



KULTUURIMINISTEERIUM

Eraraha kaasamine  
Kultuuriministeeriumi  
valdkondades

2022

# SISUKORD

|   |           |
|---|-----------|
| Sissejuhatus  | 3         |
| Motivatsioon  | 5         |
| Koostöövormid                                       | 9         |
| Ökosüsteem  | 12        |
| Toetajate hoidmine ja tunnustamine                  | 16        |
| Takistused  | 18        |
| Ettepanekud ja soovitused                           | 21        |
| <b>Lisa 1</b> Muuseumide annetuskultuuri edendamine | <b>24</b> |

---

## Koostajad:

Hestia Rindla  
Karin Närep  
Katre Väli  
Margus Klaan  
Meelis Kompus  
Merilin Piipuu  
Mihkel Kaevats  
Olga Sõtnik

# SISSEJUHATUS

Kuigi kultuuri, spordi ja lõimumise valdkondades on mitmeid silmapaistvaid metseene, on eraraha kaasamine täna Eestis pigem erand kui reegel. Kuigi üksikisikute annetuste arv on viimastel aastatel kasvanud, ei ole peamiste annetuste saajate seas ühtegi kultuuri- ega spordivaldkonna algatust ega organisatsiooni. Samuti ei ole viimastel aastatel sisuliselt kasvanud ettevõtete annetuste arv<sup>1</sup>. Samas on Eesti kultuurivaldkonda suunatava riikliku ressursi osakaalu poolest Euroopa tipus, mistõttu ei pruugi riiklik rahastus edaspidi oluliselt suurenedada, sest on teisi valdkondi (sotsiaal- või tervishoid), mis olulist järeleaitamist vajavad. Seepärast on vajalik leida kultuuri elujõulisuse tagamiseks teisi vahendeid.

Praegu kehtiva tulumaksuseaduse (TuMS) § 49 lõike 2 punktid 1 ja 2 näevad ette maksuvaba annetamise piirid. Alljärgnevast tabelist selgub, et maksimaalsest võimalikust annetamise summast kasutavad ettevõtted kokkuvõttes ära väga väikese osa.

|   | Maksimaalne võimalus, eurodes   | Tegelikkus 2021. a *, eurodes  | Seaduses ette nähtud võimalusi kasutasid maksimaalselt ära |
|---|---|--------------------------------|--|
| TuMS-i § 49 lg 2 p 1 alusel, <b>3% sotsiaalmaksuga maksustatavatest summadest</b> | <b>80 319 äriühingut</b> , võimalik potentsiaalne toetus summa <b>235,1 mln</b> | 1740 ettevõtet, <b>8,9 mln</b> | 6 isikut, kokku summas <b>8156 eurot</b>                   |
| TuMS-i § 49 lg 2 p 2 alusel, <b>s.o kuni 10% eelneva majandusaasta kasumist</b>   | <b>88 239 äriühingut</b> , võimalik annetussumma <b>879,2 mln</b>               | 401 ettevõtet, <b>5,8 mln</b>  |  |

\*EMTA andmed

Kultuuriministerium soovib, et kultuuri, lõimumise ja spordi toetamine saaks Eesti annetuskultuuri loomulikuks osaks. Samas ei ole annetuskultuuri edendamine Kultuuriministeriumis piisavalt süsteemne olnud. Senised tegevused ei ole viinud poliitika kujundamiseni, kultuuri- ja spordikorraldajatele ja erasektori esindajatele vastastikku kasulikke platvormi või väärtusahela loomiseni. Erand on näiteks SA Eesti Pillifond, mis on loodud Kultuuriministeriumi eestvedamisel. Eraraha on kultuuri- ja spordivaldkonda toonud eelkõige asutuste ja sündmuste eestvedajad ise, initsiatiivi on näidanud ka ettevõtjad, näiteks Kultuuripartnerluse SA loomise kujul.

„Kultuuri arengukava 2021–2030“ (edaspidi „Kultuur 2030“) seab eesmärgiks soodustada eratoetajate kaasamist kultuurivaldkonna arendamisse. Kultuuri toetamine peab Eestis olema hea mainega, populaarne, soodne ja arusaadav, toetussummast või toetaja administreerimisvõimekusest sõltumata. Kultuuri soovivad rahaliselt panustada nii pühendunud metseenid, ettevõtted kui ka kultuuriavalikkus laiemalt. Algatame seadusandlikke muudatusi, mis toetavad, et

<sup>1</sup> Kantar Emor. Eestimaalaste valmisolek heategevuseks. 2017 –

<https://www.armastanaindata.ee/uudised/uuring-iga-teine-estli-inimene-on-aasta-jooksul-annetanud-aga-hoiab-seda-saladuses>

kultuuri rahastavad ettevõtted ja eraisikud. Ühe võimalusena kaalume süsteemi, mis võimaldaks tööandjatel sarnaselt sportimisvõimalustega katta maksuvabalt töötajate kultuuris osalemise võimalusi, sest sellel on positiivne mõju nii inimeste füüsilisele kui ka vaimsele tervisele. Kultuuritoodetele ja -teenustele kehtivad maksumäärad (sh käibemaks) peavad tagama Eestile rahvusvahelises konkurentsivõrdsed võimalused.

Erakapitali kaasamist kajastatakse lisaks „Kultuur 2030“ arengukavale ka valdkondlikes strateegiates ja alusdokumentides.

„Sidusa Eesti arengukava 2021–2030“ keskendub muu hulgas kodanikuühiskonna arengule ja seab eesmärgiks ettevõtete ja eraisikute annetuskultuuri suurendamise. Muu hulgas käsitletakse kodanikuühenduste oskuste arendamist ja soodsate tingimuste, sh vajalike maksumuudatuste loomist. Arengukavas seatu puudutab otseselt loomisektorit, sest suur osa valdkonnas tegutsevatest organisatsioonidest on vabaihendid.

Lõimumise ja kohanemise valdkonnal on samuti suur potentsiaal eraraha kaasamiseks tegevuste elluviimiseks. Üks ressursimahukamaid tegevusi on eesti keele õpe. Mõned ettevõtted pakuvad oma töötajatele tasuta keelekursusi töökohal juba praegu, kuid see ei ole veel väga levinud praktika. Erakapitali saab kasutada ka rahvuskultuuriseltide arenguks. Hea eeskuju on näiteks Juudi kogukond, milles annetamine ja toetamine on levinud ja mainekas.

Alusdokument „Eesti spordipoliitika põhialused aastani 2030“ loob visiooni, et 2030. aastaks vastab eestimaalaste vaimne ja kehaline tasakaal ning heaolu Põhjamaade tasemele. Nähakse ette, et Eestis on kehalist aktiivsust soodustav elukeskkond koos kaasnevate teenustega, mis toetavad inimeste tervena elatud eluea pikenemist, eneseteostust ja majanduskasvu. Sama dokumendi kohaselt on liikumisel ja spordil oluline ja kasvav roll eestimaalaste elujõu edendamisel, rikka elukeskkonna loomisel ja Eesti riigi hea maine kujundamisel. Nende eesmärkide saavutamiseks tuleb muu hulgas arendada spordi rahastamise mudeleid ning täiustada õigusruumi.

Erakapitali kaasamist on esile tõstetud varasemateski kultuuri- ja spordivaldkonna strateegia- ja alusdokumentides. Nendele tuginedes on ministeerium erasektori panust tunnustanud, algatades 2011. aastal konkursi „Kultuurisõber“ ja 2018. aastal konkursi „Spordisõber“. Iga-aastane ettevõtmine on andnud põhjuse asjaosalistel kokku tulla ning luua ja hoida toimivaid koostöösuhteid. Kultuurile ja spordile panustamise põhjustest ja ressursi suurusest ei anna aga konkurss piisavat andmeid, et teha järeldusi. Konkursi tulemused sõltuvad ettepanekutest, mida teevad korraldajad ja asutused. Seega kirjeldavad ministeeriumi välja antavad tunnustused kultuurimetseenluses ja sponsoraluses toimuvat kaudselt, sest lähtuvad selgelt korraldajate ja organisatsioonide enda kindla ajahetke valikutest. Ettevõtjate stiimulit kultuuri ja spordi heaks panustada või mitte panustada ei ole eraldi täpsemalt uuritud.

Siinse raporti peamine eesmärk on välja selgitada „AS IS“ vaade, mis kirjeldab praegust praktikat, võimalusi ja takistusi eraraha kaasamisel nii kultuuri,

lõimumise kui ka spordi valdkondades. Järgnevalt on plaanis luua "TO BE" vaade, ehk analüüsida, kuidas eraraha kultuuri rohkem kaasata.

