

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA

Kultuurhariduse osakond

Kultuurikorralduse õppekava

Sandra Leis

MAHEDA MUUSIKA FESTIVAL

Loov-praktiline lõputöö

Juhendaja: Piret Aus, MA

kultuurikorralduse lektor

Kaitsmisele lubatud .....

Viljandi 2017

## **SISUKORD**

<b>SISSEJUHATUS</b> .....	3
<b>1. SÜNDMUSE TUTVUSTUS</b> .....	4
1.1. Organisatsiooni juriidiline staatus .....	4
1.2. Sündmuse tutvustus .....	5
1.3. Sündmuse eesmärgid .....	6
1.4. Sündmuse missioon ja visioon.....	6
1.5. Sündmuse huvi- ja sihtgrupid .....	7
1.6. Riskianalüüs.....	8
<b>2. KORRALDUSTÖÖ ANALÜÜS</b> .....	11
2.1. Sündmuse planeerimine .....	11
2.2. Meeskond ja ülesannete jaotus .....	12
2.3. Turundus- ja reklaamtegevus.....	17
2.4. Sponsorlus.....	18
2.5. Eelarve ning selle täitmine.....	20
2.6. Sotsiaalmajanduslik mõju .....	22
<b>3. SÜNDMUSE ANALÜÜS</b> .....	23
3.1. Hinnang toimunule .....	23
3.2. Publiku-uuringu kokkuvõte .....	24
<b>4. ENESEREFLEKSIION</b> .....	26
<b>KOKKUVÕTE</b> .....	29
<b>KASUTATUD ALLIKAD</b> .....	30
<b>LISAD</b> .....	32
Lisa 1 Tegevuskava .....	32
Lisa 2 Eelarve ja eelarve täitmine.....	34
Lisa 3 Sponsorkiri .....	35
Lisa 4 Programm.....	37
<b>SUMMARY</b> .....	38

## SISSEJUHATUS

Minu loov-praktiliseks lõputööks oli 5.-7. augustil 2016. aastal Kose lauluväljakul toimuv Maheda Muusika festival. Kolmel augustikuu päeval astusid Kose lauluväljakul ja noortelaval üles 14 artisti üle Eesti, teiste seas Estonian Voices, Mick Pedaja, Mari Jürjens jpt. Festivalialal oli avatud ka maheettevõtjate laad, mõned õpitoad ning lasteala, kus leidsid tegevust festivali väiksemad külastajad. Sündmuse korraldusprotsess algas 2015. aasta septembris ning kestis täpselt aasta aega.

Festivali korraldab MTÜ Maheda Muusika Ühing, kuhu juhatusse kuulun ka mina. Ühingu eesmärgiks on oma tegevuse kaudu aidata kaasa inimeste vaba aja kultuursele sisustamisele ning Kose valla tuntuse suurendamisele. Maheda Muusika festivali korraldades täidetakse just neid punkte.

Tegemist on mulle väga südamelähedase sündmusega, kuna festival leidis aset minu kodukohas Kosel ning on välja kasvanud kontserdisarjast Maheda Muusika Õhtud, mida korraldasin enne festivali viiel aastal. Teadsin, et tahan kontserdisarja oma lõputööna teha, kuid minu suureks rõõmuks tegi meie sündmuse tehnikapealik 2015. aastal ettepaneku sündmuse formaati muuta.

Käesoleva töö eesmärgiks on anda ülevaade Maheda Muusika festivali korraldustööst ning sündmuse toimumisest. Antud lõputöö on jaotatud nelja osasse. Esimene peatükk annab ülevaate Maheda Muusika festivalist ning sündmuse tähtsamatest punktidest nagu eesmärgid, visioon, missioon, huvi- ja sihtgrupid, riskianalüüs ning sündmust korraldava organisatsiooni tutvustus. Teises peatükis kirjeldan sündmuse korralduslikke aspekte, sh turundus- ja reklaamtegevust, sponsorlust ning eelarvet. Samuti annan ülevaate Maheda Muusika festivali meeskonnast ning sotsiaalmajanduslikust mõjust. Kolmandas peatükis analüüsin sündmuse toimumist, annan ülevaate publiku-uuringu kokkuvõttest ning neljas peatükk sisaldab eneserefleksiooni.

## 1. SÜNDMUSE TUTVUSTUS

Käesolev peatükk annab ülevaate sündmusest, sh eemärgid, missioon ja visioon ning siht- ja huvigrupid ning sündmuse korraldanud organisatsioonist. Samuti on välja toodud festivali riskianalüüs.

### 1.1. Organisatsiooni juriidiline staatus

Mittetulundusühing on isikute vabatahtlik ühendus, mille eesmärgiks või põhitegevuseks ei tohi olla majandustegevuse kaudu tulu saamine. Organisatsiooni asutamiseks peavad asutajad sõlmima asutamislepingu ning koostama mittetulundusühingu põhikirja. Mittetulundusühingu puhul on tegemist eraõigusliku juriidilise isikuga ning saadud tulu tuleb kasutada üksnes põhikirjaliste eesmärkide saavutamiseks. (Mittetulundusühingute seadus 1996)

Maheda Muusika festivali korraldajaks oli MTÜ Maheda Muusika Ühing, kuhu juhatusse kuulun ka mina. Mittetulundusühing loodi 2015. aasta detsembris. Ühing on võtnud oma tegevusteks üle-Eestiliste projektide (festivalide, kontsertide jms) kavandamise ja korraldamise, koostöö tegemise teiste samalaadsete ühendustega ning põhikirjas välja toodud eesmärkide saavutamise (MTÜ Maheda Muusika Ühingu põhikiri 2015).

Ühing on võtnud oma eesmärkideks (ibid):

- a) Oma tegevuse kaudu (muusikasündmuse korraldades) aidata kaasa inimeste vaba aja kultuursele sisustamisele;
- b) Erinevate heategevusprojektide korraldamise;
- c) Kose ja Kose valla tuntuse suurendamise;

- d) Ühing on oma olemuselt sihtrühma suhtes heategevuslik, kasumitaotluseta klubiline organisatsioon;
- e) Ühingu tulu kasutatakse põhikirjaliste eesmärkide saavutamiseks.

## 1.2. Sündmuse tutvustus

Maheda Muusika festival on välja kasvanud Maheda Muusika Õhtutest, mida korraldati Kose Noortelaval esmakordselt 2009. aastal Mihkel Leisi eestvedamisel. Kontserdisarja eesmärgiks oli pakkuda Kose valla elanikele mõnusaid muusikaõhtuid ning reklaamida samal suvel esietenduvat noortemuusikali “Üks samm sinna poole”. Üles astusid Tõrva vokaalansambel Jazzynelly ning Sauelt päris Carolina Laos ja Helena Anni (Leis 2009, lk 6). Lisaks olid esindatud ka kohalikud koosseisud – ansambel Vox Melliculus ning duo Kristel Viidik ja Ade Luts.

Pärast aastast pausi otsustasid Kose tegusad noored kontserdisarja uuesti korraldama hakata. Nii korraldatigi viiel järjestikusel aastal hubaseid muusikaõhtuid. Maheda Muusika Õhtute peaesmärgiks oli pakkuda tasuta kvaliteetseid kultuurielamusi Kose valla elanikele. Alaesmärkideks oli Kose Noortelavale kasutuse leidmine, vähetuntud noortebändidele ja lauljatele lavalise kogemuse võimaluse andmine ning oma loomingu esitamine. Maheda Muusika Õhtutel astusid koos alustavate noorte artistidega üles sellised artistid nagu Hedvig Hanson, Sandra Nurmsalu, Anu Taul, Karl-Erik Taukar, Kruuv, Artjom Savitski, Malcolm Lincoln jpt.

Idee kontserdisarjast festival luua tuli meie tollaegselt tehniliselt partnerilt, kes leidis, et on aeg edasi liikuda ja sündmus suuremalt korraldada. Esialgu suhtusime koos teise peakorraldaja sellesse veidi skeptiliselt, kuna Kose on väike koht ja siinsed inimesed on harjunud väiksemate sündmustega. Kui aga 2015. aasta sügisel kolmekesi kohtusime ja edasisi plaane arutasime, saime koheselt aru, et Kosel on tegelikult väga suur potentsiaal taolist festivali korraldada. Otsustasime luua MTÜ Maheda Muusika ühingu, mille peamiseks tegevuseks on Maheda Muusika festivali korraldamine.

### 1.3. Sündmuse eesmärgid

Eesmärgiks saame lugeda asjade soovitud seis, mida tahame projekti lõppedes saavutada. Eesmärkide seadmisel tuleks kirja panna nii lühi- kui pikaajalised eesmärgid. Lühieesmärgid on selged ning antud projekti tulemusena mõõdetavad. Pikaajalised eesmärgid on üldised lõpptulemused ning need ei pruugi olla mõõdetavad. (EMSL 2003, lk 9)

Maheda Muusika festivali peaesmärgiks on pakkuda kultuurihuvilistele üle Eesti võimalust saada osa vabas looduses toimuvatest tasuta kontsertidest ning luua läbi selle eeldused ka majanduslikult kehvemal järjel olevatele peredele ja inimestele kvaliteetse kultuurikogemuse saamiseks.

Sündmuse alaeesmärkideks on:

- a) Festivalile maheettevõtete kaasamise abil tutvustada inimestele erinevaid maheettevõtteid ja nende tooteid;
- b) Heategevuslikul eesmärgil toetada väljapääsupileti tulu eest Kose Muusikakoolis huvihariduse andmist;
- c) Luua esinemisvõimalus vähetuntud artistidele;
- d) Leida Kose Noortelavale kasutust.

### 1.4. Sündmuse missioon ja visioon

Aune Pasti sõnul (2008, lk 288) on missioon see, mis puuduks ühiskonnast, kui meid ei oleks olemas. Missiooni sõnastus peab olema lühike, selge ning vastama organisatsiooni eesmärgile. See peab kirjeldama kliente, kelle jaoks funktsioone täidetakse ning määratlema meetodid, millisel moel kliente teenindatakse. Missioon peab vastama küsimusele “Miks organisatsioon eksisteerib?”

