

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA

Kultuurhariduse osakond

Kultuurikorralduse õppekava

Mari Kareda

VILJANDI KITARRIFESTIVAL 2013

Lõputöö

Juhendaja: Jana Karilaid, kultuurikorralduse MA

Kaitsmisele lubatud

Viljandi 2014

SISUKORD

SISSEJUHATUS	3
1. FESTIVALI TUTVUSTUS	4
1.1. Viljandi Kitarrifestival.....	4
1.2. Organisatsiooni tutvustus.....	5
1.3. Sündmuse otsesed ja kaudsed mõjud.....	6
1.4. Koostöö ja konkurents	7
2. FESTIVALI PLANEERIMINE JA MEESKOND	9
2.1. Tegevuskava	9
2.2. Festivali eelarve	10
2.3. Turundus	13
2.4. Meeskond.....	15
3. FESTIVALI HINDAMINE JA ANALÜÜS	17
3.1. Meeskonnaliikmete rahulolu.....	17
3.2. Küllastajate rahulolu	19
3.3. Eneserefleksioon.....	20
KOKKUVÕTE	23
KASUTATUD KIRJANDUS	24
LISAD	25
Lisa 1 Viljandi Kitarrifestival 2013 ajakava.....	25
Lisa 2 Viljandi Kitarrifestival 2013 turundusplaan	27
Lisa 3 Viljandi Kitarrifestival 2013 eelarve ja eelarve täitmine	28
Lisa 4 Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks.....	30
SUMMARY	31

SISSEJUHATUS

Eestis toimub igal aastal mitukümmend muusikafestivali. Need festivalid on kõik olulisel kohal kohaliku kultuurielu elavdamisel ja rahvusvaheliste kultuurisidemete loomisel. Kliimast tulenevalt on festivalide kõrgperioodiks suvi kuna siis on inimesed kõige liikuvamad ja mis võiks olla veel parem kui meeldiva muusika nautimine soojal suveõhtul. Siiski toimub ka väljaspool suve mitmeid festivale erinevates Eesti paikades. Üheks selliseks on Viljandi Kitarrifestival.

Viljandi Kitarrifestival toimus 2013. aastal kuuendat korda, 17.-22. septembrini. Tegemist on improvisatsioonilise kitarrimuusika festivaliga, mille põhiasukohaks on Viljandi, kuid erinevatel aastatel on kontserdid toimunud ka teistes Eesti paikades. Festivali korraldab MTÜ Viljandi Kitarrifestival. Käesoleva töö autor oli sündmuse projektijuhiks 2012-2013. aastal.

Käesolev töö annab ülevaate 2013. aasta Viljandi Kitarrifestivali korraldusest. Töö esimeses peatükis kirjeldatakse projekti kui tervikut, selle ülesehitust ja eesmärke. Samuti on välja toodud sündmuse kaudsed ja otsesed mõjud regioonile ning koostööpartneid ja konkurendid. Teises peatükis kirjeldatakse festivali korraldusprotsessi, eelarvet ja selle koostamist, turundustegevust ja meeskonda. Kolmas peatükk on pühendatud autori eneserefleksioonile ning meeskonna ja autori tuttavatelt ja sõpradelt saadud tagasisidele. Eneserefleksioonis kirjeldab autor saadud kogemusi ja omandatud teadmisi ning toob välja omapoolsed ettepanekud projekti edasiseks arenguks. Lisana on välja toodud projekti ajakava, turundusplaanja eelarve.

1. FESTIVALI TUTVUSTUS

1.1. Viljandi Kitarrifestival

Viljandi Kitarrifestivali eesmärgiks on edendada improvisatsioonilist ja stiiliülest kitarrimängu. Festivalil on võimalik kuulda eri muusikastiile esindavaid improviseerivaid kitarriste ning tutvuda erinevate improviseerimisvõtete, mängutehnikate ja kitarritüüpidega. Sündmus koondab kitarrimängijad Eestist ja välismaalt, arendades seejuures rahvusvahelist ning kitarrirõppealast koostööd, mis on väga oluliseks eesmärgiks. Samuti moodustavad Viljandi Kitarrifestivali olulise osa artistide poolt läbiviidavad tudengitele mõeldud töötoad. Aastate jooksul on välja kujunenud tava, et festivalinädala esimene pool on pühendatud Eesti ja erinevatest Euroopa kõrgkoolidest kutsutud tudengitele, teine pool aga Eesti ning välismaa muusikutele. Festival annab igal aastal välja Tiit Pauluse nimelist Noore Kitarrimängija Preemiat, mis aitab ühel eelneva aasta jooksul silmapaistnud kitarrimängijal end erialaselt täiendada. Ühtlasi pakub festival võimalust preemia saajal järgmise aasta festivalil üles astuda. Festivali raames toimub ka Kitarrimeistrite päev, kus kõik huvilised saavad tulla Pärimusmuusika Aita tutvuma Eesti kitarrimeistrite töödega ning neid ka omal käel proovida. (Viljandi Kitarrifestivali kodulehekülg)

Festivali korraldati esimest korda 2008. aastal eesmärgiga elavdada kohalikku kultuurielu ja suurendada inimeste huvi improvisatsioonilise kitarrimängu vastu. Samuti tundus festivali asutajatele, et Viljandi linnas on sügisel puudus ühest heast festivalist ning selle tulemusena otsustati festivali aeg paigutada sügisesse. Festivali kunstiline juht on kirklik improvisatsioonilise kitarrimängu armastaja ja viljeleja ning seetõttu võib öelda, et festivali hakati korraldama põhiliselt isiklikust vajadusest ja soovist laiendada sellise muusika kuulajaskonda.

2013. aasta seisuga kuulusid festivali meeskonda kunstiline juht Ain Agan, projektijuht Mari Kareda, turundusjuht Marili Jõgi, piletimüügi koordinaator Annegret Leiten ja töötubade koordinaator Jaan Jaago. Võrreldes algusaastatega on kunstilise juhi jaoks palju muutunud ja

toimunud on mitmeid arenguid. Näiteks toimuvad kontserdid väga erinevates Viljandi saalides ning festival on muutunud žanriliselt ka mitmekesisemaks. Kaasatud on palju mitmekülgeid ja hakkajaid inimesi ning korraldusliku poole pealt astutakse igal aastal sammuke edasi. (Viljandi Kitarrifestivali kunstiline juht Ain Agan)

1.2. Organisatsiooni tutvustus

Viljandi Kitarrifestivali korraldab MTÜ Viljandi Kitarrifestival. Organisatsioon loodi eesmärgiga korraldada improvisatsioonilise kitarrimuusika festivali Viljandi Kitarrifestival. Põhikirja kohaselt on mittetulundusühingu asutajaliikmeteks Ain Agan, Robert Jürjendal, Priit Noorhane ja Aleksei Saks, kellest aktiivselt on organisatsiooniga seotud vaid esimene. Organisatsioon loodi 2008. aastal ning lähtub oma tegevuses organisatsiooni põhikirjast. MTÜ Viljandi Kitarrifestival ei korralda hetkel mitte ühtegi teist kultuurisündmust peale Viljandi Kitarrifestivali. (Festivali kunstiline juht Ain Agan)

Teose „Organisational Behaviour and Change Management“ järgi on MTÜ Viljandi Kitarrifestival ettevõtliku struktuuriga ehk ettevõtte juht, antud organisatsiooni puhul Ain Agan, peab võtma vastutuse kõikide võtmeolulisusega otsuste eest. Selline organisatsioonitüüp on antud tegevusala juures kõige parem kuna otsused tehakse kiiresti ning kommunikatsiooniliinid on lühikesed ehk kõik organisatsiooni liikmed saavad otsest infot juhilt. Sellise organisatsioonivormi efektiivsusoleneb suuresti selle juhilt ja tema võimetest (Simms, Sinclair-Hunt, 2005). Antud organisatsiooni vorm ei ole autori arvates MTÜ Viljandi Kitarrifestivali puhul kõige otstarbekam kuna kunstiline juht ei võta vastutust kõikide olulisemate protsesside eest. Ta on vastutuse edasi andnud projektijuhile, kellel puuduvad aga tegelikult õigused ja pädevus otsuste tegemiseks. Lisaks ei kuulu projektijuht põhikirja kohaselt antud organisatsiooni. Kunstiline juht soovib võtta vastutust vaid programmi eest, kuid tegelikult on tema vastutusala palju laiem ja eduka festivali korralduse juures peaks otsuste tegemine ja vastutusvaldkond olema palju selgemini määratletud.

