

TARTU ÜLIKOOL
Pärnu kolledž
Turismiosakond

Anastasia Kaivel
TH3

**KESKKONDLIKU JÄTKUSUUTLIKKUSE
RAKENDAMINE SÜNDMUSTE
KORRALDAMISEL EESTIS**

Lõputöö

Juhendaja: Tatjana Koor, MSc

Pärnu 2019

Soovitan suunata kaitsmisele

(juhendaja allkiri)

.....

(kaasjuhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud "....." a.

TÜ Pärnu kolledži osakonna juhataja

.....

(osakonna juhataja nimi ja allkiri)

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

.....

(töö autori allkiri)

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Keskkondliku jätkusuutlikkuse tagamise võimalused sündmuste korraldamisel	7
1.1. Sündmuste korraldamine ja nende mõju keskkonnale	7
1.2. Keskkondliku jätkusuutlikkuse tagamise võimalused üritustel	12
2. Eesti sündmuskorraldajate teadlikkus keskkondlikust jätkusuutlikkusest ning sündmustel rakendatavad meetmed	21
2.1. Uuringu meetod, valim ja korraldus.....	21
2.2. Uuringu tulemuste analüüs.....	24
2.3. Järeldused ja ettepanekud.....	31
Kokkuvõte.....	36
Viidatud allikad.....	39
Lisad	
Lisa 1. Intervjuu küsimused	46
<i>Summary</i>	47

SISSEJUHATUS

Viimasel paaril aastakümnel on festivalid ja üldiselt sündmusturism üks kiiremini kasvav sektor maailmamajanduses, mis on tingitud kasvavast huvist reisida, et osaleda mõnel konkreetsel sündmusel (Li & Petrick, 2005, lk 239; Panifluk, 2015, lk 1020). Festivalid on midagi enam kui lihtsalt tulu teenimise vahend, nad aitavad lahendada sihtkohta madala turisminõudluse probleemi. Seetõttu turundatakse festivale turismivooge juhtiva turismiobjektina, sest nendel osalemiseks külastavad turistid festivali toimumissihtkohta. (Getz & Page, 2016, lk 613; Quinn, 2006, lk 289; Ui, S., Day, J., & Cai, L., 2016)

Huvipakkuvad sündmused meelitavad turiste sõltumata aastaajast ja ilmastikutingimustest. Seetõttu on Eesti Riikliku Turismiarengukava visiooniks olla 2020. aastaks inspireerivate sündmuste toimumise maa, kus toimuvad rahvusvaheliselt huvipakkuvad ning reisimotivatsiooni loovad sündmused (Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, 2013, lk 7–8, 18). Sel eesmärgil toetab Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus (EAS) kaheksat kultuuri- ja spordisündmust kokku 462 000 euroga, mis toovad aastatel 2019–2020 Eestisse rahvusvahelist publikut – nendest kaheks kultuurisündmuseks on I Land Sound ning Viljandi pärimusmuusika festival (Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus, 2019).

Turism on majanduse täiendav segment ning sellel on domineeriv roll nii tööhõives kui ka elanike sissetulekus (Panifluk, 2015, lk 1020). Seejuures aga avaldab turism negatiivset mõju keskkonnale – lennufirmad, hotellid ja kruiisiliinid on üks maailma suurimaid saastajaid tänu turismivaldkonna ülemaailmsele ulatusele (Sheivachman, 2015). Mure loodusliku ja sotsiaalse keskkonna pärast on tekitanud arutelu turismi ja keskkonna vaheliste suhete üle juba 1970. aastate alguses. Jätkusuutlikkuse arutelu on aidanud juhtida tähelepanu vajadusele leida tasakaal turismi majanduslike ja keskkonnavalaste huvide vahel. (Mihalic, 2016, lk 461–462)

Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse (EAS) turismiarenduskeskuse direktori kohusetäitja Annely Vürmeri sõnul on puhas loodus ja keskkonnasõbralik majandamine Eesti turismi turunduses üks peamisi argumente (Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus, 2018). Sündmuskorralduse valdkonnas väidab üha enam festivali korraldajaid kogu maailmas, et nad suudavad ära tunda sündmuste võimalikke negatiivseid välismõjusid ja nendega tegeleda (Zifkos, 2015, lk 7).

Näiteks juba viieteistkümnendat aastat leiab aset Maailma reisi- ja turisminõukogu (WTTC) konkurss „Homse turismi auhinnad“ (*Tourism for Tomorrow Awards*), kus erinevad äriettevõtted tutvustavad oma tegevusi, mis tasakaalustavad “ühiskonna, planeedi ja ärikasumi” vajadusi reisi- ja turismisektoris. Professor Graham Milleri sõnul, kes on konkursi peakohtunik, mitmed projektid ja ettevõtted demonstreerivad kogukonna arengut, jätkusuutlikku tööhõivepraktikat, naiste mõjuvõimu suurendamist, uuenduslikku keskkonnatehnoloogiat ning maa ja mere eluslooduse kaitset ning aitavad positiivselt kaasa laiemate säästva arengu eesmärkide saavutamisel. (WTTC, 2019)

Euroopa Liidu otsustest mõjutatuna, mille kohaselt keelustatakse 2021. aastaks ühekordseks kasutuseks mõeldud plasttoodete kasutamist üritustel, on koostatud säästva arengu riiklik strateegia „Säästev Eesti 21“, kus kajastatakse soovitatavat seisundit 2030. aastaks. Strateegia koosneb neljast peamisest eesmärgist ning üheks nendest on tagada ökoloogiline tasakaal, mille alla kuulub saastumise vähendamine hästitoimiva jäätmemajanduse ja pakendimaksusüsteemi abil. (Keskkonnaministeerium, 2005, lk 26; Rankin, 2019; European Parliament..., 2019)

Lähtudes strateegiast ning vastavalt jäätmeseadusele peab olema 2020. aastaks võetud ringlusesse vähemalt 50% olmejäätmete kogumassist ning viimaste, 2014. aasta, andmete järgi oli ringlusesse võetud 31,2%. Tõhususe tõstmiseks ühendati strateegia kaks eelnimetatud eesmärki ning alates 2011. aastast on Eesti Pandipakend võimaldanud taara tagastajatel annetada saadud raha heategevusfondi, mis toetab vähemkindlustatud laste kultuurielamusi. (Riigikantselei, 2016, lk 39–40)

Arvestades jätkusuutlikkuse teema aktuaalsust ning sündmuste osakaalu suurenemist turismisektoris on uurimisprobleemiks leida vastus küsimusele: Millised võimalused on

keskkondliku jätkusuutlikkuse tagamiseks sündmuse korraldamisel? Töö eesmärk on selgitada välja keskkonda säästvad tegevused ja võtted sündmuskorralduses ning teha ettepanekud sündmuse keskkondliku jätkusuutlikkuse suurendamiseks sündmuste korraldajatele Eestis. Uurimusküsimuseks on: Milliseid võtteid ja võimalusi rakendavad Eesti sündmuste korraldajad keskkondliku jätkusuutlikkuse tagamiseks?

Lõputöö eesmärgi saavutamiseks püstitati järgmised uurimisülesanded:

- 1) anda ülevaade keskkondlikust jätkusuutlikkusest maailmas ja sündmuskorralduses ning millised tegevused ja võtted muudavad üritust keskkonnasäästlikuks.
- 2) ette valmistada ja läbi viia uuring intervjuu meetodil, et selgitada välja, kuidas oluliseks peavad sündmuste korraldajad keskkondlikku jätkusuutlikkust ning milliseid võtteid rakendavad ürituste korraldamisel;
- 3) analüüsida uuringu tulemusi;
- 4) teha järeldusi ja esitada ettepanekuid sündmuste korraldajatele Eestis parendamaks ürituste keskkondlik jätkusuutlikkus.

Käesolev töö koosneb kahest peatükist, millest esimene keskendub teoreetilise tagapõhja loomisel tuginedes sündmuskorralduse ja sündmuste korraldamist ning keskkondliku jätkusuutlikkust käsitleval erialasel kirjandusel ja teaduslikel artiklidel – millist negatiivset mõju avaldab turism ja sündmused looduskeskkonnale ning kuidas saaks seda vähendada. Antud teemadel saadakse infot Ellen MacArthur Foundation ja European Bioplastics pool koostatud raportitest. Samuti allikatele, kus käsitletakse turismi asjatundjate, nagu näiteks Donald Philip Getz, Stephen J. Page, Laing, J. ja Mair, J. vaateid ja uurimustulemusi.

Teine osa keskendub uurimuslikule poolele – uuringu meetod ja valim ning tulemuste analüüs. Viimaks tehakse tulemuste analüüsist järeldusi ja esitatakse sündmuskorraldajatele ettepanekuid, et tagada üritusel keskkondlik jätkusuutlikkus. Töös on välja toodud põhilised tegevused (ka koostöö ja turundamise olulisus), mida saavad rakendada erineva suuruse ja temaatikaga festivalid Eestis (muusikaga, kunstiga, toidukultuuriga jms. seotud festivalid).

1. KESKKONDLIKU JÄTKUSUUTLIKKUSE TAGAMISE VÕIMALUSED SÜNDMUSTE KORRALDAMISEL

1.1. Sündmuste korraldamine ja nende mõju keskkonnale

Sündmused moodustavad ulatusliku osa inimeste meelelahutusvõimalustest. Käesolev peatükk annab teoreetilise ülevaate sündmuste olemusest ning nende mõjust sotsiaalkultuurilisest, majanduslikust, poliitilisest ja keskkondlikust mõjust. Antakse ülevaade, miks sündmused on inimeste jaoks olulised ning mis võimalusi see annab sündmuskorraldajatele

Sündmus on planeeritud ja eesmärgipärane tegevus. Planeeritud sündmused on olnud kõikides ühiskondades lahutamatu ja pikka aega kestnud osa ning seetõttu võib järeldada, et inimesed vajavad sündmusi – nad hindavad kogemuse intiimsust ja intensiivsust teiste osalejatega, mis toob kaasa festivali kogukonna sõpruse tunde. (Getz & Page, 2016, lk 594, 609; Alonso-Vazquez, Packer, Fairley & Hughes, 2019, lk 98) Sündmust võib vaadelda tööriistana, mis on tahtlikult loodud selge linna-brändimise ja sihtkoha positioneerimise eesmärgil, et meelitada külastajaid ja parendada kogukonna elukvaliteeti, järelkult ka heaolu. Sündmusturism viitab selliste ürituste poolt tekitatud turismitegevusele. (Quinn, 2006, lk 288; Yolal, 2016, lk 2)

Festival on iga-aastaselt või harvemini (siiski regulaarselt) toimuv lühiajalise iseloomuga avalik pidustus (Akhoondnejad, 2016, lk 468, Wilson, Arshed, Shaw & Pret, 2017, lk 196). Turismist lähtuvalt loovad festivalid toote, elavdavad sihtkoha ja võimaldavad kogeda autentset kultuuri koondades suure hulga inimesi, et tähistada religioosse, folkloorse või põllumajandusliku tähtsusega kultuuritraditsioone (Quinn, 2006, lk 301; Lee, Hwang & Shim, 2019, lk 200). Sündmusel osalevad osapooled (külastajad, artistid, toitlustajad jne.) jagavad ajaloost ja traditsioonidest tulenevat kultuuritaju ja -kogemusi

läbi muusika ja tantsu, erinevate köökide ja jookide (Stankova & Vassenska, 2015, lk 120).

Kogu maailmas kasutatakse festivale ja kohalikke erisündmusi regionaalarengu strateegiate põhielementidena, sest festivalid toovad mitmeid majanduslikke, sotsiaalseid ja sotsiaal-kultuurilisi hüvesid (Stankova & Vassenska, 2015, lk 120, Akhoondnejad, 2016, lk 468). Näiteks ürituste majanduslik mõju hõlmab tööhõive, ärivõimaluste ja kohaliku omavalitsuse maksutulu suurenemist. Lisaks sündmused, eesotsas festivalid, aitavad vähendada tipphooaja ja hooajavälise nõudluse lõhet, eelkõige juhul, kui nad on suunatud kohalikule külastajale. Seetõttu turundatakse festivale turismiobjektidena, mis juhivad turismivooge. (Getz & Page, 2016, lk 593; Panfiluk, 2015, lk 1020; Quinn, 2006, lk 289; Akhoondnejad, 2016, lk 468)

Festivalide sotsiaal-kultuuriline positiivne mõju hõlmab inimeste võimalust pääseda igapäevaelu piirangutest, ajutiselt eralduda olemasolevate ühiskondlike struktuuride normidest ja luua kogukonna vaim jagamise ja ühtsuse õhkkonnas (O'Rourke, Irwin & Straker 2011, lk 344; Pavluković, Armenski & Alcántara-Pilar, 2017, lk 43). Festivalide korraldajad ja osalejad arendavad võrgustikke ja sidemeid, mis stimuleerivad kogukonnaelu vorme ja tugevdavad sotsiaalse ühtekuuluvuse tunnet – liikmetel on ühised väärtused, normid ja käitumine või ühendab hoopis vastastikune huvi, näiteks huvi muusika vastu. See sotsiaalne suhtlus ületab muusikat ennast ning sisaldab intiimset ja ühiskondlikku kogemust. (Alonso-Vazquez *et al.*, 2019, lk 93; Akhoondnejad, 2016, lk 468) Seejuures avaldavad festivalid ka negatiivset sotsiaalset mõju, nagu näiteks ülekoormatud teed, soovimatu telkimisplatside ülerahvastatus ja surve kohalikule infrastruktuurile, samuti alkoholi ja narkootikumide tarbimine, mis on ohtliku seksuaalkäitumise ja kuritegeliku tegevuse ajendiks (Pavluković *et al.*, 2017, lk 43; O'Rourke *et al.*, 2011, lk 342).

