia eelarvest. Kokku moodustavad tõenäoliselt toetused Music Estonia tuludest ligikaudselt 86%, liikmemaks umbes 4% ja ülejäänud 10% on planeeritud ettevõtlustuluna (Demelemester, e-kiri autorile 12. mai 2025).

Music Estonia mittetulundusühinguna ei tegele kasumi teenimisega, seega on nende planeeritud kulud üldiselt samas suurusjärgus, mis tulud. Peamised kulud MTÜ-le on projektikulud, mis tõenäoliselt ulatuvad 60%-ni (Demelemester, e-kiri autorile 12. mai 2025). Ülejäänud kuludeks on planeeritud tööjõukulud, ligikaudu 27% ja tegevuskulud, ca 13% (Demelemester, e-kiri autorile 12. mai 2025). Siinkohal tasub ära märkida, et kuna aasta ei ole veel lõppenud, siis võivad proportsioonid ka muutuda. Parem ülevaade ME tuludest ja kuludest on leitav jooniselt 2.

Joonis 2. Music Estonia tulude ja kulude üldised proportsioonid.



2. Eesti muusikaettevõtluse auhindade gala 2025

2.1. Sündmuse idee ja kirjeldus

Eesti muusikaettevõtluse auhindade gala on toimunud järjepidevalt juba alates 2015. aastast. Kuni 2020. aastani (k.a.), oli korraldajaks Eesti Fonogrammitootjate Ühing (EFÜ). 2021. aastal võttis selle üle Music Estonia, seega on Eesti muusikaettevõtluse auhindade galat juba viimased viis aastat Music Estonia korraldanud. EMEA ei ole küll laiemale ringile tuntud, kuid see on sarnane tunnustusüritus, mis Eesti Muusika Auhindade galaga (EMA) ehk kontseptsioon on võrdlemisi sarnane. Kui EMA on artiste tutvustav auhinnagala, suunatud ootuspäraselt laiemale publikule, siis EMEA on pigem muusikatööstuse sisene üritus ja tunnustab muusikamaastikul tahaplaanile jäävaid. EMEA auhindu on viimased kaks aastat väljastatud viies erinevas valdkonnas, milleks on järgnevad:

- muusikaturundus ja -kommunikatsioon,
- artisti tugistruktuurid,
- muusikasündmuse korraldus,
- disainilahendused,
- valdkonnaülesed auhinnad.

Nendesse valdkondadesse valiti eelneva aasta baasilt 27 kategooriat (vt lisa 9). Lisaks kategooriatele anti välja ka eriauhindu, mis otseselt valdkondadesse ei mahu, kuid on žürii otsusel märgilise väärtusega ning vajaks tunnustamist. Koos kolme eriauhinnaga anti 2025. aasta EMEA galal välja 30 auhinda Eesti muusikatööstuse parimatele (vt lisa 9).

Auhindade saamise üle otsustavad iga valdkonna žüriid. Need on avalikult leitavad ka EMEA kodulehelt. Iga valdkonna eest vastutab žüriitöö juht, kes ise on ka selles valdkonnas tegutsev professionaal (vt tabel 1) ja tema tagab koos teiste selle valdkonnaga spetsialistidega õiglase hindamisprotsessi. 2025. aasta EMEA žüriijuhtideks olid Ingrid Kohtla, Toomas Olljum ja Danel Pandre, Eva Palm, Kerstin “Kessu” Raidma ning Ave Sophia Demelemester (vt tabel 1). Žüriitööde juhid valib välja EMEA korraldustiim ning neile tehakse otse pakkumine. Üldine tava on juht välja vahetada iga kahe aasta tagant. EMEA 2025 žüriikoosseisudest detailsem vaade on esitatud lisa 10.

Tabel 1. Ülevaade EMEA 2025 žüriijuhtidest.

Valdkond	Žüriijuht	Ametikoht
Muusikaturundus- ja kommunikatsioon	Ingrid Kohtla	Muusikanädal (Tallinn Music Week) kommunikatsiooni ja meediasuhete juht; Shiftworks (Station Narva jm) kommunikatsioonijuht
Artisti tugistruktuurid	Toomas Olljum	Made In Baltics Entertainment asutaja ja tegevjuht
Artisti tugistruktuurid	Danel Pandre	Full House Agency asutaja ja tegevjuht
Muusikassündmuse korraldus	Eva Palm	Live Nation Baltics peapromootor
Disainilahendused	Kersti "Kessu" Raidma	Reklaamiagentuuri Tabasco loovjuht
Valdkonnaülesed auhinnad	Ave Sophia Demelemester	Music Estonia tegevjuht

2.2. Sündmuse eesmärgid ja tulemused

Sündmusega käib kaasas eesmärk, küsimus, miks üldse sellist projekti tehakse. Eesmärke saab jaotada kaheks - üldeesmärgiks (inglise k. *goal*) ja alaeesmärgideks või valdkondlikeks eesmärkideks (inglise k. *objective*) (Sampietro, 2016). Üldeesmärk on laialdasem, ajatum ja annab ülevaate soovitud tulemusest. Alaeesmärk on detailsel tasemel sõnastatud konkreetsem eesmärk, mida saab projekti lõpus hinnata ja mõõta (Sampietro, 2016). Need aitavad sündmuse töömahtu hallata (Alam & Gühl, 2022). Hea mudel eesmärkide seadmiseks ja mõõtmiseks on SMART, see on üks populaarsemaid eesmärgistamise mudeleid. "SMART" on ingliskeelne akronüüm, mis vastab sõnadele spetsiifiline (*specific*), mõõdetav (*measurable*), saavutatav (*achievable*), asjakohane (*relevant*) ja ajaliselt piiritletud (*time-bound*), mille abil saab eesmärke luua (Doran, 1981).

Eesti Muusikaettevõtluse Auhindade gala on loodud vasteks juba ülal mainitud probleemile: muusikatööstuse ettevõtjad ei paista piisavalt silma ega saa seetõttu piisavalt tunnustust. Selleks, et lahendada probleemi, on EMEA üldeesmärk olnud läbi aegade: "Eesti muusikavaldkonna ja selle tugistruktuuride esile toomine ning tunnustuse jagamine silmapaistvatele Eesti muusikaettevõtluse vallas tegutsevatele ja seda valdkonda edendavatele isikutele ja ettevõtetele." (EMEA, *s.a.*). Kuna ühest suuremast eesmärgist pelgalt ei piisa, arutasime korraldusmeeskonnaga läbi spetsiifilisemad sammud, kuidas soovitud tulemuseni

jõuda, arvestades ka 2024. aastal toimunud EMEA puudujääke. Selleks võtsime inspiratsiooni SMART mudelist, kuid otseselt selle järgi eesmärke ei seadnud (vt tabel 2).

Tabel 2. EMEA 2025 eesmärgid.

Eesmärk	Mõõdik	Saavutatud tulemus
1. Eesti muusikatööstuse ja selle tugistruktuuride ettevõtted saavad avalikus inforumis hästi nähtava ja professionaalse valdkondliku tunnustuse.	EMEA 2025 sündmuse õnnestumine. Ligi 30 auhinna üleandmine. Laialdane meediakajastus.	Täidetud. Sündmus sujus suuremate probleemideta. Välja anti 27 +3 auhinda. Ilmus mitmeid positiivseid meediakajastusi.
2. EMEA tegevused on sisutihedalt kommuniqueeritud ja gala kuvand on kultuuriavalikkuse jaoks atraktiivne.	Sotsiaalmeedia postituste tihedus. Visuaalide professionaalsus. Osalejate arv vähemalt 300.	Täidetud osaliselt. Visuaalid olid kenad ja professionaalsed. Sotsiaalmeediasse oleks võinud tihedamalt postitada. Osalejate arv oli 280.
3. Gala korraldus on tehniliselt heal tasemel ja pakub meeldejäävat elamust.	Tehnilise produktsiooni lahenduste vastavus korraldusmeeskonna ootustele. Tagasiside.	Täidetud. Projekt vastas täielikult meeskonna ootustele. Tagasiside produktsiooni ja elamuse osas oli hea.
4. Sündmuse finantsplaani toetab soovitud mahus müük ja toetused era ja avalikult sektorilt.	Toetuste ja piletimüügi summa katab täielikult EMEA korralduskulud.	Täidetud.
5. EMEA toetajad on nähtavuse osas rahul ja nende esitatud kriteeriumid on täidetud.	Toetajate nõuete ja toimunu vastavus. Visuaalne nähtavus sündmuse ajal. Toetajate tagasiside.	Täidetud. Toetajate kriteeriumeid täideti ja visuaalne nähtavus oli õiglane. Toetajate tagasiside oli hea.
6. Korraldusmeeskond on koostatud inimeste võimeid ja teadmisi arvestades ning töö on jaotatud vastavalt osapoolte kokkulepetele.	Töötundide arv. Osapoolte täidetud ülesanded.	Täidetud. Meeskonnaliikmete töötunnid ei ületanud kokkulepitut. Iga liige täitis temale suunatud ülesanded.

Eesmärkide täitmisest ja sellega seotud aspektidest annab detailsema ülevaate töö neljas peatükk.

2.3 Sihtrühm

Eesti õigekeelsussõnaraamat ÕS (2018) sõnastab sihtrühma järgnevalt: “kindlate tunnustega inimeste rühm, kellele mingi reklaam, toode vms on mõeldud.” EMEA peamise sihtrühma määratlemine on üsna lihtne. Kuna see on valdkondlik üritus ja sündmus on suunatud muusikaettevõtjatele, ettevõtetele ja muusikatööstuse tugistruktuuridele, siis olime ka arvestanud, et nemad on meie suurim sihtrühm. Kokkuvõtvalt saaks EMEA sihtrühma kirjeldada kui muusikatööstuses tegutsev ettevõtja ja tema kaaslane. Siiski saab neid liigitada ka näiteks nominentideks, nominentide kaaslaseks, ja muusikaettevõtjateks, kes soovivad oma kolleegide edu tähistada. Nendeni ürituse viimine ei vajanud liigset pingutust, sest nad on enamasti juba iga-aastased külalastajad ja võtavad galal käimist isenesest mõistetavalt.