Raporti koostamiseks tehti dokumendianalüüs ja neli fookusgrupi intervjuud ettevõtjate ja korraldajatega, kellel on olnud kokkupuude annetuskultuuriga. Lisaks toimus kaks analüüsiseminari ministriumis sees moodustatud töögrupi kogutud info aruteluks ja valideerimiseks. Raporti koostamiseks kasutati teenusdisaini meetodeid.

Fookusgruppide intervjuud toimusid 2022. aasta oktoobris. Ettevõtjate esindajatena osales seal 14 ettevõtjat, kes esindasid peamiselt suur- ja iduettevõtjaid ning seni annetusi teinud ettevõtteid.

Kultuuri- ja spordikorraldajatest osales fookusgrupi intervjuudes kokku 18 isikut, kes esindasid nii riigi sihtasutusi, kolmandat sektorit kui ka eraettevõtjaid. Osalesid nii meedia-, muusika-, muuseumi-, kunstivaldkonna kui ka spordi valdkondade esindajad.

Siinne raport kajastab fookusgruppides jagatud mõtteid ja seisukohti ning nendest tulenevaid vajadusi ja ettepanekuid.

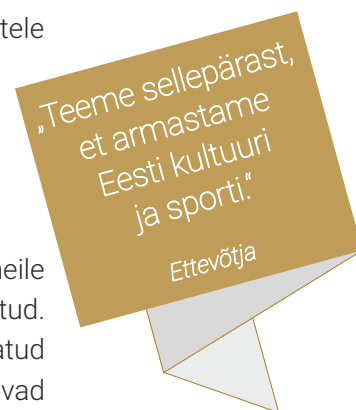
## MOTIVATSIOON

Raporti koostamisel uuriti ettevõtjatelt ja kultuuri- ja spordikorraldajatelt, mis on neid nende kogemuse ja hinnangu põhjal kultuuri- ja/või sporditegevustele annetama motiveerinud. Motivatsioonitegurid saab jaotada järgmiselt.

### 1. Ettevõtjad annavad eelkõige lähtuvalt emotsionaalsest või isiklikust kokkupuutest valdkonnaga

Annetajad on annetanud on kultuuri ja spordi valdkondadele, mis on neile emotsionaalselt lähedased ning millega tunnevad seotust või on otseselt seotud. Valdkondade kirjeldamisel kasutavad annetajaid väljendeid „armastan teatud valdkondi“ või „tunnen kirge“ teatud valdkondade vastu. Ettevõtteid annetavad teatud juhtudel varem kindlaksmääratud reeglite alusel, sh on kindlaks tehtud kriteeriumid või loodud vastav otsustav kogu või otsustab ettevõtte nõukogu. On näiteid ka eraldi fondi (MTÜ Võimalus) või allfondide (Eesti Rahvuskultuuri Fondi allfondid) loomisest, mis tagavad toetuste andmisel süsteemsuse. Samas on emotsioonide roll toetatavate valdkondade valikul väga suur. Lisaks annetavad ettevõtjad eraisikuna. Laiemalt soovitakse toetatavate tegevuste või valdkondade kaudu panustada Eesti riigi arengusse ja toetada meie riigi arengut tervikuna. Negatiivsena võib see aga tähendada, et juhul, kui riigi poliitikas või otsustes ollakse mõnel juhul pettunud, võib ka toetamine seetõttu väheneda.

Kultuuri ja sporti toetatakse ka isiklikust kokkupuutest või kogemusest lähtudes – näiteks tegelevad ettevõtjad ise või nende lapsed mõne kindla valdkonnaga, eriti saab sellist motivatsiooni toetamiseks välja tuua spordivaldkonnas. Isiklik



kogemus toob teatud valdkondi lähemale ning annab seeläbi enam teavet nende valdkondade toimimise kohta.

Siia kuulub ka Eesti laste ja noorte toetamine kultuuri- ja sporditegevustes, mis loob emotsionaalse seose toetaja ja toetatava vahel läbi mitmete aastate – lootustandva lapse või noore kasvamisest maailma tasemel tipptegijaks. Emotsionaalselt mõjutavad toetamist isiklikud lood ja edusammud – erasektori tugi annab hoogu juurde juba esmaseid tulemusi saavutanutele.

Emotsionaalse lähenemise puhul tervikuna saab öelda, et soovitakse toetada üritusi, tegevusi ja inimesi, mis on emotsionaalselt olulised nii kohalikule kogukonnale kui ka laiemalt. Ettevõtjatele on oluline toetatava tulem – et see oleks oluline ega peaks piinlikkust tundma.

## 2. Soovitakse panustada oma kogukonda tagasi

Ettevõtjad soovivad tihti panustada piirkonna arengusse, kus nende ettevõtte paikneb ja/või millega neil on emotsionaalne side. Näiteks võib tuua eraettevõtlusega koostöös tehtud järjepideva Sillamäe linnaruumi arendamise või OÜ Terminal Oili piirkondade toetamise, kus asuvad nende tanklad.

Mitmete ettevõtjate senise praktika põhjal saab välja tuua linnaruumi arendamist koostöös kohaliku omavalitsusega või näiteks laste ja noorte toetamist konkreetsetes piirkondades. Ettevõtjate sõnul on nende üks motivaator teatud piirkondade arenguvõimekuse suurendamine ehk ääremaastumise vältimine, sh näiteks konkurentsivõimelisuse tagamine ka väljaspool arenenumaid regioone elavatele lastele ja noortele.

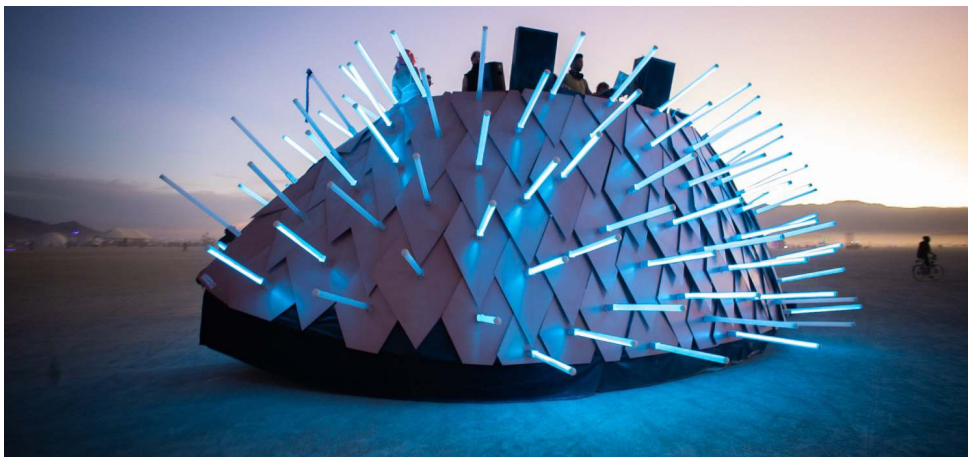
Kogukonda võib siinkohal mõista ka kui ühtset kultuuriruumi või ühesuguste huvidega inimeste rühma. Näiteks on juudi kogukond rahvusvaheliselt väga tugev annetuste kaasaja. Ka Eestis on neil annetusportaal<sup>2</sup> ning sünaagog on suuresti ehitatud annetuste toel. Samuti saab näiteks tuua tekno muusika kogukonna, kelle tegevused toimuvad suuresti kogukonna liikmete panuse kaudu. Nad korraldavad nii Eestis kui ka rahvusvaheliselt suuri sündmusi. Rändav Siil on

„4/5  
toetustest on  
emotsionaalsed.“

*Kultuuri- ja  
spordikorraldaja*

„Privileeg  
on panustada  
oma riiki.“

*Ettevõtja*



<sup>2</sup> <https://donate.jewish.ee/et/>



kogukonna liikmete annetuste toel loodud auto, mis väisab suuri tekno kogukonna üritusi.

### 3. Riigi panus on ettevõtjate jaoks kvaliteedimärk

Ettevõtjatest annetajad on riigieelarvest jagatavate toetusüsteemidega (nt Eesti Kultuurkapital, Team Estonia) enamjaolt kursis ning teavad riigi ja kohaliku omavalitsuse panustamise osakaalu kultuuri- ja spordivaldkonda. Sama ei saa öelda ettevõtjate kohta, kellel on kultuuriga kokkupuude väiksem ja kellele on olulisemad muud teemad, näiteks ühiskond või haridus. Riigi panust nähakse toetusotsuste tegemisel positiivsena. Kui ettevõtjad soovivad panustada kindla kvaliteediga ja jätkusuutlikesse tegevustesse ja üritustesse, siis avaliku sektori panust nähakse teatud mõttes nn kvaliteedigarantiina. Ettevõtjatel on ka ootus, et kui nemad toetavad, võiks avalik sektor samuti samaväärselt panustada.