Festivalid ja muud perioodilised sündmused mõjutavad piirkonna keskkonda ja selle elanikke, keskkonnategurid mõjutavad aga iga inimeste heaolu (Getz & Andersson, 2016, lk 253). Festivalidel on koondunud suur hulk inimesi, kes massiliselt liikleavad ja majutuvad avaldades seeläbi ökoloogilist mõju. Näiteks suurenenud energia tarbimine ja jäätmete teke, vee-, õhu- ja mürasaaste ning mõju taimestikule ja loomastikule on

peamised keskkonnamõjud. (Alonso-Vazquez *et al.*, 2019, lk 91; O'Rourke *et al.*, 2011, lk 342) Seetõttu aina rohkem pööratakse tähelepanu jätkusuutlikkuse saavutamisele ürituste korraldamisel (Mair & Laing, 2012, lk 683).

Sageli saavad festivalid alguse ilma avaliku toetuseta ning see selgitab nende arvukuse kiiret kasvu (Getz & Andersson, 2016, lk 251). Viimasel paaril aastakümnel on festivalid ja sündmusturism üks kiiremini kasvav sektor maailmamajanduses ning saab üha enam tähelepanu teadlaste poolt (Li & Petrick, 2005, lk 239; Mair & Laing, 2012, lk 683; Maasø, 2018, lk 156). Seda toetab sündmusturismi osakaalu suurenemine ja sündmuste arvukuse, mitmekesisuse, suuruse ja tähtsuse jätkuv kasv kogu maailmas (Getz & Page, 2016, lk 609).

Festivalide laialdane õiguspärasus on muutnud nad populaarseks avaliku korra vahendiks. Festivalid pakuvad eelkõige meelelahutust, kuid samal ajal on ka sihtkoha turundamise viisiks meelitades külastajaid ligi ning kasvatades sel viisil konkurentsivõimet. (Getz & Page, 2016, lk 593) Sotsiaalses või kultuurpoliitilises kontekstis pole “edukas” sündmus see, mille külastajaskond säilib ja kasvab, vaid üha olulisem on näidata, et üritus toob mõõdetavat tulu avaliku sektori investeeringutele (Getz & Andersson, 2016, lk 254). Näiteks 2014. aastal kulutati *live*-muusikaga seotud üritustele üle 2,1 miljardi naelsterlingit panustades sellega Ühendkuningriigi majandusse (Davis, 2017, lk 484).

Kui umbes kümme aastat tagasi oli kasvav turunõudlus suurendanud festivalide tulude voogu ja aidanud kaasa nende püsijäämisele majanduslikult elujõuliste üksustena, siis praeguseks on see muutunud (Quinn, 2006, lk 298). Eelkõige muusikafestivalidel on olnud viimastel aastatel märkimisväärne populaarsuse kasv luues seeläbi konkurentsivõimelist turgu, kuid samal ajal vaidlustades paljude festivalide elujõulisust (Lopez & Leenders, 2018, lk 1; Kerr & May, 2011, lk 453).

Näiteks Hollandi festivali turg, mis on üks maailma juhtivaid turge, näitab selgeid küllastuse märke, kuna igal aastal läheb pankrotti mitu festivali (Lopez & Leenders, 2018, lk 1). Sama olukord valitseb Ameerika Ühendriikides, mille sündmusturg oli aastakümneid kasvanud 10% aastas ning iga aasta osaleb 32 miljonit inimest vähemalt ühel festivalil. Praeguseks on mitmed festivalid oma tegevuse lõpetanud ning Evan

Harrison, *Huka Entertainment* kontserdite edendamise tegeleva ettevõtte tegevjuht, on öelnud, et turg on küllastunud. (Shaw, Ellis & Rocks, 2016, lk 22)

Sündmusturu küllastumine paneb korraldajaid keskenduma konkurentsieelise ja tarbija lojaalsuse loomisele (Kerr & May, 2011, lk 451). Kuna festivali edukus tugineb osaliselt osalejate lojaalsusel, on oluline teada, millised tegurid võivad seda mõjutada (Akhoondnejad, 2016, lk 457). Näiteks Akhoondnejad (2016, lk 475–476) tõi välja, et festivali tajutav autentsus mõjutab küllastajate poolt tajutavat kvaliteeti, väärtuslikkust, seega rahulolu. Rahulolu omakorda mõjutab usaldust ning usaldusel põhineb lojaalsus. Kerr ja May (2011, lk 451, 60) tõi aga välja vajadust säilitada tugevaid suhteid tarbijaga kogu aasta vältel (festivalide lühiajalise iseloomu tõttu), et saavutada küllastaja usaldus. Nende uuringus osalenud korraldajad pidasid oluliseks kodulehel oleva info värskendamist ning inimestega suhtlust Facebookis, kus on võimalus jälgida ja koguda sisukat ja kvalitatiivset teavet oma tarbijate vajaduste kohta.

See on üheks põhjuseks, miks on kasvanud uuringute arv, mis keskenduvad osalejate motivatsioonile. Need on abiks festivalide ja ürituste planeerimisel ja turustamisel ning aitavad paremini segmenteerida osalejaid. (Li & Petrick, 2005, lk 239) Usutakse, et festivalide ja ürituste küllastamise motivatsiooni uurimine võimaldab kujundada teenuseid, millega saab hinnata kliendi rahulolu ning mõista osaliste otsustamise protsesse, arvestades asjaolu, et festivaliga otseselt seotud isikutel ja ürituste programmil on võimalus mõjutada ja manipuleerida festivali kunstilist või loomingu suunda (märkide, sümbolite ja logode abil), hinnakujundust, turundust soovides meelitada teatud tüüpi tarbijat või küllastajat (Li & Petrick, 2005, lk 239, Stankova & Vassenska, 2015, lk 121).

Festivaliga seotust (ingl k *festival attachment*) võib määratleda kui emotsionaalset sidet, mida ürituse osalejad teatud festivali suhtes omavad. See emotsionaalne side on välja kujunenud koos kogukonnaga, sellele omaste väärtustega, mis avalduvad festivali teemas ja programmis. Sel moel võib festivali kogukonda pidada “sotsiaalseks maailmaks”, kus liikmetel on ühised väärtused, normid ja käitumine. (Alonso-Vazquez *et al.*, 2019, lk 93)

Kui muusika juhib tähelepanu fundamentaalsetele probleemidele laulu sõnade kaudu, siis muusikafestivalid teevad seda läbi oma tegevuste, hoiakute ja käitumise, mida edendatakse neile, kes osalevad (O'Rourke *et al.*, 2011, lk 341). Kim ja Kim (2018, lk 9) poolt läbiviidud uuringu tulemused näitasid, et moraalse kohustuse tundmine keskkonnasõbraliku käitumise suhtes on kõige tugevamalt seotud toidufestivalidel keskkonnapõhiste kavatsuste ja afektiivse käitumise puhul. Lisaks on leitud, et osalejad käituvad muusikafestivali keskkonna suhtes vastutustundlikumalt, kui nad usuvad, et koht, kus festival toimub, peegeldab nende isiklike väärtusi ja nad tunnevad, et selle konkreetse koha külastamine ütleb palju, kes nad on (Alonso-Vazquez *et al.*, 2019, lk 98).

Välimuusikafestivalid on peamine tegur meeldejäävate kogemuste loomisel (O'Rourke *et al.*, 2011, lk 344). Tänu kiirele globaalsele üleminekule toote- või tootmismajandusest teenusmajandusse ja sellele, mida tuntakse kui kogemusmajandust, on viimastel aastakümnetel sotsiaalteadustes, sh ka turismiuuringutes, laialdaselt uuritud tarbimise kogemuslike aspekte (Lee *et al.*, 2019b, lk 199). Korraldajatel on võimalus muuta külastajate mõtteviisi – mõjutada nende keskkonnahoidlike kavatsusi ja käitumist – kuid see nõuab läbimõeldud turundamisstrateegiat (Kim & Kim, 2018, lk 9). Kui usaldusväärsed keskkonnavalased sõnumid ja tavad kombineerida positiivsete kogemustega, nagu näiteks hästi korraldatud festivalid, siis tõstab see nii kogukonna teadlikkust kui ka mõjutab jätkusuutlikku käitumist individuaalselt (O'Rourke *et al.*, 2011, lk 344).

Kui eeldada, et festivalidel on eriline kultuuriline ja sotsiaalne tähendus, mitte ainult meelelahutusvõimalused, siis festivalid eksisteerivad ühes kogukonnas koos paljude teiste era-, avalike- ja mittetulunduslike organisatsioonidega. Enamikel juhtudel moodustab see koos sidusrühmadega mitmekülgse ja ulatusliku kogukonna. (Getz & Andersson, 2016, lk 258) Turismis ja turunduses on koostöö kontseptsioon kasvanud ning teadlaste sõnul hõlmab festivali turundus sageli koostöövorme mitte ainult organisatsioonides, vaid ka erinevate organisatsioonide vahel (soovitud tulemuste saavutamiseks) (Choo & Park, 2018, lk 1499).

Koostöö sidusrühmadega võimaldab saavutada äris edu. Sidusrühmade vastastikuselt kasulik koostöö seisneb tõsise konkurentsieelise saavutamises. Mitmed organisatsioonide

vahelised programmid pakuvad partnerettevõtjatele, kaubamärkidele ja üksustele vastastikku atraktiivset kasu. Programmide näideteks on kaas-brändi loomine, strateegiline liit, ühine toodete tootmine, arendamine ja turustamine. Külastaja toetab ärilist tegevust, kuid samal ajal on hinnatõusu suhtes vähemtundlik. (Choo & Park, 2018, lk 1500; Kerr, & May, 2011, lk 451, 454–455; Toscani & Prendergast, 2018, lk 401) Kõik Kerr ja May uuringus (2011, lk 461) osalenud festivali korraldajad usuvad, et sponsorlus(koostöö)läbirääkimistel on oluline, et kaasatud kaubamärgi vaated oleksid kooskõlas festivali korraldajate tõekspidamistega, mis on vajalik vastastikku kasulike suhete säilitamiseks.

Sündmustel on nii positiivne kui ka negatiivne mõju. Näiteks festivalid elavdavad kogukonna võrgustikke ja sidemeid ning tugevdavad ühtekuuluvustunnet (festivalidel on tihtipeale koondunud ühiste väärtuste ja normidega inimesed), samas aga tarbitakse festivalidel mõjuaineid, mis suurendavad kuritegevust. Seega sündmuste korraldamisel tuleb arvestada nende mõlemaga. Vaatamata sellele, et tihtipeale saavad festivalid alguse ilma avaliku toetuseta, moodustavad nad koos sidusrühmadega mitmekülse ja ulatusliku kogukonna (eksisteerivad koos era-, avalike- ja mittetulunduslike organisatsioonidega). Seega on tarvis leida sobilikud koostööpartnerid, kes muudavad ka korraldusprotsessi lihtsamaks ja vähemkulukamaks (kasu on seejuures vastastikune).

1.2. Keskkondliku jätkusuutlikkuse tagamise võimalused üritustel

Sündmused avaldavad sihtkohale ja kogukonnale nii positiivset kui ka negatiivset mõju. Viimastel aastatel on keskkondlik jätkusuutlikkus päevakajaline teema ning käesolevas alapeatükis keskendutakse sündmuste keskkondlikele mõjudele, täpsemalt aga keskkonnasäästlikkuse käsitlemisele – probleemid ja väljakutsed, keskkonnasõbralik käitumine, tavad ja tegevused ning hindamiskriteeriumid.

Mõiste "jätkusuutlikkus" (ingl k *sustainable*) tuleneb sõnast "toetama" (ingl k *sustain*), mis sai alguse prantsuskeelsest sõnast *sustenir* ning tähendab millegi toetamist, hoidmist või säilitamist (Smith-Christensen, 2009, lk 22). Maailma keskkonna- ja arengukomisjoni sõnul on ülemaailmse jätkusuutlikkuse saavutamise eesmärk vastata ühiskonna

praegustele vajadustele, kasutades Maa loodusvarasid, ilma et see ohustaks tulevaste põlvkondade vajadusi (viidatud Liu, Mooney, Hull, Davis, Gaskell & Hertel 2015, lk 964 vahendusel). Jätkusuutlik elustiil, mis on muutunud sotsiaalsete muutuste liikumapanevaks jõuks, vastab praeguste põlvkondade vajadustele, ohustamata tulevaste põlvkondade võimet oma vajadusi rahuldada. Teisisõnu ka inimelu kvaliteedi parandamine ökosüsteemide kandevõime piires. (Burton, 1987; Kim & Kim, 2018, lk 2; O'Rourke *et al.*, 2011, lk 341)

On välja toodud, et jätkusuutlikkus kui kontseptsioon tähistab pikaajalist majanduslikku, keskkonna- ja kogukonna heaolu, kuid teadlased pole jõudnud üksmeelele, millised oleksid universaalsed näitajad, mis suudaksid määrata eri sihtkohtade jätkusuutlikkuse taset (Asmelasha & Kumar, 2019, lk 67–69). Getz ja Andersson (2016, lk 251) on arvamusel, et igasugune arutelu ürituse või turismi jätkusuutlikkuse üle peab hõlmama pikaajalist perspektiivi nii sündmuste ellujäämise kui ka nende mõjude osas, mis tõstatab küsimuse selle kohta, kuidas sündmused suhestuvad teiste sündmustega, teiste vaatamisväärsustega ning loodus- ja tehiskeskkonnaga.

Laing ja Frost (2010, lk 262) toovad oma töös välja, et jätkusuutlikud sündmused on need, mis suudavad äriliselt toime tulla ning kaevad inimeste jaoks olulisi ja väärtuslikke sotsiaalseid, kultuurilisi, majanduslikke ja keskkonnavalaseid vajadusi. Siiski on jätkusuutlikkus (üritustel ja muudel vaba aja veetmise üritustel) üsna muutlik, sest sellel mõistel pole ühtset määratlust (De Brito & Terzieva, 2016, lk 51).