Lisamissioonina oli EMEA 2025 sihtrühmaks ka noored ja ka üldiselt laiem avalikkus. Pileti kõrge hinna tõttu ei ole nad peamine sihtrühm, keda me sündmusele ootame, kuid see aasta seadsime ka sihi EMEA raames toimuva kommunikatsiooni abil nendes tõsta huvi muusikatööstuse vastu. Selleks üritati korraldada kommunikatsiooni ka kanalitel, mida EMEA peamine sihtrühm tõenäoliselt ei tarbi.

3. Korraldusprotsess

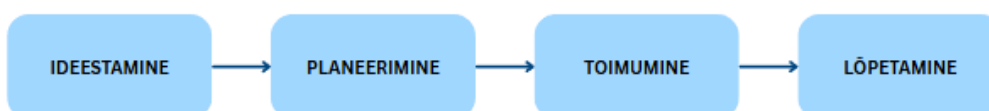
EMEA gala on igal aastal konseptsiooni mõttes olnud ühetaoline. See on tüüpiline tunnustusüritus, mille jooksul saab ümarlaudades nautida vabaõhu muusikat, süüa rikkalikku õhtusööki ning aplodeerida auhinna pälvinud muusikatööstuse lülide esindajatele. See aga ei tähenda seda, et korraldusprotsess oleks väljakutseteta. Iga üritus, ka korduv, on ainulaadne (Bladen *et al.* 2023). Iga aasta kogutakse tagasisidet ning proovitakse üha rohkem lihvida õhtut veelgi kvaliteetsemaks ja meeldejäavamaks.

Projekti saab algatada mitut eri moodi. Mõnd projekti hakatakse analüüsima esmalt limiitide kaudu, et saada arusaam, mis konkreetne projekt vajab (Schwalbe, 2017). Tihti hinnatakse projektiga kaasnevaid piiranguid vastavalt ulatusele (*Milline töö tehakse projekti raames?*), ajakavale (*Milline peaks välja nägema korraldusperiood?*) ja kulule (*Kui palju läheb projekt maksma?*) (Schwalbe, 2017). 2024. aasta EMEA galalt saadud tagasisidet arvesse võttes,

võeti vastu otsus, et EMEA vajab meeskonda lisajõudu. Nii sain kutse olla osa uuest põhitiimist ning hakkasime üheskoos eelseisvat planeerima.

Planeerimise alustamiseks, oli kõigepealt vaja läbi mõtestada, millistest etappidest projekt võiks koosneda. Algis Perens (2019) on projekti eluringiks välja pakkunud järgneva mudeli: algatamine, plaanimine, elluviimine ja lõpetamine. Selle põhjal koostasid läbi enda silmade EMEA 2025 projekti eluringi, ehk panin paika etapid, millest projekt koosneb (vt joonis 3).

Joonis 3. EMEA 2025 korraldusetapid.

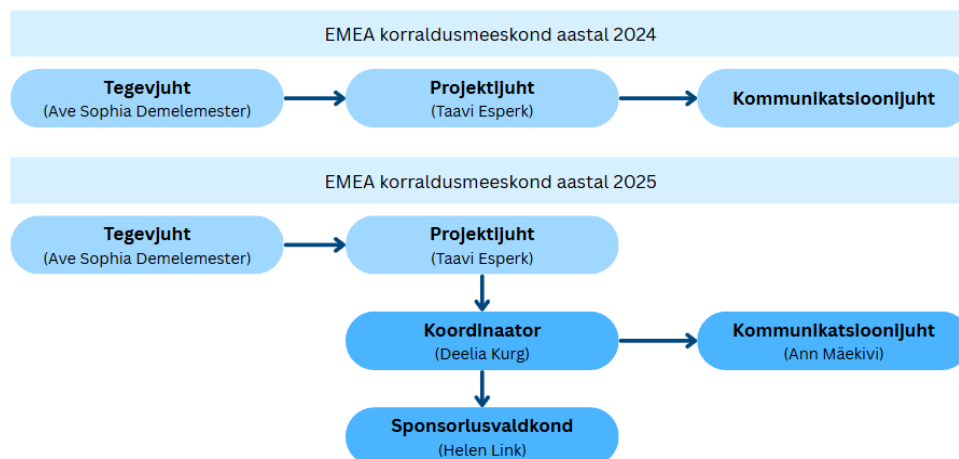


3.1 Meeskond

Selleks, et juhtida üht täisväärtuslikku projekti, on vaja rakendada erinevaid teadmisi, oskusi ja praktilisi võtteid (Project Management Institute, s.a.). EMEA 2025 puhul alustati nende funktsioonide täitmist inimestega. Projekti valiti erinevate oskuste, teadmiste ja võimetega inimesed, kellel kõigil oli oma roll. Kui varasematel aastatel olid suurenisti kõik ülesanded vaid projektijuhi, Music Estonia tegevjuhi ja projekti kommunikatsioonijuhi peal, siis 2025. aasta EMEA puhul võeti vastu otsus, et projektijuht vajab lisajõudu. Töökoormuse vähendamiseks kaasati EMEA põhitiimi nii mina, projektipõhine kommunikatsioonijuht Ann Mäekivi ja minu soovitusel ka sponsorlusvaldkonda Helen Link (vt joonis 4).

Meeskonda lisavõimekuse lisajana said ülesanneteks üldpildis projektikava haldamine, žüriitöö kaaskoordineerimine ja materjalide ettevalmistamine, kommunikatsioonisisendi haldamine ning sponsorluse valdkonna töö juhtimine. Lisaks olin ma ka lüli EMEA peatoetaja Sviby (Piletikeskus) ja meeskonna vahel, mistõttu sai minust ka piletimüügijuht, sest EMEA-t ka müüdi läbi nende.

Joonis 4. EMEA korraldusmeeskonna struktuurimuutus.



3.2 Ideestamine

EMEA 2025 gala korraldus algas ideestamisega. Esimest korda kogunesime juba 2024. aasta septembri alguses ürituse lepingulise suurtoetaja Svibyga Music Estonia kontoris, kellega hakati rajama ootusi 2025. aasta galaks. Svibyga sõlmiti kolme aastane leping 2024. aastal, mis tähendab, et nad olid EMEA peatoetajad 2024. aastal, 2025. aastal ja on ka 2026. aastal. Kuna eelneva aasta kohta oli neil kriitikat enda nähtavuse kohta, siis oli meile oluline, et 2025. aasta EMEA osas tunneksid nad end nähtult ja väärtustatult. Oktoobris 2024 toimus koosolek juhtgrupiga, kelleks oli EMEA korraldustiim, Eesti Fonogrammitootajate Ühing, Eesti Autorite Ühing, Eesti Esitajate Liit, Sviby ja Live Nation Estonia. Koos juhtgrupiga vaatasime üle kõik kategooriad ja auhinnad, mõnda muutsime, mõne lisasime ja mõne üldse eemaldasime. Sellel koosolekul algatati ka arutelu uute žüriijuhtide valimise, toitlustamise kontseptsiooni muutmise ja tasuta piletite piiramise osas. Samuti panime ideestamise perioodil paika ka eelarve (vt lisa 3), tegevusplaani (vt lisa 1), sh erinevad tähtajad ja sihini jõudmiseks vajalikud eesmärgid, mille tõin välja ka teises peatükis.

3.3 Planeerimine

Järgmine etapp oli planeerimine, see algas 2024. aasta oktoobri keskpaigast ning kestis sündmuse toimumiseni 5. märtsil 2025. Kolmapäevast kujunes peaaegu iganädalane koosolekupäev, kus pikem paus tehti vaid detsembris 2024. Nendel koosolekutel hoidsime

üksteist oma tegemistega kursis ning jaotasime ülesandeid. Esimesed koosolekud keskendusid eelkõige erinevate detailide läbi mõtestamisele. Panime paika meie võimalused ja vajadused, analüüsisime eelnevate aastate puudujääke, kaardistasime potentsiaalseid toetajaid ja seadsime ootused kommunikatsiooni osas. Oktoobris sain ka põhjaliku koolituse Sviby (Piletikeskus) meeskonnalt, kes õpetas mind nende piletimüügi keskkonda kasutama. Minu ülesandeks sai ka nendega paika panna, milliseid erilahendusi me nende platvormil sündmuse tarbeks vajame. Selleks, et saada parem arusaam kõikide tegevuste ja vastutajate osas, lõin ma meeskonnale EMEA kalendri, mis oli suures pildis tegevusplaan kalendri näol.

Edasi hakkasime me oma seatud sihte ka täitma. Novembris 2024 valmis kommunikatsioonijuhi poolt sotsiaalmeedia- ja kommunikatsiooniplaan (vt lisa 4 ja 5), mida kommunijuht ka koheselt täitma asus. Sponsorlusvaldkonnaga lõime partnerlustabeli (vt lisa 6), millega ka üsna pea tegutsema hakkasime. Minu roll kommunikatsiooni osas oli peamiselt ideede genereerimine ja uurimine, mis on nende ideede teostamise võimalused. Kuna mina olin sponsorlusvaldkonna juht, siis kuulus mu tööülesannete hulka ka selles töötanud inimest juhendada, motiveerida ja julgustada. Sellel perioodil kinnitas ka projektijuht ülejäänud meeskonna sisendi põhjal žüriijuhid ja žüriiliikmed (vt lisa 10). EMEA 2024 baasilt tehti ka novembris koostööleppeid erinevate ettevõtetega, kes panustasid üritusse turvameeskonnaga (Meeskond), fotoseina printimise ja paigaldusega (AdGorilla) ja järelpeo korraldamisega (Fonoteek). Samuti tehti koostööd tehnilise produktsiooni ettevõttega (Radiustech), kes enda teenust meile soodsamalt pakkus.