Ka kohalikul tasandil on ettevõtjale oluline, et kohalik omavalitsus toetaks sama valdkonda, üritust või tegevust, mis näitab kohalikul tasandil vastava teema tähtsust ka avaliku sektori jaoks. Samas on näiteid, kus ettevõtjad toetavad asutusi ja projekte, mis avalikult sektorilt toetust ei ole saanud. Negatiivse fooni loovad juhtumid, kus avalik sektor on lubadusest tegevust lisaks eraettevõtluse panusele toetada, taganenud.

Samuti leiavad ettevõtjad, et riik võiks enam toetada just neid valdkondi, kuhu erasektor erinevatel põhjustel toetajana juurde ei tule.

Riigi panuse arvestamisel saab negatiivse aspektina veelkord välja tuua, et kui riigi või kohaliku omavalitsuse otsustes või tegevustes ollakse pettunud, võib toetamine väheneda.

### 4. Ettevõtjate jaoks on oluline maine kujundamine

Toetatavaid valdkondi määrab ka ettevõtte omaniku maailmavaade – mis on ettevõtte ja ettevõtja isiklikud väärtused ning seeläbi laiemalt korporatiivne identiteet ja sellest tulenev maine, mida soovitakse luua endale või enda

„Eraettevõtjad toetavad seda, mida riik väärtustab.“

*Kultuuri- ja spordikorraldaja*

„Kui te (riik – autorid) viite asja sinna tasemele, siis me paneme juurde.“

*Ettevõtja*

„Kui riik on kaasas, siis toetan parema meelega.“

*Ettevõtja*

omanduses olevale ettevõttele. Mainekujundus on tegur nii Eestis kui ka Eestist väljas, sh arvestamine sellega, mida peetakse meie ühiskonnas tunnustust väärivaks. Mitmed ettevõtted arvestavad sama valdkonna eeskujusid, st sama valdkonna ettevõtjate toetustegevusi teistes riikides (nt advokaadibürood). Tuuakse ka näiteks, et teistes riikides on kultuurivaldkonna toetamine enam prestiižsem kui Eestis, mistõttu võiksime samuti sinnapoole püüelda, sh riigi abiga.

Püsivalt hea maine loomine panustab omakorda mõjukusele, kas teatud ettevõtlusvaldkonnas või ettevõtluse nn avalikkuse ees kõneisikuna tervikuna. Ettevõtjad soovivad panustada lisaks enda otsesele ettevõtlusele ühiskonnas laiemalt, luua endale nn pärandit ka tulevaste põlvkondade jaoks (nt otseselt avalikku ruumi kujundavate projektide kaudu).

Mõju saavutamiseks valitakse nn tervikprojekte (pikaajalised, pikema mõjuga), kui konkretselt üksikute tegevuste toetamist. Ka riigilt oodatakse eelkõige jätkusuutlike projektide toetamist. Samuti on ettevõtjad huvitatud toetatavate tegevuste tulemustest.

Rahvusvaheliste osalejate ja rahvusvahelises telepildis ülekantavate spordivõistluste toetamine on seotud toetust andvate ettevõtete kaubamärgi turundamisega – nii otseselt osalejate kui ka teleauditooriumi kaudu. Kaubamärgi tuntusele annab selline nn pildis olek mõjukust juurde, mis mõjutab omakorda tarbimisotsuseid. Selline, turunduseesmärkidel põhinevast toetamisest tulenev kasu on otsesemalt mõõdetav kliendikontaktide ja ettevõtte käibe- ja kasuminäitajate kaudu.

Ettevõtjad viitavad ka enda partneritele, kes otsivad võimalusi toetamiseks, et paista ühiskonnale välja laiemalt. Lisaks peavad ettevõtjad oluliseks leida toetamiseks tegevused, mis seostuvad ettevõtte igapäevategevusega.

Ettevõtjatest eristusid iduettevõtjad, kes seni ei ole kultuuri- ja spordikorraldajate sõnul kultuuri väga toetanud. Iduettevõtjaid motiveerib Eesti sidumine maailmaga toetatavate tegevuste valikul ning suurem panustamine sisusse ja pikaajalise mõju loomisesse (argumendid näiteks haridusvaldkonnas panustamiseks).

Tervikuna saab öelda, et ettevõtjatele on oluline tunnustuse saamine. Kuigi selles, kas ja kui palju avalikkuses enda ettevõtte toetatud projektidest, tegevustest ja isikutest rääkida, olid arvamused erinevad, tõi enamik ettevõtjatest välja, et ühiskonna tunnustus on neile ja nende ettevõtetele oluline, sh eeskujude loomisel.

„Kunstinäitust  
Hollandis toetada  
on prestiižne.“

Ettevõtja

„Ma tahan  
midagi ära teha.“

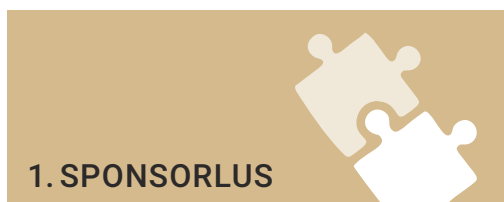
Ettevõtja

„Näitus pole piisav, aga  
näiteks sinu toetusega  
saab grupp õpilasi  
haridusprogrammi –  
töötab paremini.“

Ettevõtja

# KOOSTÖÖVORMID

Ettevõtjate ning kultuuri- ja spordikorraldajate kirjelduste põhjal on võimalik tuua esile viis koostöövormi, millest kõige levinud on kultuurivaldkonnas sponsorlus.



Sponsorluse eesmärk ettevõtjale on olla nähtav ehk kultuuri toetamine on osa ettevõtte strateegilisest turundusest. Teisisõnu on ettevõtte soov saavutada oma äritulemused kultuuri ja spordi kaudu. Seda tunnetavad ka kultuuri- ja spordikorraldajad.

Kusjuures tihti ei ole panuse suurus kultuuri- ja spordikorraldajate jaoks tasakaalus sellega, mida vastu küsitakse. Näiteks ettevõtja, kes panustab 5000 eurot, soovib sama, mis 100 000 eurot panustanu. Kultuuri- ja spordikorraldajad tunnevad, et sageli ei ole tegu võrdse partnerlusega.

Samuti oodatakse kultuuri- ja spordikorraldajatelt loomingulisust, mis aitaks ettevõtjal oma toodet või teenust turundada. Kultuuri valdkonnal on potentsiaal pakkuda ettevõtjatele abi lugude jutustamisel.

Lisaks rõhutavad kultuuri- ja spordikorraldajad, et ettevõtete ärioloogika tuleb endale selgeks teha – vaid nii saab aidata ettevõttel oma tooteid „pakendada“. Sponsorluse puhul otsitakse sihtgruppide kattuvust. Näiteks tõi üks kultuuri- ja spordikorraldaja välja, et Viljandi folgi sihtgrupp sõidab pigem Subaru, Jazzkaare küllastajatele sobib enam BMW.

Spordisektoris on eraraha kaasamine sponsorluse kujul tavapärase praktika ning spordi jätkusuutlikkuse seisukohalt väga olulisel kohal. Kui kogu spordi tuludeks on umbes 250 mln eurot aastas, siis eraraha sponsorite abil kaasatakse hinnanguliselt 25–50 mln eurot. Paljud spordialad eraraha ja sponsorite toel suuresti toimivadki, näiteks auto- või motosport, mille toetajad on paljuski sama valdkonna ettevõtjad. Enamasti on sponsorid ettevõtted, kes soovivad panustada mõne spordiala arengusse (nt spordialaliidud) või toetada mõnda kindlat sportlast. Näiteks toetavad Eesti Olümpiakomiteed kui Eesti spordi katuseorganisatsiooni PAF, JCDecaux, Monton, Nike, Olympic Casino, Salomon, Sportland, SYNLAB, Toyota Baltic.

Samas toovad ettevõtjad esile, et sponsorluse edukuse määrab ka nende endi panus. Ettevõtte peab panustama, et annetus nähtavaks teha ning tihti toimetavad nad kultuuri- ja spordikorraldajatega üheskoos. Ettevõtte turundajad aitavad sündmust turundada ja on kohal ka selle toimumispaigas. Näiteks spordis on sponsorlus rahaline, aga toimib ka toodete ja teenuste kasutamise kaudu, mille eest sportlane ega võistkond ei maksa. Vastutasuks kuvab sportlane nende too-

„Oluline on äriiline kasum, kuidas me suudame selle mingil hetkel ärisse tagasi tuua.“

*Ettevõtja*

„Panus peab olema kahepoolne.“

*Kultuuri- ja spordikorraldaja*

„Sponsorlus on ettevõtja jaoks *pure business.*“

*Kultuuri- ja spordikorraldaja*

„Kõik tahavad lugu rääkida.“

*Kultuuri- ja spordikorraldaja*

dete/teenuste kasutamist enda sotsiaalmeedias. Sportlased on aina enam muutunud suunamudijateks, kellel on palju jälgijaid ning kes saavad tänu sellele ennast paremini turundada ja finantsiliselt kindlustada.