Vaatamata sellele on tarbijate nõudlus jätkusuutlike toodete ja teenuste järele viimastel aastatel suurenenud, eelkõige teadlikkusest. Tarbija ja ühiskonna väärtussüsteem on muutunud ning tänane ja tuleviku klient ootab aina enam vaba aja veetmise teenustelt üldiselt, eriti üritustelt ja festivalidelt – on muutunud nõudlikumaks, keerukamaks ja informeeritumaks. Üha enam tahavad külastajad „väljendada oma isiksust” selle kaudu, mida nad tarbivad, ja festivalid on need kohad, kus saab seda teha. Seega on muutunud jätkusuutlikus sündmuste jaoks paratamatuks osaks. (Boggia, Massei, Paolotti, Rocchi & Schiavi, 2018, lk 836; De Brito & Terzieva, 2016, lk 51–53)

Sündmusturismi sektorile oluline dokument oli ÜRO Keskkonnaprogrammi avaldatud juhend ISO 20121 (*International Organization for Standardization*) ning ettevõtte, kellel on jätkusuutlikkusel põhinev tugev ettevõttekultuur, soovivad, et nende üritused vastaksid ISO 20121 jätkusuutlikke sündmuste standardile. Soovitakse standardile vastavust sündmuse igas osas, mis võib mõjutada sündmuse toimumiskoha valikut, tegevusi ja isegi menüüd. Rõhutatakse tervikliku lähenemisviisi tähtsust sündmuste korraldamise protsessi kõikidel etappidel (planeerimis- ja elluviimisetappidel, näiteks programmi koostamisel, toitlustajate ja muude koostööpartnerite valimisel jne). (Boggia *et al.*, 2018, lk 837; Leibowitz, 2018) ISO 20121 jätkusuutlikke sündmuste standardi olulisus seisneb selles, et see pakub kaasaegseid lahendusi sündmuskorralduse valdkonnas, mida saab rakendada kogu maailmas, kuna seda on välja töötanud sama sektori esindajad rahvusvahelisel tasandil (*International Organization for Standardization*, 2012, lk 3).

Jätkusuutlikkus on iga-aastaselt kasvav ostufaktor (Leibowitz, 2018). Suurbritannias läbi viidud uuringu tulemused näitasid, et 56% festivali külastajatest, kes kavatsesid osaleda välisfestivalidel, arvavad, et sellistel üritustel oli negatiivne keskkonnamõju ning 48% väitis, et nad on nõus maksma „rohelisemate“ sündmuste eest rohkem. Lisaks ütles 36% fännidest, et nad kaaluvad festivali keskkonnapoliitikat enne pileti ostmist. (Laing & Frost, 2010, lk 262) Teine uuring näitas, et veinifestivalil osalejad on valmis maksma rohkem, kui festival võiks pakkuda kohalikus piirkonnas toodetud, sest see aitab suurendada vastuvõtva linna jätkusuutlikkust. Sellest tulenevalt võib järeldada, et tajutava rohelse väärtuse ja sündmuste kulutuste muutuse vahel on positiivne seos. (Wong, Wan & Qi, 2015, lk 301)

Teadlased on väitnud, et üksikisikute keskkonnasõbralikke tegevusi mõjutab nende teadlikkus ja murelikkus selle üle, milliseid tagajärgi kannavad nende tegevused (kognitiivne suhtumine), tunded keskkonna vastu (afektiivne suhtumine), ja kavatsus osaleda keskkonnasäästlikus käitumises (suhteline suhtumine). Seega festivali turundamisel peaks pöörama tähelepanu külastaja emotsioonidele, et kutsuda esile nende keskkonnasõbralikku käitumist, mis on seotud festivali kaupade ja teenuste ostmise, kasutamise ja kõrvaldamisega. (Lee, Song, Lee & Reisinger, 2019a, lk 142–146)

Alonso-Vazquez ja tema kaasautorite (2019, lk 99) poolt läbiviidud uuringu tulemused näitasid, et osalejad käituvad tõenäoliselt vastutustundlikumalt, kui festival on väljendanud oma keskkonnavalaseid väärtusi. Festivali keskkonnahoidlikuna positsioneerimisel on oluline osa enese- ja sotsiaalse identiteedi toetamisel, mis omakorda julgustab festivali kogukonda käituma keskkonnasõbralikumal viisil. Keskkonnavalased tavad, mida peetakse keskkonnasõbralikumaks on näiteks muudatused toodetes, protsessides ja poliitikas, nagu näiteks energiatarbimise ja jäätmete vähendamine; ökoloogiliselt jätkusuutlike ressursside kasutamine; keskkonnajuhtimissüsteemi rakendamine jms (Mair & Laing, 2012, lk 685).

Festivalid soovivad muuta oma sündmuse keskkonnahoidlikumaks ning püüavad lahendada tänapäeva jätkusuutlikkusega seotud väljakutseid, võttes vastu keskkonnasäästlike tavasid, sealhulgas liigiti jäätmete kogumist ja käitlust, energiatarbimise minimeerimist, kutsuvad üles ning soodustavad ühistranspordi või jalgrattaga liiklemist (Kim & Kim, 2018, lk 1; Mair & Laing, 2012, lk 683–684). Mõned toidufestivalid on näiteks hakanud kasutama kohalikke mahepõllumajanduslikke tooteid ja pakkuma taimetoitlastele ja veganitele omaseid toite, et vähendada negatiivset keskkonnamõju. (Kim & Kim, 2018, lk 3; Wong *et al.*, 2015, lk 296) Mõned ürituste korraldajad kasutavad muusikafestivale platvormina, et väljendada oma keskkonnavalaseid väärtusi ja soodustada keskkonnahoidlikku käitumist. Seda tüüpi festivalid on tuntud kui “jätkusuutlikud” või “rohelised” festivalid. (Alonso-Vazquez *et al.*, 2019, lk 93)

Üheks näiteks on Rootsi üks suurim festival nimega *Way Out West*, mis sai 2013. aastal *A Greener Festival* roheline tegevuse auhinna. Festivali korraldamisel järgiti ISO 20121 (*International Organization for Standardization*) juhendit ning pakuti festivalil ainult taimetoitu ning *Greener Events* kodulehe kohaselt (<http://greener-events.com>) kaardistati koostöö raames ka festivali süsinikujalajalg. *A Greener Festival* kodulehel (<https://www.agreenerfestival.com>) oleva info kohaselt võitis 2018. aastal auhinna *Rainbow Serpent Festival* kogukonna tegevuse auhinna. Festivali kodulehe kohaselt (<https://rainbowserpent.net>) olid festivali tarbeks ehitatud installatsioonid püsivad, mis festivali lõppedes paigutati piirkonna skulptuuriparki.

Nii klientide, korraldajate kui ka erinevate sidusrühmade teadlikkus on suurenenud jätkusuutlikkuse tähtsusest üle kogu maailma toimuvatel koosolekutel ja üritustel (Leibowitz, 2018). Keskkonnakaitse on nihkunud ühiskondliku ja poliitilise südametunnistuse olemuselt sügava ühiskondliku ja rahvusvahelise tähtsusega mureni (Dickson & Arcodia, 2010, lk 16). Kui inimesed saavad ühes kohas kokku – eriti suurtes kogustes – avaldatakse suurt koormust kohalike ressurssidele, seoses suurenenud vee- ja elektrienergia tarbimisega, samuti tekitatakse oluliselt rohkem jäätmeid ning võivad tekkida pinged naabruses asuvate kogukondadega. Muidugi võivad üritused olla kontseptsiooniga “kui head aega me täna veetsime”, kuid niiviisi mõeldes, võib tekitada see probleeme “homses päevas”, näiteks taastumatute loodusvarade ammendumine või pöördumatu keskkonnareostus. (International Organization for Standardization, 2012, lk 3)

Festivalid ja sündmused tekitavad ülemääraseid jäätmete koguseid, suurendades seeläbi jäätmete koguseid vastuvõtvast piirkonnas keskmiselt kaks kuni kümme korda (Alonso-Vazquez *et al.*, 2019, lk 91). Toidufestivalidel toiduainete kasutamisest ja serveerimisest tingitud jäätmed, nagu näiteks kile, kartong ja vahtpolüstürool, kahjustavad keskkonda (Kim & Kim, 2018, lk 1). Portugali Andanças Festival näitel läbiviidud uuringu kohaselt oli kogu festivalil tekkinud jäätmete keskmine kogus oli 18 735,5 kg aastas, toitlustusega seotud jäätmeid oli 4 400,2 kg ja ülejäänud kohtades 14,335,3 kg; toitlustus moodustab 23% kogu kohapeal tekkinud jäätmetest. Jäätmete koostise moodustasid valdavalt olmejäätmed (53%), toidu- ja köögijäätmed (24%), kerged pakendijäätmed (9%), klaasijäätmed (7%), paberi- ja kartongpakendijäätmed (6%) ja toiduvalmistamisõli (1%). (Martinho, Gomes, Ramos, Santos, Gonçalves, Fonseca & Pires, 2018, lk 13)

Jäätmete nullilähedase lähenemisviisi rakendamine festivalidel on keeruline, sest vajab läbimõeldud tegevusi jäätmete käitlemise ja vältimise meetmete korraldamiseks kogu toimumiskohas. Selliste meetmete rakendamiseks on vaja tarbijaid harida, näiteks kuidas sorteerida materjale, suhelda tarnijatega ja muuta jaemüügi toidu ja joogi müügiks pakendamise viisi, kehtestada näitajad rakendatud meetmete tõhususe hindamiseks ning arendada ja testida uusi meetodeid jäätmete vähendamise meetmete täitmise hindamiseks. (Martinho *et al.*, 2018, lk 11)

Pealegi, alates 1950. aastatest kasvas plastiku tootmine drastiliselt, eelkõige ühekordseks kasutamiseks plasttoodete tootmine, järgnevate aastate jooksul on plastikust saanud paljude igapäevaselt tarbitavate toodete pakendamise materjal. See on vastupidav, kerge, seda saab kergesti vormida erinevatesse kujunditesse ja ta on hermeetiline ning tehnilikult odav. Plastiktooteid eelistatakse aga ühekordselt serveeritud toitude ja jookide pakendamisel – kilekotid, säilituskarbid, restoranide ja kohvikute toiduga kaasa antavad söögiriistad jne. See suundumus on viimaste hinnangute kohaselt viinud sinnamaani, et 79% plastikjätmetest ladestub prügilates või looduskeskkonnas, millest vaid 12% põletatakse ning 9% töödeldakse ümber. (UNEP, 2018, lk 2; Break Free From Plastic, *n.d.*, lk 3)

Ühe hiljutise uuringu tulemused näitasid, et Euroopas võiks 53% plastpakenditest taaskasutada keskkonnasõbralikult ja majanduslikult efektiivselt. Seega jäätmekäitlussüsteemi loomine pole ainuüksi oluline selleks, et anda sellele rohkem materiaalist väärtust ja suurendada ressursside tootlikkust, vaid aitab vältida plastiku lekkeid looduskeskkonda ning aitab kaasa üleminekule taastuvatele allikatele. (Ellen MacArthur Foundation, 2017, lk 13)

Kuna erinevad institutsioonid muutuvad aina keskkonnasõbralikumaks ning püüavad saavutada nulljäätmete kontseptsiooni, tundub kompostimine ja jäätmete ringlusesse võtt aina atraktiivsem idee, seega ka kompostitavad tooted ja alternatiivsed materjalid (Hottle, Bilec, Brown, & Landis, 2015, lk 86). Ettevõtjaid ja tarbijaid tuleb innustada kasutama komposteeritavate plastikpakendite kasutamist, nagu näiteks biokotid jäätmete kogumiseks ja loodussõbralikud toidupakendid sündmustel – eriti kohtades, kus on lihtne hoida komposteeritav pakend ja biolagunev jääde koos, sest see lihtsustab jäätmete väärindamisprotsessi (Ellen MacArthur Foundation, 2017, lk 13).

Uute materjalilahenduste otsimisel, säästva tootmise ja tarbimise eesmärgi jälgimisel on bioplastil mitmeid eeliseid. Bioplasti tootmisel taastuvate loodusvarade kasutamine suurendab ressursitõhusust (näiteks biomassi saab kõigepealt kasutada materjalide ja seejärel energia tootmiseks), vähendab materjalide ja toodete süsinikujalajälge ning kasvuhoonegaaside heite kogust ja säästab taastumatud fossiilseid ressursse, aitab asendada nende kasutamist sammhaaval. (EUBP, 2018) Kuigi komposteeritavate

materjalide määratlused on erinevates piirkondades mõnevõrra erinevad, on oluline jälgida, et materjal oleks selgelt märgistatud (näiteks Euroopas *Vinçotte and Din Certo* ning Ameerika Ühendriikides *BP*). See tähendab, et nad vastavad antud kriteeriumitele (World Economic Forum, Ellen MacArthur Foundation & McKinsey & Company, 2016, lk 68):

- keemilised omadused – materjal koosneb vähemalt 50% orgaanilisest ainest (kuivmassi järgi) ega ületa teatavat raskete metallide kontsentratsiooni;
- biolagunevus – materjal biolaguneb vähemalt 90%;
- (massi järgi) kuue kuu jooksul kontrollitud kompostimise tingimustes (temperatuuril 58° C +/- 2° C);
- lagunemine – materjal laguneb 12 nädala jooksul väiksemateks kui 2mm suurusteks tükideks kontrollitud kompostimise tingimustes;
- toksilisus – kompostimine ega selle protsessi saadused ei too kaasa negatiivseid tagajärgi.

Biolagunev ja kompostitav plastmass võib olla prügilate jäätmete vähendamisel kasulik, kuid nende materjalide kompostimine peab toimuma selleks spetsialiseerinud tööstusrajatistes – nad vajavad lagunemiseks püsivat temperatuuri ja bioloogilist aktiivsust (Hottle *et al*, 2015, lk 87). Probleem seisneb selles, et uute pakendite ja pakendamisviiside väljatöötamine ja kasutuselevõtmine globaalsetes tarne- ja turustusahelates toimub palju kiiremini kui nende kasutamise järgseks töötlemiseks vajalike jäätmekäitlussüsteemide ja infrastruktuuri väljatöötamine (Ellen MacArthur Foundation, 2017, lk 13). 16. jaanuaril 2018. aastal Euroopa Komisjon avaldas “*A European Strategy for Plastics in a Circular Economy*” strateegia, mis oli tähtsaks panuseks muutmaks jäätmesüsteem ressursitõhusamaks ning suurendada plastiku ringlusesse võttu (EUBP, 2018).

