



KULTUURIMINISTEERIUM



Kaasrahastatud
Euroopa Liit



Eesti
tuleviku heaks



DISAIN

Loomemajanduse kaardistus 2023

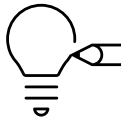
Põhitegevusala

- Disain
 - Tööstus- ja unikaaldisain
 - Graafiline disain

Kokku (2023)

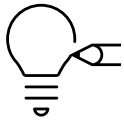
Äri- ja mittetulundusühingute arv	2 119
Hõivatute arv	1 586
Kogutulu (mln €)	96,8

KANTAR EMOR



Sisukord

Sisukord	1
1. Sissejuhatus	2
1.1 Disaini tegevusalade klassifikatsioon	2
2. Lühikokkuvõte	4
3. Pakkumine	5
3.1 Väärtusahel	5
3.2 Disainivaldkonna ülevaade	6
4. Nõudlus	14
4.1 Siseturu nõudlus	14
5. Organisatsioon ja poliitika	17
5.1 Organisatsioonid	17
5.2 Riiklikud toetusmeetmed	19
5.3 Seosed teiste (loome)valdkondadega	23
6. Haridus ja kutse omandamine	26
6.1 Disainivaldkonna järelkasv	26
6.2 Erialad	27
6.3 Lõpetanute arv	29
6.4 Täienduskoolitused	32
6.5 Huviharidus	32
7. SWOT analüüs	33
7.1 Tugevused	33
7.2 Nõrkused	34
7.3 Arenguvõimalused	34
7.4 Takistused ja ohud	36
8. Arenguprognosis	38
Lisa 1 – Disaini valdkonna tegevused EMTAK 2008 järgi	40



1. Sissejuhatus



Disain on loov ja eesmärgipärane protsess, mille kaudu luuakse funktsionaalseid, esteetilisi ja kasutajasõbralikke lahendusi. Disain hõlmab erinevaid valdkondi, näiteks toote-, teenuse-, graafiline, digitaalne ja moedisain. See loetelu ei ole aga täielik ning disain on üha enam põimunud erinevatesse protsessidesse väga paljudes eluvaldkondades. Seetõttu on üha keerulisem määratleda, mis on disain ja kes on disainer. Samas kirjeldab see ka disaini tähtsust

– see mõjutab inimeste igapäevaelu ilma, et me seda tihti ise teadvustaksime. Läbimõeldud disain ei tähenda ainult visuaalset ilu, vaid aitab lahendada probleeme, parandada kasutajakogemust ning luua kestlikke ja innovaatilisi lahendusi. Seega ühendab disain tehnoloogia, kunstilise väljenduse ja praktilisuse.

Käesoleva **aruande eesmärk** on pakkuda ülevaadet disaini valdkonna majandustegevusest, keskendudes peamistele majandusnäitajatele (nt ettevõtete ja töötajate arv, müügitulu, puhaskasum jne). Lisaks käsitletakse valdkonna tugistruktuure, riiklikku rahastust ja toetusi, erialase hariduse võimalusi ning arenguprognose. Olulise osana sisaldab aruanne ka üldist SWOT-analüüsi (tugevused, nõrkused, võimalused ja ohud), et pakkuda laiemat arusaama disaini valdkonna hetkeolukorrast, innovaatilisusest ja tulevikuväljavaadetest.

1.1 Disain tegevusalade klassifikatsioonis

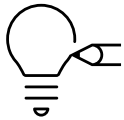
Disainivaldkonna analüüsimisel on vaatluse all valdavalt need ettevõtted, mille põhitegevusalaks on EMTAK 2008 järgi disainerite tegevus (74101). 2025. a võeti kasutusele uus EMTAK klassifikatsioon (EMTAK 2025) ning selle järgi on grupp 741 Disainerite tegevus jagatud nelja uude, detailsemasse klassi:

- 7411 tööstustoot- ja moedisain,
- 7412 graafiline disain ja visuaalne kommunikatsioon,
- 7413 sisekujundus,
- 7414 muu disainerite tegevus.

Seega võimaldab uus EMTAK klassifikatsioon edaspidi disaini valdkonna ettevõtetest juba märksa detailsemat ülevaadet saada. Kuna uuring keskendus aastatele 2019–2023, siis sel ajal oli siiski kasutusel veel vaid üks üldine disaini kood.

Nii nagu ka varasemates disainivaldkonda käsitlevates uuringutes on välja toodud, on jätkuvalt probleemiks see, et tihti on ettevõtetel endalgi keeruline määratleda, kas nende tegevus käib peamiselt disaini alla või on see hoopis kunst, käsitöö, reklaam, arhitektuur, riiete või mööbli tootmine või midagi muud. Samuti on sageli disainil oluline roll tootmise juures, mistõttu võib nt mööbli disaini ja tootmisega tegelevatel ettevõtetel olla raske määratleda, kas tema peamine tegevusala on disain või mööbli tootmine. Seetõttu kaasati disainivaldkonna ettevõtete hulka ka mõned sellised äriühingud, kes tegelikult on oma põhitegevusalaks märkinud midagi muud, kuid kelle puhul valdkonna eksperdid leiavad, et nende väärtus ja unikaalsus seisneb siiski disainis. Lisaks on kaasatud mõningaid ettevõtteid, kelle peamine tegevusvaldkond on küll teine, kuid kelle töös on väga oluline roll disaineritel. Arusaadavalt on selliste mõõnduste tegemine küllaltki subjektiivne.

Disainivaldkonna all ei käsitleta reklaamidisainerite, sisearhitektide ja tarbekunstnike tegevust, kuigi mitmed neist on Eesti Disainerite Liidu liikmed. Nii nagu eelmises kaardistuses, on nad ka tänavu paigutatud vastavalt reklaami, arhitektuuri ja kunsti valdkonna alla. Küll on aga disaini all vaadatud sisekujundust, mida seega ei käsitleta arhitektuurivaldkonna ülevaates.



Ülevaate koostamisel võeti aluseks varasemad disainivaldkonna ülevaated¹. Valdkonna strateegiliste sihtide mõistmisel oli abiks Kultuuri arengukava 2021–2030². Valdkonnast ülevaate saamisel kasutati lisaks Äriregistrile ka Statistikaameti, EMTA, HaridusSilma andmeid. Samuti oli abiks Eesti Disainikeskuse poolt koostatud Eesti disainivaldkonna kaardistus³, kus on suur rõhk erinevalt käesolevast tööst just konkreetselt disainerite, mitte niivõrd disainivaldkonna ettevõtete analüüsimisel. Disainikasutusest Eesti ettevõtetes laiemalt aitas ülevaadet saada Civitta Eesti analüüs Disainikasutus Eesti ettevõtetes ja sihtasutustes⁴. Valdkonna kestlikkuse mõistmisel oli abiks Ernst & Young Baltic AS ja Balti Uuringute Instituudi Loomevaldkondade kestlikkuse uuring⁵.

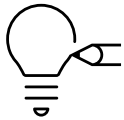
¹ Eesti Konjunktuuriinstituut [Eesti loomemajanduse uuring ja kaardistus 2021: Disain](#)

² [Kultuuri arengukava 2021-2030 Lisad 1-4](#)

³ Eesti Disainikeskus MTÜ [Eesti disainivaldkonna kaardistus 2024](#)

⁴ Civitta Eesti AS [Disainikasutus Eesti ettevõtetes ja sihtasutustes 2024](#)

⁵ Ernst & Young Baltic AS ja Balti Uuringute Instituut MTÜ [Loomevaldkondade kestlikkus 2022](#)



2. Lühikokkuvõte

Eesti disainivaldkond on väga mitmekesine – turul tegutsevad nii disainiteenust pakkuvad disainerid, ise-tootvad disainerid kui ka majasisesed disainerid, kes töötavad mõne muu valdkonna ettevõttes, kus panustavad toodete/teenuste disainimisse. Lisaks sellele on disainivaldkond ka sisuliselt väga mitmekülgne ning hõlmab erinevaid disainiliike. Disaini iseloomustab põimumine paljude teiste valdkondade ja protsessidega, mistõttu on seda keeruline eristada ja piiritleda. Seega annab valdavalt EMTAK koodide põhjal tehtav ülevaade disaini valdkonnast piiratud ülevaate.

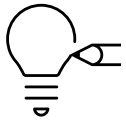
Äreregistri andmetel tegutses disainivaldkonnas 2023. aastal 2 119 äri- ja mittetulundusühingut. Kokku oli hõivatud 1 586 inimest. Disainivaldkonna müügitulu oli 95,9 mln eurot. Nii valdkonnas tegutsevate ettevõtete arv kui ka müügitulu ja kasum on 2019. aastaga võrreldes oluliselt suurenenud (ettevõtete arv pea kahekordistunud), kuid kasum ettevõtte kohta on kahanenud.

Keskmisses disainiettevõttes on 0,69 töötajat. Disainivaldkonnale on omane mikroettevõtete struktuur, kus ettevõtted on tihti väikese koosseisuga, asutaja on ise juhatuse liige ega vaja eraldi palgale võetud töötajaid ja/või kasutab vajadusel projektipõhiseid koostööpartnereid. Kuna sektorile on omane suur projektipõhise töö osakaal ning paljud disainerid töötavad vabakutselisena, võib ettevõtte eksisteerida ainult juriidilise kehana, mille kaudu teenust osutatakse. Eelnev selgitab, miks disainiettevõtete arv on küll nelja aastaga peaaegu kahekordistunud, kuid ettevõtetes hõivatute arv on kasvanud vaid 26%.

Disainivaldkonna eksporditulu oli 2023. a 15,5 mln € ehk u 16% kogumüügist. Eesti disainiettevõtted müüsid 2023. a oma toodangut kõige enam Euroopa Liidu riikidesse, kuid eraldiseisvalt oli suurim turg USA (11,6% kogu ekspordist). Eksport kujuneb tihti üksikute, ühekordsete tehingute tulemusel, ekspordipartnerid on sageli leitud juhuslikult ja enamasti on koostöö pigem lühiajaline.

Vahemikus 2019–2023 nõudlus disainiteenuste järgi suurenes. Oluliseks põhjuseks oli seejuures valdkonna mitmekesisustumine: disaini rakendatakse järjest rohkemate eluvaldkondade probleemide juures. Samas on tänane olukord keerulisem kui mõned aastad tagasi ning ettevõtetel tuleb leida viise, kuidas muutunud olukorraga kohaneda. Ühiskondlikud muutused (nt viimaste aastate kasvav hinnasurve ja keskkonnateadlikkus) on toonud kaasa tarbijakäitumises olulise nihke. Inimesed ostavad vähem, teevad läbimõeldumaid valikuid ning eelistavad kvaliteeti kvantiteedile. See mõjutab otseselt tootvate disainerite tuluallikaid. Samuti piiravad ebakindlas keskkonnas tegutsevad ettevõtted oma kulutusi. Rohepööre, ringmajandus ja jätkusuutlikkus pole enam pelgalt trendid, vaid kujundavad ka Eesti disainivaldkonna arengut. Need teemad loovad disaineritele uusi võimalusi, aga nõuavad samas ka kohanemist ja vastutustundlikku lähenemist. Disainerid saavad seejuures olla protsesside, teenuste ja ärimudelite ümberkujundajad, kes aitavad nii ettevõtetel kui avalikul sektoril liikuda keskkonnasäästlikuma tegutsemisviisi suunas.

Disainivaldkonna arendamiseks on valdkondlikud tugistruktuurid (eelkõige Eesti Disainerite Liit ja Eesti Disainikeskus). Valdkonna suurimaks rahastajaks on Eesti Kultuurkapital (eelkõige arhitektuuri ning kujutava ja rakenduskunsti sihtkapital), väiksemal määral Kultuuriministerium ja EIS.



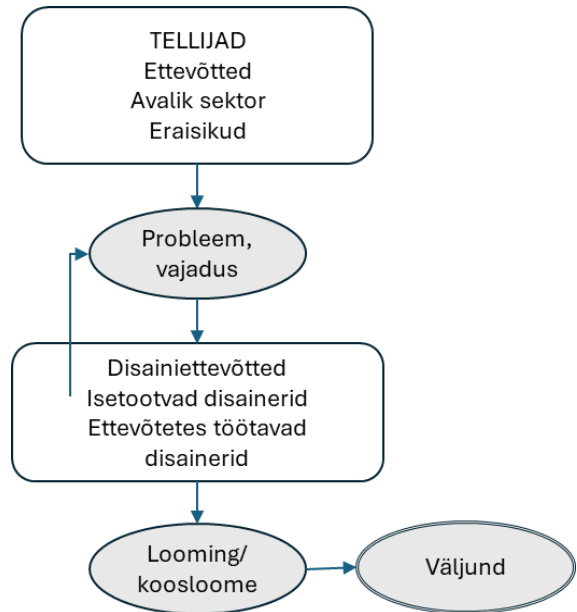
3. Pakkumine

3.1 Väärtusahel

Disainivaldkonda iseloomustab mitmest teisest loomevaldkonnast suurem suunatus ettevõtlusele ja lähtumine kliendi vajadustes⁶ See tähendab, et sageli algatab disainiprotsessi tellija probleem, mille põhjal disainer selgitab välja lähteülesande. Kuna disain on põimunud paljudesse erinevatesse protsessidesse, ei ole võimalik välja tuua üht standardset väärtusahelat. Käesolevas uuringus keskendutakse edaspidi protsessile, kus teenusepakkujaks on disainiettevõtte või nn isetootvad disainerid, kuid teenuseosutaja võib olla ka ettevõttesisene disainer, disainiosakond või mõni muu osakond, kus tegeletakse disainiga (nt tootearendus). **Disainiteenuse pakkujad võib üldjuhul jagada kolmeks⁷:**

- Disainiettevõtte, mille alt tegutsevad oma teenust pakuvad disainerid;
- Isetootvad disainerid (nn *designer-makerid*), kes ise disainivad, toodavad ja müüvad oma toodangut;
- Majasisesed (*inhouse*) disainerid, kes töötavad mõne muu valdkonna ettevõttes või organisatsioonis, kus disainil on oluline roll ja seejuures kasutatakse oma majasiseseid disainereid.

Joonis 1. Disaini väärtusahel

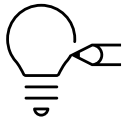


Disainiettevõtte on sageli ühemehefirmad, kus asutaja on ise teenusepakkujaks ning palgatöötajaid polegi. Teenust osutatakse projektipõhiselt. *Designer-maker* on pigem disainer ja kunstnik, kes oma loovust rakendades püüab luua midagi, mis on tema jaoks huvitav ja vajalik ning ühtlasi pakub seda klientidele, luues brändi, müües oma toodangut jne. Disainer, kes pakub oma tööd teenusena ettevõtetele, ei lähtu nii palju oma sisemisest inspiratsioonist, vaid püüab luua seda, mida turg ja kasutajad vajavad, rakendades muidugi seejuures ka oma loovust. Seega on uuringus osalenud disainiettevõtete hinnangul isetootvatel disaineritel selles suhtes raskem, et nad peavad tegelema ka muude asjadega kui disain (materjalid ja laovarud, logistika, müük, turundus, kliendisuhtlus jne) – ainult oma teenust pakuv disainer peab vaid oma disaini hästi valmis tegema, siis lõpetab projekti ja liigub edasi ning tema roll pole lõpptoodet või -teenust müüa. Tõsi, oma teenust peab ta siiski tellijale müüma.

