



Nutikas jääb maal ellu

Kuidas ergutada loomeettevõtlust maapiirkondades:
programmi **Loov Eesti+Maa** kogemus

Kuidas mõjutavad kultuur ja loomemajandus meie elu? See küsimus on veel selge vastuseta — loomesektori mõju on sageli varjatud. Küll aga tajume seda, kui mõtleme, kus me tahaksime elada, millises keskkonnas, mida on sel meile pakkuda ja kas meil on seal midagi teha. Kui maal põllumajandusega ei tegele, kuidas seal siis endale elatist teenida ja töökohti luua? Kuidas meelitada turiste Eestimaa kaugematesse paikadesse?

Kultuur on majandusele oluline lisandväärtuse andja.

Loomingu kaudu saab kujundada riigi kuvandit, kauba või teenuse identiteeti, luua sümboleid ja müüa hoopis kõrgemat hinda maksvaid elamusi. Loomevaldkond võimaldab teha südamelähedast tööd ka neil, kes eelistavad elada suurtest keskustest kaugemal.

Oleme loomemajanduse arenduskeskuses Loov Eesti pühendunud loomemajanduslase teadlikkuse suurendamisele, sest usume, et see aitab kaasa loomesektori täieliku potentsiaali rakendamisele pea kõikides valdkondades, aidates sellega kaasa ka meie linnade ning maapiirkondade konkurentsivõime kasvatamisele, samuti sotsiaalsele ühtekuuluvusele. Aastatel 2015—2019 panime kokku ja korraldasime loomemajanduse arendamiseks maapiirkondades programmi Loov Eesti+Maa. Programmi läbiviimist toetasid EAS Euroopa Regionaalarengu Fondi vahenditest ning Swedbank. Tänu toetusele oli programmosalejatele soodsam.

Loov Eesti +Maa programm

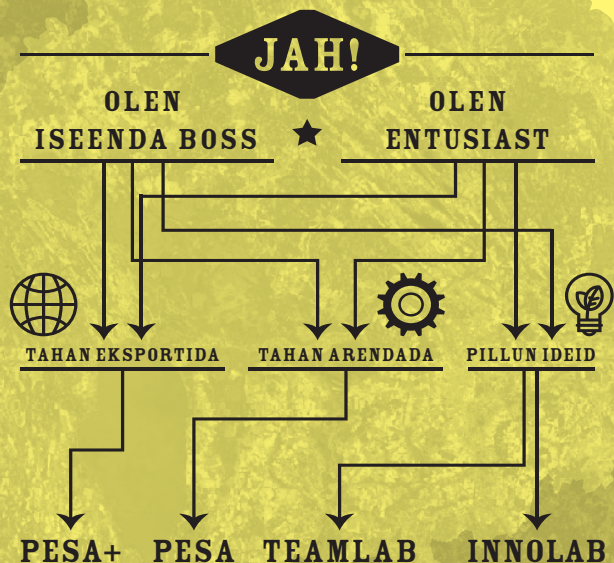
”

Uued mõtted sünnivad ikka seal, kus erinevad kogemused kokku puutuvad. Seetõttu toome tavapärasele ettevõtlus- ja juhtimiskompetentsile juurde ka loomeinimeste kogemused ning teistsugust vaadet. Meie senine praktika näitab, et just nii sünnivad turgu muutvad ideed ning loomeinimeste abiga saab kohalikule elule hoo sisse anda.

EVA LEEMET

Loov Eesti tegevjuht

OLEN VALMIS ALUSTAMA?



Loov Eesti+Maa programmi eesmärk oli pakkuda uusi ja innovatiivseid lahendusi, et aidata ettevõtetel oma tooteid arendada ja ekspordikäivet kasvatada.



Programm oli jagatud nelja etappi. Esimeses etapis peetud **innovatsioonilaborites** koguti ideid, kuidas oma ettevõttele või tootele uut hingamist anda. Teises etapis, Loov Eesti poolt välja töötatud **TeamLabi** töötoa formaadis, oli võimalik leida oma meeskondadesse lisajõudu ning tekkinud ideid kogenud mentorite käe all edasi arendada. Kolmandas etapis sai liituda kaheksa kuud kestva veebipõhise tootearendusprogrammiga **PESA**, milles Eesti juhtivad koolitusspetsialistid andsid juhiseid oma idee arendamiseks. Kui toode juba valmis ning plaan minna välisturule, siis oli võimalik liituda ekspordile suunatud programmiga **PESA+**, milles sai tuge sihtriigis elavatelt ekspordispetsialistidelt.

Kogu programmi ulatuses oli oluline koostöö ning võrgustumine nii kohalike kui ka sihtriikide ettevõtetega.

Võimalik oli kaasa teha kogu programm algusest lõpuni või — vastavalt ettevõtte vajadustele — liituda just endale sobiva etapiga.

Sea iseenesestmõistetavus kahtluse alla

TIIU ALLIKMÄE

Loov Eesti kommunikatsioonijuht



MIKS

Õppides tundma loomemajanduse olemust ja kasutama loovaid tööriistu, leida inspiratsiooni ja käivitada innovatsiooniprotsesse:

- ettevõtluskeskkonna elavdamiseks ja uute ideede tekkeks
- elukeskkonna parendamiseks
- sihtkoha brändinguks
- mahajäetud tööstusalade väärindamiseks.

KUIDAS

Päevane modereeritud töötuba töölehtedega, inspiratsiooniesinejad

KELLELE

Ettevõtjad, loomeettevõtjad, loovisikud

Kuidas leida oma toodetele lisakasutusvõimalusi? Kuidas uue tooteideega edasi minna? Kas viia oma käsitööküpsised suurele turule või jääda elustiiliäriks? Milline oleks elujõuline idee vana mõisa arendamisel? Kuidas siduda ajalugu ja tänapäevaseid tooteid? Milline võiks olla söögikoht, kus pole menüüd? Aga kus pole sööki? Või polegi kohta? Kõik need näited on maailmas olemas. Kasulik on jälgida ja arvesse võtta mujal maailmas sinu valdkonnas ilmnevaid trende: muutusi tarbijakäitumises, demograafias, tehnoloogia arengus.

”

Iseenesestmõistetavuse kahtluse alla seadmine on avanud mõnelegi tootele või teenusele täiesti uued perspektiivid.

INDREK MARIPUU
InnoLabi koolitaja



MÕTLE LÄBI

- mis on sinu valdkonnas iseenesestmõistetav
- kuidas mõjutab sinu tegevust tarbijakäitumine, demograafia, tehnoloogia areng
- mida sa oskad, mida teised ei oska
- millised on sinu käsutuses olevad materiaalsed vahendid, suhted klientidega, tarnijatega, koostöövõrgustikud
- mida nende ressurssidega veel teha võiks
- kuidas saaksime neid väärtusi uuel viisil ja klientidele senisest suuremat väärtust pakkuval moel kombineerida.



Head mõtted heade mõtete linnast

OTT RÄTSEP

disainer ja Kagu-Eesti aktivist

Tartu, Raekoja plats 16. Rütmidoktor Harald Lepisk keerutab plaate, samal ajal kui laborandid teevad aina hoogsamaid liigutusi. Alustame eestlastele iseloomulikult vaoshoitult, kuid lõpetame temperament-selt — peaaegu itaallaste moodi. Siiski ei viibi me vanas plaadipoes, vaid hoopis heade mõtete linnas.

Loov Eesti+Maa kahepäevane TeamLab on end sisse seadnud vastvalminud Garage48 HUBi Tartus. Kohal on ettevõtjad, insenerid, disainerid ja ärimentorid Kagu-Eestist ja kaugemalt. Kokku ligi 60 inimest ja 11 meeskonda. Keset Tartu tudengite sügispäevi on toimumas Loov Eesti+Maa tootearenduse ja ärimudeli loomise kahepäevane töötuba.

TeamLabi ideede spekter on sama kirju nagu südasügis maal: täppisviljelus, targad mansetinööbid, plaatvundamendil nullenergia moodulmaja, karusnahajääkidest disaintooted, paindvineerist kätsekestadele, geograafilise tähisega toidu pakendamine, mõisa arendus jne. Ideid hindama kogunenud žürii seisab vastamisi raske valikuga: keda suunata edasi kaheksakuulisesse PESA programmi? Nimelt on peavõiduks priipääse novembris algavasse toote- ja teenusearendusprogrammi PESA.

Pärast pooletunnist vaidlust on nominendid ja PESAlane teada: lastekäru Sitik, Mooska talu singipakend, ja võitja — Merilin Tõnisoja ning tema targad mansetinööbid!

TeamLab andis tugeva kinnituse, et lahedad ideed sünnivad ka maal ja metsas, või nagu ütles üks osalejatest: „Nowhere in the middle of nowhere.“





MIKS

Ainult mitmekülgsete oskuste ja teadmistega meeskonnad suudavad äriidee parimal viisil ellu viia. TeamLab aitab leida oma idee elluviimiseks vajalike kompetentsidega inimesi.

