

VABAMU VISUAALSE IDENTITEEDI KUTSUTUD IDEEKONKURSI LÄHTEÜLESANNE

SISSEJUHATUS

Kistler-Ritso Eesti SA ehk Okupatsioonide muuseum (edaspidi OM) on 1998. aastal asutatud eraalgatuslik muuseum, mille ülesandeks on koguda, talletada, uurida ning tutvustada Eesti lähiajalugu. Okupatsioonide muuseum rajas aastal 2002 muuseumihoone ja püsiekspositsiooni lähimineküla okupatsioonidest. OM eesmärgiks on olnud teadvustada lähiajalugu, vältimaks minevikus toimunud sündmuste kordumist. OM külastajad on olnud viimastel aastatel peamiselt välismaalased/turistid, 2015. aastal külastas OM-i 21 000 inimest, nendest eesti keelt kõnelevate külastajate osakaal oli 14%, venekeelsete külastajate osakaal 8%, inglise ja muukeelset külastajad/turistid moodustasid 78%.

OM läbib järgneva kahe aasta jooksul uuenduskuuri ning püsiekspositsioon ja identiteet muutuvad terviklikult - kavas on aastal 2018. avada uuenenud muuseum ka muutunud nimega Vabamu.

2015. aastal väljatöötatud brändistrateegia (vt osa 2 - Vabamu brändistrateegia) defineerib järgnevalt:

Vabamu missioon

Vabamu harib, kaasab ning innustab Eesti inimesi ja külalisi:

- ... mõtlema lähimineküla üle
- ... tunnetama vabaduse haprust
- ... seisma vabaduse ja õigluse eest

Vabamu visioon

Vabamu on vabaduse maja, mis inspireerib inimesi vabadust hoidma ja selle eest seisma.

OM-i meeskond usub, et lähimineküla üle mõtlemine aitab meil tunnetada vabaduse haprust. Seega käsitleb nüüdseks kolmeteistkümnendat aastat Tallinna südalinna tegutsenud Okupatsioonide muuseum väga olulist seika meie inimeste loos. Me ei saa aga rääkida okupatsioonidest ilma, et räägiksime vabadusest. Soovime laiendada OM-i fookust kaasajastades ja laiendades muuseumi sihtgrupe ja ekspositsiooni. Vabamu on koht, kus inimesed saavad kokku, et iseenda ja Eesti jaoks oluliste asjade üle mõelda. Koos väliseestlastest asutajate, nõukogu liikmete ning heade partnerite KOKO arhitektide ja kommunikatsioonibürooga JLP usume, et Vabamu oleks vääriline kink Eesti riigile ja inimestele meie 100. sünnipäevaks.

Vabamu peamised sihid aastaks 2018:

- Uus ekspositsioon, mis kajastab nelja valdkonda: okupatsioon, vastupanu, taastumine ja vabadus. Vabaduse teemat kajastades keskendutakse peamiselt individuaalsetele vabadustele, mis on universaalsed erinevate rahvuste kontekstis. Siseruumide funktsioonide muutmise abil kahekordistatakse külastajatele avatud ekspositsiooni pindala.
- Uuenenud identiteet, ekspositsioon ja sündmused kutsuvad kohale aasta jooksul üle 60 000 külastaja. Vabamu kõnetab lisaks turistile ka eestimaalasi ning kodumaiste külastajate osakaal on vähemalt 40%.

1. VISUAALSE IDENTITEEDI IDEEKONKURSI TINGIMUSED

1.1. ÜLDIST

Eesmärgiks on töötada välja Vabamu brändituumale vastav ja eristuva kuvandi loomist toetav kaasaegne visuaalne identiteet, mida saab kasutada nii ekspositsiooni sisus, infograafikas kui ka erimahuliste ja –eesmärgiga turundustegevustes. Uus identiteet peab toetama muuseumi visiooni elluviimist, soovitud kuvandi loomist ja tegevuseesmärkide saavutamist. Konkursi võitjast saab muuseumi koostööpartner uue visuaalse identiteedi väljatöötamisel ja ideaalis ka selle ellu rakendamisel.

Konkursiga leiame parima lahenduse Vabamu visuaalse identiteedi alustele ning märgilisele kujundile, mis annaks tähendusliku ja mänguliselt rikkalikud lahenduskaigud Vabamu loomiseks.