Detsembris 2024 algasid tööd piletimüügiga, et need detsembri lõpuks välja kuulutada. Selleks oli vaja luua esmalt piletimüügikeskkonda sisu, kutsete põhjad ja erinevad piletiliigid. Lisaks tavapärasele täispiletile müüsimise ka nominentide pileteid, kaaslase pileteid, sooduspileteid ja erinevalt eelnevatest aastatest ka terve laua pileteid. Piletihinnad ja liigid panin paika koos projektijuhi ja tegevjuhiga. Lähtusime selle puhul ka Eestis järk järgult kallinevast hinnatasemest. Detsembri lõpus avalikkustasin piletid koostöös kommunikatsioonijuhiga. Lisaks saavutasime detsembris sponsorlusvaldkonnaga kokkuleppe Tridensiga, kes panustas meie üritusse nii rahaliselt kui ka kolme erineva baariga ja tervitusjoogiga ning 2025 jaanuaris jõuti kokkuleppele Live Nation Estoniaga, kes panustas üritusse rahaliselt. Edasi koostasime kutsete põhjad ja hakkasime 2025 jaanuari alguses koos projektijuhi ja tegevjuhiga koondama kokku kutsete saajaid, mida tegime arvestades toetajate panust ja selle sündmuse mõttes olulisi inimesi.

Jaanuaris võtsime ühendust ka 2024. aasta laureaatidega, kes pakkusid välja enda esindatavaid artiste EMEA 2025-l esinemiseks. Artistid valis nende seast välja projektijuht ja kinnitas need veebruaris 2025, nendeks said ANT (Universal Music Estonia), The Boondocks (kurvad uudised), Sissi (Moon Management) ja Küberünnak & Karmo (PS Music Agency). Samas ajaaknas valisime tiimiga ka õhtujuhi, kelleks sai Valter Soosalu ja vahepaladeks muusikalist meeleolu kutsusime looma DJ Tom Lilienthali.

Selleks, et välja kuulutada veebruaris 2025 nominendid, oli kõigepealt vaja kokku koguda 2025. aasta jaanuari alguses kõik kandidaadid, selleks koostas projektijuht ankeedi, mis oli üleval EMEA kodulehel, hääletada sai igaüks. Vastuseid kogusime läbi ankeedi 186 tükki, mis hõlmasid endast ca 450 nominendi kandidaati. Neid hakkasime koos projektijuhiga jaanuari lõpus koondama, luues igaühele saadud info põhjal oma faili, iga kandidaat sai seda ka ise toimetada ja infoga täiendada. Toimetatud failid saatsime edasi vastava valdkonna žüriiliikmetele. Leppisime kokku žüriitööde toimumise ajad veebruari 2025 esimeses pooles, kus projektijuht oli tööde läbiviija ja mina abi. Žürii valis välja nominendid ja tööde lõpus hääletati vastavate auhindade võitjad.

Kui nominendid olid välja kuulutatud, hakkasid inimesed tempokalt pileteid ostma. See tähendas, et suurem osa minu fookusest oli piletimüügil. Paralleelselt saatsin välja veel lisandunud kutseid, suhtlesin nominentidega piletimüügi teemadel ja täiendasin erisoovide alusel lauaplaani. See oli mahukas töö, mis kestis aktiivselt ürituse toimumise päevani. Veebruari 2025 alguses otsisin endale ka kaks vabatahtlikku, kes lisaks ürituse partnerettevõtte Meeskonna töötajatele oleksid abis tipptunni ajal pileteid kontrollimas.

3.4 Kommunikatsioon

EMEA korralduses on oluline osa kommunikatsioonil. Turundust tavapärasest võttes sellel üritusel ei tehta, sest selleks puudub vajadus. Nagu varasemalt mainitud, siis sihtrühm, kes realistlikult kohale võiks tulla, tuleb tõenäoliselt nahunii, kui ta ürituse kohta infot saab. Kommunikatsioon keskendub vastastikkusele mõistmisele, turundus aga toodete ja teenustega seotud majanduslikele tehingutele (Varey, 2002). EMEA on üks Music Estonia väljund muusikatööstuse nähtavamaks muutmiseks. Kui üritust kajastatakse meedias, siis toob see muusikatööstust ka väljaspool valdkonda olevale inimesele lähemale. Selle sama põhjuse tõttu on EMEA meediasse saamine raskendatud, sest sündmuse vastu ei ole väga suurt avalikku huvi.

Sündmuse kommunikatsiooni alustati sotsiaalmeedia- ja kommunikatsiooniplaanist (vt lisa 4 ja 5). Plaanid löi kommunikatsioonijuht, kuid ideede poolest panustasid ka ülejäänud tiimi liikmed. Proovisime mitte ainult üritust jagada, vaid ka tekitada noortes huvi selle valdkonna vastu. Infot ürituse kohta jagati nii sotsiaalmeedias kui ka läbi pressiteadete. Kommunikatsiooni alustamiseks oli vaja luua EMEA 2025 visuaalne identiteet, mille valisime erinevate lahenduste seast välja tiimisisese hääletusega (vt lisa 7). Uue väljundina proovisime EMEA-t jagada ka jutusaadetes. Kokkulepe saavutati Kanal 2-s eetris oleva “Telehommikuga”, nende kaudu kuulutati välja ka nominendid, lisaks käisid sündmuse järel seal EMEA-t esindamas ka kaks laureaati. Kommunikatsioonijuht proovis viia ellu ka minu ideed saata eelneva aasta nominente EMEA-st rääkima erinevatesse taskuhäälingutesse, mille peamine sihtrühm on noored, kuid ka selle osas ei saavutatud kokkuleppeid. Sündmusel olid kohal ajakirjanikud ERR-st, Sky Mediast ja Delfist, sh palus sündmusest pilte ka Postimees, tänu sellele avaldati pärast sündmuse toimumist mitmes meediaväljaandes auhinnad ja galeriid. Ürituse ajal tegid sponsorlusvaldkond ja kommunikatsioonijuht palju koostööd, et luua sisu sponsorite kajastamiseks sotsiaalmeedias. Kuigi sündmuse kommunikatsiooni korraldamine oli keskmisest keerukam, siis saavutasime siiski ka avalikus meedias kõlapinda.

3.5 Toimumine

Eelviimaseks etapiks EMEA 2025 korralduse juures oli ürituse reaalne toimumine 5. märtsil. Esimese poole päevast keskendusin vaid piletimüügitöödele ja lauaplaani muutmisele, sest nii mõnigi oli oma kutse unustanud kinnitada ning viimase hetke piletioستجaid oli omajagu. Samuti tuli piletioستnute poolt ka palju küsimusi, millele aktiivselt vastasin. Nende tegevuste vahel seadistasin piletite kontrollimiseks Sviby poolt saadetud pulte ning katsetasin neid, et olla veendunud nende korrektuses töötamises. Lõunal saabusid üritusele nii piletikontrolli kui ka saaliabiks ja auhindade üleandmiseks kutsutud vabatahtlikud, keda koos turvaafirma töötajatega tööga kurssi viisin. Kui tekkis mõni vabam hetk, kasutasin seda teiste tiimi liikmete abistamiseks. Uste avamise ajal positsioneerisin end ka ise piletokontrollijate juurde, et vajadusel neile appi minna. Mitu korda oli neil ka abi vaja, sest ikka tuli kohale külalisi, kes ühel või teisel põhjusel enda piletit ei leidnud. Neid pileteid kontrollisin nime alusel Piletikeskuse süsteemist ja kui me nende tulekuga polnud arvestanud, siis juhatasin nad ka sellisteks juhtudeks mõeldud

laudadesse ja andsin toitlustajale sellest teada. Lisaks jälgisin, et esinejate vajadused nendele mõeldud tagaruumis oleks täidetud.

3.5.1 Sündmuse riskianalüüs

Riskijuhtimise eesmärgid on ennetada riske ja samas omada ka plaani tegutsemiseks, kui risk realiseerub (Alam & Gühl, 2022). Selleks, et läbi mõtestada, kuidas me 2025. aasta EMEA-l riske juhime, oli vaja kõigepealt kaardistada võimalikud riskid. Koosolekutel oli see eraldi aruteluteema iga otsuse juures. Näiteks, kui otsustasime toitlustuse osas kindla prae asemel, mille külaline endale ise valib, pakkuda suupistevaagnaid, suurenes risk, et külaline võib mõtlemata süüa midagi, mille vastu on tal allergia. Selleks, et riski maandada, pidi toitlustaja iga toidu ka ära sildistama ning saalis liikusid pidevalt teenindajad, kes said külalistele pakkuda infot allergeenide kohta. Riski realiseerumise korral olid kohal turvatöötajad, kes olid läbinud esmaabikoolituse ning külalisele oleks saanud pakkuda koheselt esmaabi ja kutsuda kiirabi. Selleks, et selline info ära markeerida ja läbi analüüsida, koostas ma riskiplaani, kus hindasin riski realiseerumise tõenäosust ja mõju, et saada teada riski suurus ning märkisin ära nii riski ennetavad kui ka maandavad tegevused ja vastutaja riski realiseerumise ajal (vt lisa 2).

Suurimaks riskiks pidasime olukorda, kus saame viimasel hetkel teada, et mõni bänd või artist ei saa esineda või õhtujuht ei saa mistahes põhjusel sündmuse päeval kohale tulla. Seda riski ei saanud me küll maandada või ennetada, aga saime tänu nende inimestega pidevat ühendust hoides olla kindlad, et riski realiseerumise korral jõuab info meieni võimalikult varakult. Kuna esinejaid valiti eelmise aasta laureaate juhitud artistide seast, oleksime võtnud ühendust mõne muu meile pakutud artistiga. Ka potentsiaalsetest õhtujuhtidest olime koostanud nimekirja ja selle alusel oleks saanud kiiresti ühendust võtta järgmise valikuga. See risk ei realiseerunud.