**Maheda Muusika festivali eesmärkidest lähtuvalt on missiooniks:** Maheda Muusika festival on katkematu traditsiooniga iga-aastaselt korraldatud festival, millest saavad osa võtta erineva sotsiaalse ning majandusliku taustaga inimesed ja pered.

Visioon on homme, kuhu ettevõtte liigub. Visiooni puhul on tähtis, et iga inimene antud organisatsioonis peab suutma näha iseennast selles visioonis. See kirjeldab meie tulevikku ja meid endid seal (Past 2008, lk 288-289).

**Maheda Muusika festivali tulevikust lähtudes on visiooniks:** aastaks 2025 on Maheda Muusika festival Eesti suurim mahemõtlemist- ja tarbimist propageeriv muusikafestival.

#### 1.5. Sündmuse huvi- ja sihtgrupid

Sihtgrupi all mõistame inimrühma, mille moodustavad toote või teenuse potentsiaalsed tarbijad (Loov Eesti s.a.). Sellest tulenevalt võime nimetada Maheda Muusika festivali sihtgruppideks:

- a) Kose valla ning ümberkaudsete valdade inimesed;
- b) kultuurihuvilised inimesed üle Eesti, kes soovivad osa saada kvaliteetsest kultuurielamusest;
- c) majanduslikult kehvemal järjel olevad inimesed ja pered Kose ja ümberkaudsetest valdadest.

Huvigruppe kirja pannes tuleks mõelda küsimustele (Projektijuhtimine 2010, lk 25):

- Millistele funktsioonidele või inimestele avaldavad projekti tegevused või lõpptulemus mõju?
- Kes annab projektile ressursid – inimesed, ruumid, abivahendid ja raha?

Sellest definitsioonist tulenevalt on Maheda Muusika festivali huvigruppideks:

- a) Kose vallavalitsuse liikmed;
- b) Kose valla elanikud ja ettevõtted;
- c) kultuurihuvilised inimesed üle Eesti;

- d) vabatahtlikud;
- e) koostööpartnerid ja toetajad Kose vallas ning üle Eesti;
- f) Eesti muusikud ja ansamblid;
- g) meediaorganisatsioonid Eestis;
- h) Eesti mahetootjad ja -ettevõtted ning toitlustusfirmad;
- i) Kose vallas samal ajal toimuvate sündmuste korraldajad;
- j) mahetoodangu, -elustiili vms inimesed ja ettevõtted;
- k) lastele ja noortele suunatud ettevõtted (näomaaling, teadusteater jms).

### 1.6. Riskianalüüs

Olles kolmanda kursuse kevadel läbinud suursündmuste ohutuse ja turvalisuse aine, sain koheselt aru, kui vajalik on eelnev riskide kaardistamine. Riskijuhtimise käigus nähakse ette ning minimeeritakse võimalikke probleeme ja riske. Riske saab jagada kaheks – organisatsioonisisesteks ehk sisekeskkonnariskideks ning organisatsiooniväliseks ehk väliseskkonnariskideks. Kindlasti tuleks riskianalüüsis välja tuua riskide esinemise tõenäosuse ja mõju korraldusele ning moodused, kuidas riske vähendada ja ennetada. (Tarmula & Müristaja lk 59-60) Koostas festivali riskianalüüsi (vt tabel 1) suursündmuse ohutuse aines ning jagasin seda kõikide festivali meeskonnaliikmetega, et kõik potentsiaalsete riskidega kursis oleksid ning oskaksid nende tekkimisel tegutseda.

Tabel 1. Maheda Muusika festivali riskianalüüs

Oht	Mõju/tõenäosus	Ennetav tegevus	Korrigeeriv tegevus
Ebapiisav rahastus	2/2	Võimalike projektivoorude juurde otsimine, sponsorite ja era-rahastajate juurde otsimine	Jätta ära mõni esineja või tegevus
Samal ajal toimuvad teised sündmused	2/2	Uurida kultuurikavast teiste sündmuste toimumisaegu, turundada rohkem oma sündmust, teha mõne konkureeriva sündmusega koostööd	Otseturundus, atraktiivsed sotsiaalmeedia postitused

Oht	Mõju/tõenäosus	Ennetav tegevus	Korrigeeriv tegevus
Vähene huvi alustava festivalina	2/2	Turundada atraktiivselt sotsiaalmeedias, lisaväärtuse loomine (mõne esineja uue loo esietekanne, plaadi tutvustus), lasta festivalil esinejatel reklaami teha	Otseturundus, lasta festivalil esinejatel suuremat reklaami teha
Tehnika altvedamine	1/2	Kaasata professionaalne tehnikafirma ja helitehnikud	Lasta helitehnikutel kohe- selt probleem üles leida ja see likvideerida, kahe lava olemasolul tuua teiselt lavalt vajaminevad tehni- lised vahendid, kui muu ei aita, lasta esinejal ilma võimuta esineda
Raskendatud ilmaolud – vihm, tuul	2/2	Luu mõne koostööpartneriga kokkulepe, et vajadusel saame nende käest festivali ajaks telgid, kus saavad külastajad vihma eest varjus olla (nt 3 päevase ette- tellimisega), jälgida enne festi- vali ilmateadet, katta tehnika kilega, hankida katustega lavad	Läbi sotsiaalmeedia infor- meerida inimesi (panna end soojalt riidesse, võtta kaasa vihmakeebid vms), müüa vihmakeepe, vajadusel kontsert edasi lükata/ära jätta
Raskendatud ilmaolud – pala- vus, kuumalaine	2/2	Tuua festivalialale mõned suure- mad telgid, kuhu alla saavad külastajad päikese eest varju minna, kontrollida, et toitlusta- jatel on piisavalt vett müüa, hankida festivalialale peakatete müüjad	Müüa piisavalt vett ja pea- katteid, kohapealne kom- munikatsioon – lasta lava- manageridel külastajaid mikrofoni kaudu teavitada kõrgetest kuumakraadidest ning paluda vastavalt käi- tuda (minna puude alla varju, kanda peakatteid), kaasata festivalile turva- firma, kellel on esmaabi kvalifikatsioon, luua toit- lustajaga kokkulepe, et vett saab osta poole hinnaga
Esineja(te) haigestumine või loobumine	1/2	Teha enne festivali esinemis- lepingud, kuhu märkida, mis on edasised tegevused, kui esineja alt ära hüppab vms	Leida koheselt uus esineja, teavitada läbi sotsiaalme- dia kontserdi ärajäämisest
Korraldusmees- konna haiges- tumine	1/2	Oma tervist hoida	Võimalusel oma ülesan- deid delegeerida, jaotada meeskonnaliikmete vahel ülesanded ära

Oht	Mõju/tõenäosus	Ennetav tegevus	Korrigeeriv tegevus
Tulekahju	1/3	Teavitada oma sündmusest päästeametit, koostada evakuaatsiooniplaan ja teha see selgeks kõikide meeskonnaliikmetele	Võtta ühendust päästeametiga, teavitada inimesi juhtunust (mikrofoni või ruupori teel), evakueerida inimesed festivalialalt
Alkoholijoores inimesed satuvad konflikti	1/2	Mitte müüa alkoholi, tagada kvaliteetne turvateenus, mitte lasta festivalialale oma alkoholi inimesi sisse, mitte lasta festivalialale joores inimesi	Anda teada turvatöötajatele ning lasta nad festivalialalt ära viia ning tegeleda nendega privaatsest, et see festivali külalastajaid ei häiriks, vajadusel kutsuda politsei
Meeskonnasisese kommunikatsiooni probleemid	1/2	Teha enne festivali täpselt ja kirjalikult selgeks, kes mis valdkonda puudutavate küsimustega tegeleb ja kelle poole kindlate muredega pöörduda, teha tööjaotus – kes keda informeerib, milliste kanalite kaudu jms	Saada teada, kelle poole tuleb küsimusega pöörduda ja seda koheselt teha
Õnnetusjuhtumid	2/2	Kutsuda festivalile kohale Punane Rist ja turvatöötajad; teavitada oma sündmusest politsei- ja päästeametit	Vastavalt olukorrale teavitada Punase Risti ja/või turvatöötajaid
Terrorism	1/3	Koostada evakuaatsiooniplaan ja teha see meeskonnaliikmetele selgeks	Mitte paanikasse sattuda, teavitada publikut ning evakueerida nad festivalialalt, teavitada politseid ja päästeametit, vajadusel kiirabi

Festivali üheks suurimaks ohuks oli samal ajal toimuvad teised sündmused, mida oli erakordselt palju (Intsikurmu, Augustibluus, Weekend festival jms). Kuna augustikuu esimesel nädalavahetusel on väga palju erinäolisi sündmusi, on plaanis 2017. aasta Maheda Muusika festival korraldada juuli keskel. Teine suur ohuallikas oli ebapiisava rahastuse hankimine, kuna jäime hiljaks mitmest suursündmuse projektivoorust raha taotlemisega ning sponsorite poole pöördumisega. Ülejäänud kirja pandud potentsiaalsete riskidega ei tulnud tegeleda.

## 2. KORRALDUSTÖÖ ANALÜÜS

Käesolev peatükk annab ülevaate sündmuse korraldustöö analüüsist, sh sündmuse planeerimisest, meeskonnaliikmete ülesannete jaotusest, turundus- ja sponsorlusalastest tegevustest ning eelarvest. Samuti toon välja festivali sotsiaalmajandusliku mõju analüüsi.

### 2.1. Sündmuse planeerimine

Sündmuse planeerimise abil on võimalik prognoosida ja hinnata protsessi tulemuslikkust, keskenduda konkreetsetele eesmärkidele ja nende saavutamisele. Planeerimise kaudu on võimalik saada teadlikuks varjatud probleemidest, leida neile lahendusi ning vähendada ebamäärasust, mis projekti elluviimisega tihti kaasneda võib. (Tarmula & Müristaja 2011, lk 37)

Festivali korraldustöö algas varakult – 2015. aasta septembris. Esimesed kaks koosolekut toimusid festivali algatajatega näost näkku, kuid hiljem meeskonna suurenedes suhtlesime Skype'i vahendusel, kuna tihedate kooli- ja töögraafikute tõttu tundus aega säästvam koosolekud interneti teel pidada. Projekti täideviimisel oli festivali korraldajatele abiks Gantti tabeli stiilis tegevuskava (vt lisa 1), mida projekti korraldusprotsessi jooksul jälgisime. Lisaks soovitasin kõikidel meeskonnaliikmetel eraldi isiklikud tegevuskavad teha, mida enamik ka tegi.