Sponsorluse printsiibid otsustatakse ettevõtetes enamasti nõukogudes või omanike ringis. Sponsorlusvalikud on enamasti seotud omanike isiklike huvidega, vähestel ettevõtetel on olemas sponsorluspõhimõtted.

## 2. TÖÖANDJA KUVAND JA KLIENDIPROGRAMMID




Lisaks nähtavuse suurendamisele teevad ettevõtjad kultuuri- ja spordiasutuste ja -organisatsioonidega koostööd oma klientidele või töötajatele lisandväärtuse pakkumiseks. Ettevõtte kontekstis toimub sel juhul annetamine turundus- või koolituskulude kaudu.

Kultuuri- ja spordikorraldaja väärtuspakkumine on aga nii ettevõtte klientidele kui ka töötajatele sarnane. Organisatsioonid ja asutused pakuvad ettevõtetele näiteks kultuurisündmustel vabatahtlikuks olemist, mis võimaldab näha suurürituse või asutuse korralduspoolt. Osa asutusi kutsuvad toetaja töötajaid või kliente oma üritusel osalema, osa kultuuri- ja spordikorraldajaid on välja töötanud ettevõtjatele eksklusiivseid programme (nt Veneetsia biennaali või Viini ooperi külastamine). Samuti on populaarseks osutunud haridusprogrammid, nagu kunstikool, mis on suunatud advokaadibüroo klientidele ja töötajatele.

Ettevõtjad tõid veel välja, et kultuuri- ja spordikorraldajad võiksid pakkuda ka praktikaprogramme ettevõtjatele, mis arendaksid ettevõtjate töötajate loovust jms oskuseid. Ettevõtjate soov panustada oma inimestesse aina kasvab ning otsitakse loovaid lahendusi, mis võimaldaksid värbamisturul eristuda. Ettevõtjaid tõid ka esile, et kui kultuuriasutus pakuks neile n-ö täispaketti oma töötajatele suunatud ürituste kujul, oleksid nad koostööst veelgi enam huvitatud.

Samas oli selline koostöövorm pigem erand kui reegel. Ettevõtjad ning kultuuri- ja spordikorraldajad nentisid, et tegu on väga hea ideega, aga nad ei ole seda piisavalt kasutanud.

## 3. METSEENLUS



Metseenlusena kirjeldati koostöövormi, kus ettevõtja annab, ilma et küsiks või sooviks midagi vastu. Vahel nimetati metseenlust „tõelise annetusena“. Annetamine on sel juhul ettevõtja jaoks siiras soov teha head, võimalus panustada oma riiki ja kultuuri tagasi. Metseenlust võib rohkem näha kogukonna tasandil, kus

„Meil pole annetusi 26 aasta jooksul olnud.“  
Kultuuri- ja spordikorraldaja

ettevõtjad panustavad kogukonda, kust nad on pärit või kus elavad. Kultuuri- ja spordikorraldajate tunnetus oli, et metseenlust on valdkonnas väga vähe. Näiteks kunstivaldkonnas on metseenina panustajad ka ise kunstikogujad, kellel on valdkonnast hea ülevaade ning suur huvi selle vastu. Metseenidest on tuntuim kindlasti Enn Kunila. Kinnisvaraärimees Laur Kivistik on toetanud näiteks Eesti Kaasaegse Kunsti Muuseumi näitusi, andnud oma ettevõttele kuuluvas Saarineni majas ajutisi galeriipindu mittetulunduslikele ja projektipõhiste ajutistele galeriidele ja projektidele ning asutanud ise Viljandis Rüki galerii.

Lisaks rahalisele annetusele vajavad kultuuri- ja spordiasutused ja -organisatsioonid ettevõtjate oskuseid, teadmisi ja aega. Kultuurivaldkonnas on üksikuid näiteid, kus advokaadibürood pakuvad *pro bono* õigusabi ning ettevõtjad panustavad oma aega kultuuriasutuste nõukogude töö kaudu, aga laialdaselt ei ole selline annetamise käsitlus Eestis levinud.



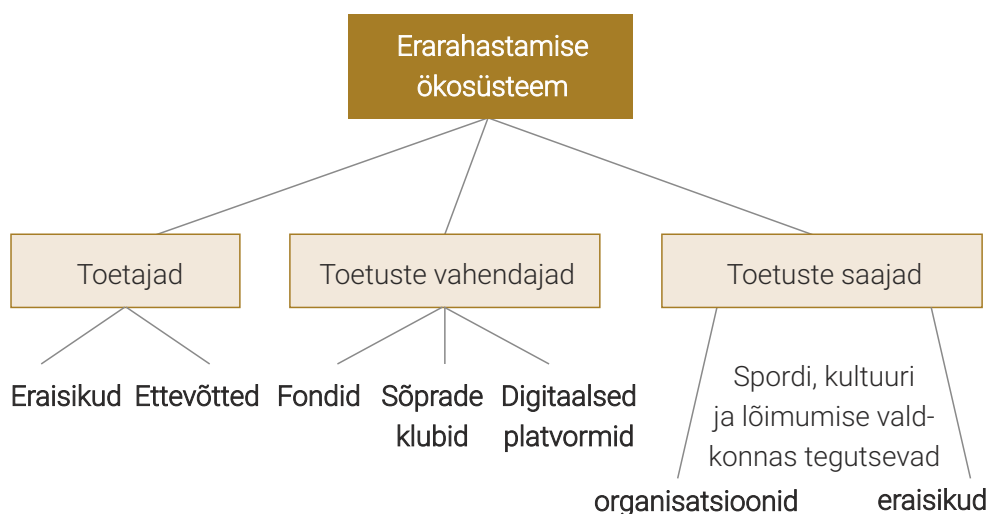
Ettevõtjad, eriti iduettevõtjad, tõid esile, et neid paelub strateegiline annetamine, mille kaudu kultuurivaldkonna ja ühiskonna probleeme lahendada. Otsitakse algatusi ja projekte, kus ettevõtjate panuse mõju on kõige suurem. Ettevõtjad tegid ettepaneku, et koos kultuuri- ja spordi valdkonnaga võiks analüüsida probleeme ja väljakutseid, mida saaks koos lahendada. Teistest sektoritest on sellise koostöövormi heaks näiteks Heateo Sihtasutuse Haridusfond või Kood Jõhvi, mille raames ettevõtjad ja haridusvaldkond koos tegutsevad.



Kultuuri- ja spordivaldkonda investeerimise eesmärk on seeläbi oma raha kasvatada või hiljem tagasi saada.

Investeerimise võimalust ettevõtjatele pakub näiteks Eesti Pillifond. Ettevõtjal on võimalus osta vana pill, mille väärtus ajaga tõuseb. Samuti näevad ettevõtjad kunsti ostmist kultuuri panustamisena. Investeerimisega tegeleb ka Eesti Rahvuskultuuri Fond.

# ÖKOSÜSTEEM



## 1. Toetajad

Toetajad võib tinglikult jagada kaheks suureks rühmaks: eraisikud ning ettevõtted ehk füüsilised isikud. Ajakasutuse uuringu kohaselt alates 10-aastastest ja vanematest Eesti elanikest 38% ehk 445 300 inimest on teinud uuringu tegemisele eelnenud perioodil rahalisi või esemelisi annetusi mõnele organisatsioonile või eraisikule<sup>3</sup>. Raporti koostamiseks tehtud intervjuudest selgub, et ettevõtjad annetavad lisaks toetamisele oma ettevõtte kaudu sageli ka eraisikutena (vt ptk motivatsioon).

## 2. Toetuste saajad

Toetuste saajad on potentsiaalselt kõik loome-, spordi- ja lõimumissektoris tegutsevad ettevõtted ja eraisikud.

Eraldi rühmana võib välja tuua Maksu- ja Tolliameti otsusega kinnitatud tulumaksusoodustusega mittetulundusühingute, sihtasutuste ja usuliste ühenduste nimekirja kantud isikuid<sup>4</sup>, kellele juriidilised isikud saavad teha annetusi teatud piires maksuvabalt ning füüsilised isikud saavad neile tehtud annetused maha arvata oma maksustatavast tulust.