Kõige tõenäolisemalt realiseeruvaks riskiks pidasime kutsele mitte reageerinud inimeste kohale tulemist, mis tähendab seda, et kuna nad piletit ei väljastanud, siis meie süsteemis ei olnud nad ka tulijad. Et riski maandada, saatsin välja mitu meeldetuletuskirja kutse vastuvõtmise osas ning kolm päeva enne üritust saatsin ka korduskutse. Ka toitlustajat olime riskist teavitanud ning õhtusööki oli tellitud rohkem, kui oli seda tegelikult vaja. Tellitud olid lisatoolid ja markeerisime enda jaoks ära lauad, kuhu oli võimalik inimesi juurde lisada. See risk realiseerus ja riski juhtimine oli minu ja projektijuhi vastutada. Samasuguselt lahendasime ka ühe

realiseerunud riski, mida me ette ei osanud näha. Mingisuguse kommunikatsioonivea tõttu oli ühel saaliplaani märgitud inimesel koht lauas puudu. Tänu sellele, et olime valmis kohti juurde tekitama, sai ka tema tema kiiresti õigesse lauda paigutatud.

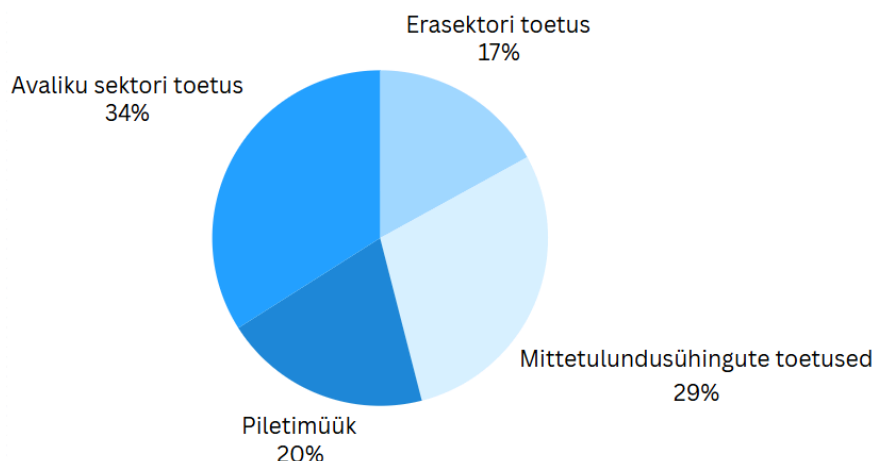
3.6 Lõpetamine

Lõpetamise etapp koosneb tegevustest, mis on vajalikud projekti lõpetamiseks ja uue alustamiseks. Lisaks aruannete koostamisele ja arvete maksmisele, mida tegid projektijuht ja tegevjuht, olid meil ka mõned järelkoosolekud. Kohtusime nädal pärast sündmuse toimumist Music Estonia kontoris, et omavahel sündmust tagasisidestada. Hindasime üksteise panust ja jagasime mõtteainet järgneval aastaks. Toimus ka koosolek juhtgrupiga, mille liikmed olid ise sündmust sihtrühmana tarbimas ning ka nemad andsid meile detailse tagasiside. Lõpetasime protsessi heade mõtetega ning ME tegevjuht ja EMEA projektijuht kinnitasid, et ootavad sama koosseisu tagasi ka järgneval aastal.

3.6.1 Eelarve

EMEA 2025 eelarve panid lõplikult paika Music Estonia tegevjuht ja projektijuht ning vastutasid ka selle täitmise eest. EMEA eelarve annab põhjaliku ülevaate kuludest ja tuludest, nende osakaal on tasandatud ehk nii kulud kui ka tulud olid üritusel 55 125 €. Ürituse tulud koosnesid erasektori, avaliku sektori ja mittetulundusühingute toetustest ning piletimüügist. Kuna üritus on toimunud juba mitmeid aastaid ja välja on kujunenud koostööpartnerid, siis sai ka aimata, kui suure osa eelarvest saab katta toetustega ja mis suurusjärgus saab olema piletitulu. Avaliku sektori toetajad olid Tallinna Strateegiakeskus, Tallinna Kultuuri- ja Spordiamet ning Eesti Kultuurkapital, erasektori rahalised toetajad ehk sponsorid olid Sviby, Live Nation Estonia ja Tridens. Mittetulundusühingute suurim toetaja oli Eesti Fonogrammitootjate ühing. Kokku moodustasid ümardatult avaliku sektori toetused eelarve tuludest 34%, erasektori toetused 17 %, piletimüük 20% ja mittetulundusühingute toetused 29% (vt joonis 5). Eesmärk oli, et tänu erasektori toetustele ja piletimüügi tulule ei peaks ME rahaliselt üritusse panustama.

Joonis 5. EMEA 2025 eelarve tulude proportsioonid.



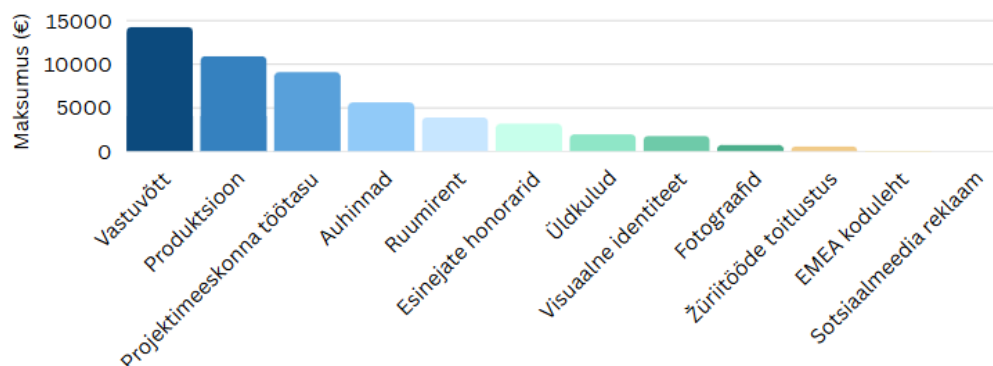
Sündmuse korraldamiseks oli vaja läbi mõelda ka kulude jaotus. EMEA 2025 suurimaks kuluks kujunes vastuvõtukulu, mille sees oli toitlustus, laudade ja toolide rent ja teenindus. Teine suurem kulu oli tehniline tootmine, mis hõlmas endas heli- ja valgustehnika renti, videotehnika renti ja tehnikute töötasu. Kolmas suurem kulu oli projektimeeskonna tasu, kuid suuremateks kuluallikateks saab pidada veel esinejate ja õhtujuhi honorare, mis jaotusid nelja muusikalise koosseisu ja õhtujuhi vahel, auhindade maksumust ja Kruiisiterminali ruumirenti. Tabelis 3 on välja toodud ümardatud ja kokkuvõttev eelarve, detailsem eelarve on leitav lisa 3.

Tabel 3. Ülevaade EMEA 2025 kuludest.

Kulu liik	Summa
Vastuvõtukulu	14 285 €
Produktioon	10 930 €
Projektmeeskonna töötasu	9100 €
Esinejate honorarid	3200 €
Auhindade valmistamine	5636 €
Ruumirent	3905 €

Kulude suurusjärgudest annab visuaalse ülevaate järgnev joonis.

Joonis 6. EMEA 2025 eelarve kulude suurusjärgud.



3.6.2 Võimalikud mõjud

Sündmuse vältel ega järel ei mõõtnud me otseselt, millised mõjud võiksid olla EMEA 2025-1 sotsiaal-kultuuriliselt või poliitiliselt, kuid siiski ei saa väita, et kaudseid mõjusid ei olnud. EMEA on üks vähestest ettevõtmistest, mis aitab muusikavaldkonna “kaadritaguseid” laiemale avalikkusele nähtavale tuua. Sündmusel oli mitmeid erinevaid ajakirjanikke erinevatest meediakanalitest, ning sündmusest ja küllastajatest informatiivseid uudiseid, intervjuusid ja tunnustusi jagati erinevatel platvormidel. See, kasvõi mõneks ajaks, aitas kaasa muusikatööstuse nähtavusele. Samuti jõudis meie korraldustiimile erinevaid kiidu- ja tänusõnu erinevatelt nomoneeritutel ja laureaatidel meelde jääva ja emotsionaalselt väärtusliku sündmuse eest. Ka sotsiaalmeediasse postitati tänu ja õnnetunnet avaldavaid pilte ja videoid, sest võidetud auhinnad läksid muusikaettevõtjatele korda. Sellest võib järeldada et sündmus mõjutas positiivselt muusikatööstuses tegutsevate inimeste kindlustunnet ja motivatsiooni.

4. Kokkuvõttev sündmuse analüüs ja refleksioon

4.1 Sündmuse analüüs

Üldine ülevaade eesmärkidest ja saavutatud tulemustest kokkuvõtval viisil on leitavad teises peatükis tabelist 2. Järgnevalt lisan veel mõned kommentaarid ja hinnangud.

Eesmärk EMEA tegevusi sisutihedalt kommunikeerida ja luua galast kultuuriavalikkuse jaoks atraktiivne kuvand täitus osaliselt. Olime seadnud, sihi, et üritusele võiks külaliste näol tulla vähemalt 300 inimest, nii nagu eelneval aastal. Kokku väljastati aga pileteid 280, mis tähendas, et see sihtmärk jäi veidi alla ootuste. Tagasisidest tulenevalt ei olnud see huvi

puudumise tõttu, vaid haiguste perioodi ja nominentide planeeritud reise pärast. Ka sotsiaalmeediasse ei loodud nii palju sisu, nagu olid esialgsed mõtted, kuna selgus tõsiasi, et see ei mahtunud põhitöö kõrvalt kommunikatsioonijuhiga graafikusse.