Esimeste ülesannete hulka kuulusid eelarve koostamine, rahastustaotluste kirjutamine, sponsoritega kontakteerumine ning programmi kokkupanemine. Olgugi, et hakkasime esimeste tegevustega peale juba oktoobris, jäime siiski hiljaks mitme suursündmuse rahastustaotluse esitamisega. Uusi meeskonnaliikmeid kaasates panin kirja kõikide tööülesanded (vt tabel 2). Aasta alguses kaasasin meeskonda turundus-, pressi- ja

kaubanduspealiku ning vabatahtlike koordinaatori, mis tähendas, et põhjalikum töö hakkas pihta ka nendes valdkondades. Turundusalased tegevused kestsid aktiivselt festivali lõpuni ning seda peamiselt läbi Facebook'i. Ka pressi valdkonda puudutavad tegevused toimusid festivali lõpuni – pressiteadete saatmine, raadioreklaami tegemine ja selle eetrisse minemise eest vastutamine, erinevate meediakanalitega ühendustvõtmine ning festivalile kajastuste hankimine. Samuti tegutses ka kaubanduspealik kevadest augusti esimese nädalavahetuseni, töötades välja kaubandussüsteemi, hankides festivalile maheettevõtjad ja toitlustajad ning koostades kaubanduse valdkonnas vajaminevad dokumendid (kauplemise tingimused, müügipilet, ettevõtja sooviavaldus, kauplemisleping). Vabatahtlike koordinaatori töö algas kõige hiljem, kuid sellest hoolimata sai antud valdkonna juht kõikide ülesannetega hakkama – toitlustuse ja ööbimispaiga hankimine, vabatahtlike kaasamine festivalile, nende tööülesannete ja graafikute koostamine.

Kuu aega enne festivali tegin kõikide valdkondade juhtidega eraldi kokusaamised, et rääkida näost näkku läbi kõikide valdkondade hetke seisu, mis vajab veel tegemist, mis on murekohad ja ettepanekud. Nädal enne festivali toimus Skype'i teel kaks koosolekut ning suur meeskonna kokusaamine leidis aset festivali esimese päeva lõunal, kus rääkisime läbi festivaliala paigutuse ning küsimused ja mured.

## 2.2. Meeskond ja ülesannete jaotus

Meeskonda saab defineerida allolevate punktide põhjal (Brooks 2006, lk 101, koostatud Buchanani ja Huczynski (2004) ning Adairi (1986) järgi):

- määratletud liikmelisus;
- ühine infovõrgustik;
- ühine identiteet ja jagatud eesmärk;
- ühised sihid;
- rühmateadvus;
- vastastikune sõltuvus;
- koostoimimine;

- rühmastruktuur ja -rollid;
- võime tegutseda ühtemoodi.

Leian, et need punktid iseloomustavad meeskonda ja selle toimimist hästi. Et meeskond ühiselt toimida saaks, peab kõikidel meeskonnaliikmetel olema teada enda ja teiste rollid, tööülesanded ning projekti eesmärk, mille poole ühiselt liigutakse. Vastavalt tööülesannete jaotusele on loogiline, et tekib vastastikune sõltuvus – nt turundusjuht ootab programmipealikult programmi ajalist kinnitamist, et saaks selle kujundajale saata, sealjuures peab programmipealik ajalise esinemisgraafiku koos tehnikapealikuuga välja töötama, kes oskab nõu anda tehniliste küsimustega. Ka on elementaarne ühine infovõrgustik, et kõik saaksid samaaegselt info kätte kas läbi sotsiaalmeedia (festivali Facebook'i grupi), festivali e-posti, telefoni või Skype'i teel.

Festivali loomisprotsessi juurde kuulusid kolm inimest – mina, Laura Jõgisoo ja Siim Pohlak. 2016. aasta jaanuaris kaasasin turunduspealiku, veebruaris pressipealiku, märtsis kaubanduspealiku ja vabatahtlike koordinaatori. Kõik hiljem kaasatud meeskonnaliikmed olid TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia kultuurikorralduse üliõpilased. Olenemata oma noorest vanusest oli mu rõõm äärmiselt suur, kui sain aru, kui entusiastlikud ja asjalikud inimesed meeskonda kaasanud olen. Lisaks liitus festivali meeskonnaga 15 vabatahtlikku nii Kose vallast kui kaugemalt.

Minu jaoks on meeskond väga oluline ning pean hädavajalikuks meeskonnaliikmete vahelist head sidet ning koostöövõimet. Küll aga ei taibanud, et kõik meeskonnaliikmed ei tunne teineteist, kuna pooled neist elasid Viljandis ja pooled Kosel. Avastasin selle vea, kui üks valdkonnajuht mulle muret kurtis. Kuna nägin, et ainuüksi Skype'i koosolekuks on raske kõigile ühist vaba päeva leida, leidsin, et veel keerulisem oleks hakata nii kiirel perioodil näost näkku kokkusaamist planeerima. Panin õppetunni kõrva taha ja teadsin, mida pean tuleval aastal paremini tegema.

Valdav osa koosolekuid toimus Skype'i vahendusel, kuna meeskonnaliikmed elasid Eesti erinevates paikades. Lisaks kasutasime suhtlemiseks ja teineteise tegemiste jälgimiseks Google Drive'i ning festivali e-maile, mis sai sündmuse raames kõikidele meeskonnaliikmetele tehtud. Meeskonna koosolekud olid minu jaoks alati väga motiveerivad. Enne koosolekut oli mul tihti teisem päev olnud ning tundsin seetõttu väsimust, kuid

koosolekud motiveerisid ja innustasid mind iga kord. Koos nõu pidada, küsimustele lahendusi leida ning alati nii värskendavaid ja uudseid ideid kuulata oli puhas rõõm. Tundsin kindlustunnet, et olen oma meeskonda kaasanud motiveeritud inimesed.

Tabel 2. Maheda Muusika festivali meeskond

<b>Meeskonnaliikme roll</b>	<b>Ülesanded</b>
Projekti- ja programmipealik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kogu korraldustöö koordineerimine;</li> <li>• Rahastustaotluste kirjutamine;</li> <li>• Meeskonna kokkupanek ja koosolekute läbiviimine;</li> <li>• Kose Noortekeskuse (lasteala) ja Kose Kunstikooliga suhtlemine (lavakujundus ja viidandus);</li> <li>• Programmi väljatöötamine (vt lisa 4), esinejatega suhtlemine ning programmi kinnitamine, esinejate tehniliste ja muude vajaduste väljaselgitamine;</li> <li>• Eesti Autorite Ühinguga lepingu sõlmimine;</li> <li>• Riskianalüüsi koostamine;</li> <li>• Festivali sise-eeskorra koostamine ja tehnikapealikuga kooskõlastamine;</li> <li>• Festivali ajal esinejate vastuvõtmine ning nende ruumide eest vastutamine (kui suupisted ja veepudelid otsas, siis juurde tuua jms);</li> <li>• Peale festivali järelkoosoleku läbiviimine, sündmuse kokkuvõtte tegemine ja rahastustaotluste aruannetega tegelemine.</li> </ul>
Turunduspealik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Festivali turundusplaani koostamine ja selle elluviimine;</li> <li>• Facebook'i haldamine ja auhinnalooside läbiviimine;</li> <li>• Kujundaja, foto- ja videograafide kaasamine festivalile;</li> <li>• Trükifirmaga kokkulepete sõlmimine;</li> <li>• Disainielementide loomine koos kujundajaga ja trükiste trükki minemise eest vastutamine;</li> <li>• Plakatite, flaierte jm trükiste laialijaotamise eest vastutamine;</li> <li>• Hooandjasse projekti tegemine ning eduka projekti korral hooandjatega tegelemine (nende tänamine, meenete kohaletoimetamine jms);</li> <li>• Festivali telgiga Kose kevadlaadale minemise eest vastutamine;</li> <li>• Festivali ajal foto- ja videograafide suunamine;</li> <li>• Festivali ajal atraktiivsete postituste ja videote ülespanemine sotsiaalmeediasse;</li> <li>• Festivali ajal hooandjate suupistelaudade eest vastutamine;</li> <li>• Peale festivali reklaamide mahavõtt.</li> </ul>

<b>Meeskonnaliikme roll</b>	<b>Ülesanded</b>
Sponsorluspealik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sponsorkirja koostamine (vt lisa 3);</li> <li>• Sponsoritega tegelemine nii Kose vallas, ümberkaudsetes valdades kui ka üle Eesti;</li> <li>• Mitterahaliste vahendite hankimine (meened, käepaelad jms);</li> <li>• Vastutamine, et sponsorite poolt lubatud mitterahalised vahendid õigeaks ajaks meieni jõuavad.</li> </ul>
Tehnikapealik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eelarve koostamine;</li> <li>• Avaliku sündmuse loa ja festivali domeeni tegemine;</li> <li>• Festivalile prügi-, tualeti-, turva-, heli- ja valgusfirma leidmine ning nende firmadega kokkulepete sõlmimine;</li> <li>• Festivalile esmaabi kaasamine;</li> <li>• Festivalile pealava hankimine;</li> <li>• Koostöös projekti- ja kaubanduspealikuga festivaliala kaardi koostamine;</li> <li>• Päev enne festivali pealava ülesehitamise eest vastutamine;</li> <li>• Festivali ajal prügi-, tualeti-, turva-, heli- ja valgustehnika isikute vastuvõtmine, asjade mahalaadimine jms;</li> <li>• Festivali ajal lavapoiste ja helitehnikute suunamine ning abistamine;</li> <li>• Festivali viimasel päeval kogu tehnika jm mahavõtmine.</li> </ul>
Pressipealik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meediaplaani koostamine ja selle elluviimine;</li> <li>• Internetiportaalidesse festivali info ülespanemine;</li> <li>• Pressiteate koostamine ja väljasaatmine;</li> <li>• Raadioreklaami tegemine ja raadiotesse edastamine;</li> <li>• Meediaväljaannetega suhtlemine enne festivali, festivali ajal ja peale festivali;</li> <li>• Publiku-uuringu küsitluse koostamine ja selle läbiviimine;</li> <li>• Festivali ajal meediaväljaannete esindajate vastuvõtmine;</li> <li>• Peale festivali publiku-uuringu ning kõikide kajastuste kokkuvõtete tegemine.</li> </ul>
Kaubanduspealik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tehnikapealikuga kaubandussüsteemi väljatöötamine;</li> <li>• Tehnikapealikuga elektri- ja veevõtusüsteemide väljaselgitamine;</li> <li>• Ettevõtja sooviavalduse, müügipileti ning kauplemislepingu koostamine;</li> <li>• Laadaala mõõtmine ning kauplejate paigutamine alale;</li> <li>• Maheettevõtete ja toitlustusfirmade kaasamine festivalile;</li> <li>• Ettevõtete suhtlemine ning nendelt vajamineva info hankimine (elektritarvikute loetelu, telkide mõõtmed jms);</li> <li>• Kauplejatega kirjalike lepingute sõlmimine;</li> </ul>