KUIDAS

Kahepäevane töötuba, kus arendatakse ideedest ärimudelid ja moodustatakse meeskonnad. Töötoa eesmärgiks on uute innovaatiliste äriideede valideerimine, meeskondade loomine, tootearendus ja ärimudeli loomine mentorite juhendamisel. Osaleda võib nii olemasoleva idee ja meeskonnaga kui ka alles soovides leida idee või tiimi.

KELLELE

Idee omanikud ja inimesed, kes soovivad innovaatilistes projektides osaleda.



HEA TIIMI EELDUS ON

- erinevate kompetentsidega inimesed, nt disainer, turundaja, insener, ärijuht
- idee on unikaalne ja lahendab kellegi probleemi
- usk oma ideesse.



Hea idee saab alguse vajadusest

TIIU ALLIKMÄE

Loov Eesti kommunikatsioonijuht

Ühel õhtul helistas Laurile (Lauri Läänelaid, OÜ Todos) vend Siim, et rääkida talle oma ideest. Kuna ta ei leidnud sobivat lampi, mis valgustaks tööpinda ühtlaselt ja oleks reguleeritava valgustugevusega, siis oli ainus võimalus see ise valmis teha. „Oled kambas?“ küsis vend. Lauri oli nõus. Oli viimane päev kandideerimaks Loov Eesti PESA programmi.

Nii sai alguse reguleeritava puidust laualambi Dragonfly sünnilugu. Visioon olemas, leiti kiiresti ka sobivate kompetentsidega sõbrad, kes olid nõus kaasa lööma. Neljaliikmelises meeskonnas said kokku kujundus, turundus, tehnika ja arendus. Siim pani kirja eesmärgid, mida PESA abil soovitakse saavutada ja algas intensiivne arendustöö.

„Huvitavate koolituste kõrval oli PESA ka tagant tõukav jõud. Iga nädal oodati meilt midagi, ja kui me seda ei olnud teinud, tundsi meid halvasti. PESA meenutas ka, miks ma midagi just nii teen. Läbi koolituste ja kokkupuute erinevate inimestega sunniti meid küsimusi küsima. See sundis jätkma ebavajalikud asjad kõrvale ja viimistlema oma toodet,“ rääkis Lauri.

Väärtuslik kogemus ka see, et saadi aru: mina ise ei pruugi olla kõige targem, mõistlik on leida keegi, kes teemat süvitsi valdab. „Me ei saagi kõike osata ja ise teha. PESA pani meid õigeid inimesi otsima. Meil on küll erinevaid kompetentse, kuid alati leidub keegi, kes on meist targem ja vaja on nad üles leida,“ rääkis ta.

Teekond ideest prototüübini ei olnud sirgjooneline. „Tihti saab oma idee nii armsaks, et kriitika läheb kurtidele kõrvadele. Saime väga konstruktiivset kriitikat. Oleme pidanud tegema ka keerulisi otsuseid ja hakanud mõtlema, mida teised inimesed tootelt ootavad,“ tutvustas Lauri valgusti valmimise protsessi.

PESA programmi lõpus võttis meeskond alguses kokku pandud eesmärkide nimekirja uuesti ette ja vaatas, mis oli saavutatud. Programmi lõpuks oli prototüüp valmis ja vastused saadud enamikule küsimustele, tööd tuli veel teha omahinna arvestuse ja tootmisplaaniga.

Sofable lugu



PESAkate intervjuud

NOEXCUSE
Intelligent solutions for active lifestyle

NOE-001 | BAG +EMA





”

Tulin programmi ainult ideega — nüüd on mul meeskond, valmis on juba teine prototüüp ja tootel on oma bränd, Noexcuse. Ilma PESAta poleks ma iial nii kaugele jõudnud.

TRIIN TSORITS

PESA programmi 5. lennu lõpetaja

?

MIKS

Toetada alustavat loomeettevõtet, kel on puudu:

- teadmistest tootearenduses, turunduses vm olulises valdkonnas
- oskustest ja kogemustest, kuid kellegi käest ei ole abi küsida
- motivatsioonist, sest ikka on midagi, mis rohkem tähelepanu köidab
- võimekusest arendada oma toode või teenus ekspordikõlblikuks
- julgusest vallutada oma ideega terve maailm

... ja soov on vormida programmi lõpuks toode või teenus turukõlblikuks.

KUIDAS

Ainulaadne veebipõhine arendusprogramm PESA, mille vahendusel on võimalik saada tugiteenuseid oma idee arendamiseks sõltumata sinu elukohast ja töögraafikutest, sisaldab:

- viit etappi koolitusi kolme- kuni kaheksanädalaste tsüklitena: tootearendus, turundus, ettevõtlus (ärimudel), finantseerimine, juhtimine
- praktilisi töötube
- professionaalseid koolitajaid — igas etapis on kaasatud valdkonna parimad eksperdid

- personaalset mentorit
- laia valikut tööriistu (sh dokumentide ja lepingute näidiseid, nõudeid ja juhendeid)
- tagatud kvaliteediga teenuseosutajate andmebaasi (nt raamatupidamine, õigus, kujundus jmt)
- toote või teenuse turukõlblikkuse testimist Eestis toimuvatel messidel
- esitlemist kataloogis kõigi programmi lõpetajate toodete, teenuste kirjeldustega
- finantseerimisvõimaluste, sh äriinglite tutvustamist.

KELLELE

Kui sul on:

- hea toote- või teenuseidee
- soov pühenduda oma idee arendamisele
- motivatsioon ning suured sihid.

PESA AITAB LÄBI MÕELDA

- miks ma selle ideega tegelen
- milline peaks olema minu toode või teenus, et klientide vajadusi rahuldada
- kuidas valmistada prototüüpi
- milline on minu tootele või teenusele parim ärimudel
- kellelt on võimalik finantstuge küsida
- millised on turustusvõimalused
- kuidas oma ettevõtet juhtida.

Rõõmsad taaskohtumised Eesti disainiga Helsingis

EVA LEEMET
Loov Eesti tegevjuht



Koos Marketingi Instituudiga korraldas Loov Eesti ekspordiprogrammi PESA+, kus lisaks koolitustele ja praktilistele töötubadele oli olulisel kohal rahvusvaheline mentorprogramm ja eksamiks rahvusvahelisel messil osalemine. 2017. aastal osaleti näiteks Helsingis Habitare raames Põhjamaade disaini esitleval Nordic Buzz messil.

Ettevalmistus hõlmas koolitusi Soome turu hinnastamispoliitika, messiboksi disainist ja väljapanekust, messikäitumisest jne. Kogu suve töötati ühtse meeskonnana, kus Loov Eesti tegeles tehnilise korraldusega, Marketingi Instituut koolitustega ja ettevõtjad oma välja-panekute ettevalmistamisega.

Viis päeva Helsingis pakkus programmis osalejatele u 55 000 messikülastajat, hulgaliselt ärikontakte, koostööpartnereid ja positiivseid emotsioone.

Ehtekunstnik Tanel Veenre, kes esines messil omanimelise ehtibrändi vikerkaarevärvilise väljapanekuga, hindas kõige kõrgemalt disainerite omavahelist võrgustumist. Pole ju ka Eestis eriti sagedasti kohtumisi, kus rääkida ja arutleda disainerist ettevõtja tegemiste üle. Ettevõtjad tegid oma tööd väga hästi ning märkimisväärne müügikäive andis kinnitust, et ollakse õigel teel. Kogu messi vältel pakuti osalistele ka mentortuge, mida ettevõtjad väga kõrgelt hindasid.

MIKS

Toetada loomeettevõtjaid ekspordiga alustamisel. Programmi lõpuks on ettevõtjatel paigas ekspordiplaan ja leitud esimesed läbirääkimiste partnerid sihtriikides.

KUIDAS

Viiekuuline programm koosneb veebipõhise koolitustest ja praktilistest töötubadest neljas põhiteemas:

- ekspordiplaan, ekspordiks sobiva toote või teenuse valimine ja ettevõtte toote või teenuse koht väärtusahelas
- eksporditurgude valik ja turu-uuringute läbiviimine ning uuringutest järelduste tegemine
- ekspordi ajakava ja selleks vajalikud ressursid
- ettevalmistus müügikohtumisteks, läbirääkimiste taktika, võrgustumine ning lepingute nüansid.

Programm lõpeb eksamiga, milleks on osalemine välismessil. Kogu programmi vältel toetab ettevõtjaid rahvusvaheline mentorprogramm.

KELLELE

Ettevõtjatele, kes soovivad ekspordiga alustada või on teinud selles suunas juba esimesi samme, kuid vajavad täiendavaid teadmisi.

”

PESA+ programm aitas saada hea ülevaate oma ettevõttest. Pidime keskenduma küsimustele, millega varem polnud tegelenud, nagu näiteks nõrkused ettevõttes või kuidas esitleda oma brändi, kuidas suhelda klientidega, aga ka millised on ettevõtte tugevused, eesmärgid ja kasvuvõimalused. See programm aitas mul iseendale selgitada, mida ma teen ja kuhu ma tahan minna. Veel oli hea tutvuda teiste samas staatuses ettevõtetega, et vahetada kogemusi ja nippe. Selle programmi kaudu sain ma väga häid kontakte inimestega, mis aitavad või on juba aidanud mind minu teekonnal.