1.3. Sündmuse otsesed ja kaudsed mõjud

Viljandi Kitarrifestivali võib pidada Viljandi linna ja elanike jaoks oluliseks sündmuseks. 2010. aasta Eesti Konjunktuuriinstituudi poolt läbi viidud uuringust „Kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ja analüüs – Viljandi Kitarrifestival“ selgus, et festival omab regioonile palju suuremat mõju kui esmapilgul võiks arvata. Käesolevas peatükis selgitab autor festivali otsest ja kaudset mõju regioonile, tuginedes Eesti Konjunktuuriinstituudi uuringule.

Uuringu eesmärgiks oli analüüsida rohkem kui päev kestva kultuurisündmuse mõju regiooni majandusele. Töö kirjeldas laiemalt mõju piirkonnale läbi eksperthinnangute. Sündmusest ei saa kasu mitte ainult korraldajad vaid ka linna elanikud. Otseste mõjudena on Eesti Konjunktuuriinstituudi uuringus defineeritud korraldajate investeeringud ja hangitud toetused, külastajate kulutused ja avaliku sektori toetusmehhanismid. Kaudsete mõjudena on välja toodud ürituse tulemusena toimuvad täiendavad investeeringud, ürituse toimimiseks rajatav infrastruktuur, kohalike inimeste ettevõtlikkuse tõus, külastajate lisandunud viibimine piirkonnas, kohalike elanike püsimine regioonis ja kohalike elanike elukvaliteedi tõus. Uuringu raames kohtuti korraldajatega, analüüsiti eelnevate aastate tulemusi ning hangiti täiendavat informatsiooni paikkonna ettevõtelt. (Eesti Konjunktuuriinstituut, 2010)

Uuringust selgus, et positiivseid mõjusid on rohkem kui negatiivseid. Positiivsed mõjud olid suurenenud tulu ja kasu, lisatööjõu kaasamine, püsiv kohaliku elanikkonna huvi üritusega seotud tegevustes osalemise vastu, osalenud õppurite haridustaseme tõus. Lisaks suurenes kohaliku rahva uhkus ja kogukonna vaim ning elanike emotsionaalne rahulolu. Festivali seisukohalt võib pidada oluliseks ka korraldajate oskuste täiustumist. Negatiivsete mõjude all on välja toodud turistide ligimeelitamise ebaõnnestumine ja investeeringute ebaefektiivsus. Olulisi keskkonnamuutusi sündmus endaga kaasa ei toonud. Tuleb märkida, et Viljandi Kitarrifestivali mõju on siiski pigem kohalik ja piirkondlik kui riiklik ja rahvusvaheline. Seda lähtuvalt sündmuse suuruselt. Nagu mainitud, küsitleti uuringu raames ka kohalikke ettevõtteid, nii neid kes olid otseselt festivali koostööpartnerid kui neid, kes olid seotud festivali klientide teenindamisega. Viimased olid peamiselt toitlustus- ja majutusettevõtted. Lisaks küsitleti ettevõtteid, kes polnud festivaliga seotud, kuid kes ei välistanud festivali külastajate teenindamist. Uuringus selgus, et festival avaldas soodsat majanduslikku mõju eelkõige esinemiskohtadele, esinejaid majutanud asutustele ja valitud toitlustuskohtadele. Selgus ka, et

72% uuringus osalenud ettevõtetest peavad festivali oluliseks majanduslikust aspektist. Kindlasti ei saa märkimata jätta ka festivali olulisust kultuurilisest vaatenurgast kuna tervelt 64% küsitletuist arvab, et festivalil on just oluline koht muusikalise hariduse edendamisel. (Eesti Konjunktuuriinstituut, 2010)

Vaatamata sellele, et uuring viidi läbi juba mitu aastat tagasi, on saadud tulemused siiski pädevad ka praegusel hetkel. Kuna 2013. oli festivali jaoks kuues tegevusaasta, on selle aja jooksul toimunud palju arenguid. Näiteks muutub programm iga aastaga rahvusvahelisemaks, kaastakse rohkem koostööpartnereid ja tehakse koostööd erinevate inimestega, kes soovivad panustada festivali arengusse. Festivali kunstilise juhi sõnul on märgata festivali iga-aastast arengut, kuid kindlasti on veel palju tähelepanu ja edasiarendamist vajavat. Üheks selliseks ongi küsimus, kuidas meelitada festivalile rohkem inimesi teistest linnadest ja välismaalt.

1.4. Koostöö ja konkurents

Festivali jaoks on oluline hoida oma koostööpartnereid ja luua uutega häid suhteid. Peamisteks koostööpartneriteks on Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia ja Viljandi linn. Lisaks koostööpartneritele toetavad festivali tegevust rahaliselt Kultuuriministeerium, Eesti Kultuurkapital ja Eesti Jazzliit. Projekti elluviimisele on aastate jooksul aidanud kaasa ka sponsorid KMG Ehitus, Bestra Engineering, Nordea, Vivarec, Männiku Metsatalu ja Viljandi Aken ja Uks. Saatkondadest on festivali igal aastal toetanud Soome, Rootsi, Norra ja Ameerika Ühendriikide saatkonnad. Lisaks on olulisteks koostööpartneriteks kontserdipaigad. On kujunenud traditsiooniks, et kontserdid toimuvad Viljandi Pärimusmuusika Aidas, Nukuteatris ja Jaani kirikus. Samas on eesmärgiks kaasata igal aastal uusi kontsertpaiku. Nii on kontserdid toimunud lisaks traditsioonilistele saalidele Tallinnas Vene Kultuurikeskuses, Rahvuskooper Estonia kammersaalis, Kuressaare Jazzklubis Jazz del Mar ja Narva Jazzklubis ning Viljandi vanas veetornis.

Peamisteks põhjusteks, miks festival on kaasanud just neid koostööpartnereid, on koostöö stabiilsus ja pikaajalisus. Mainitud riiklikud fondid toetavad igal aastal hea meelega Viljandi Kitarrifestivali ning aitavad kaasa selle arengule. Uute koostööpartneritega nagu 2013. aastal Eesti Filharmoonia kammerkoor, on alati väga põnev koostööd teha. Kaasamise põhjuseks oli just nendepoolne huvi ning Viljandi Kitarrifestival soovis omaltpoolt tuua programmi uut

värskust. Uusi sponsoreid soovitakse kaasata igal aastal, et saada rahalist toetust kulude katteks ja pakkuda neile festivali näol võimalust anda panus Eesti kultuuri arengusse.

Viljandi Kitarrifestivali konkurentideks on kõik samaaegselt toimuvad sündmused Viljandis ja ka teistes Eesti linnades. Konkurentideks on kindlasti ka sama žanri sündmused ehk näiteks Tallinnas toimuv Tallinna Kitarrifestival ja jazz-muusika festivalid nagu Jazzkaar, Sõru Jazz ja Juu Jääb. Vaatamata sellele, et teisi jazz- ja kitarrimuusika festivale võib pidada Viljandi Kitarrifestivali konkurentideks, on nad kindlasti ka koostööpartnerid, kellega tulevatel aastatel korraldada ühiseid kontserte ja vahetadakontakte. Käesoleva töö autor peab sellist koostööd eriti oluliseks kuna Eesti on väike riik ja häid tegijaid on vähe. Seega on lihtsam teha koostööd kui konkureerida. Samaaegselt toimuvad sündmused on siiski vaid konkurendid kuna inimesed teistest linnadest, kes oleksid huvitatud tulemast Viljandi Kitarrifestivalile võivad valida alternatiivse kultuurisündmuse oma kodukohas.