<p><b>Meeskonnaliikme roll</b></p> <p>Kaubanduspealik</p>	<p><b>Ülesanded</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enne festivali kauplejate tabeli koostamine koos vajamineva infoga (ettevõtjate kontaktandmed, müüdavad tooted, telkide mõõdud jms);</li> <li>• Festivali esimesel päeval kauplejate vastuvõtmine, müügipiletite ja käepaelte andmine ning nende müügikohtade näitamine;</li> <li>• Festivali ajal kontrollimine, et kauplejad kauplemislepingust kinni peaksid;</li> <li>• Festivali viimasel päeval kindlaks tegemine, et kõik kauplejad oma asjad kaasa võtavad ning festivaliala endast puhtana maha jätavad.</li> </ul>
<p>Vabatahtlike koordinaator</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vabatahtlike süsteemi väljatöötamine (mis alale kui palju vabatahtlike vaja on, millised on tööülesanded);</li> <li>• Festivali meeskonnale toitlustuse ja ööbimiskoha hankimine;</li> <li>• Vabatahtlike motivatsioonipaketi kokkupanemine;</li> <li>• Vabatahtlike otsimise kuulutuse koostamine ja selle levitamine;</li> <li>• Vabatahtlike graafikute koostamine;</li> <li>• Vabatahtlike käsunduslepingute koostamine ning lepingute sõlmimine;</li> <li>• Vabatahtlikega suhtlemine ning neile info jagamine;</li> <li>• Vabatahtlike tänupeo organiseerimine;</li> <li>• Festivali ajal vabatahtlike suunamine ja abistamine ning lasteala ja toitlustuse eest vastutamine;</li> <li>• Peale festivali vabatahtlike tänamine.</li> </ul>

Leian, et selline tööde jaotus oli igati mõistlik ning kõikide valdkondade juhtidel (va sponsorluspealikul) oli piisav koormus. Olen arvamusel, et sponsorluse valdkonnas oleks võinud olla kaks inimest – üks, kes tegeleb rahaliste vahendite hankimisega ning teine, kes tegeleb mitterahaliste vahendite hankimisega. Toon siinkohal välja, et meie festivali tehnikapealikul olid mõningad tehnikapealiku jaoks ebaharilikud ülesanded (eelarve koostamine, avaliku loa ja domeeni tegemine). Seda seetõttu, et tema puhul oli tegemist MTÜ Maheda Muusika Ühingu juhatuse liikmega, kes käis välja idee korraldada kontserdisari festivalina ning võttis seetõttu endale suurema vastutuse ja rohkem ülesandeid.

### 2.3. Turundus- ja reklaamtegevus

Maheda Muusika festivali korraldades jaotasime turundamise nelja osasse: trükised (plakatid, flaietid, kavad, bänner), sotsiaalmeedia (Facebook ja Interneti leheküljed), meedia (televisioon, raadio, pressiteated) ning ajalehed ja ajakirjad. Trükiste ja sotsiaalmeediaga tegeles turunduspealik ning meedia, ajalehtede ja ajakirjadega pressipealik.

Turundusjuhi üks ülesannetest oli kujundaja leidmine. Kuna Maheda Muusika Õhtutel oli varasemalt kujundajaks Janno Saft, kelle tööga me väga rahule jäime, soovisin ka sel korral temaga koostööd jätkata, kuna teadsin, et tegemist on professionaaliga, kelles ei pea pettuma. Kujundaja poolt valmis A2 ja A3 suuruses plakat, B7 suuruses flaiet, 3x1,5m suurune bänner, kava, Facebook'i Maheda Muusika festivali lehekülje päis ning ka eraldi festivali sündmuse päis. Samuti valmis sama kujundaja poolt meie sündmuse logo.

Sotsiaalmeedias viisime läbi mitmeid auhinnaloose ning postitasime atraktiivseid sissekandeid (esinejate eraldi reklaamimine meeskonnaliikmete poolt tehtud fotod, festivalil esinevate muusikute reklaamvideod jms). Samuti panime oma sündmuse info üles erinevatesse internetiportaalidesse, sh Visit Harju, Puhka Eestis, Kuhu minna, YU Magazine jpt.

Lisaks sai meie festival kajastust nii televisioonis, raadios kui ka paaris kohalikus lehes (Kose Teatajas ja Harju Elus). Ajalehed ja ajakirjad olid meie jaoks kõige ebaolulisemad, kuna sealseid hinnakirjad olid võrdlemisi kõrged ning alustava festivalina otsustasime kulutused (sh turundus- ja pressialaseid kulutusi) minimaalsed hoida. Festivali raadioreklaami lasti Raadio 2-s, Vikerraadios, Tre ning Ring FM raadiotes. Ka andsime paar raadiointervjuud Raadio 2-es ja Kuku raadios. Samuti õnnestus meil kajastust leida ka televisioonis. Meie suureks üllatuseks võtsid meie meeskonnaga ühendust Suvesangarite saate tegijad ning soovisid oma saatesse ühte festivali meeskonnaliiget ning kahte muusikut. Samuti käis festivalil kohal Aktuaalse Kaamera reporter, kes meid uudistesaaetes kajastas. Pressiteated läksid välja juunis ning augusti alguses.

Probleem tekkis kodulehe valmimisega. Lehekülg, mis pidi valmis saama juuni alguses, ei valminudki. Kujundaja, kes pidi meie kodulehe tasuta tegema, võttis vastu töopakumise, mis oli talle tulusam ning jättis meie sündmuse kodulehe tegemise ära. Sain õppetunni, et ei tasu usaldada tasuta tööd tegevaid inimesi, kuna paratamatult võivad nad vastu võtta pakumisi, mis on neile tulusamad.

## 2.4. Sponsorlus

Sponsorluse all mõistetakse ärilist suhet raha, ressursside või teenuse pakkuja ning üksikisiku, sündmuse või organisatsiooni vahel, kes pakub toetuse andjale vastutasuks mingisuguseid õigusi või partnerlust, mida saab kasutada ärilise eelisenä. Sponsorite tähelepanu saamiseks peaksid sündmuse korraldajad pakkuma välja selge kasu, kuna suuremad ettevõtted saavad ohtralt sponsorlustaotlusi ning toetavad neid ettevõtmisi, mis on seotud ettevõtte sihtgruppide, eesmärkide ja tegevusega ning kus on selgesti välja toodud kasu neile. (Tarmula & Müristaja 2011, lk 42-43)

Maheda Muusika festivali sponsorluspealik tegeles sponsorluse hankimisega (nii rahaliste kui mitterahaliste vahenditega) ning esitas rahastustaotluse Kose Vallavalitsusele. Ülejäänud rahastustaotlustega tegelesin projektijuhina mina. Kuigi alustasime korraldusprotsessi juba 2015. aasta septembris, olid mitmed suursündmuste projektivoorude tähtajad (Hasartmängumaksu Nõukogu, Harjumaa Omavalitsuste Liit, Kodanikuühiskonna Sihtkapital) oktoobris ja novembris, kuhu me ei jõudnud rahastustaotlusi esitada. Esitasin veebruarikuu Kultuurkapitali rahastustaotluse, kust toetust ei saanud, kuna taotlesin valest kohast – helikunsti sihtkapitali asemel oleksin pidanud taotluse esitama Harjumaa ekspertgrupile. Tegin rahastustaotluses mõningad muudatused ning esitasin projekti uuesti maikuus, seekord Harjumaa ekspertgruppi, kust raha saime. Ühisrahastusplatvorm Hooandja keskkonda sisestas turunduspealik meie projekti, kust saime tänu Nordea Pangale ning eraisikute annetustele 1800€ kokku.

Mul oli hea meel, et Kose ettevõtted ja asutused olid toetavad ning tahtsid anda oma panuse festivali korraldamiseks. Näiteks võttis meiega ühendust Kose Kunstikool, kes avaldas soovi festivali lavakujundusega tegeleda. Kose Noortekeskus toetas meid lasteala organiseerimisega ning Kose Gümnaasium oli nõus vabatahtlikud majutama. Samuti toetasid meid nii rahaliste kui mitterahaliste vahenditega mitmed Kose ettevõtted nagu Puruvana OÜ, Kose Lions klubi MTÜ, Corle OÜ, Sinihallika trahter OÜ ning Eelika Keraamika. Ka Kose Vallavalitsus suhtus meie ettevõtmisesse toetavalt, mille üle oli äärmiselt hea meel. Oli näha, et meie tegemisi tunnustatakse ning festivali toimumisele tahetakse kaasa aidata.

Sponsorluse valdkonnas õnnestus meil rohkem saada mitterahalisi vahendeid ning teenuseid. Eesmärgiks oli leida ka sponsoreid, kes meie sündmust rahaliselt toetaksid, kuid paraku ei

õnnestunud see meil nii hästi, kui esialgu planeerisime. Väljaspool Kose tegutsevad ettevõtted ja organisatsioonid, kes meid toetasid olid Taurus Print OÜ, Kema Design OÜ (Reklaamimaailm), Ring FM Media OÜ, Saku Õlletehas AS, Joik OÜ, Moshi Natural OÜ, Eesti Autorite Ühing, Euro Oil AS, AS Eesti Keskkonnateenused, Toi toi Eesti OÜ, ning ID Lam OÜ. Suurtoetajate alla kuulusid Kose vald, Tre Raadio Ühing MTÜ, Eesti Kultuurkapital ning Nordea Pank.