## 3. Toetuste vahendajad

Eestis tegutsevad mitmed fondid, seltsid ja sõprade klubid, mis aitavad kokku viia toetuste andjad ja toetuste saajad. Lisaks sellele saab meelepäraseid organi-

<sup>3</sup> <https://www.stat.ee/et/uudised/eestis-445-000-annetajat-ja-160-000-vabatahtliku-too-tegijat>

<sup>4</sup> <https://www.emta.ee/ariklient/registreerimine-ettevotlus/tulumaksusoodustusega-uhingule/nimekirjas-olevad-uhingud>

satsioone või ettevõtmisi toetada digitaalsete platvormide kaudu. Kultuuri- valdkonda saab toetada näiteks Eesti Kultuurkapitalile annetamise kaudu. Mitmed eraannetajad ja ettevõtted toetavad neile meelepäraseid valdkondi ka ilma vahendusorganisatsioonita.

Järgnevalt on esitatud teave vahendajate kohta, keda mainiti ka fookus- intervjuude käigus.

#### • **Sihtasutus Eesti Rahvuskultuuri Fond**

Sihtasutus Eesti Rahvuskultuuri Fond on iseseisev kasumit mittetaotlev orga- nisatsioon, mis on loodud Eesti rahvuskultuuri heategevusliku toetamise ees- märgil rahaliste vahendite sihipärase kogumise, valitsemise, kasutamise ja jagamise kaudu. Erinevate valdkondade toetamiseks on Sihtasutuse Eesti Rah- vuskultuuri Fond juurde on annetajad moodustanud 176 allfondi ning moodus- tamisel on 83. Seisuga 09.11.2022 on kõikide nimeliste allfondide põhikapitali suurus umbes 8 miljonit eurot.

Näiteks Härmatali fond toetab lastekirjandust, Aimée ja Vladimir Beekmani fond jagab kirjanikele stipendiume, Juhan Jaigi mälestusfond toetab laste- ja noorte- kirjandust. Muusikavaldkonnas on üle 35 allfondi, mis toetavad muusikat pea- aegu kõikides žanrites, kuid on olemas ka näiteks konkreetse kohaliku oma- valitsuse muusikaelu toetavad fondid (Rakvere, Viljandi). Enamasti on fondid suunatud noorte muusikute ja annete toetamiseks.

#### • **SA Eesti Pillifond**

SA Eesti Pillifond, mis on loodud Kultuuriministeeriumi eestvedamisel ja era- sektori toel, võimaldab Eesti tippinterpreetidel lepinguliselt kasutada kõrge väärtusega või ajaloolise tähtsusega fondile soetatud muusikainstrumente, mis tõstab Eesti muusikute konkurentsivõimet rahvusvahelisel areenil. Muu hulgas korraldab fond koolitusi potentsiaalsetele investoritele kogu kunsti valdkonnas

#### • **Eesti-Soome kultuurifond**

Eesti-Soome Kultuurifondi on asutanud 24 eraisikut ning 15 ettevõtet ja organi- satsiooni nii Eestist kui ka Soomest. Teiste hulgas kuuluvad fondi asutajate hulka Tallinna Ülikool, Turu Ülikool, Åbo Akademi, Tallinna Tehnikaülikool ja Tartu Üli- kool. Fondi tegevuse peamine eesmärk on tugevdada Soome ja Eesti koostööd kultuuri ja kunsti valdkondades, suurendada vastastikust keeleoskust, arendada ühisprojekte ning edendada kultuurieksporti kolmandatesse riikidesse.

#### • **Eesti Kultuurkapital**

Eesti Kultuurkapitali seaduse järgi moodustub Kultuurkapitali vara muu hulgas Kultuurkapitali heaks tehtavatest varalistest annetustest. Sihtotstarbelisi anne- tusi ja pärandusi kasutatakse ainult annetaja või pärandaja näidatud eesmärgil. Annetuste vastuvõtmine on üks Kultuurkapitali võimalustest kaasata erakapitali kultuuri rahastamise.

Eraannetajate toel (Margus Linnamägi) ja Kultuurkapitali kaudu ilmuvad sarjad Avatud Eesti Raamat ja Hieronymus. Annetatud on ka Kultuurkapitali Traducta sihtkapitalile (Armin Kõomägi ja Turid Farbrecht).

#### • Sõprade seltsid/klubid

Paljude muuseumide, teatrite ning teiste kultuuri- ja spordiasutuste toetuseks on loodud nn sõprade seltsid. Nende eesmärk on aidata kaasa konkreetse asutuse või valdkonna tegevusele. Seltside vara tekib üldjuhul sisseastumis- ja liikmemaksude, varaliste annetuste, korjanduste, päranduste ja eraldiste kaudu.

Näiteid aktiivsetest seltsidest/klubidest:

Eesti Rahva Muuseumi Sõprade Selts on mittetulundusühing, mis on asutatud 1994. aastal. Seltsi eesmärk on kaasa aidata Eesti Rahva Muuseumi tegevusele ning eesti ja teiste soome-ugri rahvaste ja Eestis elavate rahvusrühmade rahva- kultuuri säilitamisele, uurimisele ja tutvustamisele. Seltsil on üle 1000 liikme Eestis ja mujal maailmas. Selts korraldab üritusi, õppereise ajaloolistesse ja kultuuri- loolistesse paikadesse ning annab välja trükiseid.

Eesti Riikliku Sümfooniaorkestri Sõprade Klubi kaudu toetatakse Eesti esindus- orkestrit ning panustakse Eesti kultuuri- ja muusikaellu. Sõprade klubi liikmetele pakutakse mitmeid hüvesid ning neil on võimalus osaleda eriüritustel.

Sõprade seltsi loetakse ka teistel eesmärkidel, näiteks regionaalsete initsiatiivide toetamiseks (nt Võrumaa Sõprade Selts) või huvi alusel. Üks sellistest on Barclay de Tolly Sõprade Klubi MTÜ, kelle eesmärk on koondada julged ja teotahtelised inimesed nii Eestist kui ka väljastpoolt, kes väärtustavad Eesti ajalugu ja kultuuri. Samuti harivad nad klubiliikmeid Eesti ajaloost ja suurkujudest, organiseerivad vastavasisuliselt kultuuri- ja ajalooüritusi, väärtustavad ja tõstavad esile eestlasi ja välismaalasi, kes on aidanud Eesti tuntust ajaloo, kultuuri, ettevõtluse vm alal maailmas tõsta ja/või taastada ajaloolist kultuuripärandit. Klubi tegevuse oluline osa on ühised väljasõidud Euroopa suurlinnadesse. Nende reiside eesmärk on pakkuda klubiliikmetele võimalust kohtuda Eestiga seotud ettevõtjate ja kultuuri- inimestega, kelle jaoks on Eesti edendamine maailmas olnud oluline.

Eesti Kunstimuuseumi Kunstisõprade Selts koondab eri eluvaldkondi esindavaid kunsti- ja kultuurisõpru, et pakkuda seltsi kaudu muuseumile lisaväärtust. Seltsi liikmed kogunevad regulaarselt ühisteks näitusekülastusteks, nad on kutsutud näituste avamistele, seltsile korraldatakse kinniseid üritusi. Seltsi liikmed saavad osta soodushinnaga Eesti Kunstimuuseumi trükiseid ja kanda Kunstisõprade Seltsi hõbemärki.

#### • Eraannetajate eriprojektid

Eesti Kirjanike Liidu romaanivõistlus toimub Eesti erakapitali toel. Võistluse toetajad Liviko, Ellex Raidla ja Rahva Raamat teevad võistluse korraldamiseks Eesti Kirjanike Liidule sihtannetuse, millest auhinnafondi väljamakse on 12 000 eurot. Kirjastus Eesti Keele Sihtasutus ja Eesti Keele Instituut panevad välja ühise

keeleauehinna. Lisaks kannab Ellex ja Raidla ühe käsikirja tõlkimise kulud inglise keelde, eesmärgiga aidata kaasa eesti kirjanduse jõudmisele välispublikuni.

Eesti Olümpiakomitee aitab ERGO-I välja anda noorsportlaste stipendiumit, et anda Eesti noortele sportlastele hoogu juurde. Sellele saavad kandideerida 18–25-aastased sportlased. Eesmärk on toetada lootustandvate noorte sportlaste ettevalmistust ja osalemist rahvusvahelistel võistlustel. Stipendium on sihtotstarbeline ning mõeldud treening- ja võistluskulude või spordivahendite soetamiseks.

Sihtasutus Noored Olümpiale on spordisõprade poolt 2016 aastal ellu kutsutud Sihtasutust juhivad spordisõpradest ettevõtjad vabatahtlikkuse alusel. Kogutud toetused jõuavad otse valitud noorsportlasteni stipendiumide ja koolituste kaudu.

### • Toetaja piletid

Mitmetel asutustel on olemas n-ö toetaja pileti formaadis toetamisvõimalus.

Tallinna Kunstihoonel oli aastaid aastapileti formaat, nüüd katsetab sellega Kai kunstikeskus. Võimalus osta kogu aasta kehtiv näitusepilet on soodne külalastajale, kes kõiki näitusi näha soovib, aga ka asutusele, kes saab paremini omatulu planeerida. Kuna pileti hind ei ole võimalikust summaarsest hinnast suurem, ei ole tegemist otseselt toetamismudeliga.