LISA KRÖEBER

Lisa Kroeber Jewellery

Te saate sellest programmist rohkem kui iganes ette kujutate, olge vaid varmad kinni haarama erinevatest võimalustest, mida teile pakutakse. See on ebareaalselt praktiline.

MARGIT KIMMEL

Ampstükk

Lisaks logistilisele toele toodi meie juurde inimesi, kes võiksid meie toodetest huvitatud olla; meil aidati kontakte luua, pandi kõiges õlg alla. Sain teada, kuidas asjad käivad!

TARIELI LIPARTIA

Lucky Laika

Kõik põhiasjad olid professionaalselt organiseeritud ja saime keskenduda oma asjale. Meil vedas kõigega!

ANU RAJAMÄE

Koosdisain

Programmi algus oli väga hea meeldetuletus esimestest sammudest välisturu suunas ning programm lõppes eksamiga Nordic Buzzil. Välismessile lähed müüma, kuid tähtis on ka tunnetada turgu, saada aru sortimendist ning tabada hinnapunkti. Soome turg on üks esimesi, kuhu võiks katsetama minna. Programmis osalemine oli väga õige ja hea samm. Nüüd tuleb hakata veel suuremaid samme tegema.

EIGO SIIMU

Woolish

Disainiagent tegeleb võimaluste loomisega

EVE REINCKE

programmi SILD vilistlane ja disainiagent Hollandis

Disainiagendi positsioon ei ole veel Eestis väga levinud, kuid agent võib olla ettevõtetele äärmiselt oluline vahelüli välisurgudele liikumiseks.

Disainiagent tegeleb peamiselt loomeettevõtetele võimaluste loomisega kokkulepitud turgudel. Eesmärgiks on müügitehinguteni jõudmine ja pikaajaliste kliendisuhete ülesehitamine. Agent tunneb üldjuhul kohapealset turusituatsiooni ning tal on oluliselt lihtsam suhelda (potentsiaalsete) edasimüüjatega ning neid külastada, kui näiteks disainiettevõttel endal seda distantstilt korraldada.

Tulenevalt agenditöö vajalikkusest ka Eesti loomeettevõtetele, korraldas Loov Eesti 2018. aastal disainiagentide ettevalmistusprogrammi SILD, mille raames agente nõustati ja koolitati muuhulgas kogenud Soome agentide poolt. Rahvusvaheline messikogemus pärineb programmis osalenud agentidel näiteks Oslo disainimessilt Oslo Design Fair ja Amsterdami kodusisustuse ja kingituste messilt showUP (showUP Home and Gift).

AGENDI TÖÖS SISALDUB MUU HULGAS:

- turu-uuringute tegemine
- potentsiaalsete edasimüüjate, klientide kaardistamine ja kontaktide loomine
- müügipakkumiste tegemine ja huvilistele näidiste tutvumine
- kohapealse kliendisuhtluse ja müügiprotsesside haldamine
- klientide nõustamine väljapanekute osas
- müügivõimaluste leidmine nn shop-in-shop concept store'ides (kus ettevõtte saab teatud tasu eest oma müügiboksi ning sellega ka ligipääsu lõpptarbijani)
- ettevõtete esindamine messidel
- toetamine tootearenduse ning turunduse teemal (nt konkreetse turu spetsiifikast lähtudes).



MIKS

Suurendada Eesti disaini eksporti välisturul tegutsevate disainisaadikute võrgustiku kaudu.

KUIDAS

SILD annab teadmisi, loob praktilise õppe ja tegevuste kaudu kogemusi, aitab luua uusi kontakte ja kasvatada koostöövõrgustikku teiste agentuuridega. SILD koostöös PESA+ ekspordiprogrammiga seob agendid disainiettevõtetega, kes on potentsiaalsed kliendid.

KELLELE

Müügitoole orienteeritud avatud suhtleja, kelle firma on registreeritud Eestis ja kellel on:

- huvi/kogemus disainivaldkonna vastu
- vähemalt C1/C2 inglise keele tase
- kasuks tuleb elukoht välisriigis.



SOOVITUSED

- Palka agent, kui tunned, et välismaal oma toodete müümine on liiga töö- ja teadmismahukas.
- Leia inimene, kes ka oma isiksuseomadustelt sinuga hästi sobib.
- Tee kindlasti agendiga leping, kus kirjeldad täpselt poolte õigused ja kohustused.



Vaid kvaliteetne tootefoto aitab müüa

TRIINU SIMKIN

Väärt Raplamaa Toode

Veebipoes ja kataloogis jääb silma ja müüb paremini toode, millest on kvaliteetne ja läbimõeldud foto. Ka sotsiaalmeedia on muutunud ja muutub üha visuaalsemaks, mis tähendab, et teiste seast silma paista on üha raskem.

Kuidas aga koduste vahenditega hea tootefoto teha ja oma tegevustega silma paista? Sellest kõneles Raplas fotograaf Olev Mihkelmaa, kutsudes kohaletulnuid aktiivselt kaasa mõtlema ja rääkima. Osalejate ülesanne oli koolitaja näidatud fotode seast leida tootefotod. Seejärel arutati üheskoos, milliseid toodete omadusi on tahetud fotodel esile tuua. Rohke pildimaterjal tegi koolituse jälgimise lihtsaks ja arusaadavaks.

Õpetlik oli vaadata koolitusel osalejate endi tehtud tootefotosid, mis koolitaja oli enne kohtumist veebist välja otsinud. Fotode analüüsimise käigus said kõik tagasisidet oma seni tehtud fotodele ja kätte suuna, kuidas saaks paremini.

Kas tellija oskab alati oma soovi fotograafile selgitada? Arutelu käigus selgus, et osapooltel on tihti erinev arusaam tootefotode tellimisest. Ettevõtjad sageli ei oska anda fotograafile soovitud sisendit ja siis ei pruugi olla tulemus ootuspärane ning mõlemale osapooltele sobiv. Hea tulemuse saavutamiseks peaksid ettevõtjad oma vajadusi täpsemalt kirjeldama, fotograafid aga selgelt ja kliidile arusaadavalt oma tööd esitlema.

Koolituse praktikas said osalejad proovida ka ise oma tooteid erinevas valguses pildistada ja valgust käepäraste vahenditega suunata. Pilte võrreldes sai selgeks, kuidas üks või teine abivahend foto õnnestumist mõjutas.

Tootefotode koolitust korraldas Loov Eesti koostöös MTÜga Väärt Raplamaa Toode



KÄSITLETUD TEEMAD

- Toodete müük ETSY keskkonnas
- Hea tootefoto
- Tõhus pakend
- Projektijuhtimine
- Video kui internetiturunduse tööriist
- Kohalike teenuste disain
- Piirkonna atraktiivsus ja turismisihtkoha loomine





?

MIKS

Iga ettevõtte on unikaalne ja iga piirkond Eestimaal on ainulaadne. Personaliseeritud seminarid ja koolitused vajalikel teemadel

KUIDAS

Loengu ja töötoa vormis

KELLELE

Juba tegutses kohalikud loomeettevõtjad, kohaliku elu eestvedajad, omavalitsuste esindajad

!

HEA KOOLITUSE VIIS TÕDE

- Kaardista piirkonna ettevõtjate vajadused
- Osale koolituse ettevalmistamisel, andes koolitajale teada vajadustest ja jagades taustainfot
- Vali koolituseks paraja suurusega ning õhurikas ruum
- Informeeri eelnevalt ettevõtjaid koolituse kavast ja eesmärkidest
- Kogu tagasisidet, et järgmisel korral oleks tulemus veelgi parem

Mis teeksid, kui see oleks sinu väljakutse?

INDREK MARIPUU

koolitaja ja Loovusaida juht

Vastab tõele, kõik sai alguse juba kogunemisel ja kohvitamisel. Loovusaida ruumid on täpselt parajad selliste ürituste läbiviimiseks, inimestel pole põgeneda kuskile ning omavahel tutvumine seeläbi kergem. Ka asukoht on mõnus: Põlva linnast eemal, ligiduses metsad ja Neitsijärv. Rahulikus kohas keset loodust, igapäevakohustustest äralõigatuna, on ruumi uutele mõtetele ning lahendustele.

Igal üritusel saab sõna ettevõtja, kes on midagi märkimisväärset saavutanud. Sel korral jagasid oma kogemusi Kaido ja Liane Mäesalu, kes rääkisid, kuidas ja miks üks äri 23 aastaga ennast ammendas ja mida see neile on õpetanud. Nad keskendusid aga oma uuele algatusele, Liblikaia ideele. Kõneks oli, milliseid raskusi tuli käivitamisel ületada, mis neid motiveerib, miks nad väga paljusid inimesi oma klientideks ei soovi ja kas ettevõtte kasumiaruanne peab olema numbriliselt väljendatav.

Kõik kasumile suunatud ettevõtjad soovivad omale palju kliente. Kas klientide arv on ikka nii oluline? Liblikaia peremehe ja -naise jaoks mitte. Nad on loonud midagi, mida soovivad näidata kõigile liblikahuvilistele. Kaido ja Liane jaoks ei olnud traagiline ka ettevõtte kasumiaruanne, mis Töötukassa nõuete kohaselt peaks olema n-ö roheline esimesest tegevusaastast peale. Vastava keskkonna loomine võtab lihtsalt rohkem aega ja ressursse ning kasumi teenimine on Liblikaia loojatele alles teisejärguline.