2. FESTIVALI PLANEERIMINE JA MEESKOND

2.1. Tegevuskava

Käesolevas peatükis tutvustatakse festivali tegevuskava ja selle planeerimisprotsessi. Esimeseks tegevuseks oli programmi koostamine ja paralleelselt eelarve paikapanemine. Järgmiseks sammuks oli koostööpartnerite otsimine ja lepingute sõlmimine. Samasse ajavahemikku jäi ka fondidesse taotluste esitamine ja kontsertpaikade broneerimine. Kogu planeerimisprotsessiga paralleelseks tegevuseks oli turundusplaani koostamine. Viimasegaseonduvate tegevuste hulka kuulusid artistide graafikute, logistika ja töötubade ning piletimüügi korraldus. Festivalijärgseks tegevuseks oli aruandlus.

Viljandi Kitarrifestival toimub traditsiooniliselt septembris. Järgmise aasta festivali korraldust alustatakse aga juba vähemalt aasta varem. Selline ajaline varu on vajalik eelkõige järgmise aasta programmi koostamiseks ja koostöölepete sõlmimiseks. Kõige esimesena alustati programmi kokkupanekuga. Samaaegselt toimus ka eelarve koostamine, millest kogu meeskond oma tegevuses lähtus. Samal ajal kirjutasprojektijuht rahastustaotlusi saatkondadele, riiklikele fondidele ja potentsiaalsetele sponsoritelening esitas aasta alguses meeskonnale esimese eelarve. Sellele tegevusele järgnes kontsertpaikade valimine ja broneerimine. Eelarve oli pidevas muutuses vastavalt toetajate vastustele ning sellest tulenevalt toimus eelarve lõplik kinnitamine alles kevade lõpus. Aasta alguses alustas turundusjuht turundusplaani koostamist ning esitas valmisversiooni kinnitamiseks projektijuhile ja kunstilisele juhile. Vastavalt sellele hakkas koostöölepingute sõlmimine reklaami- ja meediapartneritega ning festivali meediakajastus. Aktiivne turundustegevus toimus festivali lõpuni ning sellele järgnes kokkuvõtete tegemine. Töötubade graafiku koostamine, osalejatega läbirääkimiste pidamine ja kontserdipaikade broneerimine toimus suve keskepaigast festivalikuu alguseni. Artistidega lepingute sõlmimise järgselt broneeriti lennupiletid ja hotellid. Viimaste tegevuste hulka kuulusid Eestisese transpordigraafiku koostamine, proovide ajakava koostamine ja artistidega detailide

kokkuleppimine. Piletimüügi korraldamisega alustati peale programmi kinnitamist, et käivitada piletite müüki võimalikult vara. Festivali ajal alustas projektijuht ka aruandlusega, et esitada kõik aruanded enne aasta lõppu.

Tabel 1 Festivali tegevuskava

Tegevused	Kavandatud aeg	Vastutaja
Programmi koostamine	september 2012 -mai 2013	Kunstiline juht
Eelarve koostamine	september -mai 2013	Projektijuht / kunstiline juht
Koostööpartnerite otsimine ja lepingute sõlmimine	november-mai 2013	Projektijuht / kunstiline juht
Rahaliste taotluste koostamine	september 2012-aprill 2013	Projektijuht
Kontsertpaikade broneerimine	märts 2013	Projektijuht / kunstiline juht
Turundusplaani koostamine	jaanuar-aprill 2013	Turundusjuht
Artistide lennuplaanide koostamine	juuni-august 2013	Projektijuht
Töötubade graafiku koostamine	juuni- september 2013	Töötubade koordinaator
Eestisisese logistikaplaani koostamine	august 2013	Projektijuht
Piletimüügi korraldamine	mai -september 2013	Piletimüügijuht
Aruannete koostamine	september-november 2013	Projektijuht

2.2. Festivali eelarve

„The Project Management Tool Kit: 100 Tips and Techniques for Getting the Job Done Right,„järgi on eelarve projekti tegevusteks kuluvate ressursside ja nende maksumuse hindamine. Eelarve planeerimine on eduka projekti elluviimiselesmatähtis. Esmalt peab määratlema kõik

projektiga seonduvad kulud nagu näiteks tööjõud, reisimine, transport, vara soetus, rent ja sisse ostetavad teenused. Alles seejärel saab hakata tegelema kuludele katete otsimisega. Kindlasti ei tohi ära unustada ka ootamatuid kulusid ja kõige parem oleks planeerida kõik kulud väikese varuga. (Kendrick, 2010)

2013. aasta Viljandi Kitarrifestivali eelarve esialgne planeerimine algaskohe peale eelmise aasta festivali lõppu. Kõigepealt esitas kunstiline juhtprojektijuhile kõik orienteeruvad artistidega seonduvad kulud, sealhulgas honorarid, tarnspordi- ja majutuskulud. Välisartistidega seonduvad kulud olenesid suuresti sellest, kas parajasti oli artistil lähiriikides plaanis kontserte anda ja kas artist olid nõus mõne oma kuludest ise kinni maksma või tegema koostööd kohapealsete asutustega. Välisartistidega seonduvaid kulusid aitas kokku hoida ka lennupiletite varajane broneerimine. Lisaks välisartistide kuludeleplaneeriti ka kodumaiste artistide kulud nagu honorar ja transport. Seejärel hakkas projektijuht tegelema koostööpartnerite otsimisega ja fondidesse taotluste esitamisega. Kontserdipaikadega seonduvad kulud on aastate jooksul jäänud suhteliselt samale tasemele. Seega selle kulugrupi määratlemisel sai tugineda eelmise aasta eelarvele. Meeskonnatasud olenesid eelnevatest kokkulepetest ja sellest kui suur oli vajadus kaasata festivali ajal lisatööjõudu. Eelarve koostamise juures oli kõige keerulisem, et koostööpartnerid andsidoma lõpliku vastuse sageli alles suve alguses, seega eelarve lõplik kinnitamine toimus suve keskpaigas. Sponsorite otsimisega hakati tegelema paralleelselt riiklikesse fondidesse taotluste esitamisega. Paraku jäi sponsorluse osa potentsiaalsete toetajate vähese huvi tõttu nõrgaks ja suuremosa rahastusest tuli siiski riiklikelt fondidelt ja Viljandi linna valitsuselt. Keskseks fookuseks eelarve koostamisel oli maksimaalne võimalik kokkuhoid. Kuna tegemist oli väikese festivaliga, kuid maailma mastaabis suurte esinejatega, püüti võimalikult palju säästa kohapealsetelt kuludelt. Eelarve kinnitamise järel esitati see tervele meeskonnale ja neil oli kohustus oma tegevuses kinni pidada antud summadest ning võimalikest kõrvalekalletest kohe teisi meeskonnaliikmeid teavitada, et kõik saaksid sellega arvestada.

2013. aastal olid eelarves olulisimal kohal riiklikud toetajad nagu Eesti Vabariigi Kultuuriministerium, Eesti Kultuurkapital ja Eesti Kultuurkapitali Viljandimaa ekspertgrupp. Eesti Vabariigi Kultuuriministerium toetas festivali honoraride, tarnspordi ja majutusega. Eesti Kultuurkapital andis toetust vaid Eesti artistide honoraride jaoks ja Viljandimaa ekspertgrupp toetas samuti tarnspordi ja majutuskulude katmisega. Väga oluline toetaja oli ka Viljandi linnavalitsus, kes toetas festivali välisartistide honoraride ja esinemispaikade rendi katmisega. 2013. aastal aitasid festivali välisesinejatega seonduvaid kulutusi katta ka Soome Suursaatkond,

Ameerika Ühendriikide Suursaatkond ja Rootsi Suursaatkond. Saatkondade toetuskorvas peamiselt lennupiletite ja majutuskuludega seonduvad kulud.