Kuigi turismi sektorile pööratakse üha suuremat tähelepanu, ei ole praegu ühtegi standardprotokolli ega meetodit sündmuste keskkonnahoidlikkuse hindamiseks. Seetõttu on üha olulisem välja töötada mudeleid, mis võimaldavad mõõta sündmuste keskkonnasäästlikkust. (Boggia *et al.*, 2018, lk 836) Sageli võtavad ürituse korraldajad vastu jätkusuutlikkusele suunatud lähenemisviisi, mis on seotud kolme samba

jätksuutlikkusega – majandusliku, sotsiaalse ja keskkonnaalase jätkusuutlikkusega –, mis moodustavad ühiselt kolmekordset alampiiri, mis on tuntud kui TBL (ingl k *triple bottom line*) (Kim & Kim, 2018, lk 2–3). Näiteks Wong ja tema kaasautorid (2015, lk 304) hindasid oma uuringus festivalide jätkusuutlikkust kolme „roheline“ näitaja abil:

- roheline toit – üritusel on fookuses kodumaine toodang ning pakutakse mahepõllumajandusliku- ja taimetoitu;
- roheline disain ja jäätmekäitlus – üritus on looduslähedane, mis võib kajastuda näiteks selle temaatikas, esineb hariduslik aspekt keskkonnasõbralikkusest, dekoratsioonide ja installatsioonide valmistamisel on kasutatud taaskasutatud (ja taaskasutatavaid) materjale, toidu serveerimisel kasutatakse komposteeruvaid ja taaskasutatavaid nõusid ja söögiriistu, festivalil rakendatakse liigiti jäätmete kogumist;
- roheline keskkond ja tegevus – festivalile jõudmiseks on organiseeritud buss või võimalus tulla ühistranspordiga, festivalil on suitsuvaba keskkond või selleks eraldatud ala ning kohapealsed tegevused edendavad keskkondliku jätkusuutlikkust.

Boggia ja tema kaasautorid (2018, lk 838) pakuvad kasutada “Sündmuste mõõtmine keskkonnauuringute kaudu” (*METER*) indeksit, et mõõta väikese ja keskmise suurusega ürituste keskkonnasäästlikkust. Kui seda kasutatakse ürituste planeerimisel, siis võimaldab see arvestada iga keskkonnaaspekti alternatiive, et toetada kõige jätkusuutlikumat valikut. Kui sündmus on lõppenud, võimaldab see analüüsida ja hinnata sündmuse peamisi aspekte, neid mõista ja edaspidi parandada. Tuginedes eelnevatele uuringutele ning seejärel rakendades omapoolseid ettepanekuid, koostasid Boggia ja tema kaasautorid (2018, lk 838–839) järgmised kategooriad, mille järgi saab hinnata sündmuse keskkondliku jätkusuutlikkust:

- asukoht – koht, kus üritus toimub, mängib olulist rolli jätkusuutlikkuses, näiteks ürituse ala kasutamine ehk selle kompaktsus, ka kommunikatsioon ehk seletada küllastajale sündmuse ökoloogilist jätkusuutlikkust ja vastuvõetud häid tavasid;
- energia – selle tarbimisel on näitajateks säästetud elektrienergia protsent, taastuvatest energiaallikatest saadud energia osakaal, säästetud kütte osakaal, generaatorite olemasolu või puudumine;
- veevarud – kui palju vett säästetakse, näiteks vähendades tualettpaagis sisalduvat veemahtu ning võrreldes kasutatud kraanivee protsenti tarbitud pudeliveega;

- toitlustamine – toitlustusteenus mängib olulist rolli keskkonna negatiivsete mõjude vähendamisel sündmuse ajal, näiteks nende läbitud teekond ürituse asukohani, menüü, mis põhineb mahepõllumajanduslikel toitudel ja jookidel ning serveeritava toidu pakendi materjal;
- reklaamkaubad – ehk üldiselt äraantav meene, mis on mõeldud reklaami eesmärgil. Selle jätkusuutlikkuse näitajaks on toote enda materjal või pakkematerjal, toitude puhul nende hooajalisus;
- materjalid – erinevat tüüpi materjalid (näiteks lilled, puit vms), mida kasutatakse sündmuse kõikides etappides (korraldamine, paigaldamine, teostamine ja demonteerimine);
- sisemine reisimine – selle näitajaks on transpordivahend, kui palju on autoga reisijaid, jalgsi- või ühistranspordiga tulijad, paljud jagasid autod jne;
- jäätmekäitlus – ehk liigiti jäätmete kogumine, ainsaks üksikasjalikuks loetakse jäätmete kategooria ringlussevõtu protsenti;
- osalusdemokraatia – siinkohal jagatakse külastajatele küsimustik ning võrreldakse “jah” ja “ei” vastuse protsente.

Hiljutine uuring näitas samuti, et festivalil säästvate allikate kasutamine, keskkonnasõbralike tavade kasutuselevõtt ning pühendumine rohelisele disainile ja rohelisele juhtimisele mõjutavad festivali tajutavat väärtust potentsiaalsete osalejate seas ja seda, kui palju nad on nõus sellel osalemiseks kulutama. See peaks õhutama festivali korraldajaid turundama oma keskkonnasõbralike kavatsusi oma turunduskampaaniates. (Kim & Kim, 2018, lk 2, 9)

Kuigi jätkusuutlikkuse mõiste on mitmeti defineeritav, on teadlased toonud välja mitmeid tegevusi ning hindamiskriteeriume, et hinnata ja tagada sündmustel keskkondlik jätkusuutlikkus. Keskkonnasäästlikud tavad on liigiti jäätmete kogumine ja käitlus, energiatarbimise minimeerimine, keskkonnasäästlike liiklemisvahenditega liiklemine (ühistransport, jalgratas jne.), komposteeritavate plastikpakendite kasutamine, kohalikke mahepõllumajanduslikke toodete ja taimetoidu pakkumine ja mõned veel. Oluline on ka teatada oma keskkonnasäästlikkusest külastajale – esiteks meelitab kindlat tarbijat ning on võimeline mõjutama n-ö vähemteadliku külastaja tarbijakäitumist.

2. EESTI SÜNDMUSKORRALDAJATE TEADLIKKUS KESKKONDLIKUST JÄTKUSUUTLIKKUSEST NING SÜNDMUSTEL RAKENDATAVAD MEETMED

2.1. Uuringu meetod, valim ja korraldus

Käesoleva uuringu eesmärk on uurida Eesti sündmuskorraldajate teadlikkust keskkondlikust jätkusuutlikkusest ning kuidas nad seda oma üritustel tagavad. Andmete kogumisel kasutati poolstruktureeritud intervjuud. Intervjuu tugines teoreetilistel käitlustel, kuid oli kohandatud nii, et see pakuks rikkalikke ja üksikasjalikke andmeid, mis aitaksid mõista intervjuueeritava kogemusi olenevalt sellest, kuidas ning millise alatooniga ta neid kirjeldas (Castillo-Montoya, 2016, lk 811–812). Selle eesmärgiks oli saada subjektiivsed vastused konkreetse olukorra või nähtuse kohta arvestades isiku kogemusi (McIntosh & Morse, 2015, lk 1).

Poolstruktureeritud intervjuu meetodit kasutatakse siis, kui on olemas piisavalt objektiivseid teadmisi kogemuse või nähtuse kohta, kuid subjektiivseid teadmised puuduvad (McIntosh & Morse, 2015, lk 1). Selle üheks peamiseks eeliseks on võimalus arendada küsitleja ja osaleja vaheline vastastikune suhtlus (Kallio, Pietilä, Johnson & Kangasniemi 2016, lk 2955). Samal ajal suunavate küsimuste abil saab liikuda võtmeküsimuste juurde, mis annavad kõige väärtuslikumat teavet ning aitavad säilitada uuringueesmärki (Castillo-Montoya, 2016, lk 822–823).

Intervjuuerimisel oli tegemist enamasti avatud küsimustega, mida kasutati üksi või kombineerituna teiste intervjuerimistehnikatega, et uurida teemasid põhjalikult ja mõista protsesse (Weller, Vickers, Bernard, Blackburn, Borgatti, Gravlee & Johnson, 2018). Küsimused keskendusid iga osaleja vastustel (olenevalt intervjuu suunast) moodustades niiviisi SSI (*semi-structured interview* ehk poolstruktureeritud intervjuu) struktuuri.

Poolstruktureeritud intervjuude puhul võivad osalejad vastata küsimustele nii nagu nad soovivad ja uurija saab neid seejärel põhjalikumalt uurida (küsida täiendavaid küsimusi juurde). Vastuste raamistik ja paindlikkus moodustavad selle meetodi poolstruktureeritud aspekti (McIntosh & Morse, 2015, lk 1). Tavaliselt toimub intervjuude ajal heli salvestamine hilisema transkriptsiooni eesmärgil (Rosenthal, 2016, lk 512). Uuringu raames intervjuueeriti ühteist sündmuste korraldajat Eestis, milleks olid tähestikuliselt järjestades:

- I Land Sound;
- Intsikurmu Kuressaare GinFest;
- Naufingufestival Tunne;
- RGFF (Rakvere Günmaasiumi Filmifestival);
- Rõõmsate Laste Festival;
- Sweet Spot Festival;
- Taimetoidumess (Tallinn Vegfest);
- Tallinna ja Tartu Tänavatoidufestival;
- Tartu Tudengipäevad;
- Viljandi Kohvikuöö.

Tegemist oli sihipärase valimiga, mida mõjutasid ka meediakajastused. Näiteks asjaolu, et hiljuti, 2019. aasta jaanuari kuus, avalikustas Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus (EAS) kaheksat kultuuri- ja spordisündmust, keda toetab kokku 462 000 euroga, mis toovad aastatel 2019–2020 Eestisse rahvusvahelist publikut. Nende seas oli kaks kultuurisündmust, millest üks, I Land Sound, kuulub ka intervjuu valimisse. (Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus, 2019)

I Land Sound elamusfestival kogus kiiresti populaarsust, sest juba teisel festivali toimumisaastal olid kõik 4000 festivalipääset enne festivali ametlikku avamist välja müüdud (Kaspar Viilup ja Angelica Õunapuu, 2018). Festival on “roheline mõtlemisega”, mida nad kajastavad oma ametlikul kodulehel (<https://ilandsound.ee/roheline>), tutvustades oma vaateid ja suundumust potentsiaalsele külastajale. Lisaks, kuna 2018. aastal pälvis festival roheline ettevõtmise auhinna, mida avalikustati ka Saarema turismi

arendamisele suunatud kodulehel (<https://visitsaaremaa.ee/info/turismi-parimad/>), pakkus see eelkõige huvi.

Viidi läbi intervjuu Eesti suursündmuse, Sweet Spot Festivali, korraldajaga. Festival on alternatiivse popmuusika maaletoojaks, kelle eesmärgiks on olla Euroopa kvaliteediga suur ja rahvusvaheline sündmus. Üritusele oodatakse pea 10 000 külastajat, mis tähendab, et sellel on märgatav panus Eesti sündmusturul. (Kaspar Viilup ja Siim Lõvi, 2018) Lisaks intervjueriti populaarsust aina koguva Intsikurmu festivali korraldajat, kes on leidnud inspiratsiooni Lätis toimuvast Positivusest ning kes keskendub lisaks meelelahutusele veel ka keskkonnasäästlikkuse teemale, olles eeskujuks prügisorteerimisel ning prügi tekkimise minimeerimisel (Eesti Päevaleht, 2014; Kroonika, 2018).

Lisaks intervjueriti toidukultuuriga seotud ürituste, nagu näiteks Tallinna ja Tartu Tänavatoidufestivali, mis on Visit Tallinn kodulehel (<https://www.visittallinn.ee>) oleva info kohaselt Eesti suurim tänavatoidufestival, lisaks Taimetoidumessi ja Viljandi Kohvikuöö korraldajaid, kuna eelkõige toidufestivalide puhul on tegemist keerulise prügimajanduse korraldamisega. Tänavatoidufestivalide korraldamisel panustatakse iga aasta aina rohkem keskkonnasõbralikusse ning 2018. aastal olid selleks keskkonasaadikud, kes olid festivalil külastajate harimise eesmärgil abistades jäätmed õigesse prügikasti sorteerida, kajastas EV100, Eesti riigi saja-aastase juubeliprogrammile keskendunud koduleht (<https://www.ev100.ee>).

Intervjuu koosnes üheksast küsimusest (vt lisa1), mille põhirõhk oli keskkondlikul jätkusuutlikkusel. Intervjuude ajal uuriti korraldajate arusaama keskkondlikust jätkusuutlikkusest – mida see nende jaoks tähendab, kui oluline see on nii igapäevaelus kui ka festivali aspektis (Asmelasha & Kumar, 2019, lk 67–69; Burton, 1987; Getz & Andersson, 2016, lk 251; Kim & Kim, 2018, lk 2; Laing & Frost, 2010, lk 262; O'Rourke *et al.*, 2011, lk 341).

Uuriti, mida korraldajad teevad keskkondliku jätkusuutlikkuse tagamiseks üritusel ning kas festivali koostööpartneritel on samad tõekspidamised (Kim & Kim, 2018, lk 2–3; Wong *et al.*, 2015, lk 304; Boggia *et al.*, 2018, lk 838–839). Vajadusel uuriti suunavate küsimuste abil prügikorralduse kohta, näiteks kui reostatud on ürituse lõppedes

festivaliala, milliseid jäätmeid tekib kõige enam (plastikeostus) ning kas prügi sorteeritakse ja taarat kogutakse eraldi (Martinho *et al.*, 2018, lk 13).

Intervjuud Eesti sündmuste korraldajatega viidi läbi märtsis (esimene intervjuu 18. ning viimane 31. märts) kas telefoni teel, isiklikul kokkusaamisel või meili teel – vastavalt intervjuueeritava enda soovile ning vaba aja olemasolule. Korraldajatega võeti ühendust ürituse kodulehel või Facebookis avaldatud meili teel, vajadusel täpsustati kokkusaamise kuupäeva ja kellaaega telefoni teel. Infomeilis tutvustati uuringu eesmärki ning saadeti ette intervjuu küsimused.