Gala korraldus oli tehniliselt heal tasemel ja pakkus meeldejäädavat kogemust. Gala nägi visuaalselt väga hea välja ning sai ka glamuursuse eest külastajatelt kiita. Ka korraldusmeeskond ise tundis, et planeeritu vastas täielikult ootusele. Suutsime Kruisiterminali läbi erinevate ekraanide ja graafilise disaini muuta meeldejäädavaks sündmuspaigaks (vt lisa 7). Samuti väikese mahajäämisega kõnede tõttu sündmuse keskel, algas ja lõppes gala siiski planeeritud ajal, olime valinud õhtujuhi, kes oskas osavalt tempot tõsta.

Kuigi me müüsimise vähem pileteid, kui olime pleneerinud, siis tänu heale tööle sponsorlusvaldkonna poolt õnnestus meil siiski korraldada üritus vastavalt püstitatud finatseesmärgile, et Music Estonia ei peaks sündmuse jaoks eraldama oma eelarvest raha. Sponsorite otsimine oli väga ajakulukas töö, millega minu eestvedamisel sponsorlusvaldkond tegeles. Lisast 6 leitava partnerlusplaani põhjal saab hinnata, et tulemusteni jõudmiseks küsiti toetust rohkem kui 60-lt ettevõttelt, millest vaid üksikud olid valmis meid rahaliste või mitterahaliste ressurssidega toetama.

Üheks eesmärgiks oli ka toetajate õiglase nähtavuse tagamine, mis eelneval aastal oli jäänud unarusse. Selle eesmärgi täitmise eest vastutasin mina. Koostöös kommunikatsioonijuhiga pöörasime erilist tähelepanu toetajaid kajastavatele postitustele. Samuti olid toetajad märgitud ka pressiteadetes ja piletimüügiga seotud infokanalites. Fotoseina, kus olid toetajad märgitud, lasime teha toetajate panust arvestades ehk mida suurem oli panus, seda nähtavam toetaja oli (vt lisa 8). Peatoetaja Sviby sai ühe kategooria auhinna ka ise üle anda, millega kaasnes laval ettevõtte panust rõhutav graafililine disain (vt lisa 7). Peatoetaja kui ka ülejäänud toetajad tagasisidestasisid hiljem, et jäid meie panusega rahule.

Kuna eelneval aastal oli projektijuht ülekoormatud, siis tiimi suurenemisega seati ka siht, et uus meeskond on koostatud vastavalt vajadustele, võimetele ja töötavad kokkulepitud koormusega. Kõik meeskonnaliikmed olid oma ülesandeid täites pädevad, kuid nagu eelnevalt mainitud, siis sama meeskonnaga jätkamine nõuaks siiski mingil määral ümberkorraldust, et kommunikatsioonitöö oleks veelgi sisutihedam ja muusikatööstuse valdkonda saaks rohkem avalikus meedias kajastada. Korraldustöö käigus tekkis tiimil ka unistus, et ehk suudame

tulevastel aastatel tõsta avalikku huvi niivõrd palju, et EMEA sündmuse toimumise ajal oleks sellest kajastus ka televisioonis.

Pärast sündmuse toimumist koguti tagasisidet juhtgrupilt, mis koosnes Music Estonia nõukogu esimehest, peamistest toetajatest ja korraldustiimist. Seda tehti läbi veebikoosoleku, kus igaüks andis põhjaliku tagasisaate nende hinnangul hästi õnnestunud ja ka pigem kehvasti õnnestunud elementidest. Koosolekul kirjutasin detailse protokoll, mida kasutame EMEA 2026 strateegia planeerimisel. Samuti kogusime tagasisidet ka sündmuse ajal küllastajatelt ja esinejatelt otse, millest tegin samuti uue strateegia planeerimiseks märkmeid.

Juhtgrupi tagasisidest kriitika tuli eelkõige esinejate repertuaari kohta. Me küll valisime välja ürituseks sobivad artistid, kuid ei seadnud neile ette kriteeriumeid, mille alusel repertuaari valida. Mõned lood jäid ürituse jaoks liiga aeglaseks. Juhtgrupp palus edaspidiselt ka anda ette nõuded auhindade üleandjate kõnede suhtes, sest need olid ebaühtlase pikkusega ja mõni mõjus seetõttu kohmakalt. Samuti anti kriitikat ka EMEA toimumise kohta samal päeval Tallinn Music Weeki ja Music Estonia poolt korraldatava fookuspäevaga, sest suurem osa küllastajatest võtsid osa ka sellest. Ühelt ürituselt teisele jõudmiseks oli liiga vähe aega. Algatati arutelu järgneval aastal need üritused korraldada erinevatel päevadel. Korraldustiimiga panime tähele, et ürituse ajal liikus pidevalt ringi suure prügikotiga koristaja, mis ei sobinud gala formaalsesse õhkkonda ning võtsime ka iseenesest mõistetavana tänases ühiskonnas toimuvat rohepöoret ega täpsustanud baarile, et jooke võib serveerida vaid klaasnõudest. Baar kasutas kange alkoholi serveerimiseks ühekordseid plastpitse ja see ei läinud ei Music Estonia identiteediga ega keskkonda säästva ürituskorralduse põhimõtetega kokku. Suures osas sai siiski EMEA juhtgrupilt ja küllastajatelt positiivse tagasiside. Üritus mõjus glamuurselt ja laureaadid olid tunnustuse eest tänulikud.

Saan väita, et ürituse põhieesmärk tuua esile muusikaettevõtluse valdkonda ja tunnustada muusikatööstuse tegijaid sai täidetud ning üritus õnnestus, seda kinnitab meie seatud sihtide täituvus, toetajate rahulolu, tiimile antud tagasiside kui ka tänutunnet kajastavad postitused sotsiaalmeedias. Pärast sündmust andis projektijuht meile mõned päevad puhkamiseks ja toimunu lahti mõtestamiseks, siis saime kokku ning jagasime arvamusi ja muljeid tehtud tööst. Üksteisele antud tagasiside põhjal saab väita, et kõik jäid oma tööga küll suures pildis rahule, aga igaüks leidis midagi, millest järgnevas aastaks õppida.

4.2 Eneseanalüüs

Tartu Ülikooli Viljandi kultuuriakadeemias kultuurikorraldust õppima asudes olin ma enda võimetus väga kahtlev ja kõige rohkem kartsin ma mugavustsoonist välja astuda, samas on enesekindlus ja riskide võtmine kultuurikorralduses olulisel kohal. Ühel hetkel võtsin ma vastu otsuse, et enda hirmudest ei saa muud moodi üle, kui nendele vastu astuda, pelgalt vabatahtlikuna piletite kontrollimine ei olnud piisav. Astusin oma kooli üliõpilasesindusse, kus harjutasin oma esimeste ürituste korraldamist. See oli oluline samm, et koguda enesekindlust enda valitud erialal. Kui ma sain Music Estonialt pakkumise tulla EMEA korraldustiimi, olin ma esialgu kõhklev. Küsimused “*kas olen valmis?*” ja “*kas julgen?*” hirmutasid mind palju, sest glamuurne gala ei olnud kindlasti tudengipidudega samal lävendil. Sellest hoolimata võtsin kutse vastu ja minust sai EMEA 2025 korraldusmeeskonna liige.

Enne sündmuse korralduse alustamist ei teadnud ma detailsel tasemel projektist midagi. Korralduse eel tegid Music Estonia tegevjuht ja EMEA projektijuht mulle põhjaliku ülevaate üritusest. Sain arusaama sündmuse suurusest, kontseptsioonist ja taotletavast eesmärgist, need olid minu jaoks väga olulised baasteadmised antud sündmuse korralduses orienteerumiseks. Olin eelvil, et korraldusprotsessiga alustada. Mind innustas teadmine, et sellest saab olema minu karjääri esimene samm ja tegelikult ka õnnestumise puhul senise elu suurim saavutus. Samuti pani mind väga hästi tundma projektimeeskonna positiivne ja rõõmsameelne suhtumine, see andis korraldusprotsessile palju juurde ja maandas pingeid.

Mulle usaldati korraldustiimis vastutusrikas roll koordinaatorina ja selle sees ka piletimüügi ja sponsorlusvaldkonna juhtimine. Tundsin esialgu suurt stressi, sest mulle küll tutvustati mu tulevase tööülesandeid, aga kuna need olid minu jaoks uued positsioonid, siis päriselt ei kujutanud ma ette, kuidas neid asju tegema peab. Sain teada, et minu suurim eelis sellistes olukordades on oskus küsida küsimusi. Ma ei lasknud endal ühtki ülesannet täites olla pikalt segaduses, minu jaoks oli oluline, et sündmus mööduks edukalt ja kõik osapooled oleksid minu tööga rahul.

Küsimuste küsimine aitas kaasa ka minu ülesannete täitmisel koordinaatorina. Vahepeal oli raske aru saada, mis tööd on tehtud ja mis on tegemata. Mulle tekitas mõnikord stressi teadmatuse, kui mõni tiimi liige ei olnud lubatud ajaks teada andnud oma tehtud tööst või kui nad ei olnud koosolekul osalenud. Sellistel juhtudel võtsin nendega eraldi ühendust ja palusin anda tagasisidet. See aitas mul hoida silma peal tervel korraldusprotsessil ja tuua välja kriitilise

tähtsusega ülesandeid. Selle juures sain aru, et ka mina pean enda juures harjutama süsteemsust, vahel jäid ka minu enda ülesanded tegemata õigeks ajaks, sest mu info oli laiali valgunud erinevate seadmete ja dokumentide vahel ning see aeglustas ja raskendas mu tööprotsessi.

