

25 AASTA PARIM KULDMUNA

ESIMENE KIHT - VÄLJAKUTSE

Kuldmuna, armastatud loovkonkurss, tähistas oma 25. juubelit. Kohe alguses pandi meid silmitsi ülesandega luua midagi tõeliselt erakordset ja meeldejäävat.

Seadsime ka ise endale uusi eesmärged. Meile oli mureks see, et kuidagi ei suuda loovinimesed saalis püsida. Olenemata kui hea ja kiire auhindamise teed, ikka kuidagi kaob rahvas laiali.

Asukoht sümboliseeris meie jaoks algust - Estonia Kontserdisaal, kus toimus esimene Kuldmuna, ning ürituse kontseptsiooniks sai "25 aastat koorekihte". Sellest inspiratsioonist tiivustatuna hakkasimegi üritust looma.

TEINE KIHT - TEOSTUS

Jagasime ürituse turunduloo ja Kuldmuna arhiivi põhjal kihtideks, mida meie üks õhtujuhtidest - Ajalugu, teisele ajajärgu vahetumisel põnevate lugudega meelde tuletas.

Lisaks oli programmis ajalookihtide teemalisi etteasteid. Alustasime Harry Egipti töödega, liikusime edasi kuulsa telekommunikatsiooni reklaami ooperiversiooniga, munapureja balletiga ja lõpetasime kiidulauluga aasta võitjatele. Ajajärkudest inspireeritud power walkide muusika playlistist sai ka peojärgselt hitt.



Estonia Kontserdisaal transformeerus loominguliseks peoplatsiks, kus klassikaline elegants andis teed vabameelsele loovusele, kuid säilitasime siiski traditsioonilise noodi, muutes legendaarsed etteasted Estoniale omasteks.

Dekoratsioonideks lõi me samuti kihilisi meistriteoseid. Baare ümbritsesid reklaamijäädikidest kunstiteosed. Fotoseina kaunistasid kihilised muharestid.

Et rahvast veelgi kaasata, jagasime lava kolmeks, võimaldades kuld-, hõbe- ja pronksivõitjatel korraka lavale astuda. See lisas üritusele elevust ja loomeinimesed võtsid selle rõõmuga vastu.



Menüü keskmes oli muna ja kihilisuus, kasutades nutikalt munakoori serveerimisnõudena, luues nii jätkusuutliku kui ka loomingulise lahenduse.



KOLMAS KIHT - TULEMUS

Esimest korda üle aja oli üritus täielikult välja müüdud, hoolimata piletihinna kolmekordsest tõusust ja suurenenud kohtade arvust.

Me tõime kokku kogukonna kaasates neid ja nende reklaame, kas siis vaheactides või baari installatsioonis. Kutsusime neid üles näitama oma mune. Valmis terve hunnik vingeid loovaid videosid, kus agentuurid näitasid oma mune külmkapis, seinal, keldris ja muudes asukohtades.

Kuldmuna on nüüd tunnustatud kui ekspordivõimekusega üritusekontseptsioon olles eeskujuks teistele samalaadsetele üle maailma ja teine kiht sellel tordil oli BEA World Awardsil shortlisti koht.