Telefoni teel läbiviidava intervjuu kestvuseks oli keskmiselt 10–15 minutit, isiklikul kokkusaamisel oli intervjuu kestvuseks aga 35–60 minutit. Intervjuud salvestati helisalvestustehnikaga intervjuueeritava nõusolekul (kõik korraldajad olid sellega nõus), samaaegselt märkmeid tehes. Pärast intervjuud loeti märkmed uuesti üle ning täiendati, hiljem lisati helisalvestuse transkribeeritud kirjed.

Intervjuude analüüsimiseks kasutati kirjeldavat sisuanalüüsi (andmete võrdlemine ja lõpparuandlus), mis toimus siis, kui kõik intervjuud olid teostatud ning andmed transkribeeritud. Selleks, et korraldajate andmed jääksid konfidentsiaalseks, kasutati andmeanalüüsil kodeerimist. Iga intervjuueeritav oli märgistatud oma tähe ja numbriga kombinatsiooniga, näiteks i1, i2, i3 jne. Intervjuusid kodeeriti ajalise järjestuse ehk nende toimumise järgi.

2.2. Uuringu tulemuste analüüs

Intervjuu esimene küsimus oli defineerida oma sõnadega mõistet „keskkondlik jätkusuutlikkus“, mis ühtlasi andis aimu, millest lähtuvad antud korraldaja tegevused sündmuse korraldamisel. Põhilised märksõnad, mis kordusid intervjuudes olid järgnevad: looduse säästmine ja sellele negatiivse mõju vähendamine, taaskasutamine, mõistlik tarbimine, süsinikujalajälje vähendamine, mis on kujutatud joonisel 1. Joonisel olevate sõnade kirjasuurus sõltub nende mainimiskordade arvust ehk mida rohkem mainiti mingit märksõna seda suurem ta on. Paljud märkisid otstarbekat jäätmekäitlust, mis on ühtlasi ka üheks keskkondlikult jätkusuutliku sündmuse tegevuseks.



Joonis 1. Korraldajate poolt defineeritud keskkondliku jätkusuutlikkuse mõiste sõnapilv (autori koostatud).

Keskkondlik jätkusuutlikkus on korraldajate jaoks aktuaalne teema, millele tähelepanu pöörata. Kõik korraldajad (11) märkisid, et keskkonnasõbralik tegevus on nende jaoks tähtis – nii igapäevaelus kui ka ürituse kontekstis. Võtte, mida korraldajad rakendasid või plaanivad oma järgmisel üritusel rakendada, on liigiti jäätmete kogumine ehk prügi sorteerimine. Pea kõikidel üritustel on see kohustuslikus korras, vaid üks korraldaja (i8) mainis, et prügi sorteerimine on osalejate (toitlustajate) jaoks soovituslik.

Eelnimetatud korraldaja (i8) sõnul on antud üritus väiksemahuline ning selle osalejad on kogemuseta kohalikud, kes teevad võib olla esimest korda elus kohvikut. Seega siiani pole suudetud neile kindlad nõuded kohustuslikuks panna – korraldaja aitab osalejaid sõbraliku nõuga. Jäätmete sorteerimise teemal arutades märkisid korraldajad, et üheks takistuseks on inimeste teadlikus ning kontrolli teostamine. Lahenduseks oli üks sündmuskorraldaja (i1) kasutanud keskkonnasaadikute abi ning kaks korraldajat (i2 ja i6) plaanivad sel aastal teha seda sama.

Veel üheks peamiseks tegevuseks oli biolagunevate nõude kasutamine – kas kohustuslikus või soovituslikus korras. Mitmed korraldajad (neli üheteistkümnest) andsid

soovitusena olla selles osas toitlustajate puhul nõudlikumad – toitlustajal on äriiline huvi ning nad osalevad üritusel nii või naa. Siinkohal jäävad aga korraldajad suhteliselt skeptiliseks biolagunevate nõude, täpsemalt aga bioplasti suhtes – tekib küsimus, kuivõrd keskkondlikult jätkusuutlikum on see alternatiivtoode.

Mõned korraldajad tõid välja ka muid alternatiivtooteid, nagu näiteks tatra- või nisutaldikud või serveerida toitu lamineerimata paberist ja kartongist valmistatud pakendiga. Üks festival jälgis, et toitlustajatel oleksid õiged nõud, keskkonnateadlik inimene jagas koostööpartneri kontakte ning nõu, milliseid märgiseid tuleb sööginõude ostmisel jälgida. Mitmel üritusel olid keelatud ka plastikust joogikõrred, selle asemel pakuti pilliroost valmistatud kõrsi või makarone. Selleks, et välistada ükskõik, millised ühekordsed nõud, katsetab i2 sel aastal pilootprojekti raames pandisüsteemina päris nõusid.

Selleks, et vältida ühekordseid plasttopse, on mitmed korraldajad asutanud ja/või plaanivad kasutada panditopsisüsteemi, mille teenust pakub Eestis praegusel hetkel vaid üks ettevõtte – MTÜ Topsiring. Kaks korraldajat olid Topsiringi teenuse ja tootega rahul ning nentisid, et see aitab jäätmete koguse minimeerimisel. Üks intervjuueeritavatest (i9) märkis, et esimesel koostöö aastal vähenes prügi kogus umbes 60%. Eelnimetatud ettevõtte teenuse ja tootega rahulolu teemal tekkis aga arvamuste lahknevus.

Täpsemalt aga ühe korraldaja (i4) sõnul pole antud ettevõtte suuteline teenindama suurüritusi (samal arvamusel oli ka i1). Seetõttu plaanitakse luua oma panditopsisüsteem, mille idee on saanud alguse Soome suurürituse Flow Festival eeskujust, kus panditopsidena kasutati klaaspurke. Siinkohal kaalutakse antud otsuse vastu võtmist selle turvalisuse tõttu, sest raske taara lendab hästi ning võib ohustada esinejate turvalisust, arvestades seda, et üritusel tarbitakse alkoholi. Kolm intervjuueeritavat (i2, i5 ja i6) olid mõelnud sellele asjaolule ning üks nendest (i6) loobunud antud võtte rakendamisest, kuna tegemist on lastele suunatud pereüritusega ning klaastaara purunemisel on selle klaasikillud laste jaoks ohtlikud.

Kaks korraldajat (i5 ja i8) tõid välja üritusel päris nõude kasutamise kulukust, mis hõlmab nii nõude pesemiseks kui ka soetamiseks kuluvat aja- ja finantsilist ressursi. Lisaks

mainis i8, kuna nende üritusel on osaleja (toitlustaja) kohalik elanik, mitte ettevõtja, siis pole üheks korraks päris nõude soetamine jätkusuutlik tegevus. Küll aga ühe festivali korraldaja (i2) ei näinud siinkohal probleemi, vaid nägid lahendusena teha koostööd Uuskasutuskeskusega, kes varustab festivali piisava arvu sööginõudega, mis ürituse lõppedes tagastatakse ning pannakse taas müüki. Siinjuures lisades, et „*Keskkondlikult jätkusuutliku üritusena on kergem leida koostööpartnereid, kes muudavad protsessi ka odavamaks*“. Ka sööginõude puhul on tegemist pandisüsteemiga ehk külastaja maksab teatud summa nõude komplekti eest ning selle tagastamisel saab oma raha tagasi – see kompenseerib kaoga kaasnenud kahjumit.

Lisaks veel toitlustuse poole pealt, olid korraldajad jälginud (neli), et inimestel oleks valikuvõimalus, täpsemalt aga vegantoit. Üks korraldajatest lisaks vegantoitlustajatele, nõuab, et teiste toitlustajate menüüs oleks vähemalt üks taimetoidu variant, lisaks toetab kohalikke mahepõllutoodangu tootjaid. Näiteks alkoholsete kokteilide pikendamisel kasutatakse naturaalselt mahla. Ühe ürituse temaatika on seotud taimetoiduga ning kohapeal toimus hariv programm, näiteks etteasted, töötoad, filmid veganluse, jätkusuutlikku tarbimise jms. kohta. Pääaegu kõik teised üritused harivad suuremal või vähemal määral oma külastajat läbi oma tegevuste ja programmi.

Üritused pakuvad eelkõige meeldivat elamust ning seda mõjutab atmosfäär. Mitmed üritused (i2, i3, i6, i9) kasutavad oma ürituseks tarvilike dekoratsioonide ja kaunistuste valmistamiseks looduslike ja/või taaskasutatud materjale, näiteks ehitusettevõtetest kogutud puidumaterjali ja värvi (i2) või mööbliehitusettevõtetest saadud euroaluseid jne. Kaks intervjuueeritavat (i6 ja i9) lisasid, et kasutavad oma üritusel ka laste jaoks mõeldud tegevustes taaskasutatud materjale, näiteks õmbluskodadest kogutud riide- ja kleepsujääke jm. Üks nendest (i9) mainis lisaks, et lastele loodud alal saavad lapsed mängida taaskasutatud mänguasjadega (tehti üleskutse, mille käigus koguti mänguasju festivali tarbeks).

I3 lähenes teise nurga alt ning kuna kahe aasta tagune üritus toimus loodustemaatikas, kasutati dekoratsioonina materjale, mis läksid tagasi loodusesse, näiteks puuoksad ja sammal. Kuna antud üritus kasutab sponsorite abi, siis selle raames saadetud toodete pakend moodustas aastast aastasse ulatusliku osa jäätmetest. Probleemile leiti lahendus

ehk toodetest jäänud pappkaste kasutati dekoratsioonis, mistõttu ei pidanud korraldajad muretsema nende valmistamiseks lisamaterjale.

Festivalile jõudmiseks kasutatakse erinevaid transpordiliike ja viise ning mitmed üritused olid teinud üleskutse tulla kas jalgsi, ratta, rula või ühistranspordiga, võimalusel jagada autot teiste külastajatega (i1). Esiteks pole parkimine alati mugav või võimalik ja teiseks, sel viisil välditakse alkoholijoobes rooli minemist. Kaks festivali (i2 ja i9) kannustab külastajaid kasutama festivalile jõudmiseks organiseeritud bussi ning ühel kohapeal liiklemiseks pakutakse külastajatele vanu jalgrattaid.

Kõik eelnimetatud tegevused vajavad sihipärast ning pikaajast planeerimist ning tihti peale on korraldustiim jagatud valdkondade kaupa gruppidesse. Üks korraldajatest (i1) kinnitas seda: „*Meil on eraldi keskkonnateadlik inimene, kellel on teadmisi, eelnevat kogemust nii sündmuskorralduses kuid ka vabatahtlikuna välismaal. Nagu kogemus on näidanud, siis niiviisi toimib kõige paremini, kui iga valdkonna eest vastutavad kindlad inimesed*“. Kui üritusel on eesmärgiks olla võimalikult keskkondlikult jätkusuutlik, siis võib jääda üldistest teadmistest puudu. Seetõttu ütlesid suuremate ürituste (neli) korraldajad, et kasutasid keskkonna alal teadlikku inimese abi ehk keskkonnaalast projektijuhti, kes tegeles keskkondliku jätkusuutlikkuse tagamise küsimustega.

Selleks, et tagada oma üritusel keskkondlik jätkusuutlikkus, märkis üks korraldaja (i2), et koostasid festivali raames eraldi jätkusuutlikkuse projekti, mis lähtub kolmest märksõnast: *reuse* (taaskasuta), *reduce* (vähenda), *recycle* (võta ringlusesse). Nende rakendamine toimub kõigis tegevustes alustades planeerimisest ja ettevalmistuste etapist kuni festivali järgsete tegevusteni välja. Üheks innovatiivseks võtteks on näiteks isiklik konitops, mis on sisuliselt pudelitoorik, kuhu saavad külastajad koguda oma suitsukonisid, kuid see ei ole veel kõik. Ürituse lõppedes korjatakse konid kokku ja valmistatakse nendest mööblitüki, näiteks rula, surfilaua vms., et näidata kui suure koguse prügi on külastajad tekitanud ainult konide näol.

Enamus korraldajaid kommunikeerivad oma keskkonnasõbralikkust – see on üks osa külastaja harimisel. Viis korraldajat üheteistkümnest tegid seda suuremal ning kolm väiksemal määral – oleneb sellest, millele soovitakse külastaja tähelepanu pöörata.

Näiteks üks korraldajatest (i6) keskendub sel aastal keskkondlikule jätkusuutlikkusele rohkem kui kunagi varem, siis juhitakse sellele ka rohkem tähelepanu nii enne kui ka pärast üritust. Plaanis on kirjutada artikkel ning teha fotoreportaaz. Üks korraldajatest (i10) jagab aga keskkonnasõbralikke nippe festivali Facebooki lehel. Kolme festivali korraldajad (i1, i2 ja i9), kes väljendasid sotsiaalmeedias oma keskkonnaalaseid väärtusi, panid tähele, et nende külastajad on keskmisest teadlikumad.

Korraldajad pidasid keskkonnasõbraliku mõtlemisviisiga sündmuse korraldamist loomulikuks üleminekuks. Inimestel on kasvanud huvi selle teema vastu ning selleks, et vastata nende ootustele tuleb teha muudatusi. Üks korraldaja ütles, et nende arenemisele on kaasa aidanud külastajate tagasiside (on tehtud ettepanekuid, mida soovitakse järgmisel üritusel näha, kuulda ja mida võiks parandada). „*Kindlasti on ka ühiskondlik surve, mis tuleneb linnas pesitsevatelt tudengitelt ja enda korraldustiimilt*“, märkis üks korraldaja (i11). Suust-suhu ja vaatluse abil informatsiooni hankimine on põhiline ideede allikas – ühe teise korraldaja (i1) sõnul „*Eestis on keskkonnohoiust huvitunud korraldajate seltskond nii väike, et suhtlus on peamine viis teadmiste jagamiseks*“. Mõned korraldajat laenutasid välismaal festivalidel kasutuses olevaid ideid.