Mida lähemale sündmus jõudis, seda mahukamaks ja ajakriitilisemaks muutusid minu ülesanded. Minu jaoks kõige pingelistemaks aegadeks kujunesid žüriitööd ja piletimüük. Žüriitööd tähendas väga lühikese aja jooksul sadade exceli tabeli lahtrite erinevateks dokumentideks koostamist. See tähendas seda, et nädal aega järjest istusin ma hommikust hiliste õhtutundideni arvutitaga. Tundsin selle nädala jooksul, et selleks peab olema parem lahendus ja ma ei mõistnud sellist info liigutamist. Teisest küljest hiljem arutledes sel teemal tiimiga sai ka selgeks, et praktilisemat tegumoodi ei ole leitud ja ilmselt nõuaks see eraldi veebiarendust, milleks ei ole ressursse ning see oleks aastas kord toimuva sündmuse jaoks ka tarbetu ettevõtmine.

Teine selline periood oli kaks nädalat enne sündmuse algust kuni sündmuse päevani. Kui varasemalt tundsin muret, et pileteid ei osteta üldse ja oleme sündmuse planeerimisega läbikukkunud, siis pärast nominentide väljakuulutamist hakati seda siiski suure hooga tegema. Piletiostjateks olid enamasti ettevõtted, mis tähendas, et meili teel anti mulle pileti soovideid teada ja selle põhjal väljastasin Piletikeskuse kaudu manuaalselt arveid. Sellel perioodil oli mu stressitase väga kõrge ja kohati olin isegi ärritunud, sest tegelikult oleks saanud ka Piletikeskuses otse piletit ettevõtte alt osta. Lisaks tekitas nominentidele palju segadust uus süsteem, mille alusel määrati nominendi ja kaaslaste pileti koguseid konkreetsetele ettevõtetele või inimestele, ka selle lahti seletamisele kulus omajagu aega. Kuna istumine sündmusel oli võimalik vaid ümarlaudades, oli ka minu vastutada kõikide soovidele vastav lauaplaan ning kuigi ma olin koostöös Svibyga loonud Piletikeskusesse eraldi võimaluse oma soovidest teada anda, siis lõpuks oli kogu info ikkagi minu meilikastis ja seda oli esialgu väga raske hoomata. Kuigi see periood oli minu jaoks stressirohke, siis tundsin, et sain kõigega väga hästi hakkama, mind lohutas mõte, et pärast üritust on suur pingelangus. Sain kinnitust, et kuigi mul võib tekkida stress kergelt, siis suudan ma sellega hästi toime tulla ja samal ajal efektiivselt tegutseda. Olin varasemast õppinud, et info kogumine võib jääda minu nõrgaks kohaks ja olin eriti valvas, et ükski soov või küsimus mu meilikastis ei läheks kaduma.

Žüriijuhte valides ja kandidaate esitades tundsin puudust silmaringist. Kuigi õpingud TÜ VKA-s on andnud mulle hulgaliselt teadmisi korraldusprotsessi ja üleüldiselt kultuuri toimimise

osas, siis ei loe ma piisavalt kultuuriuudiseid, et olla teadlik viimase aja saavutuste ja tegijatega. Seda osa tahan ma endas kindlasti parandada, sest sellised teadmised on mulle vajalikud ka edaspidistes korraldamistes ja loodetavasti ka järgmine aasta samal sündmusel oskan seetõttu rohkem sisuteemadesse panustada.

Üldine emotsionaalne foon oli siiski positiivne. Sain pingelistes hetkedes hästi hakkama ja suures pildis tundsin muret ja väsimust sündmuse planeerimise lõpufaasis. Ürituse päev oli minu jaoks kõrghetk. Ma arvasin, et see saab olema väga stressirohke, aga kohale jõudes selgus, et see oli asjatu hirm. Nagu ka ülejäänud korraldusprotsessi aeg, oli suur motivaator sündmuse päeval ülejäänud meeskonna positiivne energia. Samuti jäin endaga rahule ka sündmuse päeval tehtud töö osas, minu juhtida olid nii turvatöötajad kui ka vabatahtlikud, kellele oskasin arusaadavalt seletada lahti neid puudutavad ülesanded ja olin neile terve sündmuse vältel kättesaadav, oskasin ka lahendada kõik pileтите kontrollimise käigus tekkinud mured.

Tehtud töö analüüsimise protsess oli sujuv, sest terve korraldusprotsessi vältel olin endale kirja pannud palju märkmeid. Minu arvates oli ka koostöö juhendaja, Jorma Sarvega positiivne ning hoidsime pidevat suhtlust kirjutamisprotsessi ajal. Eneseanalüüsist lähtuvalt saan öelda, et saan hästi hakkama stressirohketes ja pingelistes olukordades, kuid silmaringi ja süsteemsusega pean veel vaeva nägema. Jäin enesega rahule ja pean EMEA 2025 korraldust enda suurimaks saavutuseks.

Kokkuvõte

Käesolev kultuurikorralduse eriala lõputöö annab ülevaate Eesti muusikaettevõtluse auhindade gala korraldusprotsessist, minu rollist selles ja analüüsib toimunut. Üritus toimus 2025. aasta 5. märtsil Kruiisiterminalis, ürituse korraldajaks oli muusika ekspordikontor Music Estonia ning mina täitsin korraldusmeeskonnas koordinaatori ja piletimüügi juhi rolli. Minu ülesannete hulka kuulusid projektikava haldamine, žüriitöö koordineerimine, sponsorluse juhtimine, kommunikatsiooniseisendi andmine ning piletimüügi korraldamine. Korraldusprotsessis rakendasin mitmeid Tartu Ülikooli Viljandi kultuuriakadeemias õpitud teoreetilisi ja praktilisi teadmisi.

Eesti muusikaettevõtluse auhindade gala on tunnustusüritus, mis toimus 2025. aastal 11. korda. Kokku esitati nominentide kandidaate üle 400, kelle seast valisid žüriid välja 120 nominenti ja 30 laureaati. Täidetud sai sündmuse eesmärk esile tuua muusikatööstuse valkonda, ning selles tegutsevaid ettevõtjaid tunnustada. Kokku külastas sündmust 280 inimest ning tunnustamise vahel esines 4 aristi ja muusikalist koosseisu, kelleks olid ANT (Universal Music Estonia), The Boondocks (kurvad uudised), Sissi (Moon Management), Küberünnak & Karmo (PS Music Agency), muusikalist atmosfääri lõi Tom Lilienthal ning õhtut juhtis Valter Soosalu.

Valdkonna spetsialistidest koosnenud juhtgrupi, korraldusmeeskonna kui ka küllastajate tagasiside pealt saab väita, et sündmus oli meeldejääv hästi õnnestunud. Minu soov on, et EMEA korraldamist jätkatakse sama professionaalselt, nagu see on olnud praegu ning et sündmus kasvaks veelgi. Muusikatööstuse esile toomine ja selle valdkonna tegijatele tunnustuse avaldamine on tähtis muusikatööstuse arenguks ning on selles töötavate entusiastide suureks motivaatoriks. Soovin enda poolt tänada Music Estoniat, EMEA korraldusmeeskonda, EMEA juhtgruppi ja žüriid tänu kellele üritus sai toimuda. Samuti tänan oma lõputöö juhendajat Jorma Sarve, kes andis mulle praktilisi nõuandeid ja oli mulle töö koostamisel toeks.

Kasutatud allikad

- Alam, D., & Gühl, U. (2022). *Project management for practice*. Springer
- Bladen, C., Kennell, J., Abson, E., & Wilde, N. (2023). *Events management: An introduction*. Routledge.
- Bowen, S. A. (2018). Mission and vision. *The International Encyclopedia of Strategic Communication*, 1–9. <https://doi.org/10.1002/9781119010722.iesc0111>
- Eesti Keele Instituut. (2018). *Õigekeelsussõnaraamat ÕS 2018*.
<https://arhiiv.eki.ee/dict/qs/index.cgi?Q=sihtr%C3%BChm&F=M>
- Eesti Muusikaettevõtluse Auhinnad. (2025). *Eesti Muusikaettevõtluse Auhinnad 2025*.
<https://emea.musicestonia.eu/>
- Hub for the Exchange of Music Innovation. *Music Estonia*.
<https://hemimusichub.com/partners/music-estonia/>
- Lemmik, J. (1999). *Organisatsiooni struktuur ja disain* [Õppematerjal riigi- ja KOV ametnike pädevuskoolitusprogrammist]. Eesti Vabariigi Riigikantselei; Eesti Haldusjuhtimise Instituut.
- Mintzberg, H. (1994). *The Rise and Fall of Strategic Planning*. Free Press
- Music Estonia. (2021). *Eesti elanike muusikakuulamise harjumused: uuringu kokkuvõte ja raport*.
<https://www.musicestonia.eu/uudised/eesti-elanike-muusikakuulamise-harjumused-uuringu-kokkuvote-ja-raport>
- Music Estonia. *Inimesed. Tiim*. <https://www.musicestonia.eu/inimesed>
- Music Estonia. (2022). *Mittetulundusühing Music Estonia*.
<https://admin.musicestonia.eu/wp-content/uploads/2022/06/MTU%CC%88-Music-Estonia-po%CC%83hikiri.pdf>
- Music Estonia. *Music Estonia Live eeskiri*. <https://www.musicestonia.eu/eeskiri>
- Music Estonia. *Music Estonia Managers eeskiri*.
<https://www.musicestonia.eu/music-estonia-managers-eeskiri>
- Music Estonia. *Strateegia*. <https://www.musicestonia.eu/strateegia>
- Music Estonia. *Programmide*. <https://www.musicestonia.eu/programmid>
- Mänd, K. (2014). *Organisatsiooni arendamine : käsiraamat vabaihendustele Organisatsioon ja juhtimine*. ESML.