Järgnevalt toon välja põhjused, miks sponsorite leidmine ebaõnnestus:

- a) Ettevõtetel oli juba jooksva kalendriaasta eelarve kinnitatud ning nad ei leidnud vaba ressursi, millega meid toetada;
- b) Alustava festivalina ei olnud suur osa ettevõteteid meie sündmusest teadlikud ning pigem toetati juba regulaarselt toimuvaid sündmusi;
- c) Saates sponsorkirju laiali erinevatel aegadel (esimesed kirjad 2015. aasta lõpus, teised 2016. aasta alguses ning mõningad kirjad veel 2016. aasta kevadel) võis viimaste kirjade puhul veaks olla liiga hiline saatmine;
- d) Sponsorluspealiku tihe kooligraafik, mis vahepeal võimaldas tal saata vaid e-kirju (helistada ei olnud võimalik). Lisaks ei olnud tal ajanappuse tõttu aega, et ettevõtete eesmärkide ja tegevustega tutvuda ning vastavalt sellele leida potentsiaalseid toetajaid, kellel on meie festivaliga ühised väärtused – rohkem oleks tulnud otsida ettevõtete tegevuste kohta ning oleks pidanud kasutama rohkem personaalset lähenemist;
- e) Suvel (ning eriti sellel augustikuu nädalavahetusel) toimus väga palju teisi sündmusi ja festivale, st kui ettevõtte toetas juba samal nädalavahetusel toimuvat sündmust, ei pruukinud ta enam meie festivali toetada.

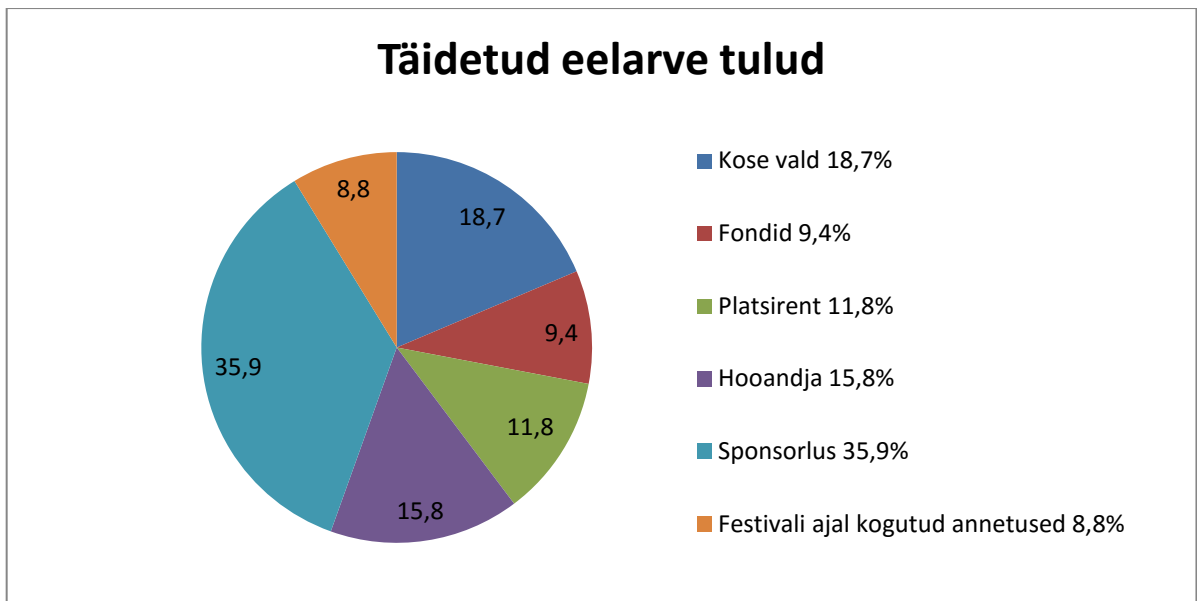
Sponsorluspealik tegi peale festivali toimumist oma tagasisides ettepaneku, et tuleval aastal võiks sponsorluse valdkonnas olla kaks inimest – sponsorlusjuht, kes tegeleb raha hankimisega ning tema assistent, kes tegeleb mitterahaliste vahendite hankimisega. Usun, et see on igati mõistlik lahendus, kuna sponsorite hankimine on aeganõudev töö ning erinevat liiki sponsoritele tuleb erinevat moodi läheneda (nt suursponsoritele tuleks pakkuda rohkemaid võimalusi nende ettevõtete reklaamimiseks). Kui sponsorluse valdkond kahe inimese peale ära

jaotada, on töökoormus tunduvalt väiksem ning tekib võimalus rohkem süveneda ja põhjalikumalt tegutseda.

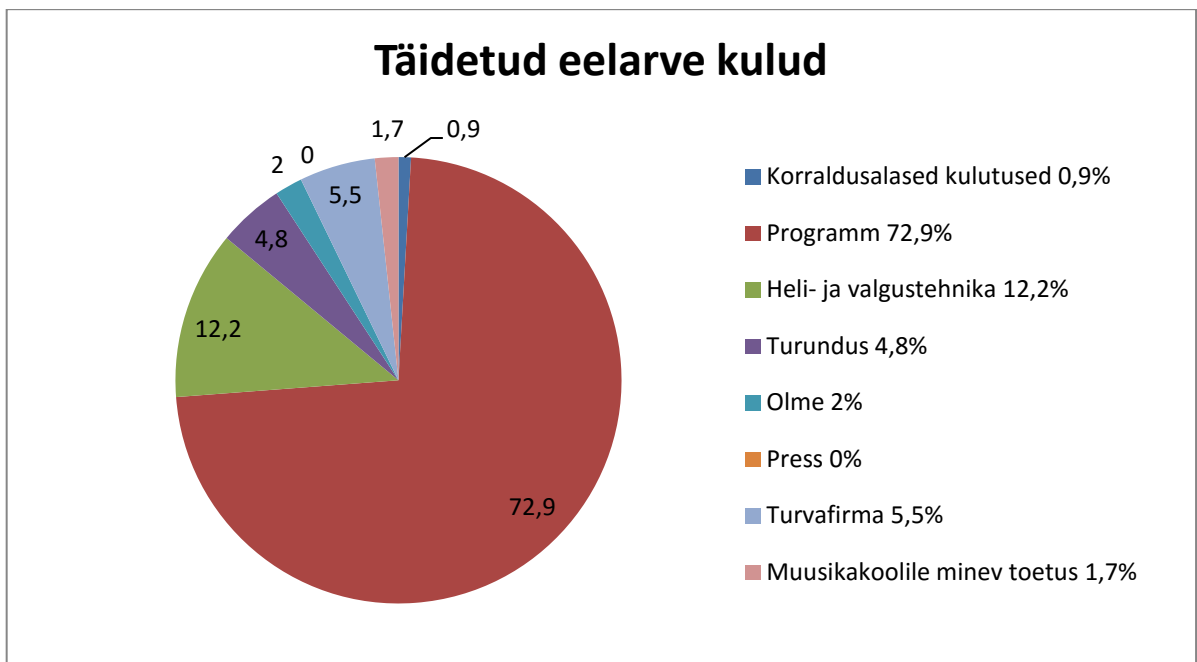
## 2.5. Eelarve ning selle täitmine

Festivali esialgse eelarve koostas meie tehnikapealik, kes oli varasemalt suuremaid sündmusi korraldanud ning oli kursis erinevate teenuste ja mitterahaliste vahendite hindadega (vt lisa 2). Saime sponsorite abil eelarves palju kokku hoida – lauluväljaku rent, meeskonna toitlustus, turvafirma, trükiste trükkimine ning raadioreklaamide eetrisse laskmine. Maheda Muusika festivali planeeritud eelarve oli 23650€. Täidetud tulud olid 10676€ (vt joonis 1) ning täidetud kulud 11776€ (vt joonis 2). Kõige suuremad kululiigid moodustasid esinejate honorarid (72,9%) ning heli- ja valgustehniline teenindamine (12,2%). Suurimateks tuluallikateks osutusid Kose valla toetus (18,7%), sponsorlus (35,9%), Hooandja keskkond (15,8%) ning kauplejate platsirent (11,8%).

Eelarve muutus, kuna meil ei õnnestunud rahastustaotluste ning sponsorite kaudu saada planeeritavat summat. Heli- ning turvafirma kulutused erinesid planeeritust, kuna meie tehnikapealik sõlmis nii helitehnika- kui ka turvafirmaga sponsorluselased kokkulepped, mis aitasid meil kulutusi kokku hoida. Arvestasime helitehnika valdkonda ka platsi hubaseks muutmise atribuutika (lambiketid, platsivalgustid jms), kuid otsustasime sellest loobuda, mistõttu vähenesid taaskord planeeritud kulutused. Ka turundus- ning pressialased kulutused vähenesid seetõttu, et saime aru, et ei saa endale kõiki kulutusi lubada ning tegime valiku, millised kulutused on meie jaoks esmatähtsamad. Tekkinud tulude puudujäägi aitas meil kinni maksta Tre raadio, kes meid vajamineva summaga toetas.



Joonis 1. Maheda Muusika festival 2016 tulude jaotus



Joonis 2. Maheda Muusika festival 2016 kulude jaotus

Kuna jääme eelarves vaevalt tasakaalu, ei saanud me Kose Muusikakooli nii suure summaga toetada, kui oleksime soovinud. Õnneks oli muusikakooli direktor väga mõistev ning oli rahul ka selle summaga, millega meil oli võimalus neid toetada. Toetatud summa eest soetas muusikakool endale uued noodipuldid.