Kõik korraldajad (11) toetavad Euroopa Parlamendi otsust, mille järgi keelustatakse 2021. aastaks ühekordseks kasutuseks mõeldud plasttoodete kasutamist üritustel, kuid olid arvamusel, et antud hetkel ei ole riik selleks üleminekuks valmis. Arvatavasti selleks ajaks, kui asi on kohustuslikus korras, ollakse üleminekuks valmis ning on arendatud vastav süsteem, olid kolme festivali korraldajad (i1, i2 ja i4) lootuses.

Arvestades asjaolu, et Tallinn otsustas liikuda selles suunas tunduvalt varem – määrus hakkab kehtima 2019. aasta oktoobrist, siis siinkohal tundsid Tallinnas korraldatavate ürituste läbiviijad mõnevõrra muret. Riigi poolt ei tunta vastavat tuge ehk riik ise pole selleks piisavalt panustanud – puudub ühtne süsteem ning on läbimõttlemata süsteemihel. Näiteks ei suuda jäätmekäitlejad jõuda ühise otsuseni kuidas igat liiki jäätmeid märgistada, samuti puudub asutus, mis tegeleks bioplasti töötlemisega ning lõppkokkuvõttes lähevad nad nagu ka tavalised plasttopsivad ahju ega too mingisugust kasu.

Kaks korraldajat (i1 ja i4) olid arvamusel, et linn tegi määruse, mis on sõnumina õige ja hea, aga otsus pole läbi mõeldud. Näiteks hakati nõudma panditopse, aga siinkohal tuli koheselt turutõrge, sest praeguseks on aastaid olnud ainult üks teenusepakkuja (monopol), lisaks ei suuda antud teenusepakkuja teenindada suurt üritust, mille küllastajaskond on päevas 10 000 inimest või rohkem. Üks teine korraldaja (i9) tõi probleemina välja selle, et riigis pole piisavalt energiapartnereid ning olemasolevad pole koostööst huvitatud. Otsitakse partnerit, kes saaks vahendada teistsugust, jätkusuutlikumat elektrienergiat.

Vaatamata sellele ütlesid mitmed korraldajad, et antud muudatus on vajalik ning siin pole küsimust, kas riik on või ei ole selleks valmis, vaid peab olema valmis. See võib olla küll ebamugav, kuid selline muudatus turgutab turgu ja inimesed harjuvad ära. Üks intervjuueeritavatest (i11) avaldas arvamust, et *„Üleminek oleks pidanud toimuma ühtlasemalt ning mitme aasta vältel pannes piiranguid kogustele, mida võib kasutada. See suurendas teadmatuses olevate korraldajate kulutusi, kuid pikas perspektiivis on see kindlasti kasulik“*.

Üldiselt ei näe korraldajad takistusi, mis segaksid keskkondlikult jätkusuutliku ürituse korraldamist. Peamiseks murekohaks pidasid kõik intervjuueeritavad inimeste teadlikkust ning kontrolli teostamist. Muidugi saab seada reegleid, kuid keerulisem osa sellest on kontrolli teostamine – kas küllastajad ja osalejad sorteerivad jäätmeid ja kas teevad seda õigesti. *„Inimene on laisk. Teeme kõik võimalikult mugavaks, näiteks prügikastidel loogilised suured sildid“*, ütles üks korraldaja (i10). Ka ühe teise festivali korraldaja (i1) oli samal arvamusel: *„Inimesed suuepäraselt ignoreerivad kui info on kuskil üleval, all või kõrval ning meie tegime erilised prügikastikaaned“* – prügikastikaaned olid erinevat värvi ning ava erineva kujuga. Ka i6 plaanib seda võtet rakendada, et muuta protsess laste jaoks mänguliseks.

Seoses jäätmekäitlusega on veel üheks murekohaks arvestada välja ja tagada festivali alal piisav prügikastide hulk. Sellega olid kokku puutunud viis korraldajat (i1, i2, i4, i7, i9) ning soovivad teistel korraldajatel sellega arvestada. Ühe festivali (i11) murekohaks, mida teistel üritustel ei esinenud, kuid oli sündmuse keskkondliku jätkusuutlikkuse tagamisel takistuseks, oli ilutulestik. Potentsiaalne lahendus oleks laseršõu ning sel aastal koguti selle kohta infot, kuid kõige odavamad pakkumised olid suuremad kui terve

festivali eelarve. Üks korraldaja mainis probleemina, et aastast aastas juhtub selline olukord, kui mõni toitlustaja tarbib rohkem elektrienergiat kui esialgselt oli märkinud. Tarbimiskoha ülekoormuse korral toimub elektri automaatne väljalülitamine (lööb kaitsekorgid välja), mis tekitab probleeme nii toitlustajatele kui ka esinejatele – erinevaid tehnilisi rikkeid (muusika aparaat, külmkapid, pliidid jne. lakkavad töötamast).

Korraldajaid, kes pidasid keskkondlikult sõbraliku ürituse korraldamist kulukaks, oli vähemuses. Mõned korraldajad mainisid, et keskkonnasõbralikus suurendab festivali eelarvet, kuid tänu koostööle (erinevate ettevõtete ja organisatsioonidega, lisaks toetused) pole see vahe nii suur. Üks korraldaja ei osanud vastata, sest enamus tegevusi rakendavad sel aastal esmakordselt. Üldiselt toodi välja pigem aja- kui raharessurssi ning öeldi, et keskkonnasõbralik käitumine on tõekspidamistes kinni ja „tasub ära“.

2.3. Järeldused ja ettepanekud

Intervjuude ajal jagasid korraldajad oma kogemusi ning tegevusi, mida nad sündmusel rakendavad tagamaks keskkondlik jätkusuutlikkus. Käesolevas peatükis seob autor uuringu tulemusi olemasoleva kirjandusega ning esitab korraldajatele ettepanekuid (põhilised tegevused), mis aitavad muuta sündmusi keskkonnasõbralikemaks. Ettepanekute esitamisel on arvestatud sellega, et kõik sündmuskorraldajad Eestis saaksid neid järgida.

Uuringust selgus, et keskkondliku jätkusuutlikkuse teema on korraldajate jaoks aktuaalne – kõik korraldajad peavad seda oluliseks nii igapäevaelus kui ka oma sündmustel. Põhjuseks on isiklikud tõekspidamised ning suurenenud nõudlikkus (näiteks on väljendanud oma soove festivali tagasisidestamisel), mis toetab teoreetilist osa, et inimesed on muutunud teadlikumaks ning soovivad „väljendada oma isiksust” selle kaudu, mida nad tarbivad (Boggia *et al.*, 2018, lk 836; De Brito & Terzieva, 2016, lk 51–53).

Paljud üritused rakendavad oma sündmusel samu tegevusi, nagu näiteks prügi sorteerimine, biolagunevate nõude kasutamine ja keskkonnaalase spetsialisti abi. Põhiline võtte, mida saavad kasutada kõik korraldajad, olenemata nende suurusest on jäätmete

sorteerimine (kasvõi külastaja harimise eesmärgil). Sündmused tekitavad ülemääraseid jäätmete koguseid, seeläbi suurendades jäätmete koguseid vastuvõtvast piirkonnas keskmiselt kaks kuni kümme korda (Alonso-Vazquez *et al.*, 2019, lk 91). Jäätmete sorteerimine aitab aeglustada protsessi – mida rohkem seda sorteerida seda rohkem sellest läheb ringlusesse ehk taaskasutusse (töödeldakse ümber) (Martinho *et al.*, 2018, lk 11). Jäätmete sorteerimisel on tüüpilised liigid taara, olme- ja biojäätmed (hea kui biojätmete kogumiseks kasutatakse biokotte), soovi korral võivad tootlustajatel lisanduda paber ja papp, pakend ning õlijäägid.

Toitlustus on festivalide paratamatu osa, mis mõjutab suuresti nende keskkondlikku jätkusuutlikkust (on suurim jäätmete tekitaja), seega on oluline sellele tähelepanu pöörata. Korraldajad peaksid olema julgemad ning kehtestama toitlustajatele nõuded, sest festivalil osalemine on nende äriiline eesmärk. Peamiseks nõudeks peaks olema biolagunevate või komposteeruvate nõude kasutamine, millest kõige odavam ja lihtsasti kättesaadav on lamineerimata paber- või pappnõud (saadaval <https://www.rohepakend.ee/> kodulehel), ka bambusest või suhkrurookiust valmistatud nõud (saadaval <https://greenware.ee/> kodulehel).

Korraldajad, kes soovivad oma ürituse keskkondlikku jätkusuutlikkust veelgi suurendada, võiksid kaaluda „päris“ nõude kasutamist (siinkohal tuleb läbi mõelda, kas antud variant on ürituse kontekstis otstarbekas ja ohutu). Kadu vältimiseks ja kulude katmiseks võib kehtestada sellele pandisüsteem, nagu näiteks teeb seda Eestis ainus panditopside teenust pakkuv ettevõtte MTÜ Topsiring. Topsiringi kodulehel oleva info kohaselt (<http://www.topsiring.ee>), aitab ettevõtte vältida korraldajatel plastiktopside kasutamist sündmusel ning vähendada jäätmete kogust

Ka bioplastist valmistatud nõud ja topsid on plastikule sobilik alternatiivtoode, kuid selle puhul on tähtis jälgida mägist, milleks on Euroopas *Vinçotte ja Din Certo* (World Economic Forum *et al.*, 2016, lk 68). Siiski on korraldajad bioplastist valmistatud nõude pärast üsna skeptilised, sest pole täpselt teada, mida nendega jäätmekäitleja edasi teeb. Ka *Ellen MacArthur Foundation* (2017, lk 13), organisatsioon, mille eesmärgiks on kiirendada üleminek ringlussüsteemile on murelik, sest uute pakendite ja pakendamisviiside väljatöötamine ja kasutuselevõtmine globaalsetes tarne- ja

turustusahelates toimub palju kiiremini kui nende kasutamise järgseks töötlemiseks vajalike jäätmekäitlussüsteemide ja infrastruktuuri väljatöötamine.

Lisaks sellele, et taimetoitumine ja veganlus on kogumas populaarsust ning nõudlus selle järele kasvab, on see ka keskkondlikult jätkusuutlikum. Üritusel peaks olema tagatud valikuvõimalus, see tähendab vegantoitu ning mõned korraldajad järgisid seda ka teadlikult. Ainult üks korraldaja mainis, et on teadlikult esindanud oma festivalil kohalikku mahepõllumajanduslikku toodangut. Arvatavasti on põhjuseks see, et korraldajad ise ei tegele toitlustamisega, vaid kutsuvad kohale olemasolevad *foodtruckid* ning selle jälgimine on keeruline, samuti on mahepõllumajanduslikud tooted kallimad.

Vaatamata sellele võiks mahepõllumajanduslik toodang olla esindatud (kasvõi vähemal määral), selle toetamine on kasulik nii kohalikele kogukonnale (elavdab seeläbi põllumajandust) kui ka inimese tervisele, sest tegemist on puhta (tervisliku) toorainega. Pealegi varasemalt läbi viidud uuring on näidanud, et näiteks veinifestivalil osalejad on valmis maksma rohkem, kui festival võiks pakkuda kohalikult toodetud toitu, sest see aitab suurendada vastuvõtva linna jätkusuutlikkust (De Brito & Terzieva, 2016, lk 51).

Selleks, et nautida ürituse hüvesid, on vaja sinna kohale jõuda. Tihtipeale kasutatakse liiklemiseks isiklikku autot, kuid see suurendab süsinikujalajälge. Seega võiksid korraldajad õhutada külastajaid tulema kas jalgsi, ratta, rula jms. või ühistranspordiga – mõned korraldajad tegid üleskutse, mõne ürituse puhul on aga see kõige mõistlikum liiklemisviis (näiteks juhul, kui üritus toimub kesklinnas ning parkimine on ebamugav või parkimiskohti on vähe).

Kaks korraldajat, kelle festival toimub väljaspool linnapiiri, on korraldanud eribusse, mis transpordivad külastajaid kindlaksmääratud linnast festivalile ning tagasi. Seda võiksid rakendada suuremad üritused, kes tunnevad, et suur osa nende külastajaskonnast on tulemas mingist kindlast linnast – külastaja jaoks mugav ning pealegi keskkonnasõbralik. Ka Wong ja tema kaasautorid (2015, lk 304) arvestasid seda aspekti (oli üheks näitajaks) oma uuringus andes hinnanguid uuritavatele festivalidele.

Kim ja Kim (2018, lk 9) ning Alonso-Vazquez ja tema kaasautorite (2019, lk 99) uuringu tulemused näitasid, et külastaja käitumist mõjutab eelkõige moraalse kohustuse tunne.

Külastajal on festivaliga justkui emotsionaalne side ning festivaliga otseselt seotud isikutel ja ürituste programmil on võimalus teda mõjutada ja manipuleerida (Li & Petrick, 2005, lk 239, Stankova & Vassenska, 2015, lk 121, Alonso-Vazquez *et al.*, 2019, lk 93) See peaks julgustama korraldajaid kõnelema oma tõekspidamistest (antud juhul keskkonnasäästlikkusest) sotsiaalmeedias. Ka käesoleva uuringu tulemused näitasid, et korraldajad, kes väljendasid oma keskkonnavalaseid väärtusi, märkisid, et nende külastaja on keskkonna probleemidest keskmisest teadlikum.

Selleks, et sündmus oleks keskkonnasõbralik tuleb sündmuse korraldamisel leida koostööpartnereid, kes toetavad „rohelist mõtteviisi“. Ka Choo ja Park (2018, lk 1499–1500), Toscani ja Prendergast (2018, lk 401) on käsitlenud koostöö kontseptsiooni olulisust – võimalus pakkuda kvaliteeti, seejuures pole klient hinnatõusu suhtes tundlik. Korraldajad on täheldanud, et inimeste teadlikkus on suurenemas ning on hulganisti ettevõtteid, kes toetavad keskkonnasõbralikku mõtlemist ja ühtlasi ka festivale (muutes korraldusprotsessi lihtsamaks ja odavamaks). Praeguseks on turul ettevõtteid, kes pakuvad alternatiivseid tooteid ja teenuseid, näiteks VegWare (biolagunevad nõud), Topsiring (panditopsi teenus), Pillirookõrs (plastikust joogikõrte alternatiivtoode), Nutriloop (biolagunevate jäätmete kompostimisteenus), Pandipakend (taara ringlussüsteem), BioBag Baltic OÜ (biokotid) lisaks kohalikud jäätmejaamad.