### • Digitaalsed platvormid

Eraisikud saavad toetada Kultuuriministeeriumi valdkonna organisatsioone erinevate ühisrahastuse põhimõttel tegutsevate eesti ja välismaa digiplatvormide kaudu.

Hooandja on ühisrahastusplatvorm, kus saavad toetust koguda loomingulised ideed. See on inimesele, kes teeb loomingulisi projekte, ja kes soovib, et loomingulisi projekte tehtaks. Hooandjas kohtuvad tegijad ja hooandjad, et koos huvitavad, põnevad ja lennukad ideed ellu viia.

Lisaks Eestis tegutsevatele Hooandjale saab loovisikuid, ideid, sündmusi jm toetada rahvusvaheliste platvormide kaudu, nagu Patreon, Outset, Kickstarter.

Patreon on loovisikute ja kogukondade rahastusplatvorm, kus igaüks saab igakuise püsimumkusega toetada eraisikuid või organisatsioone. Loovisikud määravad toetuste suurus ja sisu, mida nad oma patroonidele toetuse eest vastu pakuvad, ise.

Mõned Eestiga seotud projektid Patreoni portaalis on Philly Joe's jazziklubi Tallinnas, ingliskeelne veebiajakiri Eestist Estonian World, venekeelne veebiajakiri Äkki eesti kultuurist ning GameDev Estonia, mis on mittetulundusühing, mille eesmärk on edendada ja koordineerida videomängutööstuse arengut Eestis.

Mõnda aega tegutses väga aktiivselt, kuid praegu passiivsemalt, metseenlusplatvorm Outset Eesti, mis oli osa laiemast rahvusvahelisest võrgustikust. Selle mudeli mõte on, et kaasaegset kunsti toetada soovivad metseenid annavad Out-

setile, kes rahastab ühiselt välja valitud ja kvaliteedigarantiiga projekte või kunstnikke. Outseti võrgustiku kaudu on neil ligipääs rahvusvaheliste kunstisündmuste VIP-programmidele jm eksklusiivsemale materjalile. Outset Eesti juht on Karin Laansoo (Kai kunstikeskus, Eesti Kaasaegse Kunsti Arenduskeskus).

Kickstarter on laiema profiiliga portaal, mille kaudu saab lisaks loovprojektidele toetada ka muid, sh ärilise arendustegevusega seotud algatusi.

## TOETAJATE HOIDMINE JA TUNNUSTAMINE

Fookusgruppides uuriti kultuuri- ja spordikorraldajatelt, kuidas nad oma partnereid tunnustavad ning ettevõtjatelt, millist tunnustust nad vajavad või ootavad. Peamiselt keskenduti annetuste mõjule, võrgustike loomisele ning annetustest rääkimisele.

### **1. Annetuste mõju tuleb paremini kajastada**

Selleks, et tekitada ühist eesmärgitunnetust ja hoida tihedat koostööd eraannetajatega, võiks annetuse saaja näidata annetusest sündinud kasu mõjuraportis, mille fookus peaks vastama annetaja ootustele – olenevalt, kas tegu on sponsorluse, strateegilise annetamise või mõne muu annetuse liigiga. Näiteks Jazzkaar teeb toetajatele detailse täisaruaude, mis võimaldab neil oma toetuse mõjust aru saada. Aruanne sisaldab publiku-uuringut, väljapaistvusülevaadet ja majanduslikku mõju.

Koostööd soodustava mõjuaruande koostajana võib välja tuua ka Eesti Vabaühenduste Liidu, keda nende partnerid usaldavad just selle professionaalsuse pärast. Professionaalsuse taset aitab tõsta, kui annetuste peale võetakse vastavate oskustega inimene, kellele seatakse selged ootused. Professionaalselt tehtud mõjuaruanded aitavad mõista, kas annetajatega koos seatud eesmärgid said täidetud.

Emotsionaalsema laengu – millel on annetusotsuste tegemisel oluline osa – tekitavad erinevad sisuaruaude formaadid, mis toovad esile sündmuse või tegevuse mõju kindlatele inimestele. Sellised formaadid on näiteks külalisraamatute või esitajate ja küllastajate tsitaatide edastamine toetajatele. Üksikutele kultuuri- või sporditegelaste toetanutele võib hea tagasiside olla vabas vormis tekst, kuidas toetus on aidanud inimesel end arendada või midagi ellu viia.

### **2. Annetajate võrgustikuga tuleb teha pidevat koostööd**

Ettevõtjad tõid välja, et annetajad soovivad nii annetuste saajate kui ka teiste toetajatega sotsialiseeruda. Annetuste saajal on seega oluline teha pidevat tööd oma annetajate ja potentsiaalsete annetajate võrgustikega, pakkudes neile selget väärtust. Annetajad ootavad tänamist, mida saab teha toetatud ettevõtmisel, aga

ka eraldi üritusel. Samuti võib toetajaid kutsuda proovidesse, treeningutele ja lava taha – need on erandid, mida igapäevale ei tehta. Kõik need tegevused tõstavad annetamise atraktiivsust.

Annetusi koguvad organisatsioonid saavad lisaks üksikutele tänuüritustele luua partnerite, annetajate ja sponsorite klubisid, mis võimaldavad teha ühistegevusi, luua tugevamaid sidemeid kõigi osaliste vahel ja toetajaid igal aastal tänada. Neist võivad hea kureerimise korral kujuneda hinnatud VIP-klubid, mille liikmeks olemine on auasi. Klubid võimaldavad tihedat läbikäimist ja oma toetajatele eksklusiivste pakkumiste tegemist. Hea näide ühistegevustest on näiteks ooperisõprade klubi ühised välisreisid.

Töö võrgustikega hõlmab ka mõlemapoolset õppimisprotsessi. Annetajad toetavad tõenäolisemalt neid algatusi ja organisatsioone, millega neil on side, valdkondi millest nad saavad aru. Samamoodi võiks annetuste saajad mõista oma heategijaid, nende huvisid ja soove. See tähendab, et klubilisest tegevusest saab arendada ühise õppimisprotsessi, mis annab mõlemale osapoolle rohkem juurde, kui ainult rahaline annetus.

Võrgustikud ei pea olema ainult sotsiaalsed klubid, vaid võivad olla ka sisulise koostöö tegemise kohad, nagu näiteks NO99 sõprade klubi. Teater NO99 pörgatas oma sõpradega lavastuste ideid ning klubi sai sisuliselt panustada. Samuti aitasid klubi liikmed leida teatrile uusi toetajaid. Selline sisuline konsulteerimine eeldab väga head koostööd ja ootuste juhtimist mõlemalt poolelt, ent hästi juhitud aitab see maandada ka ettevõtjate välja toodud probleemi, et toetatud festival ei vastanud nende ootustele.

„Partnerlussuhe on pidev õppimine.“

Kultuuri- ja spordikorraldaja

### 3. Annetustest rääkimine ja tunnustamine inspireerivad mitte-annetajaid

Kuigi tavaliselt just metseenlusega tegelevad ettevõtjad ei soovi sageli enda nime avalikustamist – tagasihoidlikkusest või tundeist, et sellisel juhul tõstaks annetaja justkui end ise esile –, on annetajate nimelisel äratoomisel ja annetustest rääkimisel suur potentsiaal. Uuringud näitavad, et kui annetused seostada annetamisega, tekib ühiskondlik eeskuju ning annetada soovivad ka teised. Suurtoetajate kõrval peaks märkama ka väikeste annetuste tegijaid, mis võib annetaja rahalist võimekust arvestades olla tegelikult üsna suur panus.

Ettevõtjate ootus riigile on olla kultuuripoliitika võtmesündmustele kaasatud. Näiteks võiks minister kutsuda annetanud ettevõtjad aasta olulisematele kultuuri- ja spordisündmustele või ka kohaliku tähtsusega sündmustele. Ootusena toodi välja „Kultuurisõbra“ gala formaadi muutmine – näiteks võiks sinna kutsuda kõik või suurema osa kultuurivaldkonna annetajatest, et sellest seltskonnast saaks suur, populaarne ja ihaldusväärne klubi.

„Raha antakse nii, et sa ei taha, et see näha oleks.“

Ettevõtja

# TAKISTUSED

Raporti koostamise käigus uuriti ettevõtjate ning kultuuri- ja spordikorraldajate, mis on olnud nende kogemuse ja hinnangu põhjal kultuuri- ja/või sporditegevustele annetamise takistused. Peamistena toodi välja järgnevad.