Kindlasti said kõik Loovusaidas kohalolijad julgust ja kinnitust: tuleb jääda oma ideele kindlaks ning kõik raskused on järjekindlusega ületatavad.

Pärast Kaido ja Liane Mäesalu kogemuste jagamist toimus arutelu teemal „Kui see oleks minu väljakutse, siis mida ma teeksin?“. Moodustati kolmeliikmelised grupid, kes kõik said kordamööda sõna. Tekkis elav mõttevahetus, mille käigus saadi ka uusi ideid või olemasolevatele ideedele kinnitust ja julgustust.



”

See üritus on sulle täpselt nii kasulik, kui peale**TIKK**u sa ise oled.

INDREK MARIPUU



?

MIKS

Saamaks teiste kogemustest inspiratsiooni oma probleemide lahendamiseks.

KUIDAS

TIKK on kord kvartalis toimuv umbes kolmetunnine kohtumine Loovusaida studios Põlvamaal.

KELLELE

Ettevõtjad, kellel on pooleli või plaanis mingi tootearenduslik projekt ja/või kes maadlevad uue toote lansseerimise või ekspordi käivitamisega; kõik, kes oskavad ja tahavad teiste kogemusest õppida või lihtsalt silmaringi arendada.

!

SOOVITUSED

- Kutsuda tasub võimalikult erinevate elualade ettevõtjaid
- Inspiratsiooniesineja soojendab mõttevahetuse hästi üles
- Omavahelise suhtlemise ergutamine võimaldab kohalikel ettevõtjatel omavahel tuttavaks saada ja koostöösidemeid sõlmida

Loomemajanduse teeõhtud

JANA PAVLENKOVA

Prototroni juht ja Ida-Viru aktivist

Teeõhtu on loomeinimestele nagu pehme maandumine ärimaailma. Kohe ei saa rääkida ärimudelitest ja müügikanalitest ning tegelikult polegi mõtet, sest loomeettevõtja jaoks on need teemad algul pigem keerulised kui lihtsad ja loogilised.

Mitteformaalsete teeõhtutega alustasime 2017. aastal. Esimene kohtumine toimus Toila Sadamasalongis. Kohale kutsusime loomeettevõtjaid üle Eesti, et arutada nende lugude, õnnestumiste ja ebaõnnestumiste üle. Loomettevõtte kasv on üsna sarnane loomeprotsessiga: inspiratsioon, sõprade tugi, avastused, vigadest õppimine ja pidev kasv, samas endale ja oma arusaamadele truuks jäämine. Need on ilusad lood, mida inimestele meeldib kuulata ja nende üle arutleda. Need on lood, kust õppida ja end võrrelda, mistõttu loomemajanduse teeõhtute sari ka populaarseks osutus.

Teeõhtutega soovisime edasi anda sõnumit, et sõltumata ettevõtja praegusest asukohast saab viia loomeäri rahvusvahelisele areenile. Ja üks hea nipp, kuidas kohalikku kogukonda aktiveerida: kutsusime alati ühe loomeettevõtja, kel on side Ida-Viruga, näiteks töö-, elu- või sünnikoht. See kandis edasi tõelist teeõhtu atmosfääri ja aitas külalistel suhestuda esinejatega.

Arutelud olid keerulistel teemadel, aga vabas vormis ja raamideta.

KES OLID KÜLALISED?

- Pavel Sidorenkoga viisime kokku disaini ja käsitöö, selgitades, mis on loomemajandus ja miks see oluline on. Rääkisime sellest, kuidas traditsioonidest kasvavad välja trendid.
- Ampstükiga vestlesime, kuidas isiklikest vajadustest võib välja sirguda ettevõte.
- SprayPrinteriga arutasime, kuidas väga noor ettevõte saab minna rahvusvahelisele areenile.
- Oksana Tanditi ja SOMAga arutasime moetrendide ja moeäri spetsiifikate üle.



MIKS

Loomemajanduse võimaluste ja ettevõtlike loovisikute tutvustamine Ida-Virumaal

KUIDAS

Pärastlõunane vestlusring edukate ja inspireerivate esinejatega üle Eesti

KELLELE

Ettevõtjad, käsitöötajad, alustavad ettevõtjad ja toimuvast huvitatud inimesed Ida-Virumaal

Teiste kogemus julgustab ja paneb tegutsema

KARL VETEMAA

Loov Eesti kommunikatsioonispetsialist



Vabas vormis suhtlemist ja kogemuste jagamist soodustavad ettevõtmised aitavad loovisikuid, ettevõtjaid ja kohalikku kogukonda omavahel lähendada, võrgustuda.

2018. aasta teises pooles liitus Loov Eesti koostööpartnerina Tapa vald, kus on seatud prioriteediks edendada loomemajandust. Üheskoos leidsime, et teeõhtute korraldamine sobiks väga hästi ka Tapale, et kogukonda liita, julgustada inimesi teiste kogemustest õppima või miks mitte ka loomeettevõtlusega tegelema hakkama.

Avaõhtu teemaks oli disain, käsitöö ja ettevõtlus. Oma kogemusi jagasid ehtekunstnik ja graafik Kärt Summatavet ning käsitööettevõtja Evelin Teiva ettevõttest MTÜ Paberihaldjas. Järjekorras teine kultuurikohvik tõi kohale loomemajanduse eksperdi ja muusikavaldkonnas start-up-ettevõtja Juko-Mart Kõlari ning fotograafi ja ettevõtja Tiitu Heinsoo. Mõlema inspiratsiooniürituse vastu oli huvi suur ja andis kinnitust, et taolised üritused on Tapa vallale ja ümberkaudsetele elanikele vajalikud. Erinevatest valdkondadest inimestel on tihti suhteliselt sarnase iseloomuga probleemid. Lahendus võib olla aga lihtsam, kui arvata osatakse. Kogemuste vahetamine keeruliste eluliste teemade üle julgustab inimesi edasi tegelema või alustama ettevõtlusega. Sellised üritused aitavad hästi ka sotsiaalset võrgustikku laiendada ja uusi koostööpartnereid leida, sest kokku tulevad loomeettevõtjad ja sarnaselt mõtlevad edumeelsed inimesed.



SOOVI TUSED

- Ära eelda, et kõik teavad, mis on loomemajandus
- Kohalike tegijate lood kõnetavad kõige enam
- Ära karda rääkida ka ebaõnnestumistest

Head ideed tulevad väljaspool mugavustsooni, aga kas alati?

KARL VETEMAA

Loov Eesti kommunikatsioonispetsialist

„Täna on minu ülesandeks teha teie olemine võimalikult ebamugavaks, sest ainult väljaspool mugavustsooni on võimalik jõuda tõeliselt innovaatiliste ideedeni,“ sõnas alustuseks koolitaja Indrek Maripuu tudengitele lisraelist ja Eestist tootearendusideede crowdsourcing-töötoas.

Esimest korda Tartus toimunud uus tootearendusideede ühisloome (ingl crowdsourcing) töötuba tõi kohale 38 disaini- ja äritudengit lisraelist ning Eestist. Töötuba andis tudengitele võimaluse lahendada rahvusvahelises meeskonnas Eestis tegutseva ettevõtte tootearenduse väljakutseid ja õppida kasutama klassikalisi teenusedisaini ja äriidee arendamise tööriistu.

Päeva alguses ei teadnud ega osanud ükski osaline päris täpselt ette kujutada, mis toimuma hakkab. „Ma kartsin, et tuleb igav ja teoreetiline päev, aga ma eksisin,“ rääkis üks tudeng Eestist. Teine nõustus temaga, lisades, et põnev oli ajusid ragistada koos tudengitega lisraelist, sest lähenemine ülesannetele oli kohati väga erinev. Üritusel osalenud Mihklile meeldis eriti ideede genereerimine erinevate piltidega, sest see toimis väga hästi. „Kasutan seda kindlasti veel,“ lisas ta.

Lähteülesande said tudengid disainitoodete ja mööbli-

tootmise ettevõttelt Sisuko, mis valmistab koostöös sisearhitektidega eritellimusmööblit. Ülesandeks oli päeva lõpuks esitada innovaatilisele lauale uus tootepakendiidee või mõelda välja uusi tooteid, mis kuuluksid innovaatilise lauaga n-ö ühte perekonda.

„Minu teada pole Eestis varem konkreetselt ühe ettevõtte näitel tootearendusideid crowdsource'itud,“ rääkis üritusest Indrek Maripuu. „Küll aga on palju näiteid valdkondade ülestelt arendusmaratonidelt.“

Osalejatele andis töötuba ühtlasi ka hea ülevaate sellest, kuidas toimub ettevõtetes tootearendus ja kuidas on võimalik lahendada tootearenduse väljakutseid. Mööbli-ettevõtte jaoks peitus kasu suures hulgas läbitöötatud ideedes, mis on vabad me-oleme-ju-alati-nii-teinud-hoiakust.