Viimastel aastatel on kasvanud ettevõtte/asutuse-sisese disaineri kasutamine. Seejuures võib disainer olla nii erialase hariduse kui ka ilma selleta ning tegutseda võib nii üks disainer kui ka terve disainitiim. Majasisene disainer töötab tavaliselt turunduse ja/või kommunikatsiooni, IT või tootearenduse osakonna koosseisus ning teeb tihedat koostööd teiste sisuosakondadega. Majasisest disainerit kasutatakse rohkem kommunikatsiooni-, teenuse-, keskkonna- ja tootedisaini puhul, kus on vaja hästi tunda nii toodet kui ka organisatsioonisiseseid

⁶ Ernst & Young Baltic AS ja Balti Uuringute Instituut MTÜ [Loomevaldkondade kestlikkus 2022](#)

⁷ Eesti Disainikeskus MTÜ [Eesti disainivaldkonna kaardistus 2024](#)



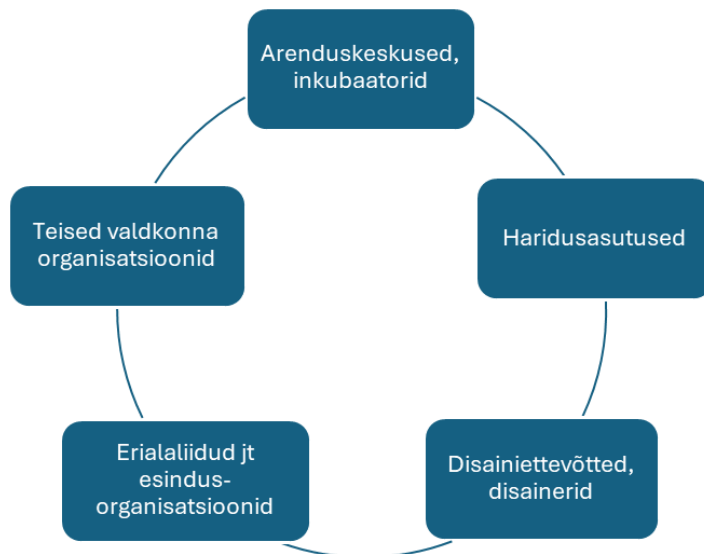
protsesse. Järjest enam on levinud UX ehk kasutajakogemuse disainerite kasutamine. Välist disainiettevõtet kasutatakse rohkem graafilise, digitaalse ja interaktsioonidisaini puhul, kus on vaja väga häid spetsiifilisi oskusi (nt IT), mida organisatsioonis sees ei ole alati vaja püsivalt hoida. Levinud on ka kombineeritud lähenemine, kus kasutatakse nii majasisest disainerit kui ka vajaduse korral väliseid teenusepakkujaid.⁸

3.2 Disainivaldkonna ülevaade

3.2.1 Disainivaldkonna osalised

Eesti Disainikeskus on valdkonna kaardistuses välja toonud viis Eesti disainivaldkonna olulist osapoolt. Need on kujutatud alloleval joonisel. Erialaliitude rolli ning teisi tugiorganisatsioone on kirjeldatud täpsemalt pt 5.1 5.1

Joonis 2. Eesti disainivaldkonna osapooled⁹



3.2.2 Disaini alaliigid

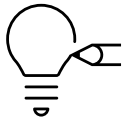
Disainivaldkondi saab liigitada järgnevalt:¹⁰

- graafiline disain (nt logo, visuaalne identiteet, pakend jne);
- tootedisain/tööstusdisain ehk füüsilised tooted (nt riided, ehted, mööbel);
- teenusedisain (kasutajakogemuse uuringud, kasutaja-teenkonna kaardistused ja neist lähtuv teenuse arendamine);
- digitaalne- ja interaktsioonidisain (nt koduleht, mobiili- ja veebirakendused, e-pood, kasutajaliidesed jms);
- kommunikatsioonidisain: võtmesõnumid, loovlahendused, reklaam- ja turundusmaterjalid, sotsiaalmeedia;
- keskkonnadisain (sisekujundus, poe-, müügi- või teeninduskeskkond, viidandus jne);
- strateegiline disain ehk disain kui mõtlemisviis, mis aitab muuta ja arendada ideid kasutajasõbralikeks ja innovatiivseteks toodeteks/teenusteks.

⁸ Civitta Eesti AS [Disainikasutus Eesti ettevõtetes ja sihtasutustes 2024](#)

⁹ Eesti Disainikeskus MTÜ [Eesti disainivaldkonna kaardistus 2024](#)

¹⁰ Antud jaotuse puhul on aluseks Disainikasutus Eesti ettevõtetes ja sihtasutustes 2024 kasutatud disainiliigid. Eesti Disainikeskus oma valdkonna ülevaates eristab veel nt materjalipõhise disaini ja pakendidisaini.¹⁰



Graafiline disain on lai mõiste, mis koondab enda alla visuaalse kommunikatsiooni erinevad vormid nagu logo, sümbolid, tüpograafia, illustratsiooni jne. Graafilist disaini pakuvad lisaks disainiettevõtetele sageli ka reklaamiagentuurid.

Tööstus- ja unikaaldisain tegeleb füüsiliste toodetega, st esemetega meie ümber. Tööstusdisainerid kujundavad mööblit, tarbeesemeid, sõidukeid, pakendeid jne. Tööstusdisaini arendavad tootmis- või müügiettevõtted, kellel on omad kaubamärgid ja kes disainivad ise suurema osa oma toodangust. Sinna alla käivad nt moetööstusettevõtted, mööblit ja sisustusaksessuaare tootvad ning tekstiili- ja vaibatootmise ettevõtted. Üheks suuremaks tootedisaini tarbijaks on töötlev tööstus, kuid paraku puudub endiselt statistika, kui palju disainereid on töötlevas tööstuses hõivatud ning milline on nende poolt loodud lisandväärtus. Samuti on Eesti puhul takistuseks see, et tootedisaini jaoks on siiski vaja suuremat tööstust, mis tahab midagi oma brändi alt toota ega tegele vaid allhankega, mille puhul pole vaja disainile rõhku panna. Eestis on selliseid tootmisettevõtteid aga suhteliselt vähe. Seetõttu pole ka palju büroosid, mis ainult tööstusdisaini teevad. Sageli töötavad tööstusdisainerid n-ö vabakutselisena ja pakuvad oma teenust erinevatele ettevõtetele projektipõhiselt.

Teenusedisain on lähenemine, mille eesmärk on luua või täiustada teenuseid nii, et need oleksid kasutajasõbralikud, tõhusad ja väärtust loovad nii kliendi kui ka teenusepakkuja jaoks. Teenusedisain vaatleb teenust kui tervikut: mitte ainult seda, mida klient näeb (nt veebileht või teenindaja), vaid ka seda, mis toimub kulisside taga (protsessid, süsteemid, töötajate töövahendid jne).

Kui EMTAK 2008 kasutas vaid üht disainikoodi (disainerite tegevus), siis EMTAK 2025 eristab disainerite tegevuses neli uut klassi:

- 7411 tööstustoote- ja moedisain,
- 7412 graafiline disain ja visuaalne kommunikatsioon,
- 7413 sisekujundus,
- 7414 muud projekteerimise eritegevused.

Ometi ei ole ka uue liigituse puhul kõiki disaini alaliike võimalik eraldi koodiga määratleda ning seega ei saa ka edaspidi riikliku statistika põhjal detailselt eristada, kuidas disainivaldkonna ettevõtted erinevate disainiliikide alusel jagunevad. Samuti ei ole Äriregistri andmete põhjal võimalik välja tuua erinevate disainiliikide müügitulu.

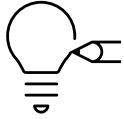
Eesti ettevõtete disainikasutuse uuringu põhjal kasutavad Eesti organisatsioonid **kõige enam digitaalset ja interaktsioonidisaini, graafilist disaini ja kommunikatsioonidisaini**. Seega on nõudlus eelkõige sellise disaini järele, mis aitab klientideni jõuda ja konkurentidest eristuda ehk luua visuaalse identiteedi, kodulehe ning elektroonilised müügikanalid nagu e-pood jms. Seetõttu võib arvata, et ka nende teenuste pakkujaid on viimastel aastatel juurde tulnud.¹¹

Uuringus osalenud disainerite kogemus näitab, et paljud, kes on õppinud tootedisaini, on läinud üle digitootedisaini peale. See näitab, et ka digitootedisain on arenev valdkond, mis vajab teenusepakkujaid.

3.2.3 Üldised majanduslikud näitajad

Nagu varasematel loomemajanduse kaardistamistel, käsitletakse ka käesolevas uuringus disainivaldkonna all sisekujundajate tegevust, kuid sisearhitektide tegevust kajastab arhitektuurivaldkonna ülevaade. Mõned disainiettevõtted on oma tegevuse defineerinud kunstilase loometegevusena (EMTAK 90031) ja sama kehtib ka vastupidiselt. Samuti oli disainivaldkonna koodiga ettevõtteid, kelle tegevus tundub käivat pigem käsitöö alla ning mis on seetõttu kaasatud kultuuripärandi ülevaatesse. Veel on ettevõtteid, mis olid oma tegevusalaks märkinud disainiteenuste pakumise, kuigi tegelikult tegelevad nt reklaami, programmeerimise,

¹¹ Civitta Eesti AS [Disainikasutus Eesti ettevõtetes ja sihtasutustes 2024](#)



konsultatsiooniga jne ¹². Seega ei anna disainivaldkonna kirjeldus päris täielikku ülevaadet antud tegevusharust. Eelnevalt tulenevalt võiks edaspidi disaini valdkonna ülevaate puhul vaatluse alla võtta eraldi ka nn **disainiintensiivsed ettevõtted**, kus disain on kas lisategevus või on disaini roll põhitegevuse juures väga olulise tähtsusega.

2023. aastal oli Eestis **2 119 ettevõtet ja mittetulundusühingut**, mis tegutses disainivaldkonnas (EMTAK kood 74101) või mille tegevus sobitus sisuliselt disainerite tegevuse alla (vt Tabel 1). Neis oli hõivatud 1 466 töötajat¹³. Levinuim ettevõtlusvorm disainivaldkonnas on **osaühing. Äriettevõtete arv** on 2019. aastaga võrreldes peaaegu kahekordistunud. Füüsilisest isikust ettevõtjana (FIE) tegutses 120 isikut, mis on 20 võrra rohkem kui 2019. a. Lisaks äriühingutele tegeles disainiga 2023. a **15 mittetulundusühingut** (MTÜ-d). Neist suuremad olid valdkonna kujundamise ja disainialase teadlikkuse tõstmisega tegevad Eesti Disainerite Liit MTÜ (erialaliit), MTÜ Eesti Disainikeskus ja MTÜ Disainiöö.

Kõigi loomevaldkondade ülevaadete, sh disaini puhul, on kasutatud lähenemist, et neile ettevõtetele, kus 2023. a müügitulu ületas 11 640 eurot, kuid töötajate arvuks oli majandusaasta aruandes märgitud null, arvestati siiski **üks töötaja**. Sellist korrigeerimist on vaja selleks, et saada töötajate arvust adekvaatsem ülevaade (ilma töötajateta ei ole võimalik sellises mahus müügitulu teenida). Müügitulu piiri seadmisel on võetud aluseks 12-kordne miinimum kuupalk koos sotsiaalmaksu (33%) ja ettevõtte töötuskindlustusega (0,8%).

Nagu eelnevalt selgitatud, on reaalse töötajate arvu leidmiseks kasutatud arvestuslikku lähenemist. Äriregistri andmetel **ei olnud 2023. a umbes 2/3 disainivaldkonnas tegutsevates ettevõtetes ametlikult töötajaid ja 29% oli üks töötaja**. Sellel võib olla mitmeid põhjuseid. Kuna disainivaldkonnas on **suur projektipõhise töö osakaal** ning paljud disainerid töötavad vabakutselisena, võib ettevõtte eksisteerida ainult juriidilise kehana, mille kaudu teenust osutatakse, kuid kus puuduvad püsivad töötajad. Projektid viiakse ellu kas alltöövõtjate kaudu või juhatuse liikme enda poolt. Seejuures võib juhatuse liige/liikmed igapäevaselt olla ametis mõnes teises ettevõttes, et teenida stabiilset tulu, mis võimaldaks tegeleda ka loometööga. Uuringus osalenud disainiettevõtted tõid välja ka seda, et **designer-maker**itel on **juriidilist keha vaja selleks, et ostudelt käibemaks hiljem tagasi küsida**. Erasikuna ostes sellist võimalust pole, mistõttu on ettevõtte kaudu materjalide jm toorme ostmine soodsam.

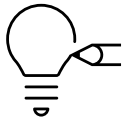
„Praktiliselt kõik, kellega ma olen koostööd teinud, kõigil on mingi juriidiline keha registreeritud, et saaks arveid teha. /.../ Töötajate arv ettevõtetes on vähenenud. Tehakse n-ö klastripõhist tööd, tullaakse mingiteks projektideks kokku, tehakse ära, minnakse laiali. Kuna see töö võib olla nii hooajaline, siis on väga suur risk kedagi palgale võtta. Teine küsimus, kas see palgaraha üldse kokku tuleb. /.../ Tööd tehakse mitmel rindel, natuke siin, natuke seal, et kogu aeg oleks stabiilne voog olemas. Paljud töötavad kuskil kõrval, et loometööd üldse teha saaks.“ (vestlusringis osalenud disainiettevõtte esindaja)

„Kui ma ostan materjale, siis ma olen välismaal mitte keegi, kui mul ei ole käibemaksu numbrit. Ma olen kõigile soovitanud, kellel on materjalipõhine tootmine ja enamuse materjale tuleb välismaalt, et teha ikka firma. Siis saab u ka käibemaksu vabalt osta Euroopa Liidus.“ (vestlusringis osalenud disainiettevõtte esindaja)

Samuti näitab disainiettevõtete analüüs, et ühele omanikule võib kuuluda mitu ettevõtet, mis loodud erinevate tegevuste jaoks. Seetõttu on **mõned ettevõtted passiivsed** (st neil pole pidevalt aktiivset majandustegevust) ja neid kasutatakse vajaduse tekkimisel. Seega ongi disainivaldkonnale omane **mikroettevõtete struktuur**, kus ettevõtted on tihti väikese koosseisuga, asutaja on ise juhatuse liige ega vaja eraldi palgale võetud töötajaid ja/või kasutab vajadusel projektipõhiseid koostööpartnereid. Levinud on paindlik ja individuaalne

¹² Nt veebidisaini puhul käsitleb EMTAK veebilehtede graafilist disaini disainerite tegevusena, samas kui veebidisain koos veebilehtede programmeerimisega liigitatakse programmeerimise valdkonda. Kui teenusepakkuja tegeleb nii visuaalse poole kui ka arendusega, muutub selline eristamine praktikas keeruliseks ja kunstlikuks, kuna tööprotsess on tihedalt lõimunud.

¹³ Äriregistris on kajastatud töötajate keskmine arv taandatuna täistööajale.



töökorraldus, kus traditsiooniline töötaja-tööandja suhe pole nii domineeriv kui mõnes teises sektoris. Eelnev selgitab, miks disainiettevõtete ja -asutuste arv on küll nelja aastaga peaaegu kahekordistunud (+94%), kuid valdkonnas hõivatute arv on kasvanud vaid 39%.

Keskmiselt töötas disainiettevõttes 2023. a 0,69 inimest. 2019. a oli vastav näitaja 1,0, seega on keskmine disainiettevõtte väiksem kui varasemalt.

Lisaks ettevõtete arvule on oluliselt kasvanud ka disainivaldkonna aastane **müügitulu** (+74%; võrdluseks, perioodil 2015–2019 kasvas müügitulu 33%). Valdkonna **kasum** oli 2023. aastal 11,8 mln eurot, mis on 74% rohkem kui 2019. a. Seega on disainivaldkonna kasv olnud märkimisväärne. Samas **vaadates tulu ja kasumit ettevõtte kohta, on arvud väiksemad kui 2019. a.** Seda kinnitab ka uuringus osalenud disainiettevõtete kogemus: käive võib küll olla suurem kui varem, kuid kuna kõik sisendid on läinud märkimisväärselt kallimaks, on kasum väiksem.

