

Generatsioon: ettevõtja

Klient: EAS

Eesmärk

Siduda tippettevõtjad kui majandusarengu mootor paremini ülejäänud ühiskonnaga.

Uuendada jõuliselt 20 aastat sarnasena püsinud galaürituse kontseptsiooni.

Koondada ühte õhtusse erinevate põlvkondade teadmised ja kogemused.

Luuu tavapärase käesurumisõhtu asemel selgepiiriline läbiv temaatika.

Muuta lavaline tegevus vaatamängulisemaks, pakkudes lisaväärtust uudse kogemuse näol ka laureaatidele endile.

Kasvatada sõu teleauditooriumi, lisades näiliselt igavale kitsa sihtgrupi siseüritusele laia valiku muusikalisi numbreid.

Parandada EASi skandaalidest räsitud kuvandit.

Elluviimine

EASi avalikule mainele katastroofilise mõjuga 2016. aasta pidi kokku võtma traditsiooniline parimate ettevõtjate autasustamise gala. Just keerulises olukorras osutus eriti vajalikuks 20 aastase ja juba närtsima kippuva tava reljeefne värskendamine.

Õhtu slöuganiks sai ettevõtjatele kui eraldi "generatsioonile" viitav "Generatsioon: Ettevõtja", mis ühelt poolt kergitas auhinnasaajate uhkustunnet, kuid mis veelgi olulisem, aitas läbiva teemana hõlmata suurt teleauditooriumi. Generatsiooni mõistet tugevdasid ka hoolsalt valitud muusikalised artistid, kes peaksid kõnetama vägagi erinevaid vanuseruppe. Kes võinuks aasta tagasi uskuda, et riiklikul tänuüritusel astub üles räppar Tommyboy?

Selgelt oli ürituse veenvaimaks kriteeriumiks prominentsus. Ehkki märkimisväärseid majandustulemusi näidanud ettevõtjad võivad ka iseennast ju staarideks pidada, kipuvad hallides ülikondades keskealised mehed tegelikkuses laiemale avalikkusele võõraks jääma. Sestap mängisidki kriitilist rolli president Kersti Kaljulaid ja õhtujuht Tõnis Niinemets, rääkimata muusikakülaliste plejaadist.

Tulemus

Teleülekanne ületas 70 000 vaatajaga ootused. Interaktiivne lava ning laureaatide kaasamine "lavastusse" õigustas end. Selgelt kujunes eri põlvkondade väljatoomisest ürituse põhisõnum: ettevõtjate seas pole mõtet generatsioone eristada, nad ongi eraldi generatsioon.

Galaõhtu sai uue interaktiivse hingamise ning kinnistas oma koha ERRi eetris, mis andis laureaatidele täiendavat tunnustust ja motivatsiooni edasi tegutseda, tõestades, et riigi ja avalikkuse tugi pole vaid sõnakõlks. Lisaks paistis EAS vahelduseks meediapildis silma põhitegevusega ja positiivses võtmes.

Entry: Generation: Entrepreneur

Client: EAS

Objective

To appreciate leading entrepreneurs as the motor of economic development with the rest of society.

To significantly reinvent the concept of a gala event with 20 years of tradition.

To bring together the knowledge and experience of different generations in one evening.

To create a clearly defined running theme in place of an ordinary evening of handshaking.

To make the activity on stage more playful.

To boost the audience of the show, adding a broad range of musical numbers to a seemingly dull internal event designed for a narrow target group.

Implementation

The traditional gala event recognising outstanding entrepreneurs was meant to look back on and provide a summary of 2016 - a year which had had a catastrophic effect on Enterprise Estonia's reputation. It became more necessary than ever to give the tradition a total makeover, as it had changed little in two decades and was tending to feel stale.

The slogan for the evening, referring to entrepreneurs as a generation in their own right, was 'Generation: Entrepreneur', which on the one hand boosted the sense of pride among the winners, but which on the other hand and more importantly as a running theme helped to secure a larger television audience. A selected group of musical artists also reinforced the idea of 'generation', their choice being designed to speak to people of very different ages.

The most persuasive criterion of the event was prominence. Although entrepreneurs who have remarkable financial results to show could consider themselves to be stars, middle-aged men in grey suits tend to remain anonymous to the public at large. As such, a critical role was played by President Kersti Kaljulaid and MC Tõnis Niinemets, not to mention the spectrum of musical performers.

Results

The television broadcast exceeded all expectations, attracting an audience of 70,000. The interactive stage and the involvement of the winners in the 'performance' proved itself as a very effective solution. The gala evening was given a new, interactive lease on life and confirmed its place in the schedule of ERR live broadcasts, giving the award-winners additional recognition and motivation to carry on, and proving that the support of the state and the public are not mere buzzwords. Also, for a change, Enterprise Estonia stood out in the media for its main activities.