Jeruusalemma Bezalel Academy ja The College of Management Academic Studies (The COLLMAN) tudengid, kes töid kaasa oma kogemused ja praktikad kodumaalt, lisasid kogu üritusele rahvusvahelist väärtust. Iisraeli tudengid osalesid töötoas rahvusvahelise projekti CLEVER raames.



**MIKS**

Pakkuda ettevõtetele kogemust loovmeeskondade ja loovate tööriistade rakendamisest oma probleemide lahendamisel ja ärimudeli värskendamisel; esitada väljakutse tudengitele

KUIDAS

Meeskondadesse jagatud osalejad lahendavad sama ülesannet, kasutades klassikalisi teenusdisaini ja ärimudeli disaini tööriistu

KELLELE

Tudengid ja ettevõtte, kes tegutseb B2C turul

**SOOVITUSED**

- Keskendu ühele konkreetsele probleemile
- Hea lahenduse leidmiseks tuleb varuda aega
- Ettevõttel tuleb hiljem varuda aega, et ideed läbi töötada

Ida-Virumaa õppereis

SAIMA PIISNER

SA Järvamaa Arenduskeskuse ettevõtluskonsultant

Loov Eesti ja Järvamaa Arenduskeskuse koostöös sündis kahepäevane õppereis Ida-Virumaale, mis andis ülevaate, kuidas arendada turismitooteid ja leida koostöökohti. Kohtuti turismiorganisatsioonide juhtidega ja koguti ideid edulugudest.

Ida-Virumaa on reisisihtkohana väga hea näide, sest piirkonna tuntus on väga palju tõusnud ning seal tehakse omavahel koostööd eesmärgipäraselt. Ida-Virumaa on mõne aastaga kerkinud viiendaks turismi sihtkohaks Eestis.

Õppereis toimus 14.–15. märtsil 2017, algusega Paide Kultuurikeskuse juurest. Kohtumised toimusid Narva Kreenholmi territooriumil, Narva Victoria bastionis, Narva kindluses, Mäetaguse mõisas, Aidu veesportideskuses, Eesti kaevandusmuuseumi külastuskeskuses, Kiviõli seikluspargis ja Avinurme puiduaidas.

Õppereisil osales 30 inimest, kelle hulgas oli ettevõtjaid, arendustöötajaid, turismiasjalisi ja muid huvilisi.

Narvas näitas Narva kindluse giid endisaegset linna hiilgust Narva Kreenholmi. Kui ta tutvustas endise tehase hoonetega seotud plaane, ei tekkinud hetkekski kahtlust, et ühel päeval saavad need ideed ellu viidud. Giid viis reisirahva ka linnatuurile, kolledžisse ja raekotta. Paljudele oli esmakordne ja põnev külastus Narva kindluse bastionide kasemattidesse, mis eelmisel suvel korda tehti ja külastajatele avati. (Kasematt on kindlusehitise võlvjas siseruum, mis peab vastu pidama tulistamisele ja pommitamisele.)

Päeva teise poole veetis grupp Mäetagusel sealses mõisas, käsitöömajas ja mõisahotellis. Käsitöömajas kääriti käised üles ja asuti juhendaja juhatusel seepi keetma. Niikaua kui keedus vormides hangus, valmistati

oma käsitööseebile kaunis pakend ning tehti maja tutvustav tuur. Igaüks sai koju viia omatehtud roosa-rohelise seebi. Õhtu möödus Eesti kõige soojemas SPAs ning talveaias omavahel suheldes. Mäetaguse on äraütlemata mõnus ja rahulik paik.

Järgmisel hommikul mindi kõhedat kevadtuult trotsides karjäärisafarile. Seiklusi pakkuva Adrenaator Grupi retkejuht paigutas kõik järvakad autodesse ja viis Aidu karjääri seiklusrajale. Tänu selga tõmmatud soojadele riietele külm ei olnud ja elamus kõigile 100% positiivne. Pärast safarit tehti tiir Kohtla kaevanduse rikastusvabrikus ja tutvuti päris tõelise kaevuri saatel põlevkivi kaevandamise ajalooga. Kiviõli seikluskeskus tutvustas oma põnevaid tegevusi.

Mida aeg edasi, seda selgemaks sai, et tegu on maa-konnaga, kus ideed täituvad.

Teise päeva õhtupoolikul keeras buss nina Avinurme poole. Avinurme puiduaidas istuti pika laua taha ja õpitoas maaliti puidule kaunistusi. Kõik, nii mehed kui naised, tundsid rõõmu värvimisest ja oma kätega millegi valmis tegemisest. Kohtumiselt viis igaüks koju kaasa oma isikliku liblikaga prossi või magneti. Ise tehtud, hästi tehtud.

Juhuslikult olime valinud külastatavate paikade hulka need, mis on pärjatud Põhja-Eesti parima turismiobjekti tiitliga. Saadi palju häid mõtteid ja uusi ideid. Kõigest saab ja võib õppida, nii kehvast kui ka heast, ja turismiettevõtjal on kõige loomulikum viis õppimiseks libistada end turisti kingadesse, olla ise turist.

Õppereisi toetas MTÜ Loov Eesti koostöös Ettevõtluse Arendamise Sihtasutusega — Euroopa Regionaalarengu Fondi vahenditest



MIKS

Heade mõtete kogumine, kontaktide loomine ja kogemuste vahetamine

KUIDAS

Kuni kahepäevased väljasõidud Eesti eri piirkondadesse ja loomevaldkondadega seotud paikadesse

KELLELE

Ühe piirkonna loomemajanduses tegutsejad kohtuvad mõne teise piirkonna sama valdkonna tegijatega



SOOVITUSED

- vali kohti, kus reisijad käinud pole
- elavda reisi mõne töötoaga
- kohtu reisi käigus sealsete kolleegidega ja tutvu maakonna loomemajanduse arenguplaanidega
- loo koostöökontakte.

Millele pöörata tähelepanu ja kuidas loomemajandus saab aidata

KARL VETEMAA

Loov Eesti kommunikatsioonispetsialist

Oleme Eesti eri piirkondades peetud Loomemajanduse Akadeemia ürituste raames käsitlenud loomemajanduse mõju linnaruumile, ülekandumisefekti, disainmõtlemise võimalusi, festivalide majanduslikku mõju, pärandkultuuri majanduslikke võimalusi ning loomesektori äriplaanide erisusi. Sellega teemade ring ei ammendu ja Loomemajanduse Akadeemia tegevus jätkub.

Avameelselt loomemajandusest

„Loomemajandus on majandusharu, mis rõhub meie emotsioonidele. Kultuuris osalemine ja innovatsiooni-võimekus on omavahel korrelatsioonis nii üksikisiku kui ka riigi tasandil. Loomettevõtete ärimudeli edukuse prognoosimine ei ole vähem ettearvatu kui mistahes teise majandusharu ärimudeli õnnestumise prognoosimine,“ rääkis Loomemajanduse Akadeemias maailma kõige kiiremini arenevast majandusharust loomemajanduse tippspetsialist, Creativity Labi asutaja ja juhtivpartner Ragnar Siil. Ta on organiseerinud projekte ja koolitusi, teinud ettekandeid ning nõustanud valitsusi ja kultuuriorganisatsioone enam kui 25 riigis nii Euroopas, Aasias kui Aafrikas.

„Oluline on vaadata loomemajandusega seotut tervikuna, mitte läheneda sellele kui silotornidele, nähes üksnes kulu, seostamata seda teises tornis tekkiva tuluga,“ selgitas Ragnar oma värvikas ja inspireerivas kõnes. Tegi ettepanekuid ja pakkus lahendusi Loov Eesti partneritele üle terve Eesti.

Tugev äriplaan ja disainmõtlemine

Tähtis on juurutada majanduses ja ka inkubatsiooni-programmides juba varakult disainmõtlemist, mis aitab ettevõtjal aru saada, kelle probleemi lahendatakse,

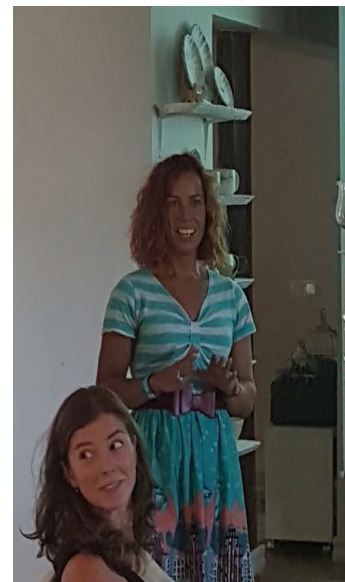
milleks ollakse võimelised ja suutelised. Kesksel kohal on siin teenusedisain, kus ettevõtte töö on korraldatud ja arendatud kliendi seisukohast lähtudes, kasutades disainmõtlemist ja disainiprotsessi.

Disainmõtlemise juurutamine aitab luua teenustele uut või senisest suuremat väärtust. On tähtis, et teenused ja tooted lähtuksid inimeste eelistustest ja vajadustest.