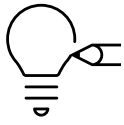
„Ega ei lähe ka praegu halvasti, need käibenumbrid võivad olla isegi suuremad kui varem, aga nende mõju firmale on poole väiksem, sest kõik on läinud nii palju kallimaks.“ (vestlusringis osalenud disainiettevõtte esindaja)

Tabel 1. Disainiettevõtete põhinäitajad 2011–2023

	2011	2015	2019	2023	Muutus 2019/2023
Disainiettevõtted					
Äriettevõtete arv	476	677	1 096	2 104	+92%
Töötajate arv	600	1 060	1 141	1 443	+26%
Müügitulu (tuh €)	12 112	41 388	55 503	95 164	+71%
Kasum (tuh €)	-	-	6 780	11 786	+74%
Füüsilisest isikust ettevõtjad (FIE-d)					
FIE-de arv	115	112	100	120	+20%
FIE-de müügitulu / ettevõtlusest teenitud tulu (tuh €)	574	552	570	35 ¹⁴	-
Tulu keskmiselt FIE kohta aastas (tuh €)	4,9	4,9	5,7	-	-
Mittetulundusühingud (MTÜ-d)					
MTÜ-de arv	2	7	6	15 ¹⁵	-
Töötajate arv	9	11	6	23	-
Ettevõtlustulu (tuh €)	7	269	101	730	-
DISAINI TEGEVUSALA KOKKU					
Äri- ja mittetulundusühingute arv	478	677	1 096	2 119	+94%
Hõivatute arv	600	1 060	1 141	1 586	+39%

¹⁴ FIE-d deklareerivad oma ettevõtlusest saadud tulu, mitte müügitulu. FIE-del on õigus oma ettevõtlusest saadud tulult arvestada maha ettevõtlusega seotud kulud. 2023. a aruandes on kajastatud FIE-de poolt tasutud riiklike maksude põhjal leitud ettevõtlustulu, kuid see on kindlasti kordades väiksem kui reaalne müügitulu, sest oma kulude maha arvestamisega on FIE-del võimalik maksustatavat tulu optimeerida. Kuna meetodikast ei selgu, kuidas varasemalt on FIE-de müügitulu leitud, ei ole mõistlik tulemusi eelnevate aastatega võrrelda.

¹⁵ Varasemates aruannetes vaadati koos MTÜ-dega ka UÜ-sid. Kuna UÜ on äriühing, on 2023. a puhul UÜ-d kaasatud ettevõtete arvestusse. MTÜ-de puhul ei ole varasemalt välja toodud Eesti Disainerite Liitu ja Eesti Disainikeskust, kuid nüüd on need MTÜ-de arvestuses. Kuna MTÜ-de arvestamine on muutunud, ei ole adekvaatne võrrelda tulemusi 2019. a näitajatega.



Müügitulu (tuh €) ¹⁶	-	-	55 274	95 929	+74%
Avaliku sektori toetus (tuh €)	-	-	900	954	+6%
Kogutulu (tuh €)	12 693	42 209	56 174	96 883	+72%

Allikad: 2011–2019 aastate andmed on pärit EKI (2021) aruandest, et säilitada võrdlust. 2023. a andmed pärinevad Äriregistrist ning EMTA-st.

3.2.4 Suuremad ettevõtted

Suurima müügituluga disainivaldkonna ettevõtted olid 2023. aastal **AS Shishi, MOTOR OÜ** (endine Produktsioonigrupp OÜ), **Racer Worldwide OÜ** ja **Bebe Childrenswear** (vt Tabel 2). Suuremate ettevõtete nimekiri ei ole 2019. aastaga võrreldes väga palju muutunud, küll aga on järjestus teine. Eelmises kaardistuses on disainiettevõtete hulgast välja jäetud **AS Shishi**, kuigi 2015. a edetabelis oli Shishi samuti esimesel kohal ning müügitulu poolest oleks seda olnud ka 2019. a. Kolmandale kohale on jõudnud moebränd **Racer Worldwide OÜ**, mis on alates 2020. aastast jõuliselt arenenud. Nii käibe kui töötajate arvu poolest on kiiresti kasvanud **Trix OÜ**, mis tegeleb militaartoodete disaini ja mudelite tegemise ning proovipartiide tootmisega. Märkimisväärselt on kasvanud ka strateegilise disaini agentuur **Rethinkers OÜ**.

TOP 10 müügitulu 2023. aastal oli ligikaudu **28,7 mln eurot**, mis moodustas u 30% kõigi disainiettevõtete müügitulust. Neis ettevõtetes töötas kokku 170 inimest, mis on 11% disainivaldkonnas hõivatute hulgast. TOP 10 osatähtsus kogu valdkonna müügikäibest on aastate lõikes varieerunud ja sõltub sellest, millised ettevõtted disainiettevõtetenä defineerida. 2015. a moodustas TOP 10 disainiettevõtte müügitulu u 50% kogu valdkonna müügitulust, 2019. a aga oli suuremate ettevõtete müügitulu u 17% kogu sektori müügitulust. Seega 2023. a tulemus jääb nende kahe näidisaasta vahele.

Tabel 2. Suurimad disainiettevõtted müügitulu alusel aastatel 2019 ja 2023

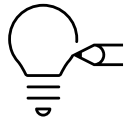
2019	Müügitulu (tuh €)	Töötajate arv	2023	Müügitulu (tuh €)	Töötajate arv
1 OÜ MOTOR	3 191	24	AS Shishi	11 530	30
2 OÜ Melior Investments	906	1	MOTOR OÜ	4 849	24
3 OÜ Infigo	829	5	Racer Worldwide OÜ	3 236	10
4 Sirvos OÜ	825	4	Bebe Childrenswear OÜ	2 333	6
5 Koor OÜ	768	10	Trix OÜ	1 874	56
6 Trix OÜ	601	9	Otterflow OÜ	1 179	2
7 Brand Manual OÜ	595	10	Rethinkers OÜ	1 009	9
8 Otterflow OÜ	588	2	Velvet DP OÜ	1 003	19
9 Bebe Childrenswear OÜ	558	2	OÜ Sirvos	866	5
10 Ten Twelve OÜ	491	6	Ten Twelve OÜ	774	9
Kokku TOP 10	9 351	73	Kokku TOP 10	28 657	170
TOP 10 osakaal (%)	16,8	7,1	TOP 10 osakaal (%)	32	12

Allikas: 2019. a andmed pärinevad EKI (2021) aruandest. 2023. a andmed on pärit Äriregistrist ja EMTA-st.

Vahetähtsused: Majanduslik seis

- ❖ Ettevõtete ja asutuste arv on nelja aasta lõikes kasvanud 94%.
- ❖ 2/3 ettevõtetest on ametlikult null töötajaga, 29% ühe töötajaga.
- ❖ Disainivaldkonnas hõivatute arv on kasvanud 39%.
- ❖ Müügitulu on kasvanud 73%, kusjuures suurim tõus toimus aastatel 2021 ja 2022. Selle taga võis olla pandeemiaajast tingitud nõudluse kasv e-kaubanduse valdkonnas ning suurenenud vajadus

¹⁶ Varasemates valdkonnaülevaldes järele ei ole võimalik, millal on viidatud müügi- ja millal kogutulule (st müügitulu + toetused). Seetõttu on selline eristus ja muutused välja toodud vaid viimase vaatlusperioodi kohta.



veebidisaini ja digitaalse turunduse järele. Ka mitmed tootvad disainerid ise, kellel varem polnud e-poodi, tegid selle just koroonaja ajal, sest digitaalne kohalolek oli ainus võimalus oma tooteid esitleda ja müüa.

- ❖ Tulu ettevõtte/asutuse kohta on u 45 200 eurot. See on u 10% vähem kui 2019. a. Ettevõtete arvu kasv on seega olnud märksa suurem kui valdkonna müügitulu kasv.
- ❖ Disainiettevõtete kasum on kasvanud 74%, seega disainisektor tervikuna teenib oluliselt suuremat kasumit kui 2019. a. Samas kasum ettevõtte kohta on u 5 600 eurot, mis on 9,4% vähem kui 2019. a. ja viitab sellele, et kasum on koondunud väikse osa suuremate ja/või efektiivsemate ettevõtete kätte.
- ❖ Kümme suuremat disainiettevõtet on valdavalt samad mis eelmises kaardistuses.

3.2.5 Väliskaubandus

Kuna puudub ühtne definitsioon disainiettevõtete määramiseks, ei ole ka täpseid andmeid Eesti disainiettevõtete eksporditegevuse kohta. Erinevates uuringutes viidatakse samas sellele, et disaini strateegiline kasutamine on aidanud kaasa ettevõtete ekspordivõimekuse kasvule ning uutele turgudele sisenemisele, seega on disain olnud abiks ka teiste sektorite ekspordipotentsiaali tõstmisel.¹⁷

Äriregistri andmetel oli Eesti disainivaldkonna müügitulu 2023. a 95,9 mln € ja eksporditulu sellest 15,5 mln € **ehk u 16,2% kogumüügist**. Statistikaameti andmeil oli disaini **müük mitteresidentidele samal ajal 13,2 mln €**.¹⁸ Viimase näitaja puhul on kasutatud üldisi EMTAK koode ja ei ole tegelikult valdkonna alla mitte kuuluvaid ettevõtteid välja puhastatud. Seega on eeldatavasti täpsemad Äriregistris antud uuringu mõistes disainivaldkonna all käsitletavate ettevõtete ekspordimahud. Samas ei kajasta ka need nt nende tööstusettevõtete ekspordimahte, kus tootedisainil on oluline roll. Äriregistri andmete põhjal müüsid Eesti disainiettevõtted 2023. a oma toodangut kõige enam Euroopa Liidu riikidesse, kuid eraldiseisvalt oli suurim turg USA (11,6% kogu ekspordist). Sellele järgnesid Itaalia ja Prantsusmaa (mõlemad ligi 6%), Saksamaa (5,2%), Norra (4,5%) ja Suurbritannia (3,9%). Enne koroonapandeemiat olid paljude Eesti tootvate disainerite tööd müügil Lätis ja Soomes, kuid nüüd on eriti Läti osatähtsus vähenenud.

Tabel 3. Disainivaldkonna ettevõtete eksporditulu 2019–2023 (mln €)

	2019	2023	Muutus 2019/2023
Disainiettevõtete eksport	12,2	15,5	+27%

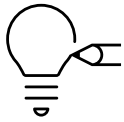
Allikas: EKI (2021), Äriregister

Eesti Disainikeskuse poolt 2023. a läbiviidud uuringu põhjal tegeles ekspordiga 37% vaatluse alla võetud ettevõtetest, kus disainiteenuse pakkumine oli põhitegevus.¹⁹ Käesoleva uuringu raames läbiviidud ankeetküsitlusele vastas 95 disainivaldkonna ettevõtet, kellest ekspordiga tegeles 20 (21%) ja eksporditulu kokku oli 2023. a 0,786 mln €. Uuringus osalenud ettevõtete jaoks olid tähtsamad ekspordi sihtriigid Ühendkuningriik, Šveits ja Soome. Suuremate ettevõtete majandusaasta aruannetest nähtub, et sihtriikide ekspordimahud varieeruvad aastate lõikes märkimisväärselt ja seega võib arvata, et **eksport kujuneb tihti üksikute, ühekordsete tehingute tulemusel**. Edaspidiste plaanide osas vastas küsitluses 28% disainiettevõtetest, et kavatseb oma tooteid/teenuseid ekspordida. Iga kümnes ettevõtte (9%) ei plaani edaspidi ekspordida ja kõige enam oli neid, kes ei osanud hetkel antud küsimuses seisukohta võtta (62%; vt allolev joonis).

¹⁷ Civitta Eesti AS [Disainikasutus Eesti ettevõtetes ja sihtasutustes 2024](#)

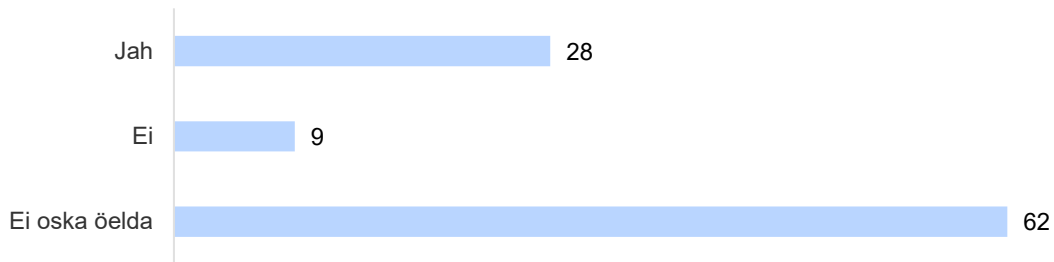
¹⁸ Ekspordistatistika aluseks on Statistikaameti aastavaade.

¹⁹ Eesti Disainikeskus MTÜ [Eesti disainivaldkonna kaardistus 2024](#)



Joonis 3. Uuringus osalenud disainiettevõtete ekspordikavatsused

Kas Te edaspidi plaanite oma tooteid või teenuseid eksportida?
(% vastanutest)



Eesti Disainikeskuse juhataja Tiia Vihandi sõnul teeb disainiteenuse ekspordi keeruliseks, see et igas riigis on oma traditsioonid ja kombed ning disain peab sobituma kohalikku keskkonda. Seega on disaini tellimiseks vaja usaldust, et valitud partner suudab pakkuda just kohalikesse oludesse sobivat lahendust. Sellist usaldust on aga väga raske tekitada. Seetõttu on disainiteenuse eksport pikk protsess.²⁰ Ka Tallinna ettevõtlusinkubaatori juht Anu Lõhmus ütleb, et eksportida on kergem n-ö lihtsasti arusaadavaid tooteid, mis sobivad laiale sihtrühmale.

Vestlusringis osalenud disainerid tõid välja, et **ekspordipartnerid on sageli leitud juhuslikult** ja enamasti on **koostöö pigem lühiajaline**. Ekspordi nähakse nii põneva võimalusena tutvuda uue turuga, aga ka vajadusena, mis pakub alternatiivi liiga väikesele koduturule. Ekspordi on negatiivselt mõjutanud nii Covid, sõjahirm kui ka üldine majanduslik olukord, mis paneb tarbijaid pigem säästma. Toodi näiteid, kus isegi kindlana tundunud müügitehing võib ära jääda, kui nt telliva maa valuutakursus euro suhtes on väga negatiivne.

„Olukord on väga palju muutunud. Ma ekspordin ka ja osa poode, kuhu varem saatsin, siis need pärast Covidit ei tõusnud tuhand. Siis see sõjaudu ja sõjaõud – sellest räägitakse nii Kopenhaagenis kui Milanos. /.../ Mul jäi suvel üks Jaapani tehing tegemata, sest mulle öeldi, et jaapani jeeni ja euro kurss on nii negatiivne nende jaoks. Ma ju võistlen kogu maailmaga.“ (vestlusringis osalenud disainiettevõtte esindaja)

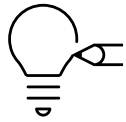
Käesoleva uuringu jaoks läbiviidud veebiküsitluses osalenud disainiettevõtetest ei pea ligi 2/3 Eestit kui päritolumaad eksportimisel kuigi oluliseks: 21% leiab, et see pole üldse oluline ja 42% pigem ei pea seda oluliseks. Päritolumaad on oluline 37%-le vastanud disainiettevõtetest, seejuures 9% peab Eestit kui päritolumaad väga oluliseks konkurentsieeliseks. Nende disainiettevõtete puhul, kes juba praegu ekspordivad, on proportsioonid suhteliselt samad, kuid pisut enamgi on neid, kelle jaoks eestimaine päritolu ei ole eksportimisel oluline. Oma vastust oli võimalik ka põhjendada. Lahtistes kommentaarides toodi välja, et oluline pole mitte disaineri päritolu, vaid kohaliku (st sihtriigi) kultuuriruumi tundmine. See kattub ka T. Vihandi selgitusega, et oluline on tunda sihtriigi keskkonda. Seega soovitakse ennast siduda pigem selle sihtriigi eelistustega, kuhu soovitakse eksportida, mitte päritolumaaga. Leitakse, et pigem võib tulla kasuks märge „disainitud Euroopas“, kuid Eesti disainil puudub vähemalt praegu maailmatasandil nii selge ja eristuv maine, et see looks konkurentsieelise.