Tihti peale on keskkondlik jätkusuutlikkus külastaja jaoks „nähtamatu“ või „teisejärguline“, sest inimesed külastavad festivale eelkõige meelelahutuslikul eesmärgil (olgu see muusika, toit, jook, kunst vms.). See eest ei tähenda see, et festivali keskkonnapoliitika on vähem tähtis. Suurbritannias läbi viidud uuringu kohaselt 36% küsitletud festivali külastajatest kaaluvad festivali keskkonnapoliitikat enne pileti ostmist (Laing & Frost, 2010, lk 262). Keskkondliku jätkusuutlikkuse tagamine üritustel nõuab ajaressurssi ning teadmisi ning nagu ka käesoleva uuringus osalenud korraldajate sõnul, on tähtis, et selle eest vastutaks keskkonna alal teadlik inimene – niiviisi sujub korraldamine eesmärgipäraselt ja murevabalt.

Lisaks meelelahutuslikule funktsioonile üritustel ka hariv funktsioon. Seega ühendades keskkonnavalaseid sõnumeid ja tavaid positiivsete kogemustega hästi korraldatud festivalide kaudu, saab mõjutada jätkusuutlikku käitumist individuaalselt (O'Rourke *et*

al., 2011, lk 344). Tähtis on kõneleda festivali väärtustest nii sotsiaalmeedias (tänapäeval kõige tõhusam) kui ka üritusel koha peal (läbi hariva programmi ja tegevuste) – külastajal tekib moraalse kohustuse tunne, mis mõjutab tema käitumist.

Ka Alonso-Vazquez ja tema kaasautorite (2019, lk 99) poolt läbiviidud uuringu tulemused näitasid, et osalejad käituvad tõenäoliselt vastutustundlikumalt, kui festival on väljendanud oma keskkonnaalaseid väärtusi. Festivali positsioneerimine keskkonnahoidlikuks mängib olulist rolli enese- ja sotsiaalse identiteedi toetamisel. Ka käesolevas uuringus osalenud korraldajad, kes turundasid festivalide keskkondlike väärtusi, märkasid, et suurem osa nende külastajatest on keskmisest teadlikum.

Varasemalt läbi viidud uuringud on näidanud, et keskkonnasõbralike tavade kasutuselevõtt ning pühendumine rohelisele disainile ja rohelisele juhtimisele mõjutavad festivali tajutavat väärtust potentsiaalsete osalejate seas ja seda, kui palju nad on nõus sellel osalemiseks kulutama (Kim & Kim, 2018, lk 2). Näiteks Inglismaal 48% uuringus osalenud inimestest väitis, et nad on nõus maksma „rohelistemate“ sündmuste eest rohkem (Laing & Frost, 2010, lk 262). See on veel üks põhjus, miks korraldada keskkonnasõbralik sündmus ning julgeda sellest kõneleda. Keskkondlik jätkusuutlikkus näitab tihtipeale festivali kvaliteeti. Kvaliteet mõjutab rahulolu ning rahulolev klient on nõus kulutama rohkem festivalil osalemise eest.

KOKKUVÕTE

Sündmused on üks peamisi meelelahutusvõimalusi, mis koondavad ühte sihtkohta kokku suure hulga inimesi elavdades seeläbi turismi ning panustades majandusarengusse. Iga aasta tekib festivale juurde suurendades seeläbi konkurentsi. Sündmusturu küllastumine on pannud festivali korraldajaid otsima viise, kuidas eristuda ja areneda, meelitada uusi ja hoida olemasolevaid külastajaid.

Tänapäeval on väärtussüsteem muutunud ning inimesed muutunud teadlikumaks ning sellest tulenevalt murelikuks nii oma isikliku kui ka maailma heaolu üle – nad püüavad leida tasakaalu nende kahe vahel. Seega on keskkondlik jätkusuutlikkus päevakajaline teema ning festivalide jaoks ühtlasi ka eristumise strateegia. Varasemad uuringud on näidanud, et tänapäeval mõjutab sündmuste keskkonnapoliitika tarbijaotsust. Inimesed tunnevad justkui keskkonnasõbralikkus näitab festivali kvaliteeti, kvaliteet mõjutab rahulolu ning rahulolev külastaja on lojaalne.

Kui üks külastaja on keskkonna alaselts teadlik ning juhindub sellest valikute tegemisel, siis teise puhul on festivalil võimalus teda harida. Sündmused tugevdavad ühtekuuluvustunnet – üritusele on koondunud ühiste arusaamadega ja väärtustega inimesed (või huvidega) – ning külastajal tekib emotsionaalne side. See tähendab, et (tihtipeale) positiivse kogemuse ja soovitava sõnumi ühendamisel on võimalik mõjutada üksikisiku käitumist.

Käesolev lõputöö keskendub keskkondliku jätkusuutlikkuse teemal sündmuste korraldamisel. Uuringu eesmärgiks oli uurida Eesti korraldajate kogemusi ja teadlikkust keskkondliku jätkusuutlikkuse teemal – kui oluliseks seda korraldajad peavad sündmuse korraldamisel ning milliseid tegevusi rakendavad. Intervjuu koosnes üheksast küsimusest ning uuringu raames intervjueriti 11 sündmuskorraldajat Eestis, mis andis võimaluse uurida kogemusi ning arvamust. Esimene intervjuu toimus 18. ning viimane 31. märts.

Uuringu tulemuste analüüsimisel kasutati kirjeldavat sisuanalüüsi. Uuringu tulemustest selgus, et keskkondlik jätkusuutlikkus on aktuaalne teema ning seda nii korraldajate igapäevaelus kui ka festivali kontekstis – küll aga selle tagamise tase oli festivalidel erinev. Läbivateks tegevusteks olid jäätmete sorteerimine, biolagunevate nõude kasutamine, taaskasutatud materjalide kasutamine disainis ja tegevustes, inimeste üleskutsumine, et nad kasutaksid keskkonnasäästvat liiklemisviisi (jalgsi, rattaga, ühistranspordiga või korraldatud eribussiga) ning panditopsisüsteemi rakendamine.

Sündmustel keskkondliku jätkusuutlikkuse tagamiseks on kõige lihtsam juhinduda kolmest „rohelist“ näitajast, mida kasutasid oma uuringus Wong ja tema kaasautorid (2015, lk 304): roheline toit festivalil, roheline disain ja jäätmekäitlus ning roheline keskkond ja tegevus. Parema tulemuse saavutamiseks võiksid lisanduda *METER* indeksi kolm kategooria: asukoht, energia- ja veevarude säästmine.

Kuna keskkondliku jätkusuutlikkuse tagamine üritustel nõuab ajalist ressursi ja selle alaseid teadmisi, siis mõnel üritusel kuulus korraldustiimi keskkonna alal teadlik inimene, kelle vastutusel oli vajalike tegevuste planeerimine – seda võtet soovitasid korraldajad ka teistele. Tähtis osa on ka koostöö arendamisel, mis on näiteks jäätmete kõrvaldamiseks kohalik jäätmejaam ning erinevate teenuste osutamiseks ja toodete pakkumiseks sama vaatega koostööpartnerid.

Niiviisi saab tagada keskkondlik jätkusuutlikus terve festivali ulatuses, pealegi muudab see nii korraldusprotsessi kui ka festivalil osalemise odavamaks. Kuna keskkonnasõbralikku käitumist ja tavade kasutuselevõttu toetab aina rohkem inimesi, siis on koostööpartnerite leidmine muutunud üsna lihtsaks. Ka festivali turundus võib olla üks koostöövorme, näiteks kaas-brändi loomine, strateegiline liit või ühine (ka üksteise) turundamine. Läbi selle antakse küllastajatele teatada oma keskkonnaalastest väärtustest, mis võib mõjutada nende käitumisviisi festivalil ning hiljem ka igapäevaelus.

Lõputöö eesmärgiks oli selgitada välja keskkonda säästvad tegevused sündmuskorralduses ning teha ettepanekud sündmuse keskkondliku jätkusuutlikkuse suurendamiseks sündmuste korraldajatele Eestis, mis sai täidetud. Kuna korraldajad rakendasid oma sündmustel erinevaid tegevusi, siis ettepanekute koostamisel ühendas

autor kõik uuringu käigus selgunud tegevused, mida saaks rakendada sündmuste korraldamisel Eestis. Antud lõputöös on välja toodud vaid põhilised tegevused, et tagada üritustel keskkondlik jätkusuutlikkus, kuid väiksemaid tuleb pidevalt juurde – inspiratsiooni võib leida nii Eestis teiste ürituste vaatlemisel või välismaal toimuvate festivalide näitel.

Kuna Euroopa Parlamendi otsuse järgi keelustatakse 2021. aastaks ühekordseks kasutuseks mõeldud plasttoodete kasutamist üritustel ning näiteks Tallinnas alates 2019. aasta oktoobrist, siis siinkohal tundsid Tallinnas korraldatavate ürituste korraldajad mõnevõrra muret. Probleem seisneb selles, et praegusel hetkel pole turul piisavalt keskkonnasõbralike toodete ja teenuste pakkujaid ning jäätmekäitlejaid, kes tegeleksid näiteks bioplasti töötlemisega. Seega võiks edasi uurida keskkondlikult jätkusuutlikke teenuste ja toodete pakkujate turgu ning muid võimalusi, mis aitaksid muuta see üleminek sujuvamaks. Lõpetuseks soovib autor tänada intervjuus osalenud korraldajaid ning juhendajat.

VIIDATUD ALLIKAD

- Akhoondnejad, A. (2016). Tourist loyalty to a local cultural event: The case of Turkmen handicrafts festival. *Tourism Management*, 52, 468–477.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.027>
- Alonso-Vazquez, M., Packer, J., Fairley, S., & Hughes, K. (2019). The role of place attachment and festival attachment in influencing attendees' environmentally responsible behaviours at music festivals. *Tourism Recreation Research*, 44(1), 91–102. <https://doi.org/10.1080/02508281.2018.1545393>
- Asmelasha, A. G., & Kumar, S. (2019). Assessing progress of tourism sustainability: Developing and validating sustainability indicators. *Tourism Management*, 71, 67–83. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.020>
- Boggia, A., Massei, G., Paolotti, L., Rocchi, L., & Schiavi, F. (2018). A model for measuring the environmental sustainability of events. *Journal of environmental management*, 206, 836–845. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2017.11.057>
- Break Free From Plastic. (n.d.). *Better Alternatives Now. B.A.N. LIST 2.0*. Retrieved from https://www.breakfreefromplastic.org/wp-content/uploads/2018/05/5Gyres_BANlist2.pdf
- Burton, I. (1987). Report on reports: Our common future: The world commission on environment and development. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 29(5), 25–29. <https://doi.org/10.1080/00139157.1987.9928891>
- Castillo-Montoya, M. (2016). Preparing for interview research: The interview protocol refinement framework. *The Qualitative Report*, 21(5), 811–831. Retrieved from <https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol21/iss5/2>
- Choo, H., & Park, D. B. (2018). Potential for collaboration among agricultural food festivals in Korea for cross-retention of visitors. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(9), 1499–1515. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1478418>

- Davis, A. (2017). It wasn't me, it was my festival me: The effect of event stimuli on attendee identity formation. *Tourism Management*, 61, 484–500.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.03.007>
- De Brito, M. P., & Terzieva, L. (2016). Key elements for designing a strategy to generate social and environmental value: A comparative study of festivals. *Research in Hospitality Management*, 6(1), 51–59.
<https://doi.org/10.2989/RHM.2016.6.1.7.1295>
- Dickson, C., & Arcodia, C. (2010, July). Environmentally sustainable events: a critical review of the literature. In *Global Events Congress IV: Festivals & Events Research: State of the Art, Leeds Metropolitan University* (Vol. 14, p. 16). Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Charles_Arcodia/publication/265824784_environmentally_sustainable_events_a_critical_review_of_the_literature/links/5b70c6b0cf2e68eb2800a66.pdf
- Eesti Päevaleht. (2014). *Intsikurmu meelitas pealinna hipsterid Põlvasse*. Loetud aadressil <http://epl.delfi.ee/news/kultuur/intsikurmu-meelitas-pealinna-hipsterid-polvasse?id=69475083>
- Ellen MacArthur Foundation. (2017). The new plastics economy: Rethinking the future of plastics & Catalysing action. Retrieved from <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>
- Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus. (2019). EAS toetab kaheksat rahvusvahelist kultuuri- ja spordisündmust. Loetud aadressil <https://www.eas.ee/eas-toetab-kaheksat-rahvusvahelist-kultuuri-ja-spordisundmust/>
- EUBP. (2018). Plastics Strategy – Contribution of bioplastics to a sustainable circular plastics economy. Retrieved from <https://www.europeanbioplastics.org/news/publications/>
- European Parliament votes for single-use plastics ban. (2019, January 18). Environment for Europeans. Retrieved from https://ec.europa.eu/environment/efe/content/european-parliament-votes-single-use-plastics-ban_en
- Getz, D & Andersson, T. (2016). Analyzing whole populations of festivals and events: an application of organizational ecology. *Journal of Policy Research in*