Väga tähtsal kohal on ka ärimudel ja -plaan, mis mitte üksnes ei sobi kõikidele organisatsioonidele, vaid on lausa hädavajalik. Esmapilgul võib tunduda ärimudeli kirjapanek küll liialt aegavõttev, kuid on eduka ettevõtte või organisatsiooni ehitamisel äärmiselt oluline. Sealjuures ei tähenda edu tingimata suurt kasumimarginaali ja palju kliente.

Teenusedisain kui lahendus

Design Mindsi asutaja ja disainmõtlemise treener Jane Oblikas rääkis Loomemajanduse Akadeemia disainmõtlemisele pühendatud üritusel disaini olemusest ja selle erinevatest liikidest. Ta tõdes, et kahjuks pole enamikus Eesti ettevõtetes disainil mingisugust rolli toodete või teenuste arendamisel. Ent selleks, et esile kutsuda innovatsiooni, peab olema disain ja disainmõtlemine ettevõtte strateegia osa. Edukatel firmadel on disain in-



RUUM JA MÄLU

irvisandid



tegreeritud arendusprotsessidesse. Positiivsete näidetenä nimetas ta Cleveroni ja TransferWise'i.

Disainmõtlemine aitab ettevõtjal aru saada, kelle probleemi lahendatakse, milleks ollakse suutelised ning seejärel defineeritakse probleem ja alustatakse ideede genereerimisega. Kui see tehtud, ollakse valmis lahenduse disainimiseks, prototüüpimiseks, testimiseks ning lõpuks elluviimiseks.

See on protsess, mis kordub üha uuesti, sest iga teenuse ja toote eesmärgiks on pakkuda positiivset kogemust igas punktis, kus ettevõtte või organisatsioon kliendiga kohtub. Protsessi oluliseks osaks on oma toodete, teenuste ja tegemiste pidev hindamine, testimine ja töö ümberkorraldamine inimese vaatest lähtuvalt. Nii jõuab inimesekeskse lähenemiseni, mis viib tõhusalt ja mõjusalt eduni.

Ülekandumisefekt

„Kultuurivaldkonnas keskendutakse kultuuri sisemistele väärtustele ja öeldakse, et kultuurile ei saa panna hinnalipikut. Loomemajanduse arutelu põhjal peaks väitma, et kultuuril on sisemine väärtus, aga on ka muid väärtusi — näiteks majanduslik väärtus,“ rääkis Loomemajanduse Akadeemia ülekandumisefektile keskendunud üritusel rahvusvaheliselt tunnustatud kultuuripoliitika ja loomemajanduse ekspert Ragnar Siil Creativity Labist. Isegi kui kultuurivaldkonnas tegutsev MTÜ ei ole kasumile orienteeritud, loob kultuur enda ümber siiski väärtust ja sellest võivad ümberkaudsed ettevõtted. „Seda nimetatakse ülekandumisefektiks — tahame või ei taha. ümberkaudsed ettevõtted ja inimesed võivad.“

Seni käsitletud teemad

- Loomemajanduse olemus
- Ärimudelid loomemajanduses
- Disainmõtlemine kui tööriist
- Ülekandumis- ehk spillover-efekt
- Arhitektuur on meie ühislooming
- Festivalide mõju kohalikule elule
- Pärandkultuuri bränding
- Filmi mõju kohalikule elule

Eesti Konjunktuuriinstituudis tehtud kultuuri- ja spordisündmuste majandusliku mõju uuringust selgus, et iga festivalile kulutatud euro toob festivalipiirkonda tagasi keskmiselt neli eurot tulu. Kõige halvemal juhul toob tagasi korraldamisele kulutatud euro.

Arhitektuur on ühislooming

„Arhitektuur pole ehitiste väljanägemine, vaid ruumikogemus, see mõjutab meie sotsiaalset käitumist, elukvaliteeti, tervist, heaolu, produktiivsust ja konkurentsivõimet,“ rääkis Arhitektuurikeskuse juhataja Raul Järg Loomemajanduse Akadeemia arhitektuurile pühendatud üritusel Järvamaal. Ta rõhutas mõtet, et arhitektuur on ühislooming, mitte arhitekti eraprojekt. „Kui tellija ei tea, mida tahab või kui tema soovid pole keskkonnaga kooskõlas, on arhitektil võimatu midagi head luua,“ sõnas ta.

Arhitektid on ka probleemilahendajad. Väite illustreerimiseks tõi lektor näite ajaloost. „19. sajandil oli peamine probleem linnas hobusesõnnik, sõnnikukuhjad olid mitmemetrised. Probleemi lahendasid 20. sajandil autod ja tuli hakata projekteerima autodele sobivaid teid, autod aga töid omakorda kaasa uued probleemid — kuhu kõik sõidukid mahutada ja mis saab jalakäijatest.“ Mis 20. sajandil oli linnakujunduses modernistlik ja tundus utoopiline, on tänapäeval reaalsus.

Festivalide roll majanduses

„Kas muusikaga tegelemine on töö või hoopiski lõbu?“ küsis Music Estonia juht Virgo Sillamaa. Kuigi esinemine publiku ees võib tunduda ainult lõbuna, on see siiski muusikute jaoks töö. Ta tõi välja, et muusikut palgates ei mõelda tihti, mis sellega kaasneb. Arvatakse, et palgates muusiku, maksame esinemise eest. Tegelikult eelneb esinemisele palju tööd, aega ja rahakulu: instrumendid ja tehnika, proovid, koht proovide tegemiseks, transport peokohta ja tagasi, turundus ja koduleht, maksud, tasud manager'ile või agendile, kindlustus ja kõik teised tavapärase elamiskulud. Eesti Konjunkturi Instituudi loomemajanduse kaardistuse (2018) järgi oli Eestis 2015. aastal 2169 muusikaettevõtet ja -organisatsiooni. Muusika tuumikvaldkondade kogutulu oli 2015. aastal 86 mln eurot, koos sidusvaldkondadega 141,4 mln eurot.

Jazzkaare produtsent ja turundusjuht Eva Saar tõi välja, et igal aastal jäetakse Jazzkaare raames Telliskivi loomelinnakusse 250 000 eurot — võidavad ümberkaudsed ettevõtted. Seda nimetatakse ülekandumisefekti (Spillover-effect), mistõttu toetab ettevõtmist ka Telliskivi loomelinnak ise. Eesti festivalide maastik on kirju ja konkurents tihe, arvestada tuleb ka rahvusvahelise turuga.





?

MIKS

Loomemajanduse alase teadlikkuse suurendamine, erinevate loomevaldkondade tegevuste tutvustamine läbi majandusliku kasu prisma

KUIDAS

Kahepäevane väljasõit: tutvumine piirkonna loomemajandusega ning loeng ja töötuba valdkonna eksperdi juhtimisel

KELLELE

Piirkondade loomemajanduse eestvedajad, programmi koostööpartnerid, kohaliku omavalitsuse esindajad

!

LOOMEMAJANDUSE AKADEEMIA

- võimaldab avada loomemajandust erinevatest külgedest
- esinejad on oma ala tippeksperdid
- kahepäevane formaat lisab väärtust omavahelise suhtlemise võimaldamisega
- kohtumised mõne teise piirkonna loomemajanduse eestvedajatega inspireerivad
- uued teadmised kinnistuvad reaalse probleemide lahendamisel töötubades.

Milliseid võimalusi olemasolevad ärid ei märka

INDREK MARIPUU
Loovusaît



Indrek Maripuu on
Loovusaida juhtiv partner,
strateegiakonsultant ja
juhtimiskoolitaja

indrek@maripuu.eu

Umbes sada aastat tagasi märkas üks Stockholmi raudteejaama juuksur, et pangad pole tabanud turiste enda juurde raha vahetama meelitada. Kuna see juuksur rääkis mitmeid keeli, siis hakkas ta oma salongis ka raha vahetama. Uus äri oli tulus ja varsti palkas ta selle tegevuse jaoks eraldi inimese.

Kõik oli kena kuni vana juuksuri surmani. Siis enam justkui ei olnud kena: oli juuksurisalong, kus polnud juuksurit, aga see-eest sai raha vahetada. Tegelikult oli ikka kena: abiline pani välja uue sildi, nüüd oli sellel kiri „Rahavahetus“. Firma, muide, tegutseb tänaseni — juba ammu on nende nimi Forex Bank.

Kui sulle tundub ettevõtlus põnev, aga sa pole sellega alustanud, sest head ideed ei ole, siis mõtle, mis võimalused on otse sinu nina all, mida teised pole veel märganud. InnoLab on töötoa formaat, kus olemegi aidanud osalejatel võtta aluseks mõni juba olemasolev toode või teenus ning otsida viise selle paremaks tegemiseks. Julgustame otsima ideid, mis ületavad klientide ootusi, muudavad sektoris siiani valitsenud arusaamasid ning defineerivad ümber konkureerimise aluseid.

See on tegelikult niivõrd lihtne, et igaüks võib seda ka omal käel proovida.

Otsimise koht nr 1: valdkonna dogmad

Küsi endalt, kui tihti sa arutled dogmade ja nii-on-ju-alati-tehtud-tegutsemisviiside üle. Alusta sellest, et mõtled, mis on nn rusikareeglid sinu valdkonnas ja miks need ikka kehtivad. Mis juhtuks, kui ei kehtiks? Analüüsi iga rusikareeglit eraldi.