Konkursile on kutsutud 7 disainerit/agentuuri.

Koostööleping sõlmitakse OM ja töö teostaja vahel pärast võidutöö väljakuulutamist.

OM poolne peamine kontaktisik infovahetusel on arendusjuht Heili Kärg.

1.2. IDEEKONKURSIL ESITATAVAD LAHENDUSED

Konkursitöö esitada digitaalselt 1 esitlusena (lubatud on materjali näidised, audiovisuaalsed näidised) A3 mõõdus trükitava ja ekraanil vaadeldava PDFina.

1.2.1 Visuaalse identiteeti põhielemendid:

- logo
- põhivärvid ja abivärvid
- tüpograafia (kirjatüüpide kasutus või kirjatüüpide loomine ning kasutuslahendused eesti, vene ja inglise keeles)
- fotode kasutamine turunduses ja ekspositsioonis (uute fotode loomine, ajalooliste kasutus)
- graafilised elemendid (mustrid, ikonograafia jm lahendused)

1.2.2 Visuaalse identiteedi kandjate kavandid:

- plakat (sündmustele ja näitustele, A3 formaat)
- ekspositsiooni infograafika (majajuhid, ikooni näidised, eksponaadi tähis, ekspositsiooni tekst)
- Vabamu hoone välistähis
- välireklaam (A0 formaat)
- muuseumi poes müüdav identiteedikandja
- kodulehe avaleht ja üks sisuleht
- logo kasutus nn toetajate seinal võrdluses teiste logodega (punktis 2.4 toodud konkurendid 8 tk)

1.3 HINDAMISKRITEERIUMID

Konkursitöid hindab žürii, kuhu kuuluvad OM nõukogu ja juhtkonna esindajad, muuseumi ekspositsiooni-, turunduse- ja kommunikatsiooni eksperdid.

Žürii koosseis: Okupatsioonide muuseumi nõukogu liige Ott Sarapuu, direktor Merilin Piipuu ja arendusjuht Heili Kärg, kommunikatsioonibüroo JLP partner Kristi Liiva, KOKO arhitektuuribüroo juht Andrus Kõresaar, kommunikatsiooniekspert Daniel Vaarik, turunduskonsultant Triin Visnapuu-Sepp, graafilise disaini ekspert (nimi selgumisel).

1.3.1 Žürii hindab lahendust järgnevate hindamiskriteeriumite alusel:

- vastavust brändistrateegiale (toodud punktis 2.6-2.8) ja ülesande püstitusele 40%;
- töö potentsiaali nii muuseumi ekspositsiooni kui turunduslahenduste teostamise vaates 30%;
- innovaativsus ja selgust 10%;
- CVI (loetelu punktis 1.3.5) teostamise hinda 20%.

1.3.2 Žürii õigused:

- valida parim töö punktide summa liitmisel;
- edasiseks hindamiseks on lubatud konkursi viimine kahevooruliseks – andes tööde esitajatele täiendavat aega töö parendamiseks, andes tagasisidet töö esitajale;
- jagada preemiafond 6000 eur vastavalt konsensuslikule otsusele, vähemalt 3 parimale tööle;
- kuulutada konkurss läbikukkunuks, kui esitatud tööde kvaliteet ei luba ühegi esitatud tööd võtta edasiseks arendamiseks, selle aluseks on žüriiliikmete häälteenamuslim otsus;
- kuulata ära kõigi tööd esitanud osalejate esitlused;
- osaleda žüriikoosolukul Skype vms vahendusel;
- jätta hindamata võistlustööd, mis on jätnud olulises mahus täitmata konkursi tingimustes toodud nõuded.

1.3.3 Konkursi korraldaja OM õigused:

- võtta aluseks konkursi võidutöö CVI raamatu väljatöötamiseks ning juhul kui lepingu läbirääkimistel ei jõuta kokkuleppele, võtta arenduse aluseks paremuselt teine töö (kui žürii on hinnanud mitu tööd arenduspotentsiaaliks);
- luhtunud konkursi korral korraldada uus konkurss või asuda otse läbirääkimistesse nii konkursil osalenutega kui teiste disainibüroodega;
- avaldada infot peale konkursi tööde esitamise tähtaega, laekunud tööde kohta, ning esitleda esitatud töid ja neis pakutud lahendusi avalikkusele, koostada võistlustöödest näitus, vajadusel töid välja trükkides ja eksponeerides.