- Tourism, Leisure and Events*, 8(3), 249–273.
<https://doi.org/10.1080/19407963.2016.1158522>
- Getz, D., & Page, J. S. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593–631.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Hottle, T. A., Bilec, M. M., Brown, N. R., & Landis, A. E. (2015). Toward zero waste: composting and recycling for sustainable venue based events. *Waste Management*, 38, 86–94. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2015.01.019>
- International Organization for Standardization. (2012). Sustainable events with ISO 20121 [Brochure]. Retrieved from https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/sustainable_event_iso_2012.pdf
- Kallio, H., Pietilä, A. M., Johnson, M., & Kangasniemi, M. (2016). Systematic methodological review: developing a framework for a qualitative semi structured interview guide. *Journal of advanced nursing*, 72(12), 2954–2965.
<https://doi.org/10.1111/jan.13031>
- Kaspar Viilup ja Angelica Õunapuu. (2018, 23. juuli). Arvustus. I Land Sound murrab muusikafestivali piire. *Eesti Rahvusringhääling*. Loetud aadressil <https://kultuur.err.ee/847501/arvustus-i-land-sound-murrab-muusikafestivali-piire>
- Kaspar Viilup ja Siim Lõvi. (2018, 29. mai). Festivali Sweet Spot korraldaja: eesmärk on, et Tallinn oleks rahvusvahelise festivaliga kaardil. *Eesti Rahvusringhääling*. Loetud aadressil <https://menu.err.ee/835452/festivali-sweet-spot-korraldaja-eesmark-on-et-tallinn-oleks-rahvusvahelise-festivaliga-kaardil>
- Kerr, A., & May, D. (2011). An exploratory study looking at the relationship marketing techniques used in the music festival industry. *Journal of Retail & Leisure Property*, 9(5), 451–464. doi: 10.1057/rlp.2011.8
- Keskkonnaministeerium. (2005). Eesti säästva arengu riikliku strateegia „Säästev Eesti 21“. Loetud aadressil <https://www.envir.ee/et/eesmargid-tegevused/saastev-areng>

- Kim, W. H., & Kim, K. S. (2018). Pro-Environmental Intentions among Food Festival Attendees: An Application of the Value-Belief-Norm Model. *Sustainability*, 10(11), 3894. <https://doi.org/10.3390/su10113894>
- Kroonika. (2018). *Intsikurmu Festival 2019 alustas avalikku piletimüüki!*. Loetud aadressil <http://kroonika.delfi.ee/news/muusika/intsikurmu-festival-2019-alustas-avalikku-piletimuuki?id=84225547>
- Laing, J., & Frost, W. (2010). How green was my festival: Exploring challenges and opportunities associated with staging green events. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 261–267. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.10.009>
- Lee, H. M., Song, H. J., Lee, C. K., & Reisinger, Y. (2019a). Formation of festival visitors' environmentally friendly attitudes: cognitive, affective, and conative components. *Current Issues in Tourism*, 22(2), 142–146. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1381668>
- Lee, H., Hwang, H., & Shim, C. (2019b). Experiential festival attributes, perceived value, satisfaction, and behavioral intention for Korean festivalgoers. *Tourism and Hospitality Research*, 19(2), 199–212. <https://doi.org/10.1177/1467358417738308>
- Leibowitz, A. (2018). Producing Less Waste Is Quickly Becoming a Priority for Events Worldwide. Retrieved from <https://skift.com/2018/10/03/producing-less-waste-is-quickly-becoming-a-priority-for-events-worldwide/>
- Li, X., & Petrick, J. F. (2005). A review of festival and event motivation studies. *Event Management*, 9(4), 239–245. doi: 10.3727/152599506776771526
- Liu, J., Mooney, H., Hull, V., Davis, S. J., Gaskell, J., Hertel, T., ... & Li, S. (2015). Systems integration for global sustainability. *Science*, 347(6225), 1258832. DOI: 10.1126/science.1258832
- Lopez, C., & Leenders, M. A. (2018). Building a local identity through sellout crowds: the impact of brand popularity, brand similarity, and brand diversity of music festivals. *Journal of Strategic Marketing*, 1–16. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2018.1430055>

- Maasø, A. (2018). Music streaming, festivals, and the eventization of music. *Popular Music and Society*, 41(2), 154–175. <https://doi.org/10.1080/03007766.2016.1231001>
- Mair, J., & Laing, J. (2012). The greening of music festivals: Motivations, barriers and outcomes. Applying the Mair and Jago model. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(5), 683–700. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.636819>
- Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium. (2013). *Eesti riiklik turismiaengukava 2014–2020*. Loetud aadressil <https://www.riigiteataja.ee/aktiisa/3191/1201/3015/lisa.pdf>
- Martinho, G., Gomes, A., Ramos, M., Santos, P., Gonçalves, G., Fonseca, M., & Pires, A. (2018). Solid waste prevention and management at green festivals: A case study of the Andancas Festival, Portugal. *Waste management*, 71, 10–18. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2017.10.020>
- McIntosh, M. J., & Morse, J. M. (2015). Situating and constructing diversity in semi structured interviews. *Global qualitative nursing research*, 2, 1–12. <https://doi.org/10.1177/2333393615597674>
- Mihalic, T. (2016). Sustainable-responsible tourism discourse—Towards ‘responsustable’ tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111, 461–470. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.062>
- Panfiluk, E. (2015). Impact of a Tourist Event of a Regional Range on the Development of Tourism. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 1020–1027. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.11.520
- Pavluković, V., Armenski, T., & Alcántara-Pilar, J. M. (2017). Social impacts of music festivals: Does culture impact locals' attitude toward events in Serbia and Hungary?. *Tourism Management*, 63, 42–53. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.006>
- Quinn, B. (2006). Problematising ‘festival tourism’: Arts festivals and sustainable development in Ireland. *Journal of sustainable tourism*, 14(3), 288–306. <https://doi.org/10.1080/09669580608669060>
- Rankin, J. (2019, March 27). European parliament votes to ban single-use plastics. *The Guardian*. Retrieved from

- <https://www.theguardian.com/environment/2019/mar/27/the-last-straw-european-parliament-votes-to-ban-single-use-plastics>
- Riigikantselei. (2016). Ülevaade ÜRO tegevuskava 2030 elluviimisest Eestis. Loetud aadressil https://www.riigikantselei.ee/sites/default/files/contenteditors/Failid/SA_eesti/2016_06_29_ulevaade_tegevuskava2030_elluviimisest_eestis_loplik_30.06.2016_kodulehele.pdf
- Rosenthal, M. (2016). Qualitative research methods: Why, when, and how to conduct interviews and focus groups in pharmacy research. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 8(4), 509–516. <https://doi.org/10.1016/j.cptl.2016.03.021>
- Shaw, L., Ellis, J. E., & Rocks, D. (2017, February 20). Music Festivals Have A Volume Problem. *Bloomberg Businessweek*. pp.21–23. Retrieved from bloomberg.com
- Sheivachman, A. (2015). The Travel Industry Would Rather Not Talk About Sustainability. Retrieved from <https://skift.com/2015/12/21/the-travel-industry-would-rather-not-talk-about-sustainability/>
- Smith-Christensen, C. (2009). Sustainability as a Concept within Events. Raj, R. & Musgrave, J. (Eds), *Event Management and Sustainability* (pp. 22–31). Oxfordshire and Cambridge: CABI.
- Stankova, M., & Vassenska, I. (2015). Raising cultural awareness of local traditions through festival tourism. *Tourism & Management Studies*, 11(1), 120–127. <http://tmstudies.net/index.php/ectms/article/view/766>
- O'Rourke, S., Irwin, D., & Straker, J. (2011). Dancing to sustainable tunes: an exploration of music festivals and sustainable practices in Aotearoa. *Annals of Leisure Research*, 14(4), 341–354. <https://doi.org/10.1080/11745398.2011.639383>
- Zifkos, G. (2015). Sustainability Everywhere: Problematising the “Sustainable Festival” Phenomenon. *Tourism Planning & Development*, 12(1), 6–19. <https://doi.org/10.1080/21568316.2014.960600>
- Toscani, G., & Prendergast, G. (2018). Sponsees: the silent side of sponsorship research. *Marketing Intelligence & Planning*, 36(3), 396–408. <https://doi.org/10.1108/MIP-10-2017-0228>

- Ui, S., Day, J., & Cai, L. (2016). The Influence of Festivals and Local Events on Community Quality of Life. Retrieved: *Travel and Tourism Research Association. Tourism Travel and Research Association: Advancing Tourism Research Globally*, 9. Retrieved from <https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1940&context=ttra>
- UNEP. (2018). *SINGLE-USE PLASTICS: A Roadmap for Sustainability*. Retrieved from <https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/25496/singleUsePlasticSustainability.pdf?isAllowed=y&sequence=1>
- Weller, S. C., Vickers, B., Bernard, H. R., Blackburn, A. M., Borgatti, S., Gravlee, C. C., & Johnson, J. C. (2018). Open-ended interview questions and saturation. *PloS one*, 13(6), e0198606. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0198606>
- Wilson, J., Arshed, N., Shaw, E., & Pret, T. (2017). Expanding the domain of festival research: A review and research agenda. *International journal of management reviews*, 19(2), 195–213. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12093>
- Wong, I. A., Wan, Y. K. P., & Qi, S. (2015). Green events, value perceptions, and the role of consumer involvement in festival design and performance. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(2), 294–315. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.953542>
- World Economic Forum, Ellen MacArthur Foundation & McKinsey & Company. (2016). *The New Plastics Economy – Rethinking the future of plastics*. Retrieved from <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>
- WTTC. (2019). The World Travel and Tourism Council announces 2019 Tourism for Tomorrow Awards finalists. Retrieved from <https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2019/the-world-travel-and-tourism-council-announces-2019-tourism-for-tomorrow-awards-finalists/>
- Yolal, M., Gursoy, D., Uysal, M., Kim, H. L., & Karacaoğlu, S. (2016). Impacts of festivals and events on residents' well-being. *Annals of Tourism Research*, 61, 1–18. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.07.008>

Lisa 1. Intervjuu küsimused

1. Mida tähendab teie jaoks keskkondlik jätkusuutlikkus?
2. Kas peate keskkondlikku jätkusuutlikust sündmuste korraldamisel oluliseks aspektiks? Miks?
3. Milliseid võtteid/tegevusi te sündmuste korraldamisel rakendate, et tagada keskkondlik jätkusuutlikkus?
4. Milline jätkusuutlikkuse tagamise aspekt sündmusel on teie jaoks kõige suuremaks murekohaks?
5. Mida te selle probleemi lahendamiseks teete? (partnerlus mõne selle ala spetsialistiga või ettevõttega, kes aitab lahendada olemasolevat probleemi?)
6. Kuidas te selle ideeni/lahenduseni jõudsite?
7. Kui kulukaks see osutub ning kas see tasub ära või on pelgalt kohustus?
8. Kas te turundate oma keskkondlikke vaateid? Milliseid hüvesid see teie üritusele toob (lisaks keskkondlikele)?
9. Euroopa Parlamendi otsuse järgi keelustatakse 2021. aastaks ühekordseks kasutuseks mõeldud plasttoodete kasutamist üritustel (kõrred, topsid, söögiriistad, õhupallivarred)? Kas arvate, et korraldajad ja Eesti turg on valmis selliseks muudatuseks? (piisavalt tarnijaid, kes pakuvad alternatiivtooteid ja -teenuseid?) Tallinnas keeld alates alates 2019. oktoobrist.

SUMMARY

IMPLEMENTING ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY IN ORGANIZING EVENTS IN ESTONIA

Anastasia Kaivel

Public events have existed for a long time – they are the main reason for people to come together and celebrate something as a community and can help foster a sense of community pride. Number of events is increasing and every year festivals are becoming more and more popular. As the events industry competitiveness is increasing it is important to find strategy to stand out.

Festivals have significant impact to the host destination – both positive and negative – usually most known is environmental impact. Consumers are becoming more aware of sustainability problems and demanding for pro-environmental approach at events. Previous researches have shown that event-goers are willing to pay more to attend greener events because they recognize the benefits of adopting green practices. So being “green” can improve the competitive advantage. Annely Vürmer, acting director of the Enterprise Development Foundation (EAS), says that clean nature and environmentally friendly management are one of the main arguments in Estonian tourism marketing

This gave rise to the following question: what are the options for environmental sustainability in the organization of the event. Green culture is taking hold and festivals are adopting for example the concept of a triple bottom line which takes into account environment and social performance in addition to profit-based financial reporting. The aim of the thesis was to investigate Estonian festival organisers awareness of environmental sustainability and how they apply it at their events, also to make further suggestions for developing environmentally sustainable festivals. The research question

was: which methods and opportunities do Estonian event organisers implement for environmental sustainability?

Events are one of the travel attractions that can shape the image of the destination. The critical analysis of literature revealed that the awareness and the importance of sustainability in events has grown among clients, organisers and the stakeholders. So adopting green initiatives and measuring environmental sustainability of events has become an increasing interest of organisers. Even though there are some manuals, that can help organisers, for example ISO 20121 (*International Organization for Standardization*) or the Triple Bottom Line approach (TBL), there is currently no standard protocol or method to assess the environmental sustainability of events.

The purpose of the study was to find out the main green attributes Estonian events organisers apply. The data were collected by using interview method, that was carried out from the 18th to the 31th of March 2019 and eleven organisers participated. Data was analyzed with qualitative content analysis. The analysis revealed that all organisers are concerned about environmental problems and consider pro-environmental approach important attribute at the events.

Organisers were applying similar sustainable practices into its management and operations. Main green initiatives were: use of green-related themes, recycled decoration materials, providing recycling bins, reducing the use of plastic and instead use biodegradable or reusable dishes, offering locally produced foods, also encouraging attendees to ride bicycles and utilize public transportation etc.

Based on the results of the research, the author formulated holistic approach that covers all previously listed key practices and made suggestion to use the help of environmental sustainability representative (green project manager), who will embrace green initiatives and manage green strategy. For example look for collaborations, because any forms of inter-organizational programs, such as co-branding, strategic alliance, joint product production and co-marketing, are offering mutually attractive benefits for partner corporations, brands and entities. Also promote green practices at the events, because

festivals have opportunity to convince consumers about the influence of their consumption on the environment that will led to changes in customer buying behaviors.

The purpose of the thesis to make suggestions to Estonian festival organisers has been completed. Study showed an issue, that in Estonia is not enough partners who can provide sustainable alternatives to single-use plastic products. Taking into account the European Union anti-plastic pollution movement and the fact that EU lawmakers voted to completely ban 10 single-use plastic products by the year 2021, the next research should examine alternative products market to make this transition smoother.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Anastasia Kaivel,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose “Keskkondliku jätkusuutlikkuse rakendamine sündmuste korraldamisel Eestis”, mille juhendaja on Tatjana Koor,

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

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

Anastasia Kaivel
21.05.2019