Nii on teinud Moskvast alguse saanud kohvikukett Tsiferblat, kes seadis kahtluse alla selle, et kohvikus peab toidu eest maksma — nende juures on kogu toit kohapeal söömiseks tasuta. Tõsi, maksmata ei pääse, maksta tuleb hoopis laua ääres istunud aja eest. Ah et mis on selle ratsionaalne iva? Turunduslik eristumine: kohvik on tänu sellele vimkale saanud väga palju tähelepanu nii kohalikus kui rahvusvahelises meedias.

Või Amazon Go, kes kaotas poodidest kassad — võta kaup ja mine koju. Ah et kuidas see töötab? Uuri ise välja, äkki leiad juba otsimise käigus inspiratsiooni ka ise midagi uudsel viisil teha.

Otsimise koht nr 2: trendid

Kas võtad aega selleks, et uurida, kuhu maailm liigub? Tegeled trendide valguses valdkonna mõtestamisega? Otsi endale allikaid, mida jälgida, ja planeeri aega, et saaksid loetu üle mõtiskleda. Veel parem, kui leiad võimalusi nende üle kellegagi arutleda. Mida need muu-

datused tähendavad vaatlusalusele valdkonnale?

Selles vallas on edukas näide eestlaste poolt 2014. aastal asutatud parima elupaiga otsimootoriks nimetatud Teleport. Firma loomise tõukeks sai trend, et maailmas kasvab kiirelt selliste inimeste hulk, kes ei tööta oma päritoluriigis. Kolm aastat peale asutamist ostis selle ettevõtte ära töötajate kolimisega ja kaugtöö korraldamisega tegelev USA firma Move Guides ning ühendatud ettevõttest sai valdkonna globaalne liider.

Otsimise koht nr 3: kliendi vajaduste muutumine

Kas saad aru, mis oskused loovad selle toote või teenuse kasutajale väärtust ning mis probleemi need tema jaoks lahendavad? Mille jaoks ta seda toodet homme võiks kasutada? Või mille pärast ta selle kasutamisest võiks loobuda? Mõnikord aitab asju perspektiivi panna, kui mõtled, kuidas ta neid probleeme lahendas viis või kümme aastat tagasi.

Näiteks disainis innovatsiooniplatvormil jovoto.com meeskond nimega Artrocker töölauda ja -tooli, mille vabakontoris töötav inimene saab „kokku pakkida“ ja riiulisse panna. Tema jaoks säilib privaatsus, sest tekib lukustatud kapp, mida teised ei saa avada. Vabakontori operaatori jaoks säästab see lahendus ruumi ja võimal-

dab samal ajal pakkuda igale kliendile isikliku töölauda. Kümme aastat tagasi poleks sellist toodet olnud vaja välja mõelda, sest vabakontoreid polnud.

Mis on tulemused?

Mõnikord tekib selle protsessi käigus särav uue toote või teenuse idee, enamasti aga on vaja neid tulemusi sünteesida ja sõnastada fookustatult ideid otsiva ajurünnaku küsimus „Mida teha selleks, et ...“, kus punktiiri asemele kirjutad eelneva põhjal defineeritud väljakutse. Ilma selle eeltööta aju ründama minnes puudub ajurünnakul fookus ning tulemus on juhuslik.

Niisiis, võta ette mõni kasvõi juhuslik toode või teenus ja märka, mida toote omanik ei märka. Elu on lihtne.



EKSPERT SUUNAB

Kuidas tuua päevavalgele rikkused, mida esmapilgul ei näe

JORMA SARV
Creativity Lab



Jorma Sarv on
Creativity Labi partner

Jorma.Sarv@creativitylab.ee

Tohutu hooga üleilmastuvas maailmas, kus ka kõige kaugemal toimuv võib vähem kui sekundiga meie nuti-telefoni jõuda, on vahel tervistav mõelda, et suur osa meid köitvaid nähtusi on oma alguspunktis ikkagi kohalikud. Ka maailmakuulus festival, kunstiateljee või veinimõis on oma mõttelise DNA kaudu seotud konkreetse paiga ja seal elavate inimeste ideede, probleemide ning lahendustega. Samas pole see lihtne seos sageli piisavalt teadvustatud. Siit võrsub küsimus, kuidas kohalikku elu mõjutav väärtus esmalt üles leida ning seejärel arusaadaval viisil nähtavaks teha.

Üks on siiski selge: tähenduseta või lugudeta paiku pole olemas, vähemalt Eestis kindlasti mitte. Meie jaoks Creativity Labis on alati põnev kohtuda küsimusega, milline on ühe või teise paiga potentsiaal loomemajanduse arendamisel. Hea võimalus nende tegurite avamiseks on koostada valdkonna peamisi sihte ja toimimist kirjeldav arengukava, mille valmimise protsess täidab korraga mitut olulist eesmärki.

Miks koostada kultuuri- või loomemajanduse valdkonna kohalik arengukava

Esiteks on mõistagi tähtis sõnastada prioriteedid ning saada selgust, millised stsenaariumid on kohaliku elu

edendamisel kõige mõjusamad. Samavõrra oluline kui oma kodukoha unikaalsuse ja sellest tulenevate võimaluste kirjeldamine, on kogu arutelu protsess. Sinna võiksid olla kaasatud kõik, kelle tegevused on seotud loova potentsiaali, kunstide ja pärandi või loomemajandusega. Kaasa tuleks kutsuda ametkonnad ja organisatsioonid, mis valdkonnaga kokku puutuvad (kultuur, haridus, turism, muu ettevõtlus jt) ning mõistagi kogukonnad ise, kelle poolt ja kelle heaks see kõik sünnib. Meie kogemus kohalike strateegiate koostamisel on, et mida avatum ja arusaadavam on paberi kirjutamise protsess, seda suurem on tõenäosus, et sünnib enamat kui järjekordne paber.

Millist lisaväärtust hästi läbimõeldud arengukava pakkuda suudab

Hea arengukava puhul on paberile pandud sõnastus vaid üks osa lõpptulemusest. Vähemalt samavõrd oluline on toetada tegijate koostööd ning kasvatada usaldust ja sellist suhtlemisviisi, kus headel ideedel on vabadust tekkida ja hingata. See omakorda toob kaasa kõrvuti toimivate eluvaldkondade suurema sünergia (näiteks kohaliku kultuuri panus koolipäevade kujundamisel või turismi edendamisel) ning vähendab vastuolusid ja kommunikatsiooniriske. Nii võib lühikesest arengukava väljatöötamise protsessist välja kasvada pikaajaline koostööplatvorm, mis suudab kaasata ja luua uusi ideid ning neid ka ellu viia. Sellest sündiv ühine väärtus, olgu see siis kohaliku või suurema leviulatusega, ongi iga kultuuri- ja loomemajanduse arengukava peamine siht.

Kuidas saavad kohad ennast atraktiivsemaks muuta

PÄRTEL-PEETER PERE
Future Place Leadership



Pärtel-Peeter Pere on partner ettevõttes Future Place Leadership ning korraldab iga-aastast konverentsi Nordic Place Branding Conference

@paertel (twitter)
www.futureplaceleadership.com
nordicplacebranding.com

21. sajand on linnade sajand. Sir David Attenborough' sõnul on inimese loomulik pesitsusala nüüdseks linn, kuna üle poole maailma elanikkonnast elab linnades. Riigid ja linnad võistlevad nüüd tööjõu nimel.

Väiksemad linnad aga võitlevad tihtilugu ei muu kui ellujäämise nimel. Et noored ei pageks või vähemasti naaseks õpingutelt välismaalt või Tartust, Tallinnast. Eesti on osa Põhjamaadest ning meie jagame naabritega elatustaseme erinevusest ning rahulikumast lähiajaloost hoolimata suuresti sama muret: väiksed linnad jooksevad tühjaks, pea kõik kolivad suurematesse linnadesse.

Appli tõttab ettevõtlik vaim. Tulemus pole garanteeritud, aga keegi muu meid päästma ei tule. Põhjamaades ja mujal Euroopas on hakatud avaliku ja erasektori koostöös katsetama erinevaid võimalusi, kuidas inimesi motiveerida jääma või naasema nende linna elama. Mis on selliste algatuste edu saladus? Õnnestunud projekte iseloomustab jagatud mure ja olukorra tõsiduse mõistmine, koostööoskus ning valmidus katsetada.

Väga tähtis on ettevõtlikkus: mõeldakse loovalt, ollakse nõus eksimisega leppima ning tegutsetakse tulemuste nimel. Ei leita vabandusi, vaid võimalusi.