„Disain peab olema hea. Vahet pole, kust ta pärit on.“

„Disaini teen siiski vastavalt kliendile ja kultuurierinevustele. Välismaisele kliendile ei saa teha eestimaist asja (graafilist disaini).“

„Ostetakse teenust hinna ja tehtud tööde järgi, mitte tegija riigi järgi. Eesti kui riik on tundmatu, disain veelgi tundmatum.“

²⁰ [Intervjuu EDK juhataja Tiia Vihandiga Disainiauhindadest 04.06.2024](#)

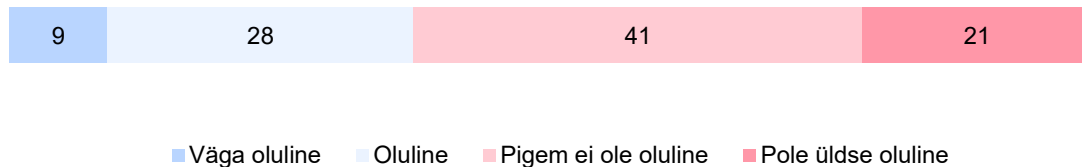


„Ei osteta päritolu, vaid teenuse taset ja oluline on ka hinnatase.“

„Kui läheneda puht ärioliselt, siis riiki Eesti suures maailmas ei eksisteeri ning „Disainitud Eestis“ võib ärioliselt kahjumlikuks osutuda. Ehk arvatakse, et me oleme arengumaa ja ei oma sellist tähtsust. „Disainitud Euroopas“ on teine teema.“ (uuringuankeedile vastanud disainiettevõtete kommentaarid)

Joonis 4. Eesti kui päritolumaatähtsus eksportimisel uuringus osalenud disainiettevõtete jaoks

Kui oluline konkurentsieelis eksportimisel on Teie jaoks toote/teenuse eestimaine päritolu? (% vastanutest)

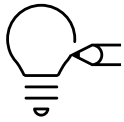


Disainivaldkonna ekspordi arendamist on riik toetanud Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse (EIS) eraldiste kaudu. Selleks on **loomeettevõtjate ekspordivõimekuse arendamise toetus**²¹. Vaadeldud perioodil 2020–2023 rahastati antud projekti raames kahte disainiettevõtet. Uuringus osalenud ettevõtted mainisid, et eksporditoetused on suunatud pigem suurematele ettevõtetele ja ka ootused käibe kasvule on väikeste ettevõtete seisukohast ebarealistlikud. Seetõttu leiavad ettevõtjad, et eksporditoetuste taotlemine ei tasu ära. Teenusedisainerite puhul on positiivseid näiteid, kus väikesed tegijad koostöös ja pakuvad ühiselt konkreetse projekti raames oma teenust välismaistele klientidele (nt mõnel hankel osaledes).

Eestis on mitmeid disainipoode (sh e-poode), mis pakuvad Eesti disaini välismaistele klientidele. Samuti on isetootvaid disainereid, kes oma veebipoodide kaudu müüvad tooteid välisriikidele. Valdavalt on ülekaalus siiski müük kodumaisele tarbijale. Üheks suuremaks müügiplatvormiks on Eesti Disainerite Liidu poolt asutatud Eesti Disaini Maja, mis edendab Eesti autoridisaini müüki lisaks kohalikule turule ka välisriikides.²² Eesti disainerite loomingu on esitletud New Yorkis, Veneetsias (Venice Design Biennale 2021 ja 2023), Mehhikos (Estonian Design Days in Mexico 2023), Valencias (Second Chance @ World Design Capital Valencia 2022) ja korduvalt ka Jaapanis.

²¹ Varasemalt oli programm „Loomemajanduse valdkonnades tegutsevate ettevõtete ekspordivõime arendamine“

²² [Kultuuriministeerium: Rahvusvaheline tegevus disaini valdkonnas](#)



4. Nõudlus

4.1 Siseturu nõudlus

Statistika põhjal saab öelda, et vahemikus 2019–2023 nõudlus disainiteenuste järgi suurenes – seda näitab nii müügitulu kui ka töötajate arvu kasv. Oluliseks põhjuseks on seejuures valdkonna mitmekesisustumine, st disaini rakendatakse järjest rohkemate eluvaldkondade probleemide juures. Samas leiavad uuringus osalenud disainerid (eelkõige isetootvad disainerid), et olukord on keerulisem kui mõned aastad tagasi ning ettevõtetal tuleb leida viise, kuidas muutunud olukorraga kohaneda.

4.1.1 Nõudlus erinevate disainiliikide järele

Eesti ettevõtete disainikasutuse uuringu põhjal on äriklientide hulgas **kõige suurem nõudlus digitaalse ja interaktsioonidisaini, graafilise disaini ja kommunikatsioonidisaini järele**. Graafiline disain ning digitaalne ja interaktsioonidisain on kõige enam kasutatud disainiliigid nii erineva suurusega kui ka erineva tegevusvaldkonnaga ettevõtetes. Tööstussektori ettevõtted kasutavad keskmisest sagedamini toote/tööstusdisaini, teenindussektori organisatsioonid seevastu digitaalset ja interaktsioonidisaini. Seega on **nõudlus eelkõige sellise disaini järele, mis aitab klientideni jõuda ja konkurentidest eristuda**. Teistest ettevõtetest eristuvad suuremad, st üle 250 töötajaga ettevõtted/asutused, kes keskmisest enam kasutavad keskkonnadisaini ja strateegilist disaini.

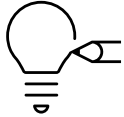
Ka **lähitulevikus** plaanivad ettevõtted enim kasutada just **digitaalset ja graafilist disaini**, sest usutakse, et just sotsiaalmeedia ja video on efektiivsed viisid klientideni jõudmiseks. Varasemaga võrreldes on kasvanud **teenusedisaini** kasutamine, seda ka avaliku sektori asutustes. Teenusedisaini kavatakse märgatavalt rohkem kasutada ka edaspidi, mis näitab, et organisatsioonid pööravad aina enam teadlikult tähelepanu kasutajakogemusega arvestamisele.²³

Nii ettevõtete disainikasutuse uuring kui ka käesoleva ülevaate koostamises osalenud disainerite kogemus kinnitab, et disainerite leidmisel on määrava tähtsusega **isiklik kokkupuude konkreetse disaineriga, usaldusväärne soovitus või varasem positiivne koostöökogemus**. Eelistatakse disainerit, kelle nimi on tellijale teada ja keda usaldatakse ning see pole nii oluline, kus ettevõttes disainer töötab.

„Kuskil 10 aastat tagasi telliti disaini firmadelt, kes olid hästi suured, kellel oli maine. Nüüd ma tean, et üks inimene võib pakkuda väga suurt osa disainitöö mahust väga suurele kliendile. Täna on see aeg, et ettevõtted tahavad, et sina teed – kindel inimene. Vahet pole, kus firmas sa oled. Kui su nimi on teada, siis ma tahan, et sina teed. Täna see mainekujunemine on rohkem indiviidi põhjal.“ (vestlusringis osalenud disainiettevõtte esindaja)

Käesoleva uuringu jaoks tagasisidet andnud disainerid tajuvad, et **eratarbijate nõudlus Eesti designer-maker'ite toodangu järgi on viimastel aastatel pisut vähenenud**. Ostuotsuseid mõeldakse rohkem läbi. Ühelt poolt on seda mõjutanud **suundumus üldiselt oma tarbimist piirata**, et vähendada keskkonnamõju. On kogukondi, kelle jaoks on tarbimine tabu ja kui midagi osta, siis teiselt ringilt. Nt on ka Tallinn Design House'is *pre-loved* osakond, kus müüakse juba kasutuses olnud, kuid suurepäraselt korras Eesti disainerite poolt loodud esemeid. See väljapanek on osutunud väga populaarseks. Samas on ka järelturul kaupade nn

²³ Civitta Eesti AS [Disainikasutus Eesti ettevõtetes ja sihtasutustes 2024](#)



jääkväärtus läinud alla ja tooteid müüakse odavamalt kui mõned aastad tagasi. Positiivne on see, et minimaalse tarbimise puhul eelistatakse võimalusel siiski kodumaist kaupa.

„Inimeste kodud on asju täis. Kui 20 aastat tagasi me kõik tahtsime saada asju, sest meil ei olnud midagi, siis nüüd me näeme väga palju vaeva, et asjadest vabaneda. Hästi palju on erinevaid kirbukaid ja asju. Kui veel 10 aastat tagasi seal keegi müüs mingit Eesti disaini ikoonilist asja või rõivast, siis sellel oli ka väärtuslik hind, aga tänapäeval oled üldse õnnelik, kui teisesel turul leiad ostja.“ (vestlusingis osalenud disainiettevõtte esindaja)

Teiseks on üldine hinnatõus ja majanduspoliitiline olukord tekitanud inimestes tunde, et **tuleb kokku hoida**. Seega isegi kui inimesed sooviks tarbida, siis ratsionaalne mõtlemine sunnib neid ennast piirama. Kohalikku disaini müüvate poodide kogemus kinnitab seda, et kui aastaid ei tehtud Eesti disainile allahindlusi ja arvati, et see müüb niisamagi, siis viimastel aastatel on **tarbijatel väga suur ootus allahindlustele**.

„Mina olen ka tarbimise vastane. Mul ei ole selle vastu midagi, et inimesed vähem tarbivad ja ostavad. Ma teengi tooteid, mis kestavad, mida saab parandada. See, et inimesed vähem tarbivad ja tarbivad mõistlikumalt, on ju tegelikult hea. Aga mina näen, et siin on ikka kõik need hinnatõusud, sõjavärk. Et ikka inimesed tunnevad, et nad peavad kokku hoidma. Paljud on ka öelnud, et ma põhimõtteliselt ei osta midagi, mitte et ei taha. Vahepeal oli jah nii, et igakord, kui tuli midagi uut välja, siis püsikliendid ikka ostsid. Ma ikka imestasin, et kus nad neid hoiavad ja mis nad nendega teevad. Aga need ajad on möödas.“ (vestlusingis osalenud disainiettevõtte esindaja)

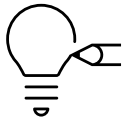
„Inimestel on väga suur ootus allahindlustele. Nad otsivad neid ja panevad kõrvale igasugu kuponge, kirjutavad üles, kus mida hakkab ja valvavad. Kui on teada, et hakkab mingi sooduskampaania, siis nad tulevad paar päeva varem ja paluvad, et midagi kinni pannakse. See, mille arvelt see allahindlus tuleb, sellele ei mõtle keegi. Et see on väärtus nii edasimüüjale kui tootjale. /.../ Kui väga pikka aega oli see mõttemaailm, et las need Kaubamajad ja Stockmannid teevad, et Eesti disain on nii kõva, et see ei tee mingeid allahindlusi, siis tarbija ei mõtle niimoodi. Kui sa kõikidega konkureerid, siis sa peadki kõigiga kaasa jooksuma, nii palju kui see võimalik on.“ (vestlusingis osalenud disainiettevõtte esindaja)

„Covid pani korraks põntsu. Aga minu meelest hakkas asi hästi alla minema peale sõja algust. Ja täiesti kindlas trendis allapoole.“ (vestlusingis osalenud disainiettevõtte esindaja)

Üheks oluliseks teemaks, mis mõjutab ka disaini, on **ringmajandus ja taaskasutus**. See loob uusi võimalusi, kuid paraku ei ole neile alati turgu. Tallinna ettevõtlusinkubaatori ettevõtete kogemus on, et veel mõned aastad tagasi oli palju alustavaid disainereid, kes hakkasid tegema tooteid erinevatest taaskasutatavatest materjalidest. Täna on enamusest neist selle lõpetanud, sest selline tootmine kujunes väga kalliks ja sihtgrupp, kes oli nõus toodet ostma, oli väga väike. Lisaks on väikestel *designer-maker*itel raske välja tulla lahendustega, millel on arvestatav mõju keskkonnale.

„See rohejälje asi läheb nii tundmatus suunas. See on nii kavalalt mõeldud süsteem ja kahjuks mõjutab meid kõiki. On näha, et inimesed on sellest väsinud, see tõstab hinda nii drastiliselt. Sõda niigi keerab kõik tagurpidi, rääkimata maksusüsteemist. /.../ Riigihangetes pannakse ka rohenõue sisse. Aga see on väga suur probleem, kuna keegi ei tea, kuhu see päriselt viib. Kindlasti saab olla kasulik oma külale, linnale, kogukonnale, aga räägime sellest mastaabist. Iga asjaga pannakse see süsinikuneutraalsus sisse – see on lollus.“ (vestlusingis osalenud disainiettevõtte esindaja)

„Mõned aastad tagasi väga mitmed ettevõtted alustasid suure hurraaga, et teha tooteid osaliselt või täielikult taaskasutatavatest materjalidest. Nad on täna selleks kõik selle lõpetanud, sest see läks nii kalliks. Mitte keegi ei tahtnud seda osta. Mitte ükski tootja ei tahtnud seda teha. Ja see sihtgrupp, kes oli nõus ostma seda asja ainult maailmavaate põhised, see oli nii väike. Elu on näidanud, et suured asjad, mis vääriksid tegemist, lähevad meie ringist välja. Nt tekstiilijäätmete ümbertöötlemine keemilisel moel. Need on päris asjad, mis muudavad ja mille on tõsine mõju. Aga väga palju, mis toimub, on tõsine rohepesu ja see teeb lihtsalt kõik nii kalliks ja inimesed mitte ainult kurvaks, vaid tagedaks.“ (vestlusingis osalenud disainiettevõtte esindaja)



4.1.2 Avaliku sektori mõju

Riigiasutused ja kohalikud omavalitused on Eestis üks suurim disaini tellija. Avalikus sektoris püütakse teenuste loomisel üha enam lähtuda kasutaja vajadustest. Seetõttu mõistetakse aina rohkem disaini tähtsust, tellitakse erinevaid disaini liike ja hinnatakse professionaalse disaineri olemasolu. Seetõttu võiks just avalik sektor olla heaks eeskujuks disaini kasutamises ning jagada laiemalt häid praktikaid ja näiteid, mis innustaks ka eraettevõtteid disainile rõhku panema. Samas tuuakse välja, et avaliku sektori asutused tellivad küll järjest enam disaini, kuid **hangete lähteülesanded jäävad kohati pakkujate jaoks segaseks ning tingimustes pole piisavalt paindlikkust**. See võib olla tingitud asjaolust, et puudub varasem kogemus disainiteenuse tellimisel ja pole ka disainivaldkonna kogemusega inimest (disainijuhti).²⁴ Probleemiks on ka see, kui hanketingimustes on peamiseks kriteeriumiks soodsam hind: see piirab disainerite loovust ja süvenemist probleemi olemusse, samuti kaob võimalus eksperimenteerida. Tulemuseks on see, et disainer on sunnitud pakkuma tavapärasest ja turvalisest lahendusest.

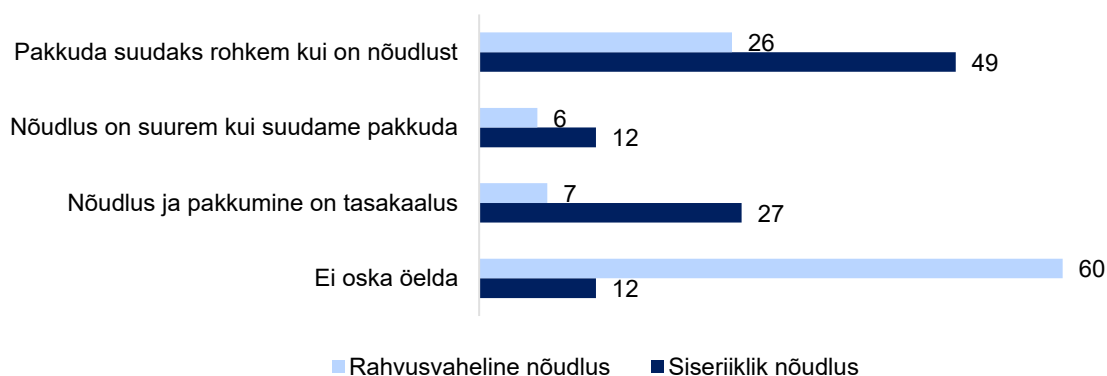
4.1.3 Nõudluse arengusuunad

Organisatsioonide **kulutused disainile on viimastel aastatel (st kuni 2023. aastani) kasvanud**. Seejuures on suurenenud nii nende ettevõtete/asutuste hulk, kes disaini kasutavad, kui ka projektide mahud. Sektori arengu mõttes on positiivne, et vähenenud on nende ettevõtete hulk, kes peavad disaini liiga kalliks. Samas on ettevõtted skeptilised selles osas, kas ka lähiaastatel kulutused disainile kasvavad, sest ebakindel majanduslik olukord teeb ettevõtjad ettevaatlikuks ning paneb piirama investeeeringuid, mis ei ole otseselt vajalikud.

Käesoleva uuringu käigus ankeetküsitlusele vastanud disainiettevõtteid leiavad, et suudaksid pakkuda veelgi enam: **pooled vastanutest leiavad, et nad suudaks pakkuda rohkem kui on siseriiklik nõudlus**. Vaid ühe kümnes ütleb, et nõudlus on suurem kui ettevõtte suudab pakkuda. Rahvusvahelise nõudluse hindamisel on vastajad tagasihoidlikumad ja 60% ei oska hinnata, kui suur see võiks olla. Iga neljas seevastu leiab, et nad suudaks pakkuda rohkem kui on praegune rahvusvaheline nõudlus nende toodangu/teenuse järele. Eesti-sisese nõudluse nappust peab oma ettevõtte jaoks takistuseks 73% uuringus osalenud disainiettevõtetest.