1.3.4 Konkursil osaleja nõustub töö esitamisega:

- konkursi tingimustega terviklikult;
- CVI raamatu koostamise järgselt tellijale üle andma CVI vektorfailid ja CVI kõigi elementide varalised õigused ajaliste ja geograafiliste piiranguteta. Tellijal on õigus visuaalse identiteedi elemente kasutada heaperemehelikult ning anda neid ühtse

visuaalse kuvandi hoidmiseks Vabamust kasutada kolmandatele autoritele ja disaineritele töö alusteks;

- lepingu rikkumisel või antud konkursi töö ja tingimuste avaldamisel osaleja diskvalifitseeritakse;
- osaleja võib esitada maksimaalselt kaks ideekavandi versiooni;
- võistlustöö või selle osade avaldamisega OM poolt ning võistlustöö eksponeerimisega kui tellija seda vajalikuks peab.

1.3.5 Konkursi võitjaga sõlmitakse leping CVI tööde teostamiseks

(vaata ka osa 2.9 Tuleviku koostöövõimalused).

CVI tööde loend (hinnapakumaine esitada koos töö esitamisega hiljemalt 29.02.2016):

- Visuaalse identiteedi põhielemendid
 - o logo (eesti, vene ja inglise keeles) ja selle kasutamise juhised
 - o põhivärvid ja abivärvid
 - o tüpograafia (kujunduste font, süsteemi font; fondi valik või fondi väljatöötamine - eesti, vene, inglise keeles)
 - o pildikeele näidised ja selgitus
 - o graafilised elemendid
- Korporatiivgraafika materjalid
 - o blankett, ümbrik, arve, e-kirja päis ja alus, dokumendikaaned, "Heade soovidega" kaart, dokumendikaaned, visiitkaardid, powerpointi esitluse põhi
- Muuseumigraafika alused (eesti, vene, inglise keeles)
 - o maja tähistus
 - o ruumide sildid ja viidad (ikoonid)
 - o eksponaatide sildid (eri formaatides)
 - o audiovisuaalse materjali jaoks: pealkirjad, logoanimatsiooni kirjeldus, subtiitrid
 - o eksponaatide juures artikli tekstid,
 - o fotode kasutuse põhimõtted
 - o hinnatähistused muuseumi poes
 - o pileti kujundus
 - o muuseumi poes kasutatavad müügiedendajad (nt "Meie müügihitt!")
 - o majasiseste sündmuste/programmide plakatid ekraanile
 - o programmide läbiviimise materjalid
- Muud brändikandjad
 - o reklaamkingitused
 - o muuseumi identiteedikandjate näidised (2-3), mida müüakse muuseumi poes
 - o muuseumitöötaja ametiriietuse värvid ja logotähise kasutus
 - o muuseumitöötaja nimesilt
- Turunduskommunikatsiooni materjalid

- o kodulehe näidised ja juhised kodulehe partnerile
- o uudiskirja kujunduspõhi
- o plakatid, flaierid, roll-up
- o infovoldikud
- o välireklaami ja ajalehereklaami näidis
- o veebibänner uudisteportaal
- o FB profiil + cover (lehe päis)

AJAGRAAFIK

Konkursi algus: 08.02.16 konkursi ülesande avaldamine osalejatele.

Täiendav info ja muuseumiga tutvumine: 11.02.16 saab kohtuda täpsema sisendi saamiseks ja debriifinguks OM, JLP ja KOKO esindajatega. Palume sellekohasest soovist teada anda ja kohtumisaeg eraldi kokkuleppida OM arendusjuhiga.

Küsimused konkursi ajal: 08.-22.02.16 on konkursil osajatel võimalik esitada täiendavaid küsimusi aadressil: heili@okupatsioon.ee. Küsimused ja vastused avaldatakse kõigile osalejatele, vastused küsimustele antakse kuni 3 tööpäeva jooksul.

Konkursi tööde esitamise tähtaeg: 29.02.16 kl 12.00 on konkursi lõpptähtaeg, tööd esitada: Toompea 8, Tallinn või e-maili aadressile heili@okupatsioon.ee.