Põhjala näited

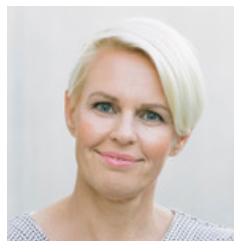
„Prøv en ø“, ehk otsetõlkes „proovi saart“ on algatus Taanist, kus taanlased pakkusid võimalust elada mõnda aega Anholti saarel. „Provgute“ oli samalaadne algatus Rootsisis Ojamaal. Kujutage ette, mida sellise ettevõtmise läbiviimine tähendab. Keegi peab seda tööd vedama, kinnisvara omanikega rääkima (kas nad on nõus majutama, miks mitte soolase turistihinna eest); kas koolid ja lasteaiad annavad koha keset õppeaastat (kuigi nad tavaliselt nii ei tee); kas tööandjad aitavad korraldada vastuvõtu ja pakkuda töökohti? Kas linn aitab turundada seda kõike? Kas turismi turunduseelarvest saab selle jaoks raha küsida? Ja nii edasi.

Soomes on riiklik rahvusvaheliste talentide meelitamise programm „Talent Boost...“. Minu ettevõttel oli au kirjutada neile käsiraamat „Talent Boost Cookbook Finland...“, mis võtab kokku erinevad projektid nii suurtes kui väikestes linnades. Eesti linnad võivad lugeda netist ingliskeelsena kättesaadavaid soome näiteid ja uusi mõtteid saada.

Eesti on suurem kui Tallinn. Siin saab samasuguseid asju teha. See nõuab ettevõtlikkust ja järjepidevust. Linnadelt nõuab see paindlikumat suhtumist, julgust katsetada ja aidata teistel katsetada. Nemad peavad toetama kohalikku ettevõtlust, et inimestel oleks uues (või vanas) kodulinnas midagi teha ja hea olla. Mitte keegi muu seda ei tee. Tähtis on kohapõhiselt mõelda ja koos tegutseda.

Otsides väärtust ja tähendust loovat lahendust, kasuta disainmõttlemist

JANE OBLIKAS
Design Minds



Jane Oblikas on innovatsioonibüroo Design Minds asutaja ja disainmõttlemise treener, Eesti Disainikeskuse juht 2011-2017. Jane on Disainmõttlemise konverentsi ellukutsuja ja kuraator. Uuri lähemalt designminds.ee ja www.dmkonverents.ee

Disainmõttlemine on loov ja kasutajakeskne probleemi lahendamise viis. Siinjuures vajaks iga sõna natuke täpsemat seletust.

Disainmõttlemine on loovmõttlemine. Loovuse näol ei ole tegemist oskusega, mis on omane ainult loov-inimestele selles tähenduses, nagu võib-olla olime harjunud mõtlema alles kümme aastat tagasi. Tänapäeval seostuvad loovusega ka sellised märksõnad, nagu innovatsioon, uued lahendused, kastist välja mõttlemine, muutuste juhtimine, paindlikkus ja elastsus. Loovus ehk võime jõuda uute (ja kasulike) ideede ja lahendusteni on meis kõigis sünnipäraselt olemas. Aga me peame sihipäraselt töötama sellel nimel, et anda loovusele ratsionaalses ja analüütilises maailmas võimalus. Selleks et loovusel oleks meie ettevõtmistes ruumi, on vaja positiivset ja avatud hoiakut, mingit kindlat protsessi, kuidas uute ideedeni jõuda ning keskkonda, mis toetab uut lähenemist, lubab katsetamist ja loomulikult ka eksimist.

Disainmõttlemine on kasutajakeskne. Disainmõttlemise keskmes on inimene, kelle heaks me lahendusi loome ehk kasutaja. See tähendab kasutaja mõistmist: kõigepealt tuvastamist, siis uurimist ja tema

vajaduste tajumist, siis probleemi defineerimist ja alles seejärel lahenduste ideestamist, prototüüpimist, testimist ja pidevast tagasisidest õppimist.

Disainmõtlemine lahendab probleeme, aga mitte kõiki probleeme. Disainmõtlemine oma põhjaliku uurimis- ja prototüüpimisfaasiga sobib keeruliste, mitmeid osapooli või kompetentse hõlmavate probleemide lahendamiseks. Nende probleemide lahendamiseks, mis ei ole päris täpselt defineeritud ja millel puudub üks kindel lahendus. Uued tooted ja teenused on just sellised probleemid.

Disainmõtlemine on metoodika ja tööriistakast. Sammud, mida mööda liikuda on: mõista kasutajat ja tema vajadusi, defineeri probleem, ideesta lahendusi, prototüübi, testi ja vii ellu. Igas sammus on võimalik kasutada suur hulk erinevaid tööriistu või töölehti, millest tuntumad on persoon (tüüpilise kliendi portree) ja klienditeekond.

Disainmõtlemise konverentsil 2018 jagasid ettevõteted disainmõtlemise rakendamise lugusid. Loova, uuen- dustele avatud, kasutajakeskse ja eksperimenteeriva mõtteviisiga on jõudnud Cleveron (cleveron.com) pakiautomaadist maailma suurimate ja innovatiivsemate paki- robotiteni, katsetamisel on pakkide kohaletoimetamine nii droonide kui robotkulleriga. Kasutajakeskne lähene- mine aitas Memorisel (memoris.ee) uut moodi mõtesta- da siiani väga konservatiivset matuseteenust, kesken- duses kaotusvalu asemel elu väärtustamisele. Inimlik lähenemine, lihtsad e-keskkonnas tellitavad ja mitmed Eesti turul uudsed teenused on aidanud Memorisel kiiresti turuosa võtta. Silen (silenspace.com) on mod- ulaarne, kiiresti paigaldatav ja tark ruum-ruumis-la- hendus, mis töötati välja disainmõtlemise põhimõtteid rakendades. Sellega on Silen tootmiskesksest lähene- mist liikunud teenuse- ja kasutajakeskseks ning tõus- nud omas nišis kiiresti innovatsiooniliidriks.

KOKKUVÕTE

Loomemajanduse potentsiaal maaelu elavdamiseks ja ettevõtluse arendamiseks on tuntav, kuid selle võimalusi ei osata veel piisavalt kasutada.

Loov Eesti+Maa programm kaasas kümme maakonda: Põlva, Võru, Valga, Järva, Rapla, Lääne, Saare, Hiiu, Lääne-Viru, Ida-Viru. Leidsime oma tegevuskavaga kõigi partnerite juures sooja vastuvõtu ning tervitati ka lihtsat omavahelist suhtlemist ja kontaktide vahetamist võimaldavaid üritusi.

Kõigi tegevuste eesmärgiks piirkondades oli kohaliku ettevõtluse elavdamine ja piirkonna atraktiivsuse suurendamine. Tore oli kuulda ühe Järvamaa vallavanema kokkuvõtet koolituspäevast: „Nüüd ma tean, mida teha selleks, et inimesed ei lahkuks meie vallast ja uusi elanikke tuleks juurde. Ma töötan selle nimel, et meie valla inimestel oleks hea elu!“

Nelja aasta jooksul kohtasime palju särasilmseid tegutsejaid, kelle ettevõtmised veidikese nõu ja julgustusega said tuule tiibadesse.

Kõigis piirkondades suurenes teadlikkus loomemajandusest ning omandati praktilisi võtteid valdkonna arendamiseks ja sidumiseks kohaliku ettevõtlusega. Hiiumaa pani aluse oma loomemajanduse arengukavale Loov Hiiumaa, et süsteemselt edasi liikuda. Tapa vald panustas otse ja märkimisväärselt programmi, et valla ettevõtted sellest osa saaksid. Järvamaa põimis loomemajanduse oskuslikult maakonna ettevõtlust edendavate tegevustega. Ida-Viru Loomemajanduskeskus laienes Narva, kus avati inkubatsioonikeskus OBJEKT.

Läbiviidud programm ja saadud tagasiside annab kinnitust, et meie tegevused aitavad võidelda maapiirkondades ääremaastumise, tööpuuduse jt Eesti majandusele negatiivse mõjuga protsessidega. Kindlasti toetavad teenusedisainiprogrammid riigireformi järel kohalike teenuste ja elukorralduse vahel tasakaalu saavutamist. Positiivne trend, et noored pered kolivad maale, tõstab veelgi jõulise-

malt esiplaanile meie moto: **NUTIKAS JÄÄB MAAL ELLU!**

Loovate ja inspireerivate kohtumisteni!

Tulemused

Kokku osales meie üritustel üle **1300** inimese

Kasu sai üle **600** ettevõtte

Korraldasime enam kui **60** erinevat sündmust

Arendusprogrammi PESA lõpetas **80** ettevõtet

Ekspordiprogrammis PESA+ osales **30** ettevõtet

Osalesime **7** välismessil:

Stockholmi Formex (2016, 2017, 2019)

Helsingi Habitare (2017)

Oslo Design Fair (2018)

Amsterdami Show UP (2019)

Kopenhaageni 3 Days of Design (2019)



Programm Loov Eesti+Maa valmis MTÜ Loov Eesti ja Marketingi Instituudi koostöös

Piirkondlikud koostööpartnerid:

Järvamaa Arenduskeskus, Ida-Viru Loomemajanduskeskus, Loovusait, Tapa Vallavalitsus, Väärt Raplamaa Toode, Hiiumaa Arenduskeskus, Läänemaa Käsitööliit, Saaremaa Loomemaja, Lõuna-Eesti Turism

Programmile panid öla alla ka Swedbank ja Briti Nõukogu