## 2.6. Sotsiaalmajanduslik mõju

Kõikidel sündmustel on otsene sotsiaalne kui ka kultuuriline toime osalejatele ning kogukonnale. Mõju võib avalduda üheskoos jagatud kontserdielamuses, kohalike uhkuse kasvus oma kodukoha üle ja uute ning innovaatiliste ideede tekkimises. Teisel juhul püütakse sündmusega muuta küllastajate käitumist või avardada nende mõttemaailma. Kindlasti kaasneb sündmustega ka negatiivseid mõjusid. Sündmuse toimumise asukohas elavatel inimestel võib tekkida ebamugavustunne rohkearvuliste küllastajate tõttu, häiritud võib olla liiklus, kasvada võib müratase ning teenuste ja kaupade kättesaadavus võib halveneda. (Tarmula & Müristaja 2011, lk 29)

Olen arvamisel, et Maheda Muusika festivali majanduslik mõju ühiskonnale oli minimaalne. Majanduslikult tõi see suurenenud tulu festivalil kauplevatele ettevõtetele, sündmuse teenusepakkujatele (heli- ja valgustehnikafirma, turvafirma jms) ning muusikutele. Kasvas kogukondlike ettevõtete ja organisatsioonide osalus – väga paljud Kosel tegutsevad organisatsioonid aitasid meie sündmuse toimumisele kaasa. Sündmuse korraldamisel ühtegi töökohta ei loodud, küll aga oli kaasatud 15 vabatahtlikku, kes said endale festivali korraldamise kogemuse. Negatiivseks küljeks võis olla Kose poodide kehv käive, kuna sündmuse küllastajad sõid kõhud täis festivalil.

Leian, et festivali sotsiaalne ja kultuuriline mõju oli majanduslikust mõjust märksa suurem. Festivali näol rikastasime Kose ja ka Eesti kultuurielu. Valla kohalikud elanikud näitasid huvi sündmuse vastu ning osalesid üritusega seotud tegevustes (küllastasid kontserte, osalesid õpitubades). Samuti elavdasime läbi festivali sündmuse traditsiooni, kuna Maheda Muusika Õhtuid korraldati Kosel enne festivali kuuel aastal ning festivali on plaanis hakata iga-aastaselt korraldama. Positiivsete psühholoogiliste mõjude alla saab tuua sündmuse käigus tekkinud positiivsed emotsioonid (nii korraldajatel, külalistel, muusikutel kui ka kauplejatel) ning suurem kogukonna ühtsustunne. (Eestis toimuvate kultuuri-... 2012, lk 15, kus tuginetakse Hall 1992, viidatud Janeczko et al 2002 kaudu) Olen arvamisel, et festival avaldas mõju vaid paikkondlikul tasandil, kuna sündmusel osalejad (muusikud, küllastajad, kauplejad) olid kohalikud, st rahvusvaheline aspekt puudus.

### 3. SÜNDMUSE ANALÜÜS

Antud peatükk annab ülevaate festivali ajal ja peale festivali läbi viidud publiku-uuringu kokkuvõttest. Samuti annan hinnangu, kas ja kui palju festival täidetud eesmärgid saavutas ning mida võiks järgmisel aastal teistmoodi teha.

#### 3.1. Hinnang toimunule

Leian, et esmakordselt toimunud Maheda Muusika festival täitis oma eesmärgid. Festivalil esinesid vähetuntud muusikud, kes said seeläbi juurde lavalist kogemust ning Kose noortelava leidis kaheks päevaks kasutust. Ka toetasime festivalil kogutud annetustega Kose Muusikakooli ning kindlasti täitsime ka meie peaesmärgi – tasuta toimuv festival andis majanduslikult kehvemal järjel olevatele inimestele ja peredele võimaluse saada osa vabas õhus toimuvast festivalist. Festivalile oli kaasatud paarkümmend kauplejat, kellest pooled olid mahekauplejad. Leidsime kaubanduspealikus, et maheettevõtteid oleks võinud olla tunduvalt rohkem, mistõttu sai alaesmärk „Festivalile maheettevõtete kaasamise abil tutvustada inimestele erinevaid maheettevõtteid ja nende tooteid“ poolikult täidetud.

Olen arvamisel, et festivali saadaks suurem edu, kui kaasata sponsorlus- ja pressijuhi kohale inimesed, kel on nendes valdkondades kogemusi ning kel on aega, et meie festivalile keskenduda. Samuti tuleks mitmed trükistega seotud tähtajad varasemaks seada, et need õigel ajal trükist tuleksid ning info meie sündmuse kohta kokkulepitud ajal üleval oleks. Kaubanduse valdkonnast lähtudes võiks järgmistel kordadel olla festivalialal rohkem kauplajaid ning võiksime keskenduda rohkem mahetooteid pakkuvatele ettevõtetele. Tehniliste küsimuste koha pealt tuleks järgmisel korral pealava publikule lähemale tuua, kuna

möödunud korral oli lava ja publiku vahel liiga suur distants. Projekti juhtimise valdkonnas tuleks meeskond varem kokku panna ning rahastustaotluste kirjutamisega varakult alustada.

### 3.2. Publiku-uuringu kokkuvõte

Külastavuse teada saamiseks hankisime festivali infolaudadesse käepaelad, mida sealsed infoabilised külastajate käte peale panid. Ära antud käepaelte järgi saame öelda, et meid külastas kolme päeva jooksul ligi 2000 inimest, mis oli ka üks meie eesmärkidest.

Festivali pressipealik koostas internetipõhise publiku-uuringu ning koostas hiljem küsitluse tulemuste kokkuvõtte. Minu jaoks oli veidi üllatav asjaolu, et 54,1% vastanutest ei olnud varasemalt Maheda Muusika Õhtuid külastanud ning 45,9% oli. Festivali ajal olid kõik Kose parklad ja ka teeääred autosid tihedasti täis pargitud, mille üle oli hea meel, kuna see näitas, et väga palju külastajaid sõitis kohale väljaspoolt Kose. On hea teada, et meie festivali turundamine oli tõhus ka väljaspool Kose.

Tagasiside põhjal saame öelda, et festivali külastajad jäid meie sündmusega rahule – 57,4% külastajatest hindas korralduse kvaliteeti “väga hea”, 39,3% “hea” ning väga väike protsent “rahuldav”. Hinnang programmile oli 60,7% külastajate arvates “väga hea”, 32,8% “hea” ning taaskord väga väike protsent andis hindeks “rahuldav”. Osalemismotiiviks oli 73,8% külastajate jaoks muusikaline programm ning võrdselt külastasid huvilised festivali ka mahelaada, seltskonna ning laste- ja peresõbralikkuse pärast. 57,4% külastajatest sai info sotsiaalmeedia kaudu, 13,1% sõpradelt, tuttavatelt, 9,8% läbi plakatite ja flaierte ning väike protsent inimesi kuulis meie sündmusest läbi meedia (televisioon ja raadio).

#### **Festivali positiivsete pooltena toodi välja:**

- “Korraldusmeeskonna sõbralikkus, kannatlikkus, pühendumus. Loomulikult ka muusikaprogramm”
- “Hästi valitud esinejad – eriti Kukerpillid, Puuluup, Estonian Voices”
- “Väga meeldiv, et vahelduseks saab nautida kvaliteetset muusikat tasuta. Tänu sellele on võimalik osaleda kogu perega, mis muidu võib olla liiga kulukas ning ei pea

majanduslikult ja ajaliselt pikalt ette planeerima. Hea lihtsalt kohale tulla ja nautida. Sel aastal oli kuidagi eriti mõnus õhkkond, järgmisel aastal plaanin kindlasti jõuda veel rohkematele kontsertitele”

- “Peresõbralikkus ja mahelaat – ertiti see, et see oli mitmekülgne”

### **Külastajate soovitusel, mida uuel aastal paremini teha:**

- “Pealava võiks olla publikule lähemal olla ning see võiks olla hubasem”
- “30 min vaheajad erinevate kollektiivide vahel on liialt pikad, maksimum aeg võiks olla 15 min või siis üldse ilma vaheaegadeta”
- “Kose Ristist oleks võinud käia transport lauluväljakule, kui tulla Tartust või Viljandist”
- “Tasuks läbi mõelda, kuidas ohjata lapsi, et nende käratsemine ei segaks esinemist ja selle nautimist”
- “Rohkem plakateid jm välisreklaami inimestele, kes ei kasuta internetti või pole leidnud FBs linki. Kodulehest oleks ka palju abi olnud”
- “Suunaviidad oleks võinud olla suuremad ja värvilisemad. Olemasolevad olid küll stiilsed, kuid ei hakanud eriti silma”

Festivali külastajate mõtteid oli väga põnev lugeda. Kiidusõnad tegid head meelt ning konstruktiivset kriitikat oli vajalik lugeda. Oli tore teada saada, et meie sündmus ei jätnud külastajaid külmaks ning nad tahtsid oma mõtteid meiega jagada. Olen vägagi nõus, et pealava oleks võinud olla publikule lähemal ning kahe kontserdi vaheline aeg oleks võinud minimaalselt olla 15 minutit, kuna külastajad muutusid kärsituks, kui paus liiga pikaks venis. Samuti saime aru kodulehe vajalikkusest, kuna sotsiaalmeediast on tihti raske õiget infot üles leida. Jäin külastajate poolt saadud tagasisidega väga rahule ning võtame järgmise aasta festivali korraldades nende mõtteid kindlasti arvesse.

Lisaks on minu käest korduvalt küsitud, miks ma antud sündmust tasuta korraldan. Kasvõi kaheeurone sissepääsupilet tagaks meie eelarvesse ühe tuluallika juurde. Taipasin peale festivali, et tasuta sündmuse puhul suhtuvad inimesed sellesse kergekäelisemalt. Kui sündmusel on aga piletihind, lisab see justkui väärtuse või kvaliteedimärgi, mistõttu olen otsustanud järgmise aasta festivalil sissepääsupileti süsteemi rakendada.

#### 4. ENESEREFLEKSIION

Olles esimest korda projektijuhi rollis, oli minu ülesandeks koordineerida kogu meeskonna tööd ning teha kindlaks, et kõik teavad projekti sisu, eesmärged ning oma ülesandeid. Selle jaoks pidin kõiki meeskonnaliikmeid kontrollima, et olla kindel, et kõik oma tegevustega ajakavas püsivad, ent samal ajal proovisin olla mitte liiga kontrolliv, mistõttu tuli leida kuldne kesktee. See osutus võrdlemisi keeruliseks ülesandeks, kuna olin meeskonda kaasanud erinevat tüüpi inimesed – paarile inimesele oli vaja, et ma veidi kontrollivam oleksin, teistele see aga ei sobinud, mistõttu tundsid nad aeg-ajalt, et käin neile liigselt peale.