Konkursitööde esitlused osalejate poolt žüriile: perioodis märts-aprill.

Konkursi tulemuste väljakuulutamine: hiljemalt 15.04.2016.

Võitja poolt CVI koostamine: kuni 10.06.2016.

2. VISUAALSE IDENTITEEDI IDEEKONKURSI LÄHTEALUS: VABAMU BRÄNDISTRATEEGIA

2.1 LÄHTEKOHT

OM-i püsinäitus on üle kümne aasta vana ja suures osas lahendatud esemete eksponeerimisega klaasvitriinides. Muuseumis eksponeeritud asjad ei kõneta enam nooremat põlvkonda, sest neil puudub eset vaadates sellega seonduv isiklik kontekst. OM-i hoonest on täna ekspositsiooni alana kasutuses küllaltki väike osa. Usume, et külastuskogemuse parendamiseks on võimalik maja potentsiaali paremini realiseerida, sh tuleb uute eesmärkide saavutamiseks ekspositsiooniala laiendada ja ruumide kasutamist muuta.

Eelkirjeldatu tulemusel on külastajate arv väike (u 20 000 külastust aastas) ja põhilise osa sellest moodustavad turistid.

OM soovib lähiaastatel:

- laiendada teemasid, mida muuseumis käsitletakse, vaadeldes neid vabaduse kontekstis.
- saada eestimaalaste armastatud kohtumispaigaks, kus lisaks mineviku üle arutamisele vaadatakse üheskoos ka tulevikku;
- muuta muuseumi külastaja vaatlejast osalejaks erinevate interaktiivsete meetodite kaudu;
- avada külastajatele kaks korda suurem ala, et külastuskogemus oleks sisukam.

Muutuste ajakava:

2016 - uuenenud muuseumi sisu planeerimine

2017 - uue ekspositsiooni ehitamine (peamaja suletud külastajatele)

2018 - Vabamu avamine külastajatele (hiljemalt märtsis)

2.2 EESMÄRK

- Suurendada vähemalt 3 korda (2015 a 20 000 vs 2018 a 60 000) inimeste arvu, kes kaasaegse muuseumikogemuse vahendusel mõistavad vabaduse väärtust ja enda vastutust selle hoidmisel.
- Suurendada 2 korda ekspositsiooni ala (2015 a 660 m² vs 2018 a 1120 m²), et lisaks okupatsioonile ja vastupanule oleks võimalik käsitleda ka taastumise ja vabaduse teemasid ning teha seda külastajat kaasavas ja interaktiivses vormis uudsete tehnoloogiliste vahenditega.

2.3 SIHTRÜHM

Peamised kaks sihtrühma, kellele Vabamu oma turundustegevustes keskendub on kooliõpilane ning uudishimulik täiskasvanu. Kolmanda sihtrühmana on muuseumi jaoks olulised lastega pered.

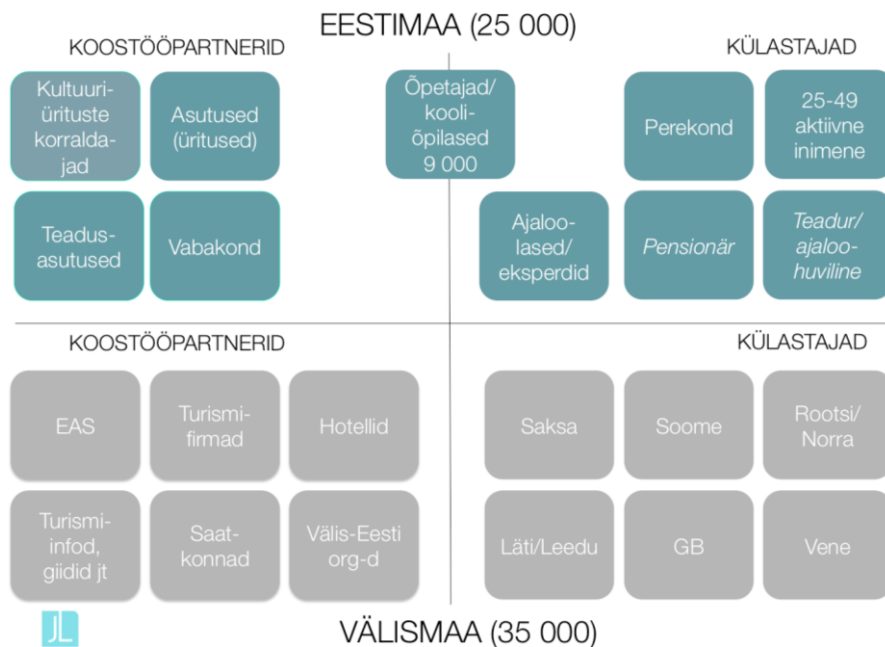
Kooliõpilased nii eesti- kui ka venekeelsetest kutse- ja üldhariduskoolidest üle-Eesti. Õpilased tulevad enamasti Vabamusse õpetaja eestvedamisel kooligruppina. Iseseisvalt jõuavad

