

## ÜRITUSE ÜLESANDE PÜSTITUS

Eesti Muusikaauhinnad on ülimalt keerulise tehnilise lahendusega üritus, mis kujundab otseselt eesti muusika kui kultuuri alustala mainet.

Suurimaks väljakutseks on siduda ühtseks tervikuks kolm suunda – gala formaadis pidulik vastuvõtt ligi 900 külalisele, kontsertelamus fännidele tribüünidel ja 2,5h otseülekanne televisioonis.

Eesmärgid olid produktsioonile tänavu väljakutsuvad:

- Suurendada kohapealse publiku arvu 10%
- Tõsta vaatajate arvu 10%
- Suurendada märkimisväärselt kodumaise muusikatööstuse *networking*'u osa sündmuse ajal
- Hoida ja kasvatada EMA positsiooni, olles mainekaim ja tugevaim produktsiooni väärtusega muusikasündmus muusikute, publiku ning televaatajate seas

## ÜRITUSE ELLUVIIMISE KIRJELDUS

Inimeste arvu suurendamiseks disainiti ruumilahendus „tagurpidi“ – alustades kohtade arvust tribüünil, lisati kaamerad, gala lauad, *red carpeti* ja VIP alad ja alles viimasena uudse lahendusega lavad.

Üle 80 meetri pikk X-kujuline esinemislava paigutati kogu saali läbivalt külaliste sekka, muutes nii muusikutest koosneva publiku *shownumbrite* osaks, tõstes seeläbi atraktiivsust kui kaasatust. Sama disainilahendusega soodustati märkimisväärselt ka külaliste liikumist laudade vahel ning loodi võimalus omavaheliseks suhtluseks nii *red carpeti* eelsünduse kui hilisema vastuvõtu vältel.

Televaatajate arvu tõstmine tänases langustrendis on suurim väljakutse, eriti võisteldes kuni 45-minutliste saadete vastu. Kõrgeimaks prioriteediks seati show-numbrite haaravus, vaatajate hoidmiseks. See tähendas, senisest intensiivsemat süstemaatilist loovtööd koos artistidega. Selle tulemusena oli laval rekordilised 136 esinejat, kasutati lendavaid platvorme, *pixelmapiti* galalauad valguselementideks ja *shows* kaasa löönud Aleksandr Selevko jaoks loodi galalaudade vahele jäälava.

Noorte kaasamiseks põimiti igasse saateplokki sisse reklaamipausidevaba *live stream* ning seoti see Andrei Zevakini online kanaliga.

## ÜRITUSE TULEMUS

Seatud eesmärgid saavutati täielikult:

- Publiku arv suurenes 3308lt 4336 peale, üritus oli välja müüdud
- Televaatajate arv kasvas 101500 pealt rekordilise 131760 peale, kasv üle 30%
- Eesti Fonogrammitootjate Ühingu tagasiside tulemusena hindasid muusikud *networkingu* ja *show* osa läbi aegade parimaks
- EMA positsiooni kinnitavad veel läbi aegade suurim kaasatus sotsiaalmeedias +72%, läbi aegade suurim kajastus pressis +38%, läbi aegade suurim vaadatavus *live stream* kanalitel ja järelvaatamises: +31 ja +78%