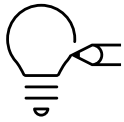
Joonis 5. Uuringus osalenud disainiettevõtte hinnang nõudlusele

Milline on praegu nõudlus Teie toodetele või teenustele?
(% vastanutest)



Arengut takistavaks asjaoluks peavad disainiettevõtteid veel **liiga kõrgeid makse** (74%) ja **prognoosimatut maksupoliitikat** (71%), samuti **ebakindlust tuleviku** osas, st ebakindlat julgeoleku- (71%) ja majanduslikku olukorda (66%). Need kõik mõjutavad ettevõtteid kulusid üle vaatama ja disaini ostmine / teenuse tellimine võib olla üks koht, kus kulusid kärbitakse. Samuti mõjutab ebakindlus eratarbijaid oma ostuotsuste tegemisel.

²⁴ Civitta Eesti AS [Disainikasutus Eesti ettevõtetes ja sihtasutustes 2024](#)



5. Organisatsioon ja poliitika

5.1 Organisatsioonid

5.1.1 Erialaliidud ja esindusorganisatsioonid

Otseselt disainivaldkonna erialaliitudeks on Eesti Disainerite Liit ja Eesti Kujundusgraafikute Liit. Mitmed disainerid kuuluvad ka **Eesti Kunstnike Liitu**, mille üheks alaliiduks on ka nt **Eesti Moekunstnike Ühendus**. Lisaks tegutseb **Art Directors Club Estonia** (ADC*Estonia), mis koondab juhtivate agentuuride ja disainibüroode loovtöötajaid eesmärgiga tõsta Eesti kommunikatsioonitööstuse kunstilist taset, propageerida ja arendada loovust.



Eesti Disainerite Liit²⁵ (EDL, asutatud 1989) on loomeliit, mis ühendab enam kui 190 Eesti toote-, mööbli-, tekstiili, moe- ja graafilise disaini asjatundjat. EDL-i põhieesmärk on tagada oma liikmete kutseoskuste kõrge kvaliteet ja eetikakoodeksi järgimine. EDL-i ülesanne on tutvustada Eesti disainerite potentsiaali kodu- ja välismaal. Samuti on EDL aastaid tegelenud disainiteadlikkuse kasvatamisega ühiskonnas, aidates mõista, kuidas disain on ühenduslülil majanduse ja kultuuri, looduse ja tehnoloogia, äri ja inimeste vahel. EDL korraldab harivaid seminare, näitusi, töötubasid ja konkursse.

Eesti disainipotentsiaali tutvustamiseks välismaal osaletakse igal aastal messidel ja välisnäitustel. EDL-i initsiatiivil alustati riikliku disainipoliitika väljatöötamist ning EDL algatas ka Eesti Disainikeskuse loomise. Disaini nõudluse ja pakkumise suurendamiseks teeb EDL koostööd Majandus- ja Kommunikatsiooni- ning Kultuuriministeeriumiga. EDL on Euroopa disainiorganisatsioonide liidus (BEDA) ja Maailma Disainiorganisatsioonide liidus (WDO).

Alates 2006. aastast annab EDL iga kahe aasta tagant välja tootedisainiauhinda BRUNO, et tunnustada Eesti disainereid, tutvustada avalikkusele uuenduslikke tooteid ja tekitada ettevõtjates soov kaasata rohkem professionaalseid disainereid.

2010. a asutas EDL Eesti Disaini Maja²⁶ (EDM), mis on platvorm Eesti disainerite loomingu tutvustamiseks ja müümiseks läbi erinevate müügikanalite. EDM-i missiooniks on Eesti kui tõusva disainipotentsiaaliga maa tutvustamine ja maine kujundamine. EDM-is on välja pandud enam kui 100 Eesti disaineri looming. Müügitulu investeeritakse erinevatesse Eesti disaini tutvustavatesse projektidesse.



Eesti Kujundusgraafikute Liit²⁷ (EKGL, asutatud 1993) ühendab kujundusgraafika loomealadega tegelevaid professionaale. Liidu liikmeteks on 2024. aasta seisuga 120 loovisikut, kes tegelevad kas ühes või mitmes kujundusgraafika valdkonnas nagu raamatukujundus, illustratsioon, koomiks,

plakat, graafiline disain-, kirjagraafika, kalligraafia, supergraafika, infograafika jne. EKGL-i eesmärk on loomingu edendamine, oma liikmete loometegevuse toetamine ja soodustamine.

Eesti Moedisaini Liit (EML, asutatud 2007) ühendab moealal tegutsevaid inimesi. 2023. a oli ühingus 20 liiget. Liidu eesmärk on elavdada Eesti moe-elu ning tugijorganisatsioonina tegutsedes edendada ja tutvustada

www.edl.ee

<https://www.estoniandesignhouse.ee/>

[EKGL – Eesti Kujundusgraafikute Liit](#)



Eesti moedisaini ka väljaspool Eestit. Eesti moedisaineritele väljendusvõimaluste loomiseks korraldab EML aastast 2007 kevadel ja sügisel Tallinn Fashion Weeki.

5.1.2 Arenduskeskused ja inkubaatorid

EESTI DISAINI—KESKUS **ESTONIAN DESIGN CENTRE** **Eesti Disainikeskus** ²⁸ (EDK, asutatud 2008) on disainivaldkonna arenduskeskus ja professionaalse disaini valdkonna edendaja Eestis, olles partneriks disaineritele, ettevõtjatele, avaliku sektori esindajatele ja poliitikakujundajatele. Läbi erinevate tugitegevuste tegeleb EDK disaini olemuse ja ulatuse nähtavaks tegemisega, teadvustab disaini kui ühiskondliku heaolu ja majanduse arengu taganttõukajat, toetab disainerite professionaalsust ja arengut ning aitab läbi parema disaini rakendamise erinevate rahastajate toel suurendada Eesti ettevõtete tootearendust ja ekspordipotentsiaali. EDK tugitegevused on suunatud eelkõige kolmele sihtgrupile: disainibüroodele, ettevõtetele ja avalikule sektorile, samuti laiemale avalikkusele. Valdkonna ühe eestkõnelejana esindab EDK disainivaldkonda ning osaleb erinevate strateegiliste dokumentide aruteludes ning riiklikes ja KOV töörühmades. EDK veab disainivaldkonna arengukava koostamist ja koordineerib disainihariduse ümarlauda, mille eesmärk on edendada koostööd ja tõsta erialase hariduse kvaliteeti. Ümarlaul osalevad Eesti disainiõpet pakkuvate haridusasutuste esindajad.



Tallinna Ettevõtlusinkubaator (varasema nimega Loomeinkubaator) pakub tuge nii alustavatele kui ka kasvavatele väikeettevõtetele. Loomeinkubaatori esialgne fookus oli loomevaldkonna ettevõtete toetamisel, alates 2020. aastast lisandus ka ringmajandusalaste praktikate viimine ettevõtetenii.

Loomeinkubaatori sihtgruppi kuuluvad tootvad disainerid, teenusepakkujad, loovinsenerid, kes tegelevad digitaalse disaini, audiovisuaalse sisu loomise ja muude seotud tehnoloogiavaldkondadega, *start-up*id ning ringmajandavad ettevõtted. Inkubaatori abil avati 2017. a **Tallinna Disaini Maja**²⁹ (TDH). See on Eesti disaini esindusruum ning ühisturundus- ja ekspordiplatvorm, mis pakub kohalikele disaineritele terviklahendusi uue toote turule toomisel, esitlemisel ning partnerite ja edasimüüjate leidmisel.



Tartu Loomemajanduskeskus ³⁰ (LMK, asutatud 2009) tegeleb loomemajandusalase teadlikkuse tõstmise, ettevõtluse kasvu kiirendamise ning innovaatiliste ja kõrge lisandväärtusega loomemajanduse ettevõtete tekke toetamisega Tartus ja Lõuna-Eestis. LMK on nii arenduskeskus kui ka inkubaator. Perioodil 2020–2024 olid LMK poolt välja valitud eelisarendatavateks valdkondadeks mood, kaasaegne kunst ja disain, film ja etenduskunstid. LMK-l on galeriipood HOPP DISAIN ning stuudiod Antoniuse õues, kus külastajad saavad tutvuda kohalike disainerite loominguga.

Disainivaldkonna arenduskeskusena tegutsevad veel MTÜ Loov Eesti, Kesk-Eesti Ettevõtlusinkubaator, Ida-Viru Loomeklaster ning MTÜ Haridusdisaini Keskus.

5.1.3 Teised valdkonna organisatsioonid



Eesti Tarbekunsti- ja Disainimuseumi ³¹ (ETDM) eesmärk on koguda, säilitada ja eksponeerida Eesti tarbekunsti ja disaini. Näituste kaudu tutvustatakse ka nende valdkondade rahvusvahelisi tahke. Muuseum korraldab näitusi, publiku- ja haridusprogramme ning osaleb tarbekunsti- ja disainivälja mõtestamises, avamises ja arendamises erinevatele sihtgruppidele.

[Eesti Disainikeskus](#)

[Tallinn Design House](#)

[Tartu Loomemajanduskeskus](#)

[EDTM](#)



MTÜ Disainiöö³² korraldab koos EDL-iga alates 2006. aastast disainifestivali Disainiöö, mille eesmärk on disainiteadlikkuse tõstmine, disainiinfo jagamine ning disainihuviliste kaasamine nii teoreetilistesse kui praktilistesse tegevustesse. Festivali kavasse kuuluvad näitused, moeetendused ja ka loengud ja töötoad. 2023. a festivali külastas üle 10 000 inimese, kellest paarsada olid välismaalt. Disainiöö on saanud Euroopa kvaliteetfestivali aunimetuse.

MTÜ Eesti Disaini Instituudi põhitegevusalaks on disainivaldkonna arendamine. MTÜ tegevuse eesmärgiks on osaleda tegusalt disaini tulevikuperspektiivide väljakujundamisel. Oma liikmete kaudu esindab MTÜ Eesti parimat disainialast oskusteavet. Kõigil asjaosalistel on väga hea ülevaade valdkonnas toimuvast nii kohalikus kui rahvusvahelises plaanis, disainialane kõrgharidus ning lisaks edukas kogemus eraettevõtluses. MTÜ Eesti Disaini Instituut on üks Eesti Disainikeskuse asutajaid ning panustab pidevalt keskuse juhtimisse nii üldkoosoleku kui nõukogu tasandil.

**INNO
TIIM**

Innotiim³³ on avaliku sektori algatusena Riigikantselei juurde loodud innovatsioonitiim, mille ülesanne on muuta koostöös ministeeriumite ja allasutustega Eesti avalikke teenuseid kasutajasõbralikumaks ja inimkessemaks. Seda viiakse ellu disainimõtlemisele rajatud innovatsiooniprogrammide, teenusedisaini koolituste ja innovatsioonivõrgustiku ürituste kaudu. Protsessi kaastakse nii lõppkasutajaid kui koostööpartnereid igast sektorist. Innotiimi tegevust on tunnustatud ka Eesti Disainiauhindade konkursil kui head näidet teenusedisaini, innovatsiooni ja akadeemilise teadmise kombineerimisest.

5.2 Riiklikud toetusmeetmed

Enamik disainiettevõtetest on tulu teenimisele suunatud äriühingud. Samas toetab valdkonna arendamist ka riik. Disaini valdkonnas tegutsejate mitmekesisus teeb keeruliseks disaini valdkonna kui terviku käsitlemise ja ka toetussüsteemide loomise: kuna mingi osa valdkonnast tegutseb turutingimustes, siis toetusmehhanismide puhul on oht, et need võivad rikkuda ausat konkurentsi või vähemalt tekitada tunde ebaausast kohtlemisest teiste ettevõtjate seas.³⁴ Uuringu jaoks arvamust avaldanud disaineritest mõned leiavad, et disaini näol on tegemist loomevaldkonnaga, mida võiks rohkem toetada, teised jällegi arvavad, et juba nimetus „loomemajandus“ viitab sellele, et disainerid on ettevõtjad ja peaksid ennast ise ära majandama.

Alates 2014. aastast on loomemajanduse, sealhulgas disaini arendamine Kultuuriministeeriumi vastutusalas. Kui varasemalt oli disainivaldkonna suurim rahastaja EIS, siis 2023. a on selleks Kultuurkapital. Lisaks on ettevõtetel võimalik rahasid taotleda erinevatest toetusprogrammidest.

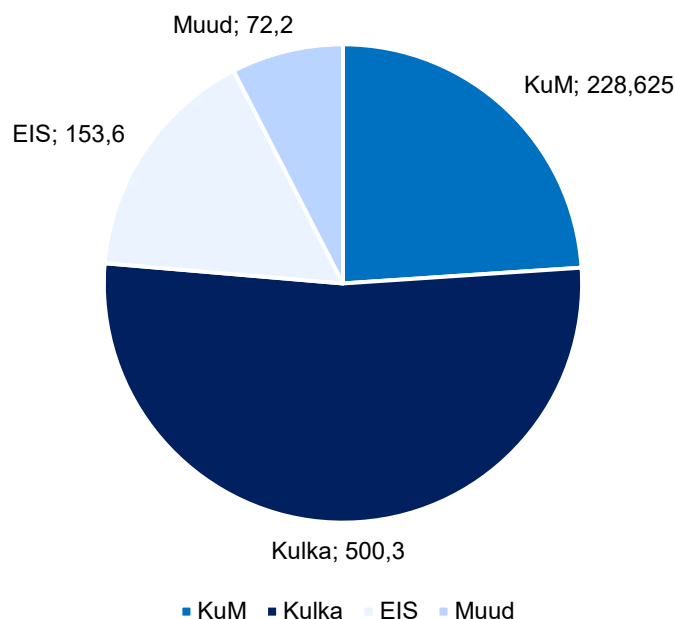
³² [Disainiöö](#)

³³ [Innotiim](#)

³⁴ Ernst & Young Baltic AS ja Balti Uuringute Instituut MTÜ [Loomemajanduste kestlikkus 2022](#)



Joonis 6. Disainivaldkonna toetuste jagunemine 2023. a (tuhat eur)



5.2.1 Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse toetused

EIS on varasemalt toetanud olulisel määral disainivaldkonna ekspordivõimekuse tõstmist läbi meetme „Loomemajanduse valdkondades tegutsevate ettevõtete ekspordivõime arendamine“. Viimati said disainiettevõtted sealt toetust 2020. a. 2023. aasta teises pooles avas EIS toetusmeetme loomeetevõtjate ekspordivõimekuse arendamiseks, mille kogumaht rahastusperioodil 2021–2027 on 7 miljonit eurot.³⁵ Samuti avati taotlusvoorud loomeetevõtjate arenguplaani elluviimiseks ning loomeetevõtjatele tugiteenuste pakkumiseks. Käesolevas aruandes vaatluse all olevaks perioodiks ehk 2023. aasta lõpuks ei olnud sealt veel disainiettevõtetele toetusi antud, küll aga tehti seda 2024. a.

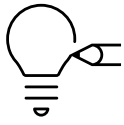
2023. a toetas EIS Eesti Disainikeskust 150 000 euroga loomeetevõtjatele tugiteenuste pakkumiseks. Samas summas sai toetuse ka SA Tallinna Ettevõtlusinkubaatorid, kuid viimast ei saa pidada vaid disainivaldkonna toetuseks, sest inkubaator on mõeldud laiemalt alustavatele ettevõtetele.

Veel sai 2023. a innovatsiooniosaku toetust Kujundlik OÜ summas 3360 € mööblitööstuse jääkide väärimiseks ning neist disainelementide kujundamiseks.

5.2.2 Kultuuriministeeriumi toetused

Kultuuriministeerium (KuM) toetab nii disainereid loovisikutena, disaini kui loomeetevõtlust ja disainivaldkonna arenguid. KuM toetab disainereid loovisikutena läbi tunnustatud loomeliitude, milleks disainivaldkonnas on EDL ja Eesti Kujundusgraafikute Liit. Nendesse erialaliitudesse kuuluvatel disaineritel on võimalik saada loomeliidu kaudu loometoetust kuus kuud, võimalusega pikendada toetuse perioodi veel kuue kuu võrra. 2023. a sai EDL toetustena loovisikutele jagamiseks 48,1 tuhat eurot ja Eesti Kujundusgraafikute Liit 32,4 tuhat eurot.