muuseumisse need õpilased, kes on huvitatud lähiajaloo, riigikaitsest ja kodanikuühiskonnast. Pärast Vabamu külastamist mõistab õpilane vabaduse väärtust ja haprust ning teadvustab oma rolli selle hoidmisel. Võimalik, et varem ei ole ta Eesti lähiajalugu enda jaoks selliselt teadvustanud.

Uudishimulikud täiskasvanud, nii Eestist kui välismaalt. Neile läheb korda lähiajalugu, ühiskonnas toimuv, nad on aktiivsed meedia ja kultuuri tarbijad, osalevad kodanikuühiskonna algatustes või on ettevõtlikud hobi- ja kogukonna tegevustes. Vabaduse hoidmise ja taasloomise teema puudutab neid ja on nende väärtusmaailmas olulisel kohal.

Lastega pered nii Eestist kui välismaalt, nii linnast kui maalt. Pered, kes otsivad koos ajaveetmise kohta, mis oleks huvitav nii täiskasvanutele kui lastele. Pärast Vabamu külastamist ja interaktiivse ekspositsiooni osadega tutvumist, tekib lastel esmane kokkupuude Eesti ajaloo oluliste sündmustega, vabaduse kaotusega ja selle hoidmise olulisusega.

Laiemalt on kaardistatud järgnevad OM huviorbiidis olevad sihtrühmad:



2.4 KONKURENDID

Konkurent	Konkurendi tugevused	OM tugevused	
Meremuuseum	Interaktiivne ja kaasav ekspositsioon, kuulus hoone, suur ekspositsiooni ala, head muutuvnäitused, auhinnatud	Parem asukoht, emotsionaalselt puudutavad lood, hea akustika	
Ajaloo- muuseum	Tugev riigi toetus, suur tiim ja väga kompetentne meeskond	Selgem fookus ühele ajaloolisele perioodile, paindlikkus	
Teletorn	Suurepärane vaade, kuulus hoone, restoran	Parem asukoht ja emotsionaalsed, puudutavad lood	

Lisaks kolmele tabelis toodud konkurendile, konkureerib OM asukohast ning suurusest lähtuvalt ka järgnevate muuseumitega (30 000- 60 000 külastajat, saali mahutavus 200-300 inimest):

- Linnamuuseum, sh Kiek in de Kök
- Raekoda
- Tervishoiumuuseum
- Loodusmuuseum
- Energia Avastuskeskus

2.5 KESKKOND

Eesti muuseumid püüavad üha enam joonduda Euroopa heade muuseumide järgi, kus külastuskogemus ei ole pelgalt enam ainult klaasvitriinides esemete jälgimine ja pikkade infotahvlite lugemine vaid midagi enam. Eesti mitmed muuseumid on läbinud uuenduskuuri (nt. Meremuuseum, Tallinna Teletorn, Tervishoiumuuseum) ja mitmed püüdleval hetkel selles suunas (nt. Eesti Ajaloomuuseumi Maarjamäe loss, ERM), et pakkuda eestimaalastele ja Eesti külalisele 2018. aastal kvaliteetset, inspireerivat ja kaasavat muuseumikülastust.

Muuseumid peavad tähelepanu pöördumiseks konkureerima nii teatri, kino kui muude meelelahutuslike asutustega, seejuures jääma kvaliteetse teadmuse keskuseks.