Festivalil toimus üks kontsert koostöös Eesti Jazzliiduga. Nead andsid oma panuse sellel kontserdil üles astuva artisti honorari tasumisega. Lisaks toimus 3 kontserti koostöös Eesti Filharmoonia kammerkooriga. Ka nende panus kontsertide toimumisse oli märkimisväärne. Festivalil oli vaid üks sponsor, kelleks oli Bestra Engineering. Lisaks sisaldasid eelarves omafinantseering, milleks oli eelmise aasta festivalist üle jäänud raha ja piletimüügist saadud tulu.

Tabel 2 Viljandi Kitarrifestival 2013 tulud

TULUD	EELARVE	EELARVE TÄITMINE
Omafinantseering	2000 €	3600 €
Piletitulu	3000 €	2200 €
Viljandi Linnavalitsus	4400 €	4400 €
Eesti Vabariigi Kultuuriministeerium (heliloomingu tellimine)	4220 €	3500 €
Eesti Vabariigi Kultuuriministeerium (festivalide toetus)	6000 €	6000 €
Eesti Filharmoonia Kammerkoor	6000 €	6828 €
Eesti Jazzliit	600 €	600 €
Kultuurkapitali Helikunsti Sihtkapital	3500 €	3500 €
Kultuurkapitali Viljandimaa ekspertgrupp	2000 €	1000 €
Rootsi Suursaatkond	1100 €	1000 €
Soome Suursaatkond	1100 €	1100 €
Ameerika Ühendriikide Suursaatkond	3100 €	1549 €

Bestra Engineering	1500 €	600 €
KOKKU	38520 €	35877 €

Kõige suuremaks kulugrupiks olid honorarid, millele järgnesid meeskonnatasud. Järgmisteks kulugruppideks olid esinemispaikade rent, transport ning majutus ja toitlustus. Väiksemateks kulugruppideks olid turundus ning helirežii ja helitehnika rent. Kõige väiksema kuluna olid eelarves muud kulud, kuhu kuulusid autoritasud läbi Eesti Autoriteühingu, Piletilevi tasud ja koduleheküljega seonduvad kulud.

Tabel 3 Viljandi Kitarrifestival 2013 kulud

KULUD	EELARVE	EELARVE TÄITMINE
Honorarid	16000 €	16250 €
Transport	2500 €	2954 €
Majutus ja toitlustus	3400 €	3100 €
Esinemispaikade rent	4500 €	3673 €
Helirežii ja helitehnika rent	2500 €	2100 €
Töötasud	7000 €	4500 €
Turundus	1800 €	2100 €
Muud kulud (kodulehekülg, autoritasud, Piletilevi tasu jm.)	820 €	1200 €
KOKKU	38520 €	35877 €

2.3. Turundus

Festivali turunduse eesmärgiks on teose „Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions and Expositions,“ järgi potentsiaalse külastajani info viimine ja tema motiveerimine festivali külastamiseks (Preston, 2012). Teose „Teadlik turundus“ järgi tuleb turundustegevuse planeerimisel aluseks võtta tarbijate vajadused, soovid, nõudlus, turg ja turunõudlus (Tartu Ülikool, 2010). Kotler defineerib turunduse kui vajaduste kasumliku

rahuldamise (*ibid*, lk 15 järgi). Eelnevatele definitsioonidele tuginedes loob autor käesolevas peatükis ülevaate 2013. aasta Viljandi Kitarrifestivali turundusest. Kuna tegemist on väikese organisatsiooniga, vastutas turundusjuht ainuisikuliselt festivali turunduse, suhtekorralduse ja kommunikatsiooni eest ning tegutses vastavalt olemasolevatele vahenditele.

Viljandi Kitarrifestivali turundus oli 2013. aastal erakordselt mitmekesine ja laiaulatuslik. Seda eesmärgina jõuda võimalikult paljude improvisatsioonilise kitarrimuusika huvilisteni, luua nendes huvi festivali vastu ja motiveerida festivali külastama. Vaatamata eesmärgipärasele tegutsemisele seonduvad festivali külastamisega turulõhed, mille ületamine on meeskonna jaoks olnud aastaid suureks väljakutseks. Nendeks on ruumilõhe, ajalõhe, valikulõhe ja väärtuslõhe (Tartu Ülikool, 2010). Ruumilõhe on festivali toimumise asukoht. Vaatamata sellele, et Viljandi ja teiste linnade vahelised kaugused ei ole suured on siiski nende inimeste hulk väga väike, kes tulevad festivalile teistest linnadest spetsiaalselt kohale. Ajalõheks on aasta-aeg ehk sügis. Paljude inimeste jaoks on suvi suur väljaminekute aeg just kultuurisündmuste rohkuse tõttu ja sellest tulenevalt keskendutakse sügisel rohkem tööle ja raha säästmisele. Valikulõhe iseloomustab kultuurisündmuste rohkus, mis on samuti seotud asukohaga. Kuna tegu on niiõelda nišifestivaliga, seisavad inimesed valiku ees, kas minna kuulama midagi uut ja põnevat ning sõita kodulinnast eemale või tarbida kohapeal pakutavat. Väärtuslõhe all mõtleb autor suhet piletihinna ja selle eest pakutava toote vahel. Festivali eesmärgiks on viia piletihind tasemele, mis vastaks ümbritseva keskkonna hindadele. Samas on oluline arvestada ka artistide väärtust ehk kui tegu on välismaal tuntud artistidega, kuid kohalik publik ei ole neist kunagi varem kuulnud, ei saa festival küsida külastajatelt õiglast piletihinna vaid peab hoidma selle vastavalt ümbritseva keskkonna piletihindadele.

Eelmise aasta turundustegevuse eesmärgiks oli ületada kõik eeltoodud turulõhed. Selleks analüüsiti ümbritsevat keskkonda, festivali olulisust ja koostati turundusplaan eesmärgiga jõuda kõige väiksemate vahenditega potentsiaalsete huvilisteni. Vastavalt teosele „Teadlik turundus“ jaotusid turunduskanalid järgnevalt: reklaam, isiklik müük, müügitoetus, internet ja sotsiaalmeedia. Siinkohal tähendab reklaam vaid tasulist kommunikatsiooni massimeedia kaudu. Viimase väljundkanaliteks olid reklaampinnad ajakirjades Muusika, Kitarr ja Teater. Muusika. Kino. Reklaamtoodetena trükiti Viljandi Kitarrifestivaliga postkaarte. Lisaks kasutati ka reklaami internetis, näiteks *bännerid* kultuuri kajastavatel lehekülgedel. Trükireklaami allikateks olid plakatid, kavavoldikud ja lendlehed, mida levitati Viljandis, Tallinnas ja Tartus. Tasuta turunduskanaliteks olid Eesti Rahvusringhäälingu radio- ja telekanalid, kus tehti intervjuusid festivali meeskonna ja artistidega ning mängiti festivali heli- ja

videoklippe. Personaalse müügina saadeti koolidele, kultuuriasutustele, kauplustele, seltsingutele, üliõpilasühendustele ja potentsiaalsete koostööpartneritele e-posti teel festivali kohta käivat infot. Müügitoetusena korraldati piletimänge raadiokanalites ja sotsiaalmeedias, samuti Edelaraudtee müügipunktis Tallinnas. Sotsiaalmeedia kanalina kasutati Facebooki.