- Ofori, D. F., & Sokro, E. (2010). Examining the impact of organisational values on corporate performance in selected Ghanaian organisations. *Global Management Journal*, 2(1), 52–63.
- Perens, A. (2019). *Praktiline projektijuhtimine*. HBP Koolitus
- Perens, A. (2001). *Projekti juhtimine*. Külim
Project Management Institute. *Project Management*.
<https://www.pmi.org/about/what-is-project-management#:~:text=Project%20management%20is%20the%20application,activities%20to%20meet%20project%20requirements>.
- Rahandusministeerium. (2024). *2025. aasta riigieelarve seaduse eelnõu seletuskiri*.
https://www.fin.ee/sites/default/files/documents/2024-10/2025.%20aasta%20riigieelarve%20seletuskiri_final.pdf
- Sampietro, M. (2016). Project team members and project goals and objectives. *PM World Journal*, 5(8), 1-7.
- Schwalbe, K. (2017). *An Introduction to Project Management, Sixth Edition*. Schwalbe Publishing.
- Varey, R. J. (2002). *Marketing communications: Principles and practice*. Psychology Press.
- Üksvärav, R. (1992). *Organisatsioon ja juhtimine*. Valgus.

LISAD

Lisa 1. EMEA 2025 tegevusplaan.

millal	tegevus	kommentaar	
28.08	Avakoosolek		Taavi, Deelia, Ave
enne juhtgruppi	Finora kokkulepe	eesmärk 3000	Ave
enne juhtgruppi	Live N kokkulepe	eesmärk 2000	Taavi
enne juhtgruppi	Tallinn kokkulepe	eesmärk 9000	Ave
11.09 kell 10	Sponsorluskohtumine - Helen Link	4 tundi nädalas, okt-märts: partnerlussuhete leidmine ca 5000 eesmärk ja olemasolevate hoidmine	Deelia
11.09. kell 11.00	Sponsorluskohtumine - Jaan	koduleht (piletimüügisüsteem), disain (vaja 3 näidist tähtajaga novembri keskpaik)	Deelia
1.10	Kaas-projektijuhtimise algus		Deelia
1.10	Lepingud sõlmida		
9.10 kell 10.00	Juhtgrupp	efü (Rauno), eaü (Mati), eel (Urmas), me (Aivar), žürii esindaja (Eva)	Ave, Taavi
9.10	Tiimikoosolekute ajad kirja		
9.10	Žüriijuhtide ettepanekud	novembrikuu jooksul žüriid paika	Taavi
Nov algus	Uus graafiline identiteet töösse		
Nov algus	Sündmuspaik kinnitada ja catering		Taavi
6.11	Kommunikatsioonitöö algus	kom-plaan, tur-plaan, ühiskommunikatsioon TMW eesmärk 3000, otsus 15.12 paiku	Ann
20.11 detsember / jaanuar	Kulka taotlus		Taavi
	Piletmüük avatud?	koos menüüga	Deelia
6.01.–19.01	Kandidaatide esitamine ja aktiivne kommunikatsioon	2 nädalat	
19.01	Strateegiakeskuse taotlus		Taavi
20.01–2.02	Sisendi kogumine žüriitöödeks	2 nädalat	Deelia
veebruari algus	Kutsete plaan kokku	nominendid, partnerid, muu	Taavi, Ave, Deelia
veebruari algus	Justmin taotlus	eesmärk 4000	Taavi
3.–14.02	Züriitööd	2 nädalat	Taavi / Deelia
17.02	Nominentide väljakuulutamise		Ann, Deelia
	Partnerkutsed välja		Taavi, Deelia
17.02.–5.03	Piletimüük ja aktiivne kommunikatsioon, meediakokkulepped		Deelia, Ann
5.03	EMEA gala		Kõik

Lisa 2. EMEA 2025 riskianalüüs.

Risk	Tõenäosus (1-3)	Mõju (1-3)	Riski suurus (T x M)	Riski realiseerumise aeg	Riski vältivad ja/või maandavad tegevused	Tegevus riski realiseerumisel	Vastutaja
Auhinnad ei saa õigeaks ajaks valmis.	1	3	3	Sündmuse toimumise ajal	Auhindade tegijat teavitatakse mitu kuud enne sündmust ajakanast, millal tellimus sisse antakse ning tellimus antakse sisse kohe, kui võitjad on selgunud	Antakse auhinna asemel meenekott ning auhind toimetatakse kätte meeskonna liikmete poolt isiklikult	Projektijuht
Inimesed, kes ei reageerinud kutsele, tulevad kohale ja neil ei ole lauas kohta.	3	1	3	Sündmuse toimumise ajal	Enne sündmust saadetakse infokirju, mis tuletavad meelde pileti lunastamist ning kolm päeva enne üritust saadetakse ka korduskutse. Lisaks ei planeerita kõiki laudu täis, toitlustajalt tellitakse toitu varuga ning toitlustaja on valmis kohti laudadesse juurde lisama	Külaline kontrollitakse piletimüügi-süsteemis üle. Kui talle on väljastatud kutse ja seda ei ole välja võetud, siis juhatatakse ta lauda, kus on veel ruumi ja palutakse toitlustajal talle koht tekitada.	Piletimüügi-juht, projektijuht
Toimub tehniline rike (heli- ja/või valgustehnikaga).	2	3	3	Sündmuse toimumise ajal	Teeme koostööd usaldusväärsete ettevõtetega, kes arvestavad ruumi võimaluste ja võimekusega ning kes kasutavad kvalitatseid tehnilisi vahendeid.	Tehnikud asuvad koheselt probleemi lahendama ja annavad endast parima, et üritus ei peatuks. Kui üritus peatub, siis suhtleme publikuga, selgitame olukorda ja olenevalt rikke	Projektijuht, tehnikud

						tõsidusest proovime jätkata või lõpetame ürituse.	
Külastajal tekib tugev allergiline reaktsioon söödud toidu vastu.	1	3	3	Sündmuse toimumise ajal	Laudadel on sildid, mis annavad ülevaate pakutavast toidust ning saalis liiguvad ringi toitlustuse pakkujad, kelle käest saab allergeenide kohta infot küsida. Kohapeal on kehtiva esmaabi tõendiga turvameeskond.	Koheselt tuleb kutsuda kiirabi ja osutada esmaabi	Korraldusmeeskond, turvameeskond
Külastaja häirib liigse joobe tõttu sündmust.	1	2	2	Sündmuse toimumise ajal	Meeskonna liikmed viibivad pidevalt publiku seas ja jälgivad olukorda. Baar ei müü inimesele alkoholi, kes on ebaadekvaatses seisundis ning pakub talle vett.	Kutsutakse turvamees, kes joobes isiku viib rahva seast eemale, pakub vett. Vajadusel palub lahkuda ja/või teavitab politseid	Korraldusmeeskond, turvameeskond
Bänd/artist ei saa esineda või õhtujuht ei saa tulla.	2	3	6	1-3 päeva enne sündmust	Osapooled on omavahel pidevas ühenduses. See ei minimeeri riski, kuid nii saab korraldaja probleemist ehk varem teada. Korraldaja on töötanud välja ideed varuvariantide osas.	Korraldaja hakkab koheselt uusi esinejaid/esinejat otsima varasemalt kokku koondatud info põhjal.	Projektijuht
Toimub elektrikatkestus hoones.	1	3	3	Sündmuse toimumise ajal	Kohal olevad meepoolsed tehnikud on tutvunud hoone elektrisüsteemi koormustaluvusega ja jälgivad seda.	Tehnikud kontrollivad, millise ala kaitseülilidi(d) välja on löönud ning võimalusel eemaldavad	Projektijuht, tehnikud

					<p>Tehnikud ja korraldajad on tutvunud elektrikalbi asukohaga ja teavad, mida teha, kui nt tekib ülepinge.</p> <p>Enne üritust katsetatakse.</p>	<p>seadmeid voolust. Kui tegemist on rikke või piirkondliku elektrikatkestusega, siis teavitatakse publikut ja vajadusel suunatakse inimesed rahulikult hoonest välja (vältides massi liikumist)</p>	
<p>Korraldusmeeskonna liige haigestub/on liigselt ülekoormatud ja ei saa seetõttu osasid või üldse oma ülesandeid täita</p>	2	2	4	<p>Kuu aega enne üritust kuni ürituse toimumise päevani (k.a)</p>	<p>Meeskonna liikmed hoiavad üksteist järjepidevalt enda kontaktide ja ülesannetega kursis</p>	<p>Ülesanded jaotatakse tiimis laiali.</p> <p>Võimalusel suunab puuduv/eemalolev liige ülesannete täitmisel.</p>	Projektijuht

Lisa 4. EMEA 2025 kommunikatsiooniplaan.

detsember 2024 - märts 2025	2025											
	Detsember	Jaanuar				Veebruar				Märts		
	16.-22.12	23.-29.12	30.12.-5.01.	6.-12.01	13.-19.01	20.-26.01	27.01.-2.02	3.-9.02	10.-16.02	17.-23.02	24.02.-2.03	3.03-9.03
Teema		1) Algas nominentide esitamine 2) Piletid müügil + asukoht		Nominendid on selgunud		Kandiaatide esitamine + žüriitöö algab			Nominendid on selgunud (karuselpostitused kõikide nominentidega kategooriate kaupa)		Gala esinejate tutvustus + piletimüük	Võitjad on selgunud (kategooriate kaupa kõik võitjad) / Telehommiku järelkaja
FB post		2 postitust + reel		postitus		postitus			postitused		postitus	postitus
IG post		2 postitust + reel		postitus		postitus			postitused		postitus	postitus
IG/FB story		X		X		X			X		X	X
Meta reklaam											Ürituse reklaam	

Lisa 5. EMEA 2025 sotsiaalmeediaplaan.

detsember 2024 - märts 2025	Detsember	Jaanuvar	Veebruar	Märts				
	16.-22.12	23.-29.12	30.12.-5.01.	3.-9.02	10.-16.02	17.-23.02	24.02-2.03	3.03-9.03
tele/raadio								
TRÜKIMEEDIA - DIGI		PRESSITEADE 1) Kandidaatide esitamine on alanud 2) Tsitaat Avelt 3) Gala piletid + asukoht			PRESSITEADE Nominendid on selgunud			PRESSITEADE Võitjad on selgunud
Postimees								Galerii
ERR Kultuuriportaal					X			Galerii
Müürileht				Jaan Sinkaga, ilmub 7. märts				
Kroonika								Galerii + videointervjuud
Sky portaal		X			X			Uudis+ Galerii
Edasi - Vice Versa								
Edasi - Kultuuriankeet / Plaat mis muutis minu elu				Karl Killinguga ilmub				
Kultuurihiit				Britt Randma				
Muusikaplaneet								Galerii
TELE JA RAADIO								
AK Kultuuriuudised				Pakutud intervjuud 5. märtsiks				
Telehommik				Oli eetris				Oli eetris 6. ja 7. märts