³⁵ [Loomettevõtjatele tugiteenuste pakkumise, nende arenguplaanide elluviimise ja ekspordivõimekuse kasvu toetamine](#)



Tabel 4. Loovisikute ja loomeliitude seaduse alusel riigieelarvest eraldatud toetused 2019. ja 2023. a (tuhat €)

Toetuse saaja	2019	2023
Eesti Disainerite Liit	24,6	48,1
Eesti Kujundusgraafikute Liit	19,8	32,4
Kokku	44,4	80,5

Allikas: Kultuuriministeerium

Kultuuriministeerium toetab disainivaldkonda ka projekti- ja tegevustoetuste kaudu. Näiteks saab KuM-ilt tegevustoetust valdkondlik arenduskeskus – Eesti Disainikeskus. 2023. a sai EDK 105 000€ tegevustoetust.

Taotlusvooru „**Arhitektuuri ja disaini arendusprojektid**“ eesmärk on arendada ja populariseerida disainivaldkonda, sealhulgas tootedisaini, graafilist disaini ja teenusedisaini. 2023. a on programmist toetust saanud Kunsttutsioon OÜ (8000€). Antud ettevõtet on käesoleva uuringu raames vaadatud kunstivaldkonna all.

Toetusprogrammist „**Eesti kultuur maailmas**“ toetatakse rahvusvahelisi projekte, mis soodustavad Eesti kultuuri rahvusvahelistumist ja kultuuriekspordi, Eesti tutvustamist maailmas kultuuri kaudu ja võimaluste loomist Eesti loovisikutele. Samuti toetatakse kultuurikollektiivide ja loomeettevõtjate pääsu rahvusvahelisele areenile.³⁶ 2023. a sai EDL programmist toetust 15 000 eurot, et viia ellu Eesti Disaini päevad Mehhikos. Antud programmist on toetatud ka Eesti Tarbekunsti- ja Disainimuuseumi osalemist näitusel Berliinis, kuid seda on kajastatud muuseumide valdkonna aruandes.

Käesolevas aruandes vaadatakse 2023. a toetusi, kuid kuna tegemist oli märkimisväärse summaga, tasub välja tuua, et erandkorras eraldas KuM 2020. a disainivaldkonnale **seoses koroonapandeemiaga kriisiabivahendeid** 442 204 € eest.³⁷ 150 000 € ulatuses toetasid taotlejad ka EAS ja Töötukassa.³⁸

5.2.3 Kultuurkapitali toetused

Disainivaldkond erineb teistest loomevaldkondadest selle poolest, et tal puudub eraldiseisev, konkreetset disainivaldkonnale mõeldud Kultuurkapitali sihtkapital. Disainereid toetatakse valdavalt kunsti- ja arhitektuurivaldkonna sihtkapitalidest. Seetõttu peavad aga disainerid kirjutama oma projekte teiste distsipliinide nõuete järgi. Sellest hoolimata saavad suuremad organisatsioonid Kulkast märkimisväärselt toetust.³⁹

Suurim toetussumma oli seotud loomeliitude iga-aastase **tegevustoetusega**: Kulka toetab märkimisväärselt **EDL-i**, mis sai 2023. a sai Kulkalt ligi 171 000 € toetust. Suurem osa sellest tuli arhitektuuri sihtkapitalist. Samal perioodil sai **EDK** Kulkast 64 400 €. **Disainiöö MTÜ** sai Disainiöö festivali korraldamiseks 183 000 € ja MTÜ Eesti Moe Festival 24 000 €.

Eesti Tarbekunsti- ja Disainimuuseum sai Kulkalt 2023. a 69 235 € toetust, kuid seda on kajastatud muuseumide valdkonna all.

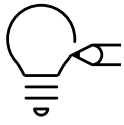
Ülejäänud toetused (kokku ligi 48 000 €) läksid valdkondlikele MTÜ-dele, kõrgkoolidele (Kõrgem Kunstikool Pallas ja EKA) ning väiksemas mahu ka ettevõtetele.

³⁶ [Disaini valdkonna rahastamine | Kultuuriministeerium](#)

³⁷ Abi anti disainiettevõtetele, kes tegutsevad isetootva disaineri põhimõttel, on tegutsenud disainivaldkonnas vähemalt kolm viimast aastat enne taotluse esitamist, kelle viimase kolme aasta keskmine majandusaasta käive on vähemalt 25 000 €, tegevusalaks on materjalipõhine disain ja tegevus põhineb autoriloomingul. Kompenseeriti põhitegevusega seotud kulusid, mille katmiseks planeeritud tulud olid oluliselt vähenenud.

³⁸ Eesti Disainikeskus MTÜ [Eesti disainivaldkonna kaardistus 2024](#)

³⁹ Ernst & Young Baltic AS ja Balti Uuringute Instituut MTÜ [Loomevaldkondade kestlikkus 2022](#)



Tabel 5. Eesti Kultuurkapitali eraldised aastatel 2019 ja 2023 (tuhat eurot)

Institutsioon	2019	2023
Kujutava ja rakenduskunsti sihtkapital		
Eesti Disainerite Liit	4,0	5
Eesti Disainikeskus MTÜ	2,5	12
Disainiöö MTÜ	1,0	3
Eesti Kunstiakadeemia	1,6	8,5
Kõrgem Kunstikool Pallas	7,7	7,9
Teised	-	7,1
Kokku	16,8	43,5
Arhitektuuri sihtkapital		
Eesti Disainerite Liit	122,0	165,6
Eesti Disainikeskus MTÜ	-	52,4
Disainiöö MTÜ	9,5	100
MTÜ Eesti Moe Festival	-	24
Eesti Kunstiakadeemia	2,4	6
Kõrgem Kunstikool Pallas	-	15,6
MTÜ Eesti Valgustusdisainerite Assotsiatsioon	-	2,5
Teised	21,8	9,5
Kokku	155,7	375,6
Rahvakultuuri Sihtkapital		
MTÜ Eesti Moe Festival	8,0	-
OÜ Kango Tekstiil	-	0,5
Kirjanduse Sihtkapital		
A-disain OÜ	3,2	-
Poodles Club OÜ	-	0,4
Kultuurkapitali ekspertgrupid		
Kujunduskuurort OÜ	-	0,3
Kultuurkapitali nõukogu		
Disainiöö MTÜ	49,0	80,0
Eesti Disainerite Liit	-	-
Kultuurkapital kokku	229,5	500,3

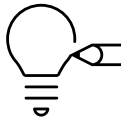
Allikas: 2019. a andmed pärinevad EKI (2021) aruandest, 2023. a andmed Kultuurkapitalilt-

5.2.4 Muud toetused

Disainivaldkonna organisatsioonid on saanud toetusi ka kohalikest omavalitsustelt. Nt toetas Tallinna linn 2023. a EDK-d 2 000 euroga (võrdluseks, 2022. a oli Tallinna toetus 30 000 €). Tallinna linn toetab ka linna poolt asutatud Tallinna Loomeinkubaatorit, kuid antud juhul on tegemist kogu loomeinkubaatori tegevuse, mitte vaid disainivaldkonna toetamisega. Samamoodi on Tartu linn toetanud Tartu Loomemajanduskeskust, kuid jällegi ei ole tegemist vaid disainivaldkonna toetusega.

MTÜ Disainiöö sai 2023. a XVIII Disainiöö läbiviimiseks Tallinna linnalt 15 000 eurot. Tartu linn toetas samal aastal Eesti Moe Festivali 40 000 euroga.

Keskonnainvesteeringute Keskus toetas EDK-d 2023. aastal 15 204 euroga õpikeskkonna Circular Classroom kaudu kestlikusalaste teadmiste ühtlustamise ja koostöövõrgu loomiseks.



5.3 Seosed teiste (loome)valdkondadega

Nagu juba eelnevalt korduvalt mainitud, on disaini mõiste ja olemus muutunud ning disain on üha enam põimunud erinevatesse protsessidesse. Seetõttu on **disain tihedalt seotud või lausa kaasatud paljudesse teistesse tegevusaladesse**. Näiteks kasutatakse disainerite teenust märkimisväärselt **tehnoloogia ja IT-ettevõtetes**, eriti kasutajakogemuse (UX) ja kasutajaliidese (UI) disaini valdkondades. Kuna interneti, sotsiaalmeedia ja videolahenduste kasutamine aina kasvab ning tekivad uued tehnilised lahendused ja võimalused, loob see ka disaini kasutamiseks uusi võimalusi. Nii ei ole IT lahendusi enam võimalik teha ilma disaini komponendita ning disain ja IT justkui “sulanduvad kokku”.⁴⁰

Kaubanduses ja jaemüügis mõjutab disain tugevalt toodete presenteerimist, brändingut ja müüki, nt visuaalse identiteedi loomisel (logo, värvilahendused), füüsilise poekeskonna disainimisel ning e-kaubanduses veebipoe kasutusmugavuse ja visuaalse keele loomisel.

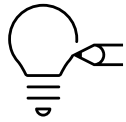
Kuna ettevõtted pööravad üha enam tähelepanu kasutajakogemusega arvestamisele, kasutatakse varasemast laiemalt **teenusedisaini**. Nt püütakse **finantssektoris** aktiivselt teenusedisaini ja disainimõtlemissel abil parendada oma teenuseid ja protsesse, et olla konkurentsivõimelisem. Samuti kasutatakse teenusedisaini palju **jaekaubanduses** ja **tervishoius** (nt EKA, PERH-i ning Soome ja Rootsi partnerite koostööprojekt Teenusedisain tervishoieusektoris; Terviseportaali arendus jne) ning **avalikus sektoris laiemalt**.

Muuhulgas pakub disainile uusi rakendusvõimalusi **keskkonnateadlikkuse kasv** ja eesmärk luua jätkusuutlikumaid lahendusi – need tingivad vajaduse disainerite järele nii tootedisainis kui ka teenusedisainis, et suunata inimesi keskkonnasõbralikumale käitumisele. Eraldi lähenemine on **ringdisain**, mis toetab ringmajanduse põhimõtteid ja püüab minimeerida jäätmete teket ning pikendada toodete eluiga, kujundades neid viisil, mis võimaldab neid võimalikult kaua uuesti kasutada, parandada, ümber töödelda või taaskasutada. Seega on selles protsessis disainerid kaasatud kogu toote elutsükli kavandamisse, alates materjalide valikust kuni toote eluea lõpuni. Eestis pakub EDK ettevõtetele meetodikat ringdisaini auditi läbiviimiseks.

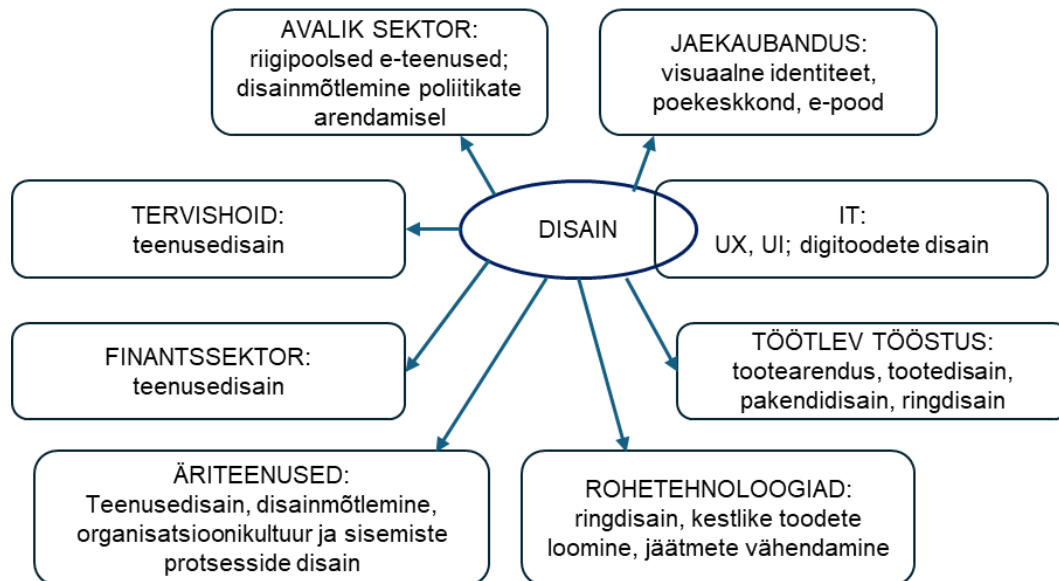
Töötlevas tööstuses tuleb seos disainiga esile eelkõige tootearenduses, kus hästi disainitud toode vastab kasutaja vajadustele, eristub konkurentsivõimeliselt (visuaalne identiteet (sh pakend) ja kasutajakogemus loovad turueelise) ning lihtsustab ka tootmist (st disainer arvestab materjalide, tehnoloogiate ja tootmisvõimekusega). Samuti mõjutab disain seda, kui keskkonnasõbralik toode on.

Järgneval joonisel on kujutatud disaini seost mõningate teiste tegevusvaldkondadega, kuid ilmselgelt ei ole tegu ammendava loeteluga.

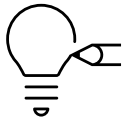
⁴⁰ Civitta Eesti AS [Disainikasutus Eesti ettevõtetes ja sihtasutustes 2024](#)



Joonis 7. Disaini seos teiste tegevusvaldkondadega

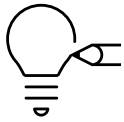


Disain on väga tihedalt seotud ka teiste loomemajandussektoritega (vt Joonis 8). Omavahel on tihedalt põimunud disain ja reklaam ning turundus. Ka EMTAK koodide põhjal disainiettevõtteid analüüsides ilmnes, et tihti peavadki ettevõtjad oma tegevusalaks nii disaini kui reklaami. Disainereid on vaja reklaami jaoks graafilise disaini ja visuaalse kommunikatsiooni loomiseks. Järjest enam graafilisi disainereid ja UX/UI disainereid on leidnud tööd kiirelt arenevas meelelahutustarkvara sektoris, kus nende oskusi on vaja kaasahaaravate mängude loomiseks. Sageli on väga tihedalt seotud sisearhitektuur ja sisedisain ning üks teenusepakkuja (sisearhitekt või sisedisainer) võib osutada mõlemat teenust. Käsitöö, kunst ja disain on tihedalt seotud, aga samas siiski eristuvad loomevaldkonnad. Neid ühendab loominguline väljendus, materjalitundlikkus ja kultuuriline väärtus, kuid igaühel on oma eesmärgid, lähenemised ja mõjuvaldkonnad. Ometi võib ühes isikus olla nii kunstnik, disainer kui käsitöölaine. Järgneval joonisel on kujutatud mõningaid seoseid disaini ja teiste loomemajanduse valdkondade vahel.



Joonis 8. Disaini seosed teiste loomemajanduse valdkondadega





6. Haridus ja kutse omandamine

6.1 Disainivaldkonna järelkasv

Eestis pakuvad disainialast kõrgharidust Eesti Kunstiakadeemia (EKA), Tallinna Tehnikaülikool (TalTech), Tartu Ülikooli Pärnu kolledž, Tartu Ülikooli Viljandi kultuuriakadeemia (TÜ VKA), Tallinna Tehnikakõrgkool (TTK) ja Tallinna Ülikool (TLÜ). Rakenduskõrgharidust saab omandada Kõrgemas Kunstikoolis Pallas, Tallinna Ülikooli Haapsalu kolledžis, TÜ Viljandi kultuuriakadeemias ja Eesti Ettevõtluskõrgkoolis Mainor. Disainialast kutseharidust pakuvad Tartu Kunstikool ja Kuressaare Ametikool.

Kui võrrelda kõrgharidusasutustes viie aasta tagust disainiga seotud erialade lõpetajate arvu 2022/2023. õppeaastal lõpetanutega, on näha, et **noorte huvi disaini õppida on jätkuvalt suur**. Võrreldes eelmise kaardistusega on juurde tekkinud uued õppekavad, nagu „Ringdisain“, „Sotsiaalne disain“, „Teenusedisaini strateegiad ja innovatsioon“, „Disainmõtlemine ja digiturundus“, „Persoonibrändipõhise ettevõtlus“, „Konserveerimine ja restaureerimine“ ning „Moe-, tekstiili- ja aksessuaaridisain“.