2.4. Meeskond

Teoses „Organisatsioonikäitumine. Üksikisik, rühm ja organisatsioon“ on välja toodud üheksa meeskonda iseloomustavat omadust, milleks on määratletud liikmelisus, ühine infovõrgustik, ühine identiteet ja jagatud eesmärk, ühised sihid, rühmateadvus, vastastikune sõltuvus, koostöömimine, rühmastruktuur- ja rollid, võime tegutseda ühtemoodi (Buchanan, Huczynki 2004, Adairi 1986 järgi). Viljandi Kitarrifestivali meeskonnal olid kõik need omadused suuremal või vähemal määral olemas. Meeskonnatöö korraldamise eest vastutas projektijuht. Paraku oli see aga keeruline kuna meeskonnaliikmed töötasid festivali korraldamisele lisaks teistel töökohtadel ning viibisid samas linnas väga harva. Nimelt olid meeskonnaliikmete elukohad Tallinnas ja Viljandis ning seetõttu oli regulaarseid koosolekuid raske korraldada. Koosolekud toimusid aasta alguses pigem harva ja ainult konkreetsetel vajadustel, kuid mida lähemale jõudis festival seda tihemini need toimuma hakkasid. Lisaks koosolekutele toimusid Skype vestlused ja tihe meilivahetus kõikide meeskonnaliikmete vahel. Projektijuhi jaoks oli oluline hoida meeskond motiveerituna ja muuta liikmete töö võimalikult mugavaks, tehes ettepanekuid meeskonnatöö arendamiseks.

2013.aastakuulusfestivali meeskonda kunstiline juht Ain Agan, projektijuht Mari Kareda, turundusjuht Marili Jõgi, piletimüügi juht Annegret Leiten ja töötubade koordinaator Jaan Jaago.

Tabel 4 Meeskonnaliikmete tööjaotus

Meeskonnaliige	Vastutusvaldkond
Kunstiline juht Ain Agan	<ul style="list-style-type: none"> • Programmi koostamine • Arvete kinnitamine • Eelarve koostamine koos projektijuhiga

	<ul style="list-style-type: none"> • Festivalipaikade broneerimine koos projektijuhiga
Projektijuht Mari Kareda	<ul style="list-style-type: none"> • Eelarve koostamine koos kunstilise juhiga • Rahaliste taotluste koostamine ja koostööpartnerite leidmine • Artistide lennuplaanide ja graafikute koostamine • Artistidega suhtlemine • Kontsertpaikade broneerimine koos kunstilise juhiga • Meeskonnatöö koordineerimine • Aruannete koostamine
Turundusjuht Marili Jõgi	<ul style="list-style-type: none"> • Turundusplaani koostamine • Turundusmaterjalide eest vastutamine
Piletimüügi koordinaator Annegret Leiten	<ul style="list-style-type: none"> • Piletimüügi koordineerimine ja selle eest vastutamine
Töötubade koordinaator Jaan Jaago	<ul style="list-style-type: none"> • Töötubade graafiku koostamine • Töötubade koordineerimine ja nende eest vastutamine

3. FESTIVALI HINDAMINE JA ANALÜÜS

Käesolevas peatükis analüüsib autor sündmuse toimumise ladusust ja kordaminekut ja ühtlasi seda, kas algselt planeeritu vastas lõpptulemusele. Autor analüüsib ka meeskonnaliikmete ja küllastajate rahulolu, tuues välja võimalikud arengusuunad ja edasimineked järgmise aasta festivali parema korralduse huvides. Eneserefleksioonis selgitab autor, millised olid käesoleva projekti raames omandatud uued teadmised ja oskused, kuidas ta jäi festivaliga rahule ja kuidas näeb projekti tulevikus edasi arenevat.

3.1. Meeskonnaliikmete rahulolu

Käesolevas peatükis analüüsib töö autor peamiselt meeskonnaliikmete rahulolu ja probleeme seoses festivali korraldamisega. Samuti toob ta välja meeskonnapoolsed lahendused tekkinud probleemidele ja võimalikud arengusuunad. Vaatamata sellele, et meeskond oli väike, võib siiski välja tuua kitsaskohti nagu kommunikatsioon ja isiksustest tulenevadarvamuste lahkkelid. Viljandi Kitarrifestivali meeskonna rahulolu ei olnud peale 2013. aasta festivali nii suur nagu sellele eelnenud aastal. Selle põhjuseks olid probleemid meeskonnatöös. Vastavalt teosele „Organisatsioonikäitumine“ on enim esinevad ohud ja probleemid meeskonnatöös eriarvamuste paljusus, avatud õhkkonna puudumine, piiratud suhtlemine, meeskonnaliikmete väga erinev tase või huvi puudumine, ebaefektiivsed meeskonna koosolekud, ebareaalsed eesmärgid, ebaterve konkurents, vähene usk teistesse ja tagasiside puudumine (Virovere, Alas, Liigand 2005). Eelpool loetletutest peab töö autor kõige suuremateks probleemideks eelkõige piiratud suhtlemist ja tagasiside puudumist.

2013. aastal tuli meeskonda mitu uut inimest, kellegapuudus eelnev koostöökogemus. Kõige suuremaks üldiseks probleemiks oli kommunikatsioon ehk piiratud suhtlemine. Vaatamata sellele, et kõik inimesed tegid aktiivselt tööd ja hoolitsesid oma vastutusvaldkondade eest, oli

siiski mitmeid olukordi, kus keegi ei teadnud, kes peaks antud teema eest vastutama ja ütlema viimase sõna. Näiteks tekkis olukord, kus tuli kiirelt korraldada festivali plakati trükkimine. Kuna plakat sisaldas ka kogu festivali programmi, oli sisulist teksti väga palju ja kõik see tuli detailselt üle kontrollida. Nagu viimasele minutile jäetud ülesannetega ikka, oli kõigil sellel hetkel juba kiire oma muude kohustustega ja seetõttu ei olnud meeskonnas kedagi, kes oleks esimese üleskutse peale plakati õigekirja korralikult üle kontrollinud. Selle tulemusena trükiti esimesed plakatid kirjavigadega. Siin oli osa ka festivali kujundajal, kes ei täitnud õigeaegselt oma töökohustusi ning tegi viimasel hetkel vigu ka kujunduses. Kogu probleemi tulemusena trükiti kaks suurt kogust vigase informatsiooniga plakateid, mis põhjustas festivalile planeeritust rohkem kulutusi. Peale festivali lõppu olid meeskonna liikmed üheselt nõus, et sellist olukorda enam tekkida ei tohi ja otsustati tööülesanded ja tööliinid selgemalt paika panna. Kommunikatsiooniprobleemist tulenevalt tekkis teinegi probleem, mida varasematel aastatel polnud ilmnenud. Nimelt ei olnud mitmete kontsertpaikade esindajad teadlikud, kes ühe või teise valdkonna eest vastutab ning festival ei olnud omalpoolt esitanud ühte konkreetset kontaktisikut, kellega probleemide korral ühendust võtta. Sellest tulenevalt oli kontsertpaikade tagasiside väga negatiivne ja nad soovitasid järgmisel aastal kindlaks määrata üks ja kindel kontaktisik, kes nendega suhtleb ja kes omabülevaadet vajalikust informatsioonist.