Seis	Ettevõtte	Mida küsime?	Sisukommentaar	Nimi	Amet	Meil	Tel nr
	Tehnilised partnerid/produktsoon						
Jah	Radiustech	tehniline produktsoon					
Jah	AdGorilla	fotosein					
Jah	Meeskond	turvateenus					
Ei	van kaitse	toetuste					
	Väikeparnetid (Galaõhtu)						
Ei		Tervitusjoojad					
Ei		Alkoholivabad joogid					
Jah	Iridens AS	Tervitusjook/ vahuvein + õhtusöök	Koostöö laienes	Reetra Karmelid	tootmise turundusdirektor		
Ei		Tervitusjook/ vahuvein + õhtusöök					
Ei		Tervitusjook/ vahuvein + õhtusöök					
Ei		Tervitusjook/ vahuvein + õhtusöök					
Ei		Tervitusjook/ vahuvein + õhtusöök					
Ei		Tervitusjook/ vahuvein + õhtusöök					
Ei		Tervitusjook/ vahuvein + õhtusöök					
Ei							
Ei							
Ei							
Ei							
Ei							
Ei							
Ei							
Ei							
Ei							
Ei							
Ei							
Ei							
Ei							
Ei							
	Kommunikatsioonipartnerid						
Ei							
Ei							

Lisa 7. EMEA 2025 visuaalid

Visuaali autor: Erkin Antov

Fotograaf: Aku Lehemets





Lisa 8. EMEA 2025 fotosein

Fotograaf: Ako Lehemets

Pildil on Music Estonia tegevjuht Ave Sophia Demelemester.



Lisa 9. EMEA 2025 laureaadid

MUUSIKATURUNDUS JA -KOMMUNIKATSIOON:

1. AASTA MUUSIKATURUNDUS- JA/VÕI -KOMMUNIKATSIOONITEGU –
5MIINUST turundustegevus Eurovisioonil
2. AASTA RAADIOJAAM – IDA Raadio
3. AASTA MEEDIAKANAL – ERR Kultuuriportaal
4. AASTA MUUSIKAAJAKIRJANIK – Maria Mölder

ARTISTI TUGISTRUKTUURID:

5. AASTA MUUSIKATOOTJA – kurvad uudised records
6. AASTA MANAGER – Britt Randma
7. AASTA MUUSIKAMÜÜJA – Terminal Records & Bar
8. AASTA MUUSIKASÜNKRONISEERIMISE TEGU – FAAR Music, Scholz & Friends
ja Music Cities Network'i koostöö
9. AASTA MUUSIKAPRODUTSENT – Karl Killing
10. AASTA LAULUKIRJUTAJA – Emili Jürgens
11. AASTA MIKSIJA – Vallo Kikas
12. AASTA SALVESTAJA – Peeter Salmela

MUUSIKASÜNDMUSE KORRALDUS:

13. AASTA PRODUKTSIOONIJUHT – Kaido Kaasik
14. AASTA HELIKUNSTNIK – Otto-Karl Vendt
15. AASTA VALGUSKUNSTNIK – Mihkel Viinalass
16. AASTA VIDEOKUNSTNIK – Mattias Tammik
17. AASTA MUUSIKASÜNDMUSTE KORRALDAJA – Jazzkaare Sõprade Ühing
18. AASTA MUUSIKASÜNDMUS – Genialistid lähevad laiali
19. AASTA KONTSERDIPAİK – Tartu Laululava
20. AASTA TUGITEENUSTE PARTNER – Eventech

AASTA DISAINILAHENDUSED:

21. AASTA ALBUMIKUJUNDUS – INGA „Nocturnal Orange“ (kujundaja Jaan Sinka,
kaanefoto Kristjan Taal)
22. AASTA KUJUNDUS MUUSIKASÜNDMUSELE – Paavli.CLUB Festival (kujundaja
Jaan Pavliuk)

VALDKONNAÜLESED AUHINNAD:

23. AASTA MUUSIKAEKSPORTIJA – Britt Randma

24. SILMAPAISTEV PANUS EESTI MUUSIKAVALDKONDA – Jüri Makarov

25. AASTA MUUSIKAETTEVÕTE – PS Music Agency

26. AASTA MUUSIKAETTEVÕTJA – Andrius Videnski

27. AASTA MUUSIKASÕBRALIKEM ETTEVÕTE – Alexela

28. TÄNUMEENED – ERILINE TÄNU:

- a. Linnahalli Studio – Legend – Koit Saarmäe, Elmu Värk, Indrek Patte,
- b. Muusikavaldkonda panustamise eest – Martti Kitsing,
- c. Muusikavaldkonda panustamise eest – Are.

Lisa 10. EMEA 2025 žüriide kosseisud

VALDKOND 1 – MUUSIKATURUNDUS JA -KOMMUNIKATSIOON:

- Ingrid Kohtla (žüriitöö juht), Mariliis Mõttus, Säm Schmidt, Kristjan Jakobson, Brigitta Davidjants, Britt Randma, Vaido Pannel, Siim Nestor, Koit Raudsepp, Anu Varusk, Johanna Mängel

VALDKOND 2 – ARTISTI TUGISTRUKTUURID:

- Žürii 1 – Toomas Olljum (žüriitööjuht), Thea Zaitsev, Reelika Lelle, Marili Jõgi, Mihkel Sirelpuu, Merylin Poks, Marek Tihhonov, Leen Kadakas, Villem Valme, Kertu Mägar
- Žürii 2 – Danel Pandre (žüriitöö juht), Franck Reisner, Kaarel Tamra, Bert Prikenfeld, Margus Alviste, Vallo Kikas

VALDKOND 3 – MUUSIKASÜNDMUSE KORRALDUS:

- Žürii 1 – Eva Palm (žüriitöö juht), Elo-Liis Parmas, Eva Johanna Lepikov, Heili Teder, Jalmar Vabarna, Kaido Haavandi, Karl Sirelpuu, Kristjan Priks, Raimond Põldmaa, Sander Haugas, Siim Jõgioja, Silvia Kask, Tarmo Hõbe, Tarmo Sikk
- Žürii 2 – Eva Palm (žüriitöö juht), Andreas Lukin, Siim Sirelpuu, Tauno Antsmäe, Antti Tsugart, Kalle Kingsepp, Mattias Tammik, Maris Altsoo, Kati Jägel-Paal, Andres Tõlp, Anne Luhaäär-Mikk, Mati Tubli, Paap Uspenski

VALDKOND 4 – AASTA DISAINILAHENDUSED:

- Kerstin „Kessu“ Raidma (žüriitöö juht), Martin Veisman, Erkin Antov, Keiu Grossberg, Taavi Tulev, Joosep Volk, Kaarel Vahtramäe, Kadri-Maria Külaots, Pauline Marie Korp

VALDKOND 5 – VALDKONNAÜLESED AUHINNAD:

- Ave Demelemester (žüriitöö juht), Rauno Haabmets, Toomas Olljum, Aivar Sirelpuu, Aarne Valmis, Mati Kaalep, Urmas Ambur, Eva Palm, Ingrid Kohtla, Grettel Killing, Kertu Aksiim, Jaan Naaber, Anton Must, Kaarel Sein, Margus Paht

Lisa 11. Music Estonia töötajate vastutusala

Tabeli sisu pärineb Music Estonia kodulehelt (*s.a.*).

Music Estonia töötaja	Vastutusala
Tegevjuht, Ave Sophia Demelemester	Eesti muusikaettevõtluse strateegiline arendamine, supervisioon, võrgustikud (EMEE, IAMIC)
Projektijuht, Grete Paršin	Esitlusfestivalid ja delegatsioonid (nt. jazzahead!, Classical:NEXT, Reeperbahn, WOMEX, ESNS, TMW), ettevalmistavad seminarid ja võrgustumisrühitused, kontaktreisid, toetusprogrammid (ekspordifond).
Projektijuht, Marii Reimann	Rahvusvahelised projektid (Europe in Synch), arengu- ja mentorlusprogrammid (EAS), esitlusfestivalid ja võrgustumisrühitused (Reeperbahn, ESNS, TMW).
Projektijuht, Marili Randla	Rahvusvahelised projektid (HEMI, MI-RAP), praktikaprogrammid (INTRO), toetusprogrammid (laulukirjutajate laagri fond).
EMEA projektijuht, Taavi Esperk	Eesti muusikaettevõtluse auhindade EMEA läbiviimine.
Live haru juht, Silvia Käsk	elava muusika valdkonna arendamine, rahvusvahelised projektid (SMA!), rahvusvahelised võrgustikud võrgustikud (Live DMA, Cindy & Kate)
Managers haru juht, Thea Zaitsev	mäenedžmendi valdkonna arendamine, võrgustikud (EMMA)
Kommunikatsioonijuht, Britt Randma	kommunikatsioon ja turundus, liikmeühitused (fookusühitused, Jutt & jook).
Assistent, Loretta Liiv	Assisteerivad ülesanded.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Deelia Kurg ,
(*autori nimi*)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose

Eesti Muusikaettevõtluse Auhinnad 2025 ,
(*lõputöö pealkiri*)

mille juhendaja(d) on Jorma Sarv ,
(*juhendaja nimi*)

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada Tartu Ülikooli digitaalarhiivi kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni;

2. annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 4.0, 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 lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Deelia Kurg

19.05.2025