Esimesel koosolekul koos MTÜ juhatuse liikmetega leppisime kokku, et meil ei ole otseselt peakorraldajat ega juhti, vaid täidame seda rolli kolmekesi. Sain aga õige pea aru, et asjad nii ei toimi. Igal sündmusel on vaja juhti, kes koordineeriks kõikide tööd, hoiaks tähtaegadel silma peal ning viiks koosolekuid läbi. Ka jõudis mulle kohale, et juhiks on vaja ühte kindlat inimest, kuna probleemi või küsimuse tekkimisel kolme erineva inimese poole pöörduda tundus veidi tülikas. Nii võtsingi juhi positsiooni endale – hakkasin meeskonda inimesi kaasama, viisin läbi koosolekuid, hoidsin teiste tegemistel silma peal ning olin nende jaoks olemas ja lahendasin koos nendega tekkinud küsimusi. Juhi rolli üle võttes tundus see ainuõige variandina, kuna teistel MTÜ juhatuse liikmetel oli oma töö ja ülikooli tõttu palju tegemist.

Usun, et juhtimisstiili poolest kasutasin Harvard Business Press'i poolt välja antud raamatu (Inimeste juhtimine 2010, lk 31) järgi demokraatlikku juhtimisstiili, mis tähendab, et andsin teistele meeskonnaliikmetele otsuse tegemisel sõnaõiguse. Usaldasin palju oma meeskonnakaaslaseid ning lasin neil nende valdkonda puudutavad otsused ise vastu võtta. Suuremad ja tähtsamad teemad arutasime koos läbi ning õnneks ühtisid minu seisukohad suuresti teiste meeskonnaliikmete arvamustega.

Juhina olin organiseeritud ja täpne – minu jaoks on oluline kellaegadest ja kuupäevadest kinnipidamine. Peakorraldajana valmistasin ette ja viisin läbi kõik meeskonna koosolekud, kus pidasin samuti oluliseks konkreetset ja täpsust – valmistasin alati enne igat koosolekut

teemad ja küsimused ette ning ei lasknud inimestel kõrvalistele teemadele kalduda. Peale koosolekuid koostas protokolli, kuhu panin valdkondade kaupa kirja, mis koosolekul räägiti ning mis on edasised sammud. Ka rahastustaotluste kirjutamisel hindasin väga seda, et taotlused oleksid valmis ja esitatud mitu päeva enne tähtaega.

Samas olin vastutulelik, teiste ideid arvesse võttev ning rõõmsameelne juht. Kui tekkis mõni probleem, siis ei lasknud negatiivsetel mõtetel tekkida, vaid keskendusin koheselt potentsiaalsetele lahendustele ning positiivsele mõtteviisile. Festivali meeskonnaliikmete seas juhtus aeg-ajalt ikka olukordi, kui midagi ununes või hilines. Kuna ma ei poolda negatiivset suhtumist (vihastamist jms), suhtusin vea teinud inimestesse arusaadavalt, uurisin põhjusi, miks nii juhtus ja mida saaks järgmisel korral selle vältimiseks teha.

Mulle meeldib palju ise tegutseda. Siis tean, et kõik vajaminevad tegevused on õigel ajal tehtud. Festivali korraldusprotsessi juures proovisin ülesannete delegeerimist, mis mulle varasemalt raskusi valmistas. Maheda Muusika festivali korraldades avastasin aga, et kui vaja, saan ülesanded kenasti delegeeritud. Ülesandeid otsustasin delegeerida, kui tundsin, et minu enda töökoormus muutub liiga suureks või ülesanne sobitub hästi mõnda teise valdkonda, mistõttu peab sellega tegelema teise valdkonna juht. Lisaks avastasin juuli alguses, et tegelesin palju teiste valdkondade toimetustega, mis ei kuulunud minu ülesannete hulka. Kui minu poole abipalvega pöörduti, aitasin meeskonnaliikmeid koheselt, kuid juulis taipasin, et olen teiste ülesanded liiga põhjalikult ette võtnud. Kui seda taipasin, tõmbusin veidi tagasi ning palusin valdkondade juhtidel ülesannetega ise tegeleda.

Minu üks peamisi ülesandeid oli programmi kokkupanek. Olles varasemalt Maheda Muusika Õhtutel programmi eest vastutanud, olin teadlik, mida see valdkond endast kujutab. Programmi kokkupanek toimus üpris lihtsasti. Koostas tabeli potentsiaalsetest esinejatest ning hakkasin siis muusikuid ja koosseise üksikshaaval välja noppima, keda tahaksin just sel aastal Maheda Muusika festivalil esinemas näha. Kirjutasin esinejatele, rääkides festivali kontseptsioonist ning uurides nende honoraride tasusid. Kokku esines kolme päeva jooksul Kose Lauluväljakul ja noortelaval 14 artisti, nendest üks toimus ühe Kose pere kodu hoovis kodukontserdina.

Meie üllatuseks võttis meiega ühendust MTÜ Banaanikala projektiteatri kontaktisik, kes soovis oma etendusega “Muinasjutt kuldsest kalakesest” meie festivalile esinema tulla, kellega me ka vastava kokkuleppe sõlmisime. Tegemist oli kogupereetendusega Aleksandr Puškini

tekstile ja Fryderyk Chopini muusikale. Ka võtsid ühendust meiega Teadusteatri noored, kes soovisid tulla festivali lastealale katseid tegema, mistõttu mahutasin ka nemad programmi. Nautisin tohutult programmi kokkupanemist ning esinejatega suhtlemist, kuna kõik esinejad olid tohutult mõistvad ja vastutulelikud.

Tundsin end korraldusprotsessi vältel kindlalt ja motiveeritult. Teadsin, et olen enda kõrvale leidnud meeskonna, kes on toetav ja abivalmis ning see tegi kogu korraldustöö palju meeldivamaks. Ka andsid palju juurde rõõmsameelsed esinejad ja teised koostööpartnerid, kes meie ettevõtmist toetasid. Soovin kindlasti projekti- ja programmijuhina jätkata, kuna naudin väga meeskonna juhtimist ja esinejatega suhtlemist ning loodan, et järgmistel aastatel saadab Maheda Muusika festivali veel suurem edu.

## KOKKUVÕTE

Käesolev töö käsitleb 5.-7. augustil esmakordselt toimunud heategevuslikku Maheda Muusika festivali, mis leidis aset Kose Lauluväljakul. Kolme päeva jooksul esinesid kahel laval ning ühel kodukontserdil 14 muusikut üle Eesti, sh Mari Jürjens, Mick Pedaja, Estonian Voices, Kukerpillid, Puuluup, Forest Kämp jpt. Avatud oli ka maheettevõtjate laad, töötoad ning lasteala. Programm sisaldas ka kogupereetendust „Muinasjutt kuldsest kalast“ ning teadusteatrit. Kolme päeva jooksul külastas festivali ligi 2000 inimest. Festivali korraldustöö algas 2015. aasta septembris ning kestis aasta.

Maheda Muusika festivali korraldas MTÜ Maheda Muusika Ühing, kuhu juhatusse kuulun mina, Laura Jõgisoo ja Siim Pohlak. Ühingu eesmärkide alla kuulub oma tegevuse kaudu aidata kaasa inimeste vaba aja kultuursele sisustamisele ning Kose valla tuntuse suurendamisele. Maheda Muusika festivali korraldades täidab mittetulundusühing just neid punkte. Lisaks MTÜ juhatuse liikmetele kuulus meeskonda veel neli valdkonnajuhti ning 15 vabatahtlikku.

Leian, et esmakordselt toimunud Maheda Muusika festival täitis suures osas oma eesmärgid. Festivalil esinesid vähetuntud muusikud, kes said seeläbi juurde lavalist kogemust ning Kose noortelava leidis kaheks päevaks kasutust. Ka toetasime festivalil kogutud annetustega Kose Muusikakooli ning täitsime ka peaesmärgi – tasuta toimuv festival andis majanduslikult kehvemal järjel olevatele inimestele ja peredele osa saada vabas õhus toimuvast festivalist. Publiku-uuringust saadud kokkuvõtte põhjal jäid külastajad esmakordselt toimunud festivaliga rahule ning ka korraldajad olid tehtud tööga rahul. Festivali ajal sujusid kõik kontserdid ja tegevused probleemideta. Maheda Muusika festival toimub kindlasti ka 2017. aastal.

## KASUTATUD ALLIKAD

Brooks, I. 2006. Organisatsioonikäitumine: üksikisik, rühm ja organisatsioon. Tallinn: Tänapäev.

Eesti Mittetulundusühingute ja Sihtasutuste Liit (EMSL). 2003. Koosta oma projektitaotlus. Väike käsiraamat alustajale.

<http://heakodanik.ee/sites/default/files/files/ProjektiraamatWEB.pdf>, (25.03.2017).

Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs. 2012. Eesti konjunktuuriinstituut. [https://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-ja\\_spordisundmuste\\_majanduslik\\_moju.pdf](https://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-ja_spordisundmuste_majanduslik_moju.pdf), (18.05.2017).

Inimeste juhtimine 2010. Harvard Business Press. Tartu: Trükk Paar.

Leis, M. 2009. Maheda muusika õhtud. *Kose Teataja*, juuni.

<https://www.kosevald.ee/documents/825002/1172186/juuni09.pdf/c581328d-eb2e-4d93-99e8-a7b95d73bb44>, (07.05.2017).

Loov Eesti koduleht. s.a. Turundus. <http://www.looveesti.ee/arenda-ettevotet/turundus/>, (12.05.2017).

Mittetulundusühingute seadus. RT I 1996, 42, 811; RT I, 2015, 67

<https://www.riigiteataja.ee/akt/MT%C3%9CS>, (13.03.2017).

MTÜ Maheda Muusika Ühingu põhikiri. 2015.

Past, A. 2008. Juhtimine ja suhtekorraldus. Tallinn: Tallinna Raamatutrükikoda.

Projektijuhtimine. 2010. Harvard Business Press. Tartu: Trükk Paar.