2.6 BRÄNDITUUM

2.6.1 Missioon

Vabamu harib, kaasab ning innustab Eesti inimesi ja külalisi:

- ... mõtlema lähiminekü üle
- ... tunnetama vabaduse haprust
- ... seisma vabaduse ja õigluse eest

2.6.2 Visioon

Vabamu on vabaduse maja, mis inspireerib inimesi vabadust hoidma ja selle eest seisma.

2.6.3 Väärtused

Kõnetav minevik:

Meie lähiajaloos on palju teadmisi ja kogemusi, mille mäletamine, mõistmine ja väärtustamine aitavad meil luua tulevikku täna ja homme. Mäluasutusena ühendame muutuva maailma ohud ja võimalused ning usu inimeste headusesse, vältimaks mineviku kordumist.

Liigutavad lood:

Jutustame eestimaalaste lugusid, millest osa saades kogeb külastaja inimlikku rõõmu ja kurbust. Aitame igaühel vaadata enda sisse, märgata olulist ja võtta vastutus, et luua uus positiivne peatükk vabaduse loos.

Ühendav arutelu:

Algatame arutlusi, et liita inimesi ja ideid. Oleme avatud eri vaadetele ja loome võimalusi mõttevahetusteks. Meie ülesanne on inimesi kaasata ja kuulata, küsida tagasisidet ning arvamusi. Ühendame sõpru, külalisi ja Eesti ühiskonna liikmeid vabaduse ideaale edasi kandma.

Julge arvamus:

Oleme uudishimulikud ja räägime kaasa ühiskonnas olulistest küsimustes. Seisame sõna-, mõtte-, usu-, liikumis-, trüki-, ettevõtlusvabaduse ja kõigi teiste vabaduste eest. Mäletame nende vabaduste piiramist minevikus ja inspireerime taasloomist olevikus.

2.7 POSITSIONEERING

Vabamu on kohtumispaik kooliõpilastele ja uudishimulikele täiskasvanutele, kus mõtestada ja väärtustada vabadust, kuna vaid Vabamu on:

- muuseum, mis jutustab isiklikke, samas üldinimlikke lugusid Eesti lähiajaloost, mis julgustavad unistama ja tulevikku looma
- idee ja mõte, mis on toetatud ja loodud tuhandete Eesti inimeste poolt
- südalinnas asuv kompaktne jutustus Eestist ja selle inimestest

Vabamu teeb tugevaks:

- eriline ja osalema kutsuv külastuskogemus

- tegutsema innustav programm ja kaasaegne ekspositsioon
- erinevaid meeli ühendav ning mitmekülgne info esitluslaad.

2.8 KUVANDITUNNUSED

Vabadusi väärtustav

Läbides okupatsioonide perioodi kajastavat ekspositsiooni kogeb külastaja, mida tähendab vabaduse puudumine ning piiramine, tunnetades seeläbi erinevate vabaduste väärtust.

Ühendav

Loob dialoogi ja mõistmise abil silla eri arvamuste ja nägemuste vahel. Ühendab minevikku ja tulevikku ning rõhutab koostöö olulisust nii täna kui homme.

Avatud

On julge ning reageerib kiirelt ühiskonnas päevakajalistele teemadele. Kutsub ja kaasab erinevaid organisatsioone ja huvitavaid karaktereid arvamust avaldama ja loob keskkonna mitmekülgseteks üritusteks ning aruteludeks.

Puudutav

Kõnetab mõtlemapanevate ja liigutavate lugude jutustamise kaudu eri kultuuridest pärit külastajaid.

Muutust loov

Pärast Vabamu külastamist mõtleb inimene igapäevaelus rohkem vabadusele ja selle haprusele. Külastaja tunnetab vabaduse väärtust ning võimalusi, mis vabadus talle initsiatiivi haaramiseks pakub.

2.9 TULEVIKU KOOSTÖÖVÕIMALUSED

- CVI-s toodud materjalide kujundamine
- Reklaamikampaaniad (3-4 kampaaniat aastas)
- Muuseumimeenete väljatöötamine
- Ajutiste näituste disain (1-2 korda aastas)
- Võimalusel uue kodulehe loomine
- Hoone ja ekspositsiooni infograafika uuendamine

2.10 LISAINFO

Muuseumid, mis on inspireerinud:

Museum of Tolerance
 Anne Frank House
 Human Rights Museum
 Rijksmuseum