Õppeaastal 2022/2023 omandas disainialase kõrghariduse kokku 294 inimest (vt Tabel 6). Eesti Kunstiakadeemia (EKA) andis hariduse neist ligi poolte – 137 lõpetajale. Kokku 79 lõpetajat omandas bakalaureusekraadi EKA-s. Magistrikraadi sai 104 tudengit, neist 58 EKA-s, 10 TalTechis, 30 Tartu Ülikooli Pärnu kolledžis ja 6 Tallinna Ülikoolis. Tallinna Tehnikaülikooli (TalTech) kümnet lõpetajat võib pidada samal ajal ka EKA lõpetajateks, kuna tegemist on ühise magistrikavaga.

Rakenduskõrghariduse lõpetajaid oli 2022/2023. õppeaastal 110. Kõrgemas Kunstikoolis Pallas oli 26 lõpetajat, kus kõige populaarsemaks erialaks osutus meedia- ja reklaamidisain, mille lõpetas 12 õppurit. Eesti Ettevõtluskõrgkoolis Mainor oli lõpetajaid 49 – nendest 43 lõpetasid veebidisaini ja digigraafika eriala. Tallinna Ülikooli Haapsalu kolledžis lõpetasid 11 õppurit käsitöetehnoloogiad ja disaini eriala. Tallinna Tehnikakõrgkool valmistab ette moetoöstuse spetsialiste, õppeaastal 2022/2023 oli selle õppeprogrammi lõpetajaid 25.

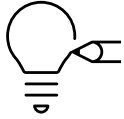
Võttes arvesse üsnagi suurt õppijate arvu, ei seisne valdkonna järelkasvu väljakutse mitte selles, et noortel puuduks huvi disaini õppida, vaid pigem on probleem, **mis saab pärast eriala lõpetamist**. EDL-i andmeil on Eestis üle 2500 kõrgharidusega disaineri, kellest töötab aktiivselt erialasel tööl rohkem kui pooled.⁴¹ Puudu on kohtadest, kus kooli lõpetanud noordisainer saaks oma oskusi rakendada ja valdkonda jääda. Olulised on nn **õpipoisi aastad**, mil alustav disainer saab koolist kaasa antud oskusi ja teadmisi rakendada hakata. Varasemalt oli nt Baltika heaks näiteks, kus paljud moedisaini õppijad said esimese töökogemuse. Paljud kraadiga noored vahetavad mõni aasta hiljem eriala ja karjääri, sest ei leia endale rakendust – vaid vähestel on võimalus töötada nn majasiseste disaineritena.⁴² 2023. a Eesti ettevõtete disainikasutuse uuringus osalenud 431-st ettevõttest oli majasisene erialase haridusega disainer / disainimeeskond 73 ettevõttes (17% vastanutest). Tõsi, võrreldes 2018. aastaga on olukord oluliselt parem: siis omas erialase haridusega disainerit / disainimeeskonda vaid 8% vastanutest. Teine võimalus on see, et minnakse praktikale välismaale, kuid sageli lõppeb see sellega, et noor disainer jääbki mujale elama ja läheb Eesti tööturu jaoks kaduma.

Parimad võimalused majasiseseks töötamiseks on **graafilistel disaineritel**, kelle teenuseid kasutatakse kõige enam.⁴³ Kohe pärast õpinguid väikeettevõtjaks hakkamine on paljude isetootvate disainerite jaoks vajalike

⁴¹ EDL | Eesti disainist

⁴² Ernst & Young Baltic AS ja Balti Uuringute Instituut MTÜ [Loomevaldkondade kestlikkus 2022](#)

⁴³ Civitta Eesti AS [Disainikasutus Eesti ettevõtetes ja sihtasutustes 2024](#)



oskuste ja ka ressurside vähesuse tõttu keeruline ning kulukas. Ka käesoleva aruande jaoks tagasisidet andnud disainerite kogemus näitas, et sagedane karjäärirada on selline, kus pärast kooli lõpetamist töötatakse mõnda aega disainibüroos või ettevõttes disainerina ning kui mõningane kogemus on olemas, alustatakse nõuabakutselisena teenuse pakkumist. Seda suunda peaks arvestama ka disainerialade koostamisel, et need annaks piisavad teadmised ettevõtlusest ja lõpetanud saaks hakkama iseendale tööandjaks olemisega.

6.2 Erialad

Teadusministeeriumi andmetel on põhilisteks õppeasutusteks, kus saab omandada disainialast kõrgharidust, Eesti Kunstiakadeemia, Tartu Ülikool ja Tartu Kõrgem Kunstikool Pallas.

Eesti Kunstiakadeemias (EKA) on disaini alal võimalik omandada kõrgharidus nii bakalaureuse, magistri kui ka doktori tasemel.

EKA pakub neli bakalaureuse eriala:

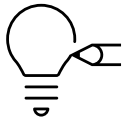
- **Disain ja innovatsiooni** õppekava eesmärk on ette valmistada tiptasemel tegijaid, kes on võimelised vastama dünaamilise tööturu väljakutsetele, muutusi algatama ja innovatsiooni eest vedama. Õppetöö keskmes on disaini kasutamine edukateks uuendusteks kõigis ühiskondlikes sfäärides. Disain ja innovatsioon on laiapõhjaline õppekava, mille alla on koondatud 4 eriala suunda: visuaalne kommunikatsioon (*Visual Communication BA*), moedisaini korraldus (*Fashion Design Management BA*), ruumikujundus (*Interior Design BA*), toote- ja keskkonnadisain (*Product and Environmental Design BA*). Õpingute maht on 180 EAP, õpe toimub sessioonõppes (4 aastat).
- **Graafilise disaini** bakalaureuseõpe annab tudengitele oskused orienteeruda disainivaldkonnas ning leida endale sobiv tööalane suund. Lõpetajad valdavad visuaalset keelt, analüüsivad disainiprobleeme, töötavad iseseisvalt ja meeskonnas ning kasutavad erialaseid tarkvarasid. Õpingud hõlmavad tüpograafiat, veebi-, video- ja trükidisaini ning fotograafiat. Eriala lõpetajad tegutsevad vabakutseliste disainerite, loovjuhtide, illustraatorite, UI/UX disainerite, ajakirjanduse küljendajatena, ettevõtjate, kunstnike ja õppejõududena nii Eestis kui ka rahvusvaheliselt.
- **Moe-, tekstiili- ja aksessuaaridisain** on kolme eriala ühendav liitõppekava, kus tudengid omandavad esmased tehnilised baastadmised kõigis suundades ning spetsialiseeruvad alates teisest semestrist moe-, tekstiili- või aksessuaaridisainile. Kolmeaastane bakalaureuseõpe lõpeb autorikollektsiooni või uurimusprojekti loomise, portfoolio koostamise ja avaliku kaitsmisega.
- **Tööstus- ja digitootedisain** jaguneb kaheks suunaks: digitootedisain ja tööstusdisain.

Digitootedisaini suund keskendub IT-valdkonnast huvitatud disaineritele, andes vajalikud tehnilised teadmised ja digidisaini erioskused. Õpingute käigus kujundatakse inimeste ja tehnoloogia vaheline suhtlus, luuakse mobiili- ja veebirakendusi, isesõitvate autode ning robotite kasutajaliideseid, e-teenuseid ja interaktiivseid näitusi.

Tööstusdisaini suund keskendub inimkesksele disainile, kus lahendused luuakse kasutaja vajaduste järgi. Tööstusdisainerid kujundavad mööblit, tarbeesemeid, sõidukeid, pakendeid, roboteid ja nutiseadmeid.

EKA pakub magistriõpet järgnevatel erialadel:

- **Disaini ja tehnoloogia tulevik** (*Design & Technology Future*) on **Tallinna Tehnikaülikooli** ja Eesti Kunstiakadeemia koostöös välja töötatud rahvusvaheline magistri ühisõppekava. Programmi eesmärgiks on siduda teadus, tehnoloogia ja disain ühtseks distsipliiniks, mis lubab välja töötada innovaatilisi tootelahendusi, mille aluseks on ettevõtete arendustegevus ja majanduskeskkonna mõistmine.
- **Graafilise disaini** magistrantuur on kaheaastane ingliskeelne õppekava, mis toetab üliõpilaste iseseisvat loometegevust ja aitab neil ennast graafilise disainerina positsioneerida. Programmis käsitletakse graafilist disaini kui teadmusloome vormi, keskendudes sellele, kuidas ideid ja teavet avalikuks teha.
- **Interaktsioonidisaini** õppekava eesmärk on arendada lõpetajate võimekust juhtida keerukaid arendusprojekte uute toodete ja teenuste loomisel ning rahvusvahelisi meeskondi.



Interaktsioonidisainerite eesmärk on kujundada tulevikumaailm, mis lisab väärtust meie eludele, keskendudes inimeste vajadustele, käitumisharjumustele, väärtustele ja keskkonnale. Õpe toimub inglise keeles, on tasuline ja kestab 2 aastat.

- **Ringdisaini eriala** on mõeldud inimestele, kes soovivad radikaalselt ja strateegiliselt kujundada jätkusuutlikku tulevikku, luues positiivset mõju ja lisaväärtust tootvas majandusruumis. Õpingud keskenduvad ringmajanduse põhimõtetele ja nende rakendamisele disainis. Õpe toimub eesti keeles ja kestab 2 aastat (120 EAP).
- **Sotsiaalse disaini** eriala valmistab ette üliõpilasi, et nad saaksid ümber kujundada ühiskondlikke suhteid, organisatsioone ja tootmist. Programmi eesmärk on arendada disainereid, kes on valmis reageerima ökoloogilistele ja poliitilistele väljakutsetele, kasutades disaini abivahendina ühiskondlike muutuste läbiviimiseks. Õpingute käigus õpitakse teenuseid, jätkusuutlikke muutusi ja osalusmeetodeid kujundama, töötades koos kogukondade ja sidusrühmadega, et lahendada tänapäeva sotsiaalseid väljakutseid, nagu vaimne tervis, jäätmekäitus, migratsioon, ressursside taaskasutus, jätkusuutlik energia ja kriisidele reageerimine.
- **Teenusedisaini strateegiad ja innovatsioon** (*Service Design Strategies and Innovation* ehk SDSI) on Eesti Kunstiakadeemia, Läti Kunstiakadeemia ja Lapi Ülikooli ühisõppekava. Erialal õpetatakse, kuidas luua teenuseid, mis vastavad kasutajate (ja planeedi) vajadustele. Õpe on tasuline, viiakse läbi inglise keeles.

EKA-s on võimalik doktori tasemel õppida erialal kunst ja disain.

- **Kunsti ja disaini** doktoriõpe keskendub loovuurimusele, kus kunstnik või disainer loob uudse teose ning mõtestab seda tekstiliselt. Doktoriõppe nominaalne õppeaeg on neli aastat. Õpe keskendub uurimustööle, mis lõpeb avaliku kaitsmisega, ning seda toetavad üldõpe, erialaõpe ja valikained.

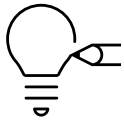
Tartu Ülikooli Pärnu kolledžis on võimalik õppida bakalaureuse tasemel disainimõtlemise ja digiturunduse erialal ning kolmel magistri erialal: teenuste disain ja juhtimine, persoonibrändipõhine ettevõtlus, heaolu- ja spaateenuste disain ja juhtimine.

- **Disainimõtlemine ja digiturunduse** õppekava ühendab loovalt disainimõtlemise põhimõtted digiturunduse praktikatega. Õppekava eesmärk on arendada tudengite oskusi enesejuhtimises, suhtlemises, koostöös, digioskustes, probleemide lahendamises, loovuses, kriitilises mõtlemises, ettevõtlikkuses ja jätkusuutlikus mõtteviisis. Tegemist on 4-aastase tasulise bakalaureuseõppe programmiga (180 EAP).
- **Teenuste disaini ja juhtimise** magistriõppekava on mõeldud kõigile, kes soovivad arendada oma loovust ja analüüsioskusi ettevõtluse valdkonnas, keskendudes teenindusorganisatsioonide eripäradele. Õpingute käigus õpitakse teenuste disainimise protsessi ja meetodeid, läbi praktilise kogemuse. Eriala lõpetanu oskab disainida elamust pakkuvaid teenuseid, rakendades disainimõtlemise metododikat. Õpe on tasuta, toimub eesti keeles ja kestab 2 aastat (120 EAP).
- **Persoonibrändipõhine ettevõtlus** õppekava on mõeldud praegustele ja tulevastele ettevõtjatele, kelle ärimudeli keskmes on persoonibränding ehk eneseturundus. Programm sobib neile, kes juba tegutsevad üksikisikuna, väikeses meeskonnas või kellel on plaanis tulevikus oma ettevõtte rajada. Õppekava eesmärk on arendada tudengite oskusi brändi loomises, turunduses, suhtlemises ja ettevõtluses, pakkudes teadmisi, kuidas isiklikku brändi edukalt juhtida ja kasutada äriedu saavutamiseks.

Magistriõppe programm on tasuline, eestikeelne ja toimub sessioonõppe vormis. Õppekava kestus on 2 aastat (120 EAP), osakoormusega 3 aastat.

- **Heaolu- ja spaateenuste disaini ja juhtimise** magistriõppekava keskendub heaolu- ja spaateenuste disainile ning juhtimisele. Suuresti veebipõhine õpe annab vajalikud teadmised ja oskused, et panustada inimeste arengut, tervist ja heaolu toetava ühiskonna toimimisse. Õpe kestab 2 aastat (120 EAP).

Tallinna Ülikoolis (TLU) saab õppida magistritasemel digitaalsete õpimänge ning rakenduskõrghariduse tasemel käsitöetehnoloogiaid ja disaini Haapsalu kolledžis.



- **Digitaalsed õpimängud** on interdistsiplinaarne magistriõppekava, mis ühendab mängudisaini kasvatusteadused ja psühholoogia. Õppima on oodatud õpetajad, disainerid, arendajad, kunstnikud ja kõik, kes soovivad luua uuenduslikke õppemänge. Õpe toimub inglise keeles, kestab 2 aastat ja on tasuline.
- **Käsitöetehnoloogiad ja disaini** on rakenduskõrghariduse eriala, mis keskendub kaasaegsele tootedisainile ja praktilistele oskustele alates probleemi püstitamisest kuni prototüübi loomiseni. Õpe sobib nii gümnaasiumilõpetajatele kui ka töötavatele spetsialistidele, kes soovivad end disainivaldkonnas arendada. Õpe kestab 3 aastat, on tasuta ja toimub sessioonõppena (15 õppekohta).

Kõrgemas Kunstikoolis Pallas on võimalik omandada disaini või sellega seonduvat haridust neljal rakenduskõrghariduse erialal: meedia- ja reklaamidisain, konserveerimine ja restaureerimine, nahktoote disain ja tehnoloogia, tekstiil.

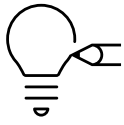
- **Meedia- ja reklaamidisain** jaguneb kaheks suunaks: graafiline disain, mis keskendub trükimeediale, ja meediadisain, mis hõlmab videotöötlust, veebimeediat, interaktiivset multimeediat, animatsiooni ja 3D-graafikat. Programmi lõpetaja omandab vajalikud oskused töötamiseks disainerite, loovjuhtide, kujundajate ja veebidisaineritena. Õpe toimub eesti keeles, 4 aastat (240 EAP).
- **Konserveerimine ja restaureerimine** on uus, 2024/2025. õppeaastal avatud eriala, mis ühendab maalingute, mööbli ja paberi restaureerimise oskused. Õpe annab teadmised ja praktilised oskused kultuuripärandi säilitamiseks ning vastab konservaatori 6. taseme kutsestandardile. Praktikad toimuvad konserveerimistöökodades ja mäluasutustes, võimaldades spetsialiseeruda vastavalt huvidele. Käsitletakse ka arheoloogilisi ja moodsatest materjalidest objekte. Õpe kestab 4 aastat (240 EAP) ja toimub eesti keeles.
- **Nahktoote disain ja tehnoloogia** (varasemalt Nahadisain ja restaureerimine) on suunatud neile, kes soovivad õppida nahast ja sarnastest materjalidest toodete valmistamist ning disainiprotsesse. Õpingud arendavad praktilisi oskusi nahktoodete disainimisel, tootmistehnoloogiates ja disainimeetodite rakendamises. Õpe kestab 4 aastat (240 EAP) ja toimub eesti keeles.
- **Tekstiili** osakond arendab tekstiilikunsti ja disaini valdkonda Eestis, pakkudes laiapõhjalist õppekava, mis hõlmab ka moedisaini aineid. Õpingute käigus omandatakse praktilised ja teoreetilised teadmised, arendatakse loovust ning oskust integreerida traditsioonilisi ja kaasaegseid tehnoloogiaid. Üliõpilased saavad osaleda projektides, teha koostööd eri valdkondade spetsialistidega ning täiendada oma oskusi praktikatel nii Eestis kui ka välismaal. Õpe kestab 4 aastat (240 EAP) ja toimub eesti keeles.