## 1. Kultuuri ja sporti toetab vähe ettevõtjaid

Kultuuri- ja spordikorraldajad leidsid, et tegelikult on Eestis pigem vähe ettevõtteid, kes kultuuri ja sporti toetavad ning nende hoidmine, kes seda teevad, on katsumus. On väljakujunenud tuntud (suur)toetajaid, aga juurde oleks vaja uusi tegijaid. Samal ajal lisandub aina uusi kultuuri- ja spordikorraldajaid, kes samuti toetamist sooviksid. Seega on peamine mure uute ettevõtjate leidmine, kes kultuuri varem toetanud ei ole.

Märgiti, et n-ö iduettevõtjate põlvkond tihti kultuuriga ei suhestu ja ei näe seega põhjust seda toetada või selle pärast muret tunda.

Kultuuri- ja spordikorraldajad ning ettevõtjad on üsna erinevad inimesed. Seetõttu on ka nende tegevused erinevad ega liigu samades seltskondades, sündmustel jm, mis muudaks omavaheliste koostöiste sildade loomise lihtsamaks.

Samuti töid kultuuri- ja spordikorraldajad välja, et ettevõtte juhiga on keeruline isiklikult vestlema pääseda ja veenda teda kultuurisündmuse korraldamist toetama. Sageli on esmane kontaktisik kommunikatsiooni ja/või turundusvaldkonna töötaja, kellel on konkreetne eelarve, mistõttu on teda väga keeruline veenda.

Kultuuri- ja spordikorraldajad ütlevad, et aasta-aastalt tuleb järjest enam vaeva näha, et toetajaid hankida. Väga suur ajaressurss läheb toetaja/sponsori turundusplaani väljatöötamiseks. Toetajas tuleb tekitada omanikutunne ja luua väärtuspakkumine, kujundada annetajate hulka kuulumine auasjaks ja prestiižikaks nii, et tal on soov sinna kuuluda ja panustada.

## 2. Ühiskondlikud hoiakud ja harjumused ei toeta annetamist

Eestis on tugevalt juurdunud arusaam, et kultuuri toetab riik. Kultuuri- ja spordikorraldajatel puuduvad vajalikud oskused ja harjumused annetuste kogumiseks. Probleem on ka jõukama elanikkonna isikliku kultuuritarbimise kogemuse vähesus või selle puudumine.

Samuti on annetuste kogumine kohati tabu. Näiteks ei ole oma vara pärandamine kultuuriasutustele või organisatsioonidele Eestis pigem kombeks.

Lisaks on koostöö ettevõtjatega kultuuri- ja spordikorraldajate jaoks olnud tihti pigem kauplemine, näiteks sündmuste piletite, ainumüügiõiguse vms hankimine.

Ka annetustest rääkimine on Eesti ühiskonnas pigem tabu. On jäänud mulje, et ajakirjandus ei ole väga huvitatud seda teemat kajastama. Ettevõtjad soovivad ka

„Annetajateringi laiendamine on vajalik, uusi tegijaid on juurde vaja.“

Kultuuri- ja spordikorraldaja

„Vanasti said (kultuurikorraldaja – autorid) kokku ettevõtte juhiga.“

Kultuuri- ja spordikorraldaja

ise sageli anonüümseks jääda, kui nad on mõnda sündmust või sportlast toetanud. Samas toovad nad välja, et peavad oluliseks (annetajate) tunnustamist, aga soovitakse, et seda tehtaks taktitundeliselt, väärikalt ja stiilselt.

Spordivaldkonnas mõjutab annetamist avalikkuse hukkamõist, kui sportlane jääb näiteks dopingu tarvitamisega vahele või toimub mõni muu rikkumine (nt spordivõistlustega manipuleerimine, joores autojuhtimine. On esinenud olukordi, et sponsor saab negatiivset reklaami ja teda kuvatakse meedias halvustavalt (sponsor justkui aitas sportlasel dopingut tarvitada), mis tõrjub kindlasti toetajad eemale. Takistada võib ka spordi üldine kuvand – kui dopinguga või mõne muu rikkumisega jääb vahele palju sportlasi, ei soovita spordile annetada, sest ei teata, kes võib järgmine pettur olla.

### 3. Maksupoliitika ei soodusta annetamist

Nii ettevõtjad kui ka kultuuri- ja spordikorraldajad tõid välja, et avaliku sektori maksupoliitika on erasektori jaoks märgilise tähtsusega. Samas võimalust, et palgafondist või kasumist annetataks tulumaksuvabalt teatud protsendi ulatuses, pigem ei kasutata.

Fookusgruppidest selgus, et paljusid kultuuriga seotud mittetulundusühinguid, sh riigi asutatud sihtasutusi tulumaksusoodustuse nimekirjas ei olegi. Ettevõtjad ning kultuuri- ja spordikorraldajad küsisid, kas selline nimekiri on praeguses Eestis üldse vajalik või tuleks kogu süsteem ümber mõelda. Samuti toodi esile, et Eestis puuduvad võimsad ettevõtjate asutatud kultuurfondid, nagu Soomes ja Põhja-maades, sest meil ei ole veel sellist ajaloolist kapitali.

Lisaks toodi probleemina välja, et riigi osalusega ettevõtted ei tohi tegeleda kultuuri ja spordi toetamisega. Tehti ettepanek, et riigiettevõtte võiks just kultuuri-toetajana eeskujuks olla.

### 4. Annetamist ei ole mõõdetud ega eesmärgistatud

Eesti ühiskonnas ei ole kultuurile annetamist/panustamist kunagi mõõdetud. Ühtlasi seda keeruline teha, sest konkreetsed summad ei tule sageli aruannetest

„Proovime võimalikult vähe rääkida, et me toetame.“

*Ettevõtja*

„Mul on rahaliselt kordades otstarbekam võtta dividende välja ja seejärel annetada eraisikuna, kui annetada ettevõtjana ja maksta sellelt kõrgeid makse.“

*Ettevõtja*





välja. Suures osas toetatakse kultuuri turunduseelarvete kaudu ning seega ei kajastu need annetused üheski deklaratsioonis. Samuti ei ole mõõdetud aega ega oskuseid, millega ettevõtjad on kultuuri panustanud.

## 5. Suursponsoreid ja pikaajalisi toetajaid on üha raskem leida

Kultuuri- ja spordikorraldajad töid välja, et 10–15 aastat tagasi oli nii suursponsorite kui ka pikaajaliste toetuste saamine kergem kui praegu. Praegu suurkorporatsioonid Eesti kultuuri enam sama suures mahus ei toeta. Ettevõtte annetab peamiselt riiki ja kultuuri, kus asub tema peakontor. Meie turg on suurkorporatsioonide jaoks panustamiseks liiga väike.

Samuti on pikaajalisi toetajaid üha raskem leida. Kultuuri- ja spordikorraldajad kirjeldavad, et toetussummad jäävad aina väiksemaks, kuigi nende saamiseks tuleb rohkem tööd teha.

„Andke kas või vähem korraka, aga kolmeks aastaks.”

Ettevõtja (kirjeldab kultuuri- ja spordikorraldaja soove)

# ETTEPANEKUD JA SOOVITUSED

Võttes arvesse praegust olukorda ja analüüsi raames toimunud fookusgruppide intervjuusid, võib välja tuua soovitusid ja ettepanekud kolmes valdkonnas: keskkonna loomine, toetamine ja tunnustamine.

## Ettepanek/soovitus

| KESKKONNA LOOMINE  |
|--|
| Kaaluda kultuuri- ja spordivaldkonda eraraha kaasamise koordinaatori ametikoha, kelle ülesanne oleks kesksete tegevuste (kampaaniad, koolitused, rahvusvahelise praktika kogumine ja jagamine, regulaarsed analüüsid jms) elluviimine, loomist |
| Kaaluda sotsiaal-kultuurilise reklaami esitamise taastubamist Eesti Rahvusringhäälingu kanalites   |
| Analüüsida võimalust kehtestada ehitustööde maksumusest 1% ulatuses kunstiteoste tellimise nõue ka erasektori uute, avaliku otstarbega, hoonete ehitamisel ning esitada vastavad ettepanekud.  |
| Taotleda tingimustele vastavuse korral sihtasutuste, mille asutajaõigusi teostab Kultuuriministeerium, kandmist tulumaksusoodustusega ühingute nimekirja   |
| Kaaluda tulumaksusoodustuste nimekirja vajalikkust ja selle alternatiive   |
| Mõelda paremini läbi koostöö teiste sektoritega (nt turismivaldkond ja sealsete võimaluste paremini rakendamine) eelkõige kultuuri- ja spordiürituste paremini esiletoomiseks  |
| Analüüsida vajadust muuta praegu kehtivas tulumaksuseaduses sätestatud maksuvaba annetamise piirmäärasid paindlikumaks (sh võimalust annetada välja võetud või teenitud kasum mitme aasta jooksul)   |
| Analüüsida võimalusi luua süsteemi, mis võimaldaks tööandjatel sarnaselt sportimisvõimalustega katta maksuvabalt töötajate kultuuris osalemist.  |
| Analüüsida riigi äriühingutele kultuuri- ja spordiorganisatsioonide toetamise võimaluse taastamise mõjusid ja võimalusi  |
| Analüüsida suurkorporatsioonide (äriühingute) dividendide maksustamise (kasumi väljaviimisel Eestist) muutmist nii, et 1% maksustatavast dividenditulust tuleb suunata Eesti kultuurile või spordile   |