Tarmula, K., Müristaja, H. 2011. Sündmus- ja koosolekukorraldus. Tallinn: Kirjastus Argo.

## LISAD

### Lisa 1 Tegevuskava

Tegevus	Oktoober	November	Detsember	Jaanuar	Veebruar	Märts	Aprill	Mai	Juuni	Juuli	August
Meeskonna kokkupanek											
Meeskonna koosolekud											
Eelarve paika panemine											
Kujundaja leidmine											
MTÜ põhikirja koostamine ja loomine											
Domeeni tegemine											
Sponsorluskirja koostamine											
Sponsorite ja koostööpartnerite leidmine											
Rahastustaotluste kirjutamine											
Tehnika ja infrastruktuuri väljatöötamine											
Turundusjuhi kaasamine											
Veebikujundaja kaasamine											
Vabatahtlike koordinaatori kaasamine											
Kodulehe tarbeks fotode tegemine											
Logo näitamine sotsiaalmeedias ning Hooandja keskkonda projekti ülespanemine											
Pressipealiku kaasamine											
Kaubanduspealiku kaasamine											
Esinejatega suhtlemine, programmi kokkupanek											

Tegevus	Oktoober	November	Detsember	Jaanuar	Veebruar	Märts	Aprill	Mai	Juuni	Juuli	August
Kaubandussüsteemi väljatöötamine, kauplejatega suhtlemine											
Kujundaja kaasamine ja talle info edastamine											
Vabatahtlike otsimine ja kaasamine											
Plakatite ülesriputamine, flaierite jaotamine											
Reklaam läbi raadio, televisiooni ja sotsiaalmeedia											
Festivali aktiivne reklaam											
Meeskonnaga riskianalüüs läbi käia											
<b>MAHEDA MUUSIKA FESTIVAL</b>											
Tagasiside andmine ning rahastustaotluste aruandlus											
EAÜ repertuaariaruanded											
Järelkoosolek											

Lisa 2 Eelarve ja eelarve täitmine

<b>Kulu</b>	<b>Eelarve</b>	<b>Eelarve täitmine</b>
Korraldusalased kulutused (lauluväljaku rent, transport jms)	800€	110€
Programm	8000€	8582€
Heli- ja valgustehnika	6800€	1440€
Turundus	2750€	564€
Olme (tualetid ja prügikastid)	300€	230€
Press	2000€	0€
Turvafirma	2000€	650€
Muusikakoolile minev toetus	1000€	200€
<b>Kokku</b>	<b>23 650€</b>	<b>11 776€</b>

<b>Tulu</b>	<b>Eelarve</b>	<b>Eelarve täitmine</b>
Kose vald	2500€	2000€
Fondid	6000€	1000€
Kauplejate platsirent	800€	1225€
Hooandja	1700€	1684€
Sponsorlus	10000€	3827€
Festivali ajal kogutud annetused	2650€	940€
<b>Kokku</b>	<b>23 650€</b>	<b>10676€</b>

## Lisa 3 Sponsorkiri



MTÜ Maheda Muusika Ühing

Lugupeetud ettevõtja,

Kose valla noored on korraldanud juba viis aastat kontsertide sarja Maheda Muusika Õhtud. Järgmisest aastast muudame oma formaati ning korraldame kolmepäevase Maheda Muusika Festivali 5.-7. augustil 2016. Meie eesmärk on pakkuda kultuurihuvilistele üle Eesti võimalust saada osa vabas looduses toimuvatest **tasuta** kontsertidest ning luua läbi selle eeldused ka majanduslikult kehvemal järjel olevatele peredele ja inimestele kvaliteetse kultuurikogemuse saamiseks.

Kontserdid toimuvad Kose Lauuväljakul, tõeliselt looduskaunis kohas ning on kõigile inimestele tasuta. Külastajatel on pärast kontserti võimalus teha annetus, mis läheb Kose Muusikakooli tegevuse toetuseks, huvihariduse andmiseks. Lisaks suurepärasele esinejatele pakutakse festivali alal ka mahetoitlustust.

Maheda Muusika Õhtutel on üles astunud varasemalt sellised artistid nagu Hedvig Hanson, Sandra Nurmsalu, Karl-Erik Taukar, Margus Vaher, Kruuv, Artjom Savitski, Malcolm Lincoln, August Hunt jpt. Meie tegemistega saab tutvuda veebilehel <https://www.facebook.com/MaheMuusika/>. Plaanime luua oma sünnimusele ka ametliku kodulehe. 2016. aasta festivalile ootame 2500-3000 külastajat.

Soovime teha teiega koostööd festivali edukaks toimimiseks. Otsime koostööpartnereid, kes on valmis abistama ürituse kulude katmisel teile sobiva rahalise toetuse või teenusega. Igasugune abi on teretulnud ja tegemist ei ole kasumitaotlusega üritusega.

### **MIDA PAKUME OMALT POOLT**

- meie festival saab peagi uue kodulehe, kus märgime Teid ära toetajatena nii nimetamise kui ka logo kaudu ning sotsiaalmeedias (<https://www.facebook.com/MaheMuusika/>);
- mainime kõiki meie sponsoreid festivali avaõhtul ning lõpetamisel;
- pressiga suheldes kiidame ning tõstame Teid toetajana esile;
- plakatitele märgime Teie logo (500 A2 plakatit üle Eesti);

- kavades toome välja Teie logo ning soovikorral reklaami;
- loome festivali ajaks sponsorite logodest seinä, kuhu riputame kõikide koostööpartnerite logod, suurimatel toetajatel võimalus pääseda oma bänneriga lavale;
- toetades meid 3000€ nimetame Teid oma suursponsoriks ning nimetame mõne festivali lava või ala Teie ettevõtte järgi;
- toetades meid 4000€ nimetame nad oma peasponsoriks, nimetame pealava Teie ettevõtte nimega, saame välja hõigata "\*Teie ettevõtte nimi\*" toob teieni Maheda Muusika festivali";
- toetades meid 500 euro väärtuses, toome Teie ettevõtte logo ja nime välja ka raadioreklaamides ja veebireklaamides. Täpsem meediaplaan järgmisel leheküljel.

#### Raadioreklaam:

**Ring FM (Tallinn 105,8 MHz, Tartu 104,7 MHz, Lõuna-Eesti 101,7 MHz)**

2 kuud, audioklipi esitamine kokku 550 korda

**Tre Raadio (Rapla 91,3 MHz, Paide 101,0 MHz, Pärnu 92,7 MHz)**

2 kuud, audioklipi esitus kokku 600 korda

**Raadio 2 üle kogu Eesti Tasuta kultuuriteadetes klipp. Juuni - juuli - august.**

#### Online-reklaam:

Kultuurikava.ee; Puhkaeestis.ee; Kuhuminna.ee; Mistoimub.ee; Kultuurinfo.ee; Visitharju.ee; Maheklubi.ee

#### Printreklaam:

**A3 plakatid** - üle Eesti 500 tk

**A6 flaierid** - üle Eesti 3000 tk

**PVC bänner** - Kose Keskuses 1 tk

#### Ajalehed - ajakirjad:

Kose Teataja; Rae Sõnumid; Harjuelu; Kiili Leht; Sõnumitooja; Järvateataja; Raplamaa Sõnumid

Oleme nõus iga kell vastama Teiepoolsetele ettepanekutele ja küsimustele, mis võiksid viia tähendusrikka koostööni!

Koostööle lootes ja parimat soovides

Laura Jõgisoo

Maheda Muusika Festivali sponsorlusjuht

[Laura@mahemuusika.ee](mailto:Laura@mahemuusika.ee)

## Lisa 4 Programm

### **REEDE 05.08.2016**

19:00 Kristiina Päss, kodukontsert

### **LAUPÄEV 06.08.2016**

#### **LAULUVÄLJAK**

13:00 Festivali avamine

13:15 Kose Puhkpilliorkester koos Gertu Pabbo ja Mikk Mäega

17:00 Estonian Voices

19:00 Silver Sepp

#### **NOORTELAVA**

14:00 Choco

15:00 JazzIn Sisters

18:00 Puuluup

20:00 Pärimuslaulude ühislaulmine Sandra Suurkase ja Pärimuslaulude seltsinguga

### **PÜHAPÄEV 07.08.2016**

#### **LAULUVÄLJAK**

13:00 Forest Kämp

18:00 Kukerpillid

19:00 Festivali lõpetamine

#### **NOORTELAVA**

14:00 Mari Jürjens

15:00 Sten-Olle

16:00 Norman Salumäe

17:00 MTÜ Banaanikala Projektiteater etendusega "Muinasjutt kuldsest kalakesest"

19:15 Mick Pedaja

## SUMMARY

Maheda Muusika festival (hereafter Festival of Mellow Music) 2016 took place from August 5th to August 7th at Kose Lauluväljak. During those three days, 14 Estonian musicians and ensembles like Puuluup, Estonian Voices, Mick Pedaja, Mari Jürjens, Kukerpillid and many more performed at our festival. Program also included theatre performance „Fairy tale about a golden fish“. There was also opened a market of eco companies and children’s area, where children could spend time playing. People also had the chance to participate in some workshops. Organization for the event started in September 2015 and lasted for a year.

Festival of Mellow Music was organized by NGO Maheda Muusika Ühing which include three members – me, Laura Jõgisoo and Siim Pohlak. Organizational goal is to help people spend their free time culturally and increase popularity of Kose. When we organize this festival, we are accomplishing exactly these goals. Besides us three, there were four other team members and 15 volunteers. I was glad that we had so enthusiastic and cheerful people in our team because it made it easier to work with them.

To my mind, Festival of Mellow Music achieved the goals. Beginning musicians got the chance to perform at our festival and therefore gained stage experience and Kose youth stage found usage. We also donated money to Kose Music School and we achieved our main goal – because our festival had free entrance, people with different kind of financial situation had the chance to come to our festival and enjoy 14 wonderful concerts for free. Both visitors and organizers were pleased that the festival went well. All concerts and activities took place without any problems. Festival of Mellow Music will definitely take place this year as well.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Sandra Leis,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose **Maheda Muusika festival 2016**, mille juhendaja on Piret Aus,

1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;  
1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Viljandis, 22.05.2017