6.3 Lõpetanute arv

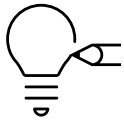
Üksikaastate lõikes ei ole toimunud lõpetanute arvus olulisi muutusi, kuid mõningaid suundi saab siiski välja tuua (Tabel 6). **EKA-s on viimastel aastatel lõpetajate arv olnud kasvutrendis**, kusjuures kasv on toimunud moe-, tekstiili- ja aksessuaaridisaini, interaktsioonidisaini ning disaini ja rakenduskunsti erialade lõpetajate arvelt. Samuti on Tallinna Tehnikakõrgkoolis 2023. a suurenenud moetööstuse eriala lõpetajate arv. Tartu Ülikooli Pärnu kolledži lõpetajate arv on viimastel aastatel kõikunud, olles 2023. a sarnane 2021. aastaga. Heaolu- ja spaateenuste disaini ja juhtimise erialal on lõpetajate arv vähenenud, samas kui teenuste disaini ja juhtimise magistri erialal on see kasvanud. Tallinna Ülikoolis on digitaalse õpimängude eriala lõpetajate arv 2023. a varasemate aastatega võrreldes oluliselt langenud. Kõrgemas kunstikoolis Pallas, Tallinna Ülikooli Haapsalu kolledžis ja Eesti Ettevõtluskõrgkoolis Mainor on lõpetajate arv viimastel aastatel püsinud stabiilsena.

Tabel 6. Disainivaldkonnaga seotud kõrghariduse erialade lõpetajate arv 2020–2023

		2020	2021	2022	2023
Eesti Kunstiakadeemia (EKA)		101	88	106	137
Disain ja innovatsioon	Bakalaureus	27	19	23	27
Graafiline disain	Bakalaureus	11	13	11	9



Meediagraafika	Bakalaureus	10	12	15	16
Moedisain	Bakalaureus	8	6	7	2
Moe-, tekstiili- ja aksessuaaridisain	Bakalaureus	-	-	3	15
Tekstiilidisain	Bakalaureus	8	3	1	-
Tööstus- ja digitootedisain	Bakalaureus	10	8	14	10
Disain ja rakenduskunst	Magister	13	11	13	26
Graafiline disain	Magister	-	-	8	8
Interaktsioonidisain	Magister	12	14	6	22
Ringdisain	Magister	-	-	-	-
Sotsiaalne disain	Magister	-	-	-	-
Teenusedisaini strateegiad ja innovatsioon	Magister	-	-	-	-
Tootedisain	Magister	2	1	4	2
Kunst ja disain	Doktor	-	1	1	-
Tallinna Tehnikaülikool (TalTech)		5	13	8	10
Disaini ja tehnoloogia tulevik	Magister	5	13	8	10
Tartu Ülikooli Pärnu kolledž		25	31	15	30
Disainimõtlemine ja digiturundus	Bakalaureus	-	-	-	-
Teenuste disain ja juhtimine	Magister	18	16	10	21
Persoonibrändipõhise ettevõtlus	Magister	-	-	-	-
Heaolu- ja spaateenuste disain ja juhtimine	Magister	7	15	5	9
Tallinna Ülikool (TLU)		8	15	14	6
Digitaalsed õpimängud	Magister	8	15	14	6
Tallinna Ülikooli Haapsalu kolledž		11	12	12	11
Käsitöotehnoloogiad ja disain	Rakenduskõrgharidus	11	12	12	11
Kõrgem Kunstikool Pallas		33	21	29	26
Konserveerimine ja restaureerimine	Rakenduskõrgharidus	-	-	-	-
Meedia- ja reklaamidisain	Rakenduskõrgharidus	14	4	13	12
Mööblidisain ja restaureerimine	Rakenduskõrgharidus	7	6	9	8
Nahktoote disain ja tehnoloogia	Rakenduskõrgharidus	4	8	6	6
Tekstiil	Rakenduskõrgharidus	8	3	1	
Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor		37	32	44	49
Disain loovettevõtluses**	Rakenduskõrgharidus	1	-	-	1
Veebidisain ja digigraafika	Rakenduskõrgharidus	27	23	37	43
Arvutimängude disain ja arendus	Rakenduskõrgharidus	9	9	7	5
Euroakadeemia*		4	-	-	-
Moedisain	Rakenduskõrgharidus	4	-	-	-
Tallinna Tehnikakõrgkool (TTK)		13	15	16	25
Moetööstus	Rakenduskõrgharidus	13	15	16	25



* Suletud 2020. aastast

** Disain loovettevõtluses erialale on vastuvõtt lõppenud, õppimine on lubatud

Allikas: HaridusSilm

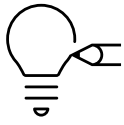
Parema ülevaate disainivaldkonnas hariduse omandanud spetsialistide arvust saab siis, kui analüüsida toimunud muutusi nelja-aastaste perioodide lõikes (Tabel 7). **Magistriõppe lõpetanute arv on märkimisväärselt kasvanud:** kui 2016–2019. aastatel lõpetas mõne disainiga seotud eriala magistriõppe 209 tudengit, siis 2020–2023. aastatel oli lõpetajaid juba 322. Suurim kasv on tulnud Eesti Kunstiakadeemias 2016/2017. õppeaastal avatud **interaktsioonidisaini** eriala lõpetanute arvelt.

Järgmistel aastatel võib oodata magistriõppe lõpetajate arvu edasist kasvu, kuna Eesti Kunstiakadeemias (EKA) on avatud uued magistriõppe erialad (ringdisain, sotsiaalne disain, teenusedisaini strateegiad ja innovatsioon). Samuti võib kasvu oodata Tartu Ülikooli Pärnu Kolledži uue eriala persoonibrändipõhise ettevõtluse lõpetajate arvelt.

Samuti on oluliselt **kasvanud bakalaureuse- ja rakenduskõrghariduse taseme lõpetajate arv:** kui 2016–2019. aastatel lõpetas disainivaldkonnas 508 tudengit, siis 2020–2023. aastatel tõusis see arv 678-ni. Kõige enam on kasvanud Mainori veebidisaini ja digitaalgraafika eriala lõpetajate arv, mis võib olla seotud aastatel 2019–2023 kõrge vastuvõtunumbriga (69–73 tudengit aastas). Samas on vastuvõtt viimastel aastatel vähenenud – 2023/2024. õppeaastal võeti vastu 53 ning 2024/2025. õppeaastal vaid 46 tudengit, mis võib viidata huvi langusele eriala vastu. Lõpetajate arvu kasvu on mõjutanud ka 2015/2016 õppeaastal EKA-s avatud disain ja innovatsiooni eriala, mille lõpetajate arv perioodil 2020–2023 on olnud stabiilselt 38–41 tudengit aastas.

Tabel 7. Disainivaldkonnaga seotud kõrghariduse erialade lõpetajate arv nelja-aastaste perioodide lõikes 2008–2023

	2008–2011	2012–2015	2016–2019	2020–2023
Kokku doktoriõpe	-	5	7	2
Kunst ja disain (EKA)	-	5	7	2
Kokku magistriõpe	30	132	209	322
Digitaalsed õpimängud (TLU)	-	-	19	43
Disain ja rakenduskunst (EKA)	15	51	56	63
Disaini ja tehnoloogia tulevik (TalTech)	-	19	35	36
Graafiline disain (EKA)	2	3	-	16
Heaolu- ja spaateenuste disain ja juhtimine (TU Pärnu)	4	34	24	36
Interaktsioonidisain (EKA)	-	-	7	54
Persoonibrändipõhise ettevõtlus (TU Pärnu)	-	-	-	-
Ringdisain (EKA)	-	-	-	-
Sotsiaalne disain (EKA)	-	-	-	-
Teenusedisaini strateegiad ja innovatsioon (EKA)	-	-	-	-
Teenuste disain ja juhtimine (TU Pärnu)	-	14	58	65
Tootedisain (EKA)	9	11	10	9
Kokku bakalaureuseõpe, rakenduskõrgharidus	408	611	508	678
Arvutimängude disain ja arendus (Mainor)	-	-	9	30
Disain ja innovatsioon (EKA)	-	-	21	96
Disainimõtlemine ja digiturundus (TU Pärnu)	-	-	-	-
Disain loovettevõtluses (Mainor)	119	143	31	2
Graafiline disain (EKA)	79	107	58	44
Konserveerimine ja restaureerimine (Pallas)	-	-	-	-



Käsitöötehnoloogiad ja disain (TLU)	-	25	41	46
Meediagraafika (EKA)	-	10	29	53
Meedia- ja reklaamidisain (Pallas)	31	52	40	43
Moetööstus (TTK)	19	98	83	69
Mööblidisain ja restaureerimine (Pallas)	27	33	29	30
Moedisain (EKA, Euroakadeemia)	66	58	47	27
Moe-, tekstiili- ja aksessuaaridisain (EKA)	-	-	-	18
Nahktoote disain ja tehnoloogia (Pallas)	21	29	24	24
Tekstiil (Pallas)	7	16	21	12
Tekstiiliõpe (EKA)	7	16	21	12
Tööstus- ja digitoote disain (EKA)	32	24	26	42
Veebidisain ja digitaalgraafika (Mainor)	-	-	28	130

Märkus: Halliga on märgitud need asutused, kus antud õpet enam ei pakuta.

Allikas: HaridusSilm

6.4 Täienduskoolitused

Lisaks tasemeõppele pakutakse huvilistele ka mitmeid täiendõppevõimalusi ning ühe täiendõppevormina mikrokraade.

Eesti Kunstiakadeemia pakub disainivaldkonnas mikrokraadi Disain hariduses ja haridusedisain. Lisaks pakub EKA erinevaid disaini kursuseid: UI/UX algajatele ja UI/UX edasijõudnutele, loomingulise brändi arendamise põhimõtted, animeerimine Adobe After Effectsidega, Package Design: Sustainability and Innovation, Webflow baaskursus disaineritele, digitaalsed tehnoloogiad kunstioppes, kangatrüki disain siiditrüki tehnikas, sissejuhatus graafilisse disaini, veebidisain, nahast kotikollektsiooni valmistamine.

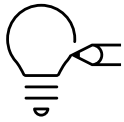
Tallinna Ülikooli pakub inglisekeelset mikrokraadi Design for Digital Behaviour Change Interventions.

Tartu Ülikool pakub mikrokraade Teenuste disain ja Disainiuuringud teenuste disainis. Mõlemad mikrokraadid on mõeldud ettevõtetes ja organisatsioonides teenuste ja toodete eest vastutavatele spetsialistidele ja juhtidele, turundusspetsialistidele ning kõigile teistele huvilistele, kes soovivad luua ja arendada kasutajakeskseid teenuseid.

Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemias saab omandada mikrokraadi loovettevõtluses ja projektijuhtimises.

6.5 Huviharidus

Disainiõpe on kättesaadav mitmes huvihariduskeskuses. **Tallinna Huvikeskus „Kullo“** disainiringis saavad 8–16-aastased lapsed arendada oma ideid ning viia need graafilise kujunduseni või disainitooteni (trükise, käsitöö- või tarbeesemena). **Mustamäe Gümnaasiumi** kunsti- ja disainihuviringis (6–15-aastastele) saavad lapsed arendada oma loovust ja käelisi oskusi, koos luuakse ainulaadseid projekte, sealhulgas makette ja tarbeesemeid. **Tallinna Kopli Huvikoolis** saavad 12–18-aastased osaleda moejoonistuse ja disaini huviringis, kus arendatakse loovust ja töötatakse välja oma mini-kollektsioon. Lisaks sellele käiakse õppekäikudel kunsti- ja moemaailma telgitagustes. **Nõmme Huvikoolis** pakutakse 10–19-aastastele disainitöö huviringi. **Mustamäe Huvikoolis** tegutseb graafilise disaini huviring (7–15-aastastele), kus tutvutakse erinevaid disaini valdkondi (veebidisain, plakatid, trükised, reklaamid, digitaalgraafika ja infograafika). Ringis arendatakse värvitunnetust ning kujundlikku mõtlemist.



7. SWOT analüüs



7.1 Tugevused

- Olemas on **valdkondlikud tugistruktuurid**, eelkõige Eesti Disainerite Liit ja Eesti Disainikeskus, mis tegelevad disaini valdkonna arendamisega. Hariduse seisukohast on tugistruktuuriks EKA, loomeettevõtluse alustamisel on toeks inkubaatorid Tallinnas, Tartus ja Narvas.
- Tugev, rahvusvaheliselt hinnatud ja **kaasaegne disainiharidus**, mis on ka õppijate seas populaarne ning tagab seega järelkasvu.
- **Eesti disaintooted on kvaliteetsed ja rahvusvaheliselt konkurentsivõimelised**. Nt disainikasutuse uuringus vastas üle 90% ettevõtetest/asutustest, kes olid viimase kahe aasta jooksul disainerite tööd kasutanud, et jäid tööga rahule.⁴⁴ Samuti on mitmed Eesti disainerid pälvinud rahvusvahelise Red Dot disainiauhinna.
- **Tellijate mitmekesisus**: disainerid töötavad väga erinevate klientide ja sektoritega, alates mikroettevõtjatest kuni riigiasutuste ja rahvusvaheliste ettevõteten. Seejuures on oluliseks tellijaks avalik sektor.
- Valdkonnasisesena on loodud disaini **arengukava**⁴⁵, seda küll 2023. aastani. See näitab, et paljud disainivaldkonna organisatsioonid on jõudnud kokkuleppele, mis suunas edasi liikuda, ning see on sündinud valdkonnasisesest vajadusest, mitte kohustusliku strateegiadokumendina.
- Mitmekesine ja pidevalt **arenev valdkond**, mis on tugevalt seotud ühiskondlike ja keskkondlike arengutega. Nt on praegu aktuaalseks teemaks jätkusuutlikkus, taaskasutus ja rohepööre. Disainerid saavad ja peavad oma töös nende küsimustega arvestama.
- Valdkonna **esindusorganisatsioonid on hästi rahvusvahelistunud**: EDL ja EDK on mitme disaini katusorganisatsiooni liikmed, samuti kuulub EKA mitme rahvusvahelise disainivõrgustiku juhorganisse. Selline rahvusvaheline kaasatus aitab kaasa nii Eesti disaini arengule, nähtavusele, kvaliteedile kui ka rahvusvahelisele konkurentsivõimele.
- **Disainibürood teevad omavahel koostööd, tihenenud on ka koostöö ettevõtetega**: EDK algatusel on loodud Eesti disainibüroode võrgustik, mis koondab 50 bürood. Võrgustik on disaineritele kasulik, sest läbi disainibüroode andmebaasi on ettevõtetel ja avaliku sektori esindajatel võimalik leida endale sobiv disainibüroo. Lisaks annab see võimaluse jagada kogemusi teiste disaineritega ning rääkida kaasa valdkonna arendamisel.
- **Algatused, mis tutvustavad Eesti disaini** nii kodus kui välismaal, nt Disainiöö, Eesti Disainiauhinnad. Sellised algatused muudavad ühiskonda disainiteadlikumaks ning aitavad esile tõsta ja tunnustada eeskujulikke disaini.

⁴⁴ Civitta Eesti AS [Disainikasutus Eesti ettevõtetes ja sihtasutustes 2024](#)

⁴⁵ [Eesti disaini arengukava aastani 2023](#)



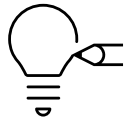
7.2 Nõrkused

- **Puudub selge valdkonna definitsioon ja määratlus:** kes üldse on disainer ja milline on disainietteviite? See omakorda teeb keeruliseks nii valdkonnast ülevaate saamise kui ka nt toetusmeetmete kujundamise, sest pole selge, kellele toetused