## Ettepanek/soovitus

| TOETAMINE  |
|--|
| Avaliku sektori taotlusvoorude tingimustes arvestada praegusest enam eraraha kaasamist, et motiveerida kultuuri- ja spordikorraldajaid eraraha kaasamisele ja suhete loomisele ettevõtetega või luua eraldiseisev fond, mille eesmärk on toetada projekte, kus erarahaga kaetakse kuni pool panusest |
| Alustada kultuuri- ja spordivaldkonda tehtavate annetuste mõõtmist, sh leida vajalik metoodika ja seada soovitud siht  |
| Teha koos kultuuri- ja spordikorraldajatega ning annetajatega regulaarselt meediakampaaniaid korraldajate ja ettevõtete teadlikkuse tõstmiseks   |
| Tutvustada Eesti Kaubandus-Tööstuskoja, Eesti Tööandjate Keskliidu ja Asutajate Seltsi liikmetele annetamise võimalusi ning annetustega kaasnevat mõjusid  |
| Pöörata suuremat tähelepanu kultuuri- ja spordiürituste külastajate tagasiside ja ürituse majandusliku mõju analüüsimisele ning selle avalikustamisele ja tutvustamisele ettevõtetele  |
| Leida võimalusi, kuidas kaasata kultuuri- ja spordivaldkonna toetajate hulka praegusest enam eestlasi välismaalt ja Eesti sõpru  |
| Rakendada rohkem nn toetajapileti ostmise võimalusi ja luua üritustel võimalusi annetuste tegemiseks   |
| Kaaluda kultuuri- ja spordiüritustele tasuta piletite jagamise asemel võimalust pakkuda annetajatele ja toetajatele piletiostu sümbolse tasu eest  |
| Pöörata enam tähelepanu eraraha kaasamise võimaluste otsimisele, kogemuste jagamisele, koolitamisele ja annetajate tunnustamisele ja nende abistamisele kultuuri- ja spordiorganisatsioonides  |
| Analüüsida võimalusi, kuidas aidata annetajatel ja toetajatel nende teenust või toodet müüa, arvestades kultuuri- ja spordivaldkonna potentsiaali pakkuda ettevõtjatele abi lugude jutustamisel  |
| Analüüsida võimalusi kultuuri- ja spordiorganisatsioonidel ettevõtjatele praktikabaasi pakkumiseks või ettevõtjate töötajatele ja klientidele sisulise väärtuspakkumise väljatöötamiseks.  |
| Analüüsida Sihtasutuse Eesti Rahvuskultuuri Fondi rolli annetuskuultuuri edendamisel kultuurivaldkonnas  |
| Koostöös Heateo SA-ga analüüsida, kas on võimalik ja vajalik luua ka kultuuri-sektorile iseseisev fond, mis kogub annetusi kindlate ühiskondlike probleemide lahendamiseks ja aitab arendada strateegilist heategevust kultuuri valdkonnas   |
| Analüüsida põhjalikumalt investeerimise võimalusi kultuuri – ja spordivaldkonnas, sh kaasates välismaa näiteid   |

## Ettepanek/soovitus

### TUNNUSTAMINE

Kaaluda ministril võimalusi maakondlike visiitide ajal kohtuda piirkonna ettevõtetega, et tunnustada ja motiveerida neid kultuuri ja sporti endiselt toetama

Koos valdkonnaga kaaluda võimalust avaldada igal aastal suurimad kultuuri- ja sporditoetajad

Jätkata tunnustusürituste „Kultuurisõber“ ja „Spordisõber“ korraldamist ning vajaduse korral muuta ettevõtete ja korraldajate tagasisidest lähtuvalt ürituste formaati

Kultuuriministeriumil ja kultuuri- ja spordikorraldajatel leida teisi täiendavaid viise ettevõtjate panustatud aja ja oskuste märkamiseks ja tunnustamiseks

# Lisa 1 MUUSEUMIDE ANNETUSKULTUURI EDENDAMINE

## Testprojekt Muinsuskaitseametis 2023–2024

- **Probleemid:**
  - Muuseumitöötajate oskused ja teadmised edukate rahastuskampaaniate korraldamiseks on napid.
  - Igal üksikul muuseumil ei ole raha rahastuskampaaniate korraldaja palkamiseks, valdkonnas ei oleks selleks ka piisavalt inimesi.
  - „Muuseumide kiirendi“ taotlusvoorus on väga tihe konkurents ja palju häid projekte jääb rahastuseta.
- **Lahendus:** Muinsuskaitseametisse luuakse 2023. aastal annetuskultuuri edendaja ametikoht.
- **Maksumus 50 000 eurot:** personalikulu (brutopalk 2000 eurot) + töökoha majanduskulu.
- **Ametikoha eesmärk:** suunata ettevõtjaid ja eraisikuid rohkem panustama kultuuripärandi hoidmisse ja arendamisse ning toetada muuseumide annetuste ja toetuste mahu suurendamisel.
- **Eeldused ametikoha täitmiseks:**

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| Nõuded haridusele:               | <ul style="list-style-type: none"><li>• kõrgharidus, soovitatavalt magistrikraad või sellele vastav kvalifikatsioon;</li><li>• pidev erialane täienduskoolitus.</li></ul>  |
| Nõuded kogemusele:               | <ul style="list-style-type: none"><li>• vähemalt kaheaastane töökogemus turunduses, suhtekorralduses või partnerlussuhete arendajana.</li></ul>  |
| Nõuded teadmistele ja oskustele: | <ul style="list-style-type: none"><li>• teadmised turundusest ja käitumisteadusest;</li><li>• soovitatavalt teadmised muuseumide tööst ja kultuuripärandist;</li><li>• projekti- ja protsessijuhtimisoskus;</li><li>• avaliku esinemise ja suhtlemisoskus;</li><li>• väga hea suuline ja kirjalik eneseväljendusoskus;</li><li>• arvutioskus ametikohal vajaminevate programmide ulatuses;</li><li>• oma valdkonna õigusaktide tundmine;</li><li>• eesti keele oskus C1 või sellele vastaval tasemel;</li><li>• inglise keele oskus B2 või sellele vastaval tasemel.</li></ul> |
| Nõuded isikuomadustele:          | <ul style="list-style-type: none"><li>• iseseisvus, algatusvõime ja loovus, sh võime töötada välja uudseid lahendusi ja neid rakendada ning töötada iseseisvalt ja tulemuslikult;</li><li>• koostöö- ja kaasamisvõime, diplomaatilisus;</li><li>• kohusetunne ja korrektsus;</li><li>• usaldusväärsus, lojaalsus ja orienteeritus riigi huvidele.</li></ul>  |

- Annetuskultuuri edendaja valib välja testprojektid „Muuseumide kiirendist“ mitte toetust saanute, osaliselt toetust saanute ja 2022. aastal Muinsuskaitseameti korraldatud rahastuskampaaniate korraldamise koolitusel osalenud muuseumide hulgast ning töötab neile välja annetusstrateegiad (sh projekti väärtuspakkumine, mõju kirjeldus ja analüüs, annetajate sisuliste kaasamisvõimaluste analüüs, tänamine).
- „Muuseumide kiirendi“ on taotlusvoor, kus toetuse andmise eesmärk on pakkuda muuseumidele võimalust teha kiireid arenguhüppeid avalikkusele suunatud tegevustes ja teenustes, mis oleksid pärast käivitamist majanduslikult isetasuvad. 2023. aasta tulemused selguvad veebruari alguseks.
- **Rahaline eesmärk:**
  - Esimesel tööaastal algatatud ja nõustatud vähemalt kolme muuseumi rahastuskampaaniat (valida testimiseks erinevad teemad: nt 1 püsinäitus, 1 väike kohaliku tähtsusega näitus, 1 muu teema), mille tulemusena saavad muuseumid tulu vähemalt ametikoha aasta kulude mahus.
  - Järgneval tööaastal on tulu maht kahekordistatud.
- **Testprojekti tulemuste analüüs:**
  - Vaheanalüüs 2024. aasta alguses.
  - Lõpparuanne (sh võimalikud ettepanekud „Muuseumide kiirendi“ taotlusvooru ümberkujundamiseks) 2025. aasta alguses.