Lisaks eelnevale tõid meeskonnaliikmed probleemidenavälja ka ülesannete hilinenud täitmise ja tagasiside puudumise. Mitmed inimesed ei andnud teistele infot oma ülesannete viivituse põhjuste kohta ja seetõttu kannatas kolleegide töö kvaliteet. Näiteks tekkis info puudumise tõttu olukord, kus viimased välisartistid kinnitati väga hilja ja seetõttu lükkus edasi plakatite ja infovoldikute kujundus, trükkimine ja piletimüügi algus. Samamoodi olid lennupiletite hinnad juba selleks ajaks nii kõrgeks tõusnud, et eelarveliselt muutus olukord keeruliseks. Situatsiooni lahendamiseks leidsid meeskonnaliikmed ühiselt, et mida varem festivali programm ära kinnitatakse, seda õigeaegsemalt saavad teised meeskonnaliikmed oma tööülesannetega edasi minna ja tekkinud olukordi vältida. Lisaks on alati võimalik leida meeskonnaga läbi arutades ühised lahendused.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et meeskonnasisene kommunikatsioon on kõigi liikmete tööülesannete täitmise juures võtmeolulisusega. Info õigeaegne liikumine meeskonnasiseselt tagab kõigi liikmete töö efektiivsuse ja rahulolu oma sooritatud tööga. Meeskonnaliikmed soovisid üheselt peale 2013. aasta festivali kommunikatsioon ja tööülesanded korralikult paika panna ja kindlaks määratleda, et festivali ajal ei tekiks enam sarnaseid olukordi. Sellised eelpool nimetatud probleemid tulenesid just sellest, et meeskonnas oli palju uusi inimesi, kes ei olnud omavahel

kunagi varem koostööd teinud ja samas oli tegu ka väga noorte ja hakkajate inimestega, kellel oli endal suur tahtmine ja energia asju korda saata ning eelnev läbiarutamine teiste meeskonna liikmetega võis jääda poolikuks.

3.2. Külastajate rahulolu

Publiku-uuring on kõige kasulikum viis saamaks teada oma külastaja vajadustest ja soovidest. Eluliselt oluline on uurimusest teada saada külastajate motivatsioon festivalil käimiseks. (Kolb 2000, lk 137) Viljandi Kitarrifestivali raames ei ole ühelgi aastal läbi viidud publiku- uuringut. Sellest tulenevalt puudub meeskonnal info külastaja profiili kohta. Meeskond näeb küll publiku-uuringu vajalikkust, kuid siiski ei ole olnud meeskonnas mitte ühelgi aastal inimest, kes oleks selle ülesande enda peale võtnud. Eelkõige pidas publiku uuringu tegemist vajalikuks turundusjuht, kes otsustas peale 2013. aasta festivali järgmisel aastal selle ka ellu viia. Autor tugineb käesolevas peatükis oma tuttavatelt ja sõpradelt saadud tagasisidele.

Festivali järgselt oli oluline teada saada, mida külastajad festivalist arvasid ja mis mulje selle aasta festival jättis. Sellepärast küsis autor oma tuttavate ja sõprade käest, kuidas nad selle aasta festivaliga rahule jäid. Autor ei määratlenud konkreetset arvu kui paljudelt inimestelt arvamust küsida, mistõttu täpset vastanute arvu ei saa määrata. Umbkaudselt oli vastanuid viisteist. Kõige levinumaks vastuseks küsimusele, mis mulje jättis eelmine aasta festival, vastasid autori tuttavad üheselt, et tegu oli väga hea korraldusega. Seda märkisid ära ka artistid, kes festivalil üles astusid. See oli meeskonna jaoks väga positiivne ja innustav. Positiivsena märgiti ära ka, et artistid olid väga head ja programm oli mitmekesine. Tudengid, kes osalesid töötubades ja käisid õhtul kontsertidel, mainisid samuti, et korralduslikult oli festival väga heal tasemel ja kõik toimus plaanipäraselt.

Kahjuks sai meeskond negatiivset tagasisidet kontsertpaikadega seotud inimestelt. Nimelt kurdeti selle üle, et informatsioon ei olnud üheselt kättesaadav ja puudus meeskonnapoolne kontaktisik. Samuti kurdeti informatsiooni hilinemise üle. Näiteks ei jõudnud ajagraafikud piisava ajavaruga kontsertpaikadeni ning nii jäi neil liiga vähe aega ettevalmistuseks. Üldiselt meeldib kõigile kontsertpaikadele festivaliga koostööd teha ning külastajatele festivalil käia, sest see on justkui pikendus Eesti kultuurisuvele ning festivali kontserdid on armsalt väiksed ja

intiimsed. Samas pandi korraldajatele südamele, et täiustamist vajavatele valdkondadele pöörataks rohkem tähelepanu.

Eelnevast võib teha järelduse, et külastajatelt saadav tagasiside on siiani olnud ebapiisav ja selleks, et teada saada festivali külastajate rahulolu on kindlasti hädavajalik hakata läbi viima iga-aastast publiku-uuringut. Kuna publikuarv ei ole väga suur, ei tohiks see kindlasti olla keeruline, kuid võib olla võtmeolulisusega festivali edasiarendamisel ja publikuarvu suurendamisel.

3.3. Eneserefleksioon

Käesolevalt analüüsib autor saadud kogemusi, teadmisi ja rahulolu seoses projekti teostumisega. Samuti toob autor välja planeeritu teostumise edukuse ja kitsaskohad ning juhib tähelepanu võimalikule arengule meeskonnatöös ja projekti korralduses. Viljandi Kitarrifestival toimus 2013.aastal kuuendat korda ning see oli autori jaoks kolmas aasta olla projektiga seotud. Selle kolme aasta jooksul on tema jaoks palju muutunud ning edasi arenenud, kuid on ka mitmeid aspekte, mis vajaksid muutmist ja edasiarendamist.

Kõige suuremaks arenguks peab autor programmi arengut. Igal aastal kaasatakse aina rohkem välisartiste, et pakkuda külastajatele ainult parimat valikut eesti ja välismaa improvisatsioonilist kitarrimuusikat edendavatest artistidest ja hoida oma kõrget taset. Lisaks tehakse aina enam koostööd teiste kultuuriasutuste- ja ühendustega, et välisartistid saaksid võimaluse esineda ka teistes Eesti paikades ning ühtlasi vähendab festival sellega artistiga seonduvaid kulusid. Festivali arengut võib märgata ka publikuarvu suurenemisel. Üheks arenguks, mis võib ühtlasi ka olla takistuseks, on meeskonna uudsus. Areng seetõttu, et värske veri toob festivali juurde uusi mõtteid ja ideid. Takistus aga seetõttu, et esimene aasta kipub olema alati väga raske kuna inimesed alles harjuvad ja elavad sisse. Samas ei ole ka teised meeskonnaliikmed temaga veel harjunud. Meeskonna uudsus võib olla raske ka siis kui teised inimesed on harjunud midagi teistmoodi tegema ja uus inimene tahab oma tegutsemisviisi teistele peale suruda. Õnneks Viljandi Kitarrifestivalil selliseid keerulisi olukordi ette ei tulnud. Pigem oli positiivne just see, et näiteks uus turundusjuht tõi festivali kohe uue elu sisse, tal oli väga palju uusi ideid ja ta erines kardinaalselt eelmisest turundusjuhust.

Lisaks arengutele oli festivalil ka mitmeid puudusi ja kitsaskohti, mida käesoleva töö autori arvates peaks edasi arendama. Näiteks programmi hiline selgumine. Artistide lõplik nimekiri ja kontsertide ajakava selgus väga viimasel hetkel ja seetõttu oli teiste meeskonnaliikmete töö raskendatud. Näiteks ei saanud avada korralikult piletimüügi algust ja trükkida õigeaks ajaks trükireklaami. Lisaks ei saanud koostada töötubade graafikuid ja lennupiletite hinnad olid lõpuks juba kaks korda kõrgemad kui alguses eelarves planeeritud. Et sellist olukorda edaspidiselt vältida, peaks artistide valimisega varem alustama ja nende tulekud näiteks aasta ette ära kinnitama. See oli ka autori jaoks üks keerulisemaid aspekte oma töö korralduse ja õigeaegse teostamise juures kuna tema töö olenes just suuresti sellest, millistest välisriikidest artistid tulevad. Üheks iga-aastaseks probleemiks festivali korralduse juures peab ta ka seda, et meeskonnas ei ole kedagi, kes teeks festivalitööd aastaringselt täie kire ja pühendumisega. Kõik meeskonnaliikmed teevad oma tööd väga hästi, kuid kuna kõigil on samaaegselt käsil ka teised tööd ja tegemised, ei ole festival kohati nende jaoks prioriteetne. On iseenesest mõistetav, et ainult sellise väikese festivali korraldamisest ära ei ela, kuid paraku nõuavad autori arvates paljud tegevused palju rohkem pühendumist ja kohalolekut kui see senini olnud on. Sellest tuleneb ka meeskonnaliikmete omavahelise kommunikatsiooni probleemistik. Meeskond on küll väike, kuid siiani ei ole selle kõigile liikmetele üheselt arusaadav, mis on nende ülesanded ja vastutusvaldkonnad. Seda annaks autori arvates parandada selgete tööülesannete paikapanemisega festivaliaasta alguses ja ametijuhendite koostamisega. Lisaks peab autor oma ametist tulenevalt vajalikuks edasistel aastatel professionaalse sponsorlusega tegeleva isiku kaasamist meeskonda. See valdkond on suur ja vajab palju pühendumist ja kogemust. Samas on see nii oluline festivali arengu seisukohalt, et seda kellegi teise tööülesannete hulka paigutada ei ole võimalik. See võib olla esmapilgul kulukas väljaminek, kuid pikemas perspektiivis toob see rohkem kasu kui kahju.

Autori jaoks on Viljandi Kitarrifestivali korraldamine olnud asendamatu kogemus. Festivali kunstilise juhi poolt pakutud ametikohta võib kindlasti pidada üheks suurimaks väljakutseks tema senises erialases töös ja autor on ühtlasi veendunud, et ükski teine festivalikorraldaja ei oleks andnud nii noorele ja kogenematule õpilasele sellist võimalust. Tänu sellele on olnud autoril võimalus aastate jooksul paralleelselt õppetööga igapäevaselt praktiseerida ülikoolis omandatud teadmisi ja neid edasi arendada läbi omandatud kogemuste. Festivali korraldamine oli kindlasti keeruline ja seda eriti festivalieelsel perioodil, kuid tagantjärele jäi autor iga aastaga väga rahule.

Kõige suuremaks kogemuseks peab autor taotluste koostamist riiklikele fondidele, saatkondadele ja sponsoritele. Ülesanne oli alguses küll väga keeruline, teadmata ja tundmata Eesti kultuuripoliitikat ja toetuste jagamise kriteeriumeid ning alguses kippus see kõik segamini minema, kuid tänu kunstilise juhi kogemusele ja abile õnnestus kõik väga hästi. Lisaks sai autor palju uusi tutvusi ja edaspidiselt kultuurivaldkonnas tegutsemiseks vajalikke kontakte. Väga oluline kogemus oli ka artistidega suhtlemine, nende lepingute koostamine ja kokkuvõttes terve nende festivalikogemuse meeldivaks muutmine. Festivali korraldamise käigus omandas autor palju teadmisi ka tehnika, logistika ja kommunikatsiooni valdkonnast.

Kokkuvõtlikult jäi autor projektiga rahule. Vaatamata sellele, et arenguruumi on veel palju, on autoril hea meel, et festivalist on saanud oluline sündmus kohaliku kultuurielu elavdamisel. Autor näeb selles projektis väga suurt potentsiaali ja soovib ka edaspidiselt panustada selle arengusse, et festival kasvaks suuremaks ja saaks nii küllastajate kui toetajate seas populaarsemaks. Tulevikus on tal kindlasti plaanis siduda end uuesti festivaliga ja anda endast parim, et festivalist saaks üks suur ja kõrgelthinnatud kultuurisündmus nii Eestis kui välismaal.

KOKKUVÕTE

Viljandi Kitarrifestival 2013 toimus 17.-22. septembril. Kontserdid toimusid Viljandis Pärimusmuusika Aidas, Jaani kirikus, Nukuteatris ja Vanas veetornis. Lisaks toimusid kontserdid Tallinnas Rahvusooper Estonia kammersaalis, Rakvere Kultuurikeskuses, Kuressaare Jazziklubis JAZZ del Mar ja Narva Jazziklubis. Festivalil astusid üles artistid Eestist, aga ka välisriikidest nagu Ameerika Ühendriigid, Rootsi, Soome, Norra ja Saksamaa. Korraldusmeeskonda kuulus viis liiget, kelleks olid kunstiline juht Ain Agan, projektijuht Mari Kareda, turundusjuht Marili Jõgi, piletimüügi juht Annegret Leiten ja töötubade koordinaator Jaan Jaago. Festivali ajal kaasati autojuht Rain Põdra. Festivali peamiseks koostööpartneriteks olid Viljandi Linn ja Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia ning lisaks veel mitmed rahalised toetajad.

Projekti võib pidada kordaläinuks kuna kõik planeeritud tegevused toimusid õigeaegselt ning meeskond jäi festivaliga üldises plaanis rahule. Kontserdid ja töötoad toimusid lodusalt, kõik artistid jäid festivaliga väga rahule ja avaldasid soovi ka edaspidiselt koostööd teha või isegi järgnevatel aastatel veel festivalile esinema tulla. Puudujääkideks võib pidada korraldusmeeskonnaliiga hiliseks jäetud tööd. Sellest tulenevalt suurenesid algselt planeeritud kulud märgatavalt ning möödarääkivuste tõttu tekkisid mitmed lisakulutused. See on kindlasti valdkond, mis vajab järgnevatel aastatel parandamist. Festivali koostööpartneritelt saadud tagasiside oli üldjoontes positiivne ning mitmed neist andsid soovitusi, kuidas järgnevatel aastatel festivali korraldust paremaks muuta. Kõige suuremaks arenguks oli 2013. aastal eelnevatest aastatest märgatavalt aktiivsem turundustegevus. Kõige suuremaks raskuseks oli aga kommunikatsioon ja meeskonnaliikmete teadmatuse oma vastutusalast ja töö kohustustest.

Käesoleva töö autor oli festivalil projektijuht. Tema arvates on tegu areneva ja olulise kultuurisündmusega Eestis, millel on kindlasti palju arenguruumi. Omandatud kogemused ja teadmised on autori jaoks väga olulised oma edasises karjääris ja tegevusvaldkonna valikul. Autori sõnul oli tegemist tema jaoks asendamatu kogemusega ja ta loodab, et festival kaasab ka edaspidi noori ja aktiivseid inimesi oma meeskonda. Kindlasti on tegemist väga hea alusplatvormiga kõikide tulevaste kultuurikorraldajate jaoks.

KASUTATUD KIRJANDUS

- Brooks, I.** 2008. *Organisatsioonikäitumine. Üksikisik, rühm ja organisatsioon*. Tallinn: Äripäev
- Eesti Konjunkturiinstituut** 2010. *Kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ja analüüs – Viljandi Kitarri festival*.
- Kendrick, T.** 2010. *The project management tool kit: 100 tips and techniques for getting the job done right*. USA: AMACOM.
- Kolb, B. M.** 2000. *Marketing Cultural Organisations. New Strategies for Attracting Audiences to Classical Music, Dance, Museums, Theatre and Opera*. Dublin: Oak Tree Press.
- Preston, C. A.** 2012. *Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions and Expositions*. USA, New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Simms, H. & Sinclair-Hunt, M.** 2005 *Organisational Behaviour and Change Management*. Cambridge: Select Knowledge Limited.
- Tartu Ülikooli majandusteaduskond.** 2010. *Teadlik Turundus*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus
- Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia kultuurikorralduse eriala loov-praktilise lõputöö statuut*. 2012.
- Viljandi Kitarri festivali kodulehekülg*. 2013. <http://viljandiguitar.ee/>, 15. aprill 2014
- Virovere, A. & Alas, R. & Liigand, J.** 2005. *Organisatsioonikäitumine*. Tallinn: Külim.
- Õunapuu, L.** 2010. *Üliõpilaste kirjalikud tööd. Metoodiline juhend magistritöö, seminaritöö, lõputööde, referaadi ja essee koostamiseks ning vormistamiseks*. Viljandi: Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia

LISAD

Lisa 1 Viljandi Kitarrifestival 2013 ajakava

Teisipäev 17.09

20.00 / Viljandi Jazziklubi / Viljandi Kitarrifestival ja Eesti Jazzliit esitlevad / JAAN JAANSON KVARTETT (EST) ja OLA BENGTSSON TRIO (SWE-EST)

Kolmapäev 18.09

19.00 / Viljandi Pärimusmuusika Ait / väike saal / SIIM PETSER TRIO (EST) ja ANDRE MAAKER TRIO (EST)

Neljapäev 19.09

19.00 / Viljandi Pärimusmuusika Ait / väike saal / Õpitubade ülesastumised. FESTIVALI KITARRIORKESTER

20.00 / Viljandi Pärimusmuusika Ait / väike saal / PAUL SHIGIHARA & JAAK SOOÄÄR (GER-EST)

Reede 20.09

15.00 / Tallinn / Rahvusooper Estonia kammersaal / EESTI FILHARMOONIA KAMMERKOOR + WEEKENG GUITAR TRIO, PAUL DANIEL, MARZI NYMAN ja AIN AGAN (FIN-EST)

19.00 / Viljandi Pärimusmuusika Ait / suur saal / PETER FESSLER (GER)

20.30 / Viljandi Pärimusmuusika Ait / suur saal / JIM LAMPI & TANEL RUBEN (UK-EST)

21.00 / Kuressaare / Jazziklubi JAZZ del Mar / PAUL SHIGIHARA & JAAK SOOÄÄR (GER-EST)

00.00 / Viljandi Vana veetorn / TIIT PETERSON & NEEME PUNDER (EST)

Laupäev 21.09

15.00 / Viljandi Nukuteater / RIHO SIBUL (EST)

16.30 / Viljandi Jaanikirik / KNUT HEM feat. TÕUN (NOR-EST)

18.00 / Viljandi Pärimusmuusika Ait / suur saal / EESTI FILHARMOONIA KAMMERKOOR + WGT, PAUL DANIEL, MARZI NYMAN ja AIN AGAN (FIN-EST)

20.00 / Viljandi Pärimusmuusika Ait / suur saal / PETER BERNSTEIN feat. TOIVO UNT & AHTO ABNER (USA-EST)

Pühapäev 22.09

18.00 / Rakvere / Kultuurikeskus / EESTI FILHARMOONIA KAMMERKOOR + WGT, PAUL DANIEL, MARZI NYMAN ja AIN AGAN (FIN-EST)

Lisa 2 Viljandi Kitarrifestival 2013 turundusplaan

Trükimeedia - Artiklid ajakirjades ajakirjades In Time, Kitarr, Muusika ja ajalehtedes Sakala, Eesti Päevaleht, Äripäeva nädalalõpu lisa, Sirp, Müürileht ja Linnaleht.

Reklaam :

Ajakirjad- In Time, Kitarr, Muusika

Ajalehed- Sakala, Eesti Päevaleht, Äripäeva nädalalõpu lisa, Sirp, Müürileht ja Linnaleht

Reklaamtooted – festivali postkaardid

Trükireklaam – plakatid, kavavoldikud ja lendlehed

Festivali videoklipp – Tallinnas Vabaduse Väljaku suur ekraan, Piletilevi ekraanid üle Eesti, Viljandi Pärimusmuusika Aida siseekraanid, Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia siseekraanid, ETV Kultuuriteated.

Intervjuud – Terevisioon, Tallinna TV, MI, OP

Intervjuud, heliklipp ja piletimängud - Klassikaraadio, Vikerraadio, raadio Kuku, raadio Elmar, Raadio 2.

Isiklik müük- infomeilid koolidele, kultuuriasutustele, poodidele, seltsingutele, üliõpilasühendustele ja potentsiaalsete koostööpartneritele.

Interneti *bännerid*:

Kuhuminna.tallinn.ee; Viljandi linna kodulehekül; Eesti Jazzliidu kodulehekül; Eesti Vabariik 95 kodulehekül; Facebook; Piletilevi kodulehekül; Elu24.ee; Publik.ee; Kuhuminna.ee; Kultuur.info; Festivals.ee; Puhkaeestis.ee; Kultuuriaken.ee

Lisa 3 Viljandi Kitarrifestival 2013 eelarve ja eelarve täitmine

Tulu	Eelarve	Eelarve täitmine	Kulu	Eelarve	Eelarve täitmine
Oma-finantseering	2000 €	3600 €	Honorarid	16000 €	16250 €
Piletitulu	3000 €	2200 €	Transport	2500 €	2954 €
Viljandi Linnavalitsus	4400 €	4400 €	Majutus ja toitlustus	3400 €	3100 €
Eesti Vabariigi Kultuuriministerium (heliloomingu tellimine)	4220 €	3500 €	Esinemispaikade rent	4500 €	3673 €
Eesti Vabariigi Kultuuriministerium (festivalide toetus)	6000 €	6000 €	Helimees ja helitehnika rent	2500 €	2100 €
Eesti Filharmoonia Kammerkoor	6000 €	6828 €	Töötasud	7000 €	4500 €
Eesti Jazzliit	600 €	600 €	Turundus	1800 €	2100 €
Kultuurkapitali Helikunsti Sihtkapital	3500 €	3500 €	Muud kulud (kodulehekülg, autoritasud, Piletilevi tasu jm.)	820 €	1200 €
Kultuurkapitali Viljandimaa ekspertgrupp	2000 €	1000 €			
Rootsi Suursaatkond	1100 €	1000 €			

Soome Suursaatkond	1100 €	1100 €			
Ameerika Ühendriikide Suursaatkond	3100 €	1549 €			
Bestra Engineering	1500 €	600 €			
KOKKU	38520 €	35877 €	KOKKU	38520 €	35877 €

Lisa 4 Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, **Mari Kareda** annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

Viljandi Kitarri festival 2013 lõputöö, mille juhendaja on Jana Karilaid

1.1 Reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2 Üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

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

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

Viljandi, 29.mai 2014

SUMMARY

Viljandi Guitar Festival was held for the sixth time from September 17th until September 22nd at 2013. The artists performed at different venues at Viljandi but also in Tallinn and at Rakvere. The main goal of the project was to introduce and develop improvisational guitar music and to boost the cultural cooperation between Estonia and other countries. One of the very important parts of the festival was to carry out workshops for guitar students and to give them an opportunity to learn from international experience.

The author of this thesis held the position of a project manager of the festival during 2012-2013. She was mainly responsible for the budget and cooperation with funds and sponsors. Her job also included planning of the artists` travels and schedules, workshops and preparation of the reports. The experience was irreplaceable and her skills improved much in course of this project. The most remarkable knowledge she gained, was regarding preparation of budget, issuing of funding applications and planning the schedule of international artists. Despite the fact that the project itself was quite successful – all the musicians were satisfied with arrangements of concerts and all went according to the plan- there are also several changes which are recommended to be made in order to improve the organization and arrangements of the festival. These changes include improving the communication and ascertaining the activity area of each team member so that everybody would be aware of their responsibilities.

Current thesis provides detailed information regarding the organizing process of the festival. The first part describes the festival and the organization. It also includes the analysis of festival's main influences towards the local economy and business and the description of competitors and cooperation partners. The second part summarizes the planning process, describing the marketing and teamwork activities. This chapter also includes the budget of the festival. The last part of the thesis is the self-reflection of the writer and reveals the opinions and recommendations of the audience and other team members. The marketing plan, budget and the program of festival are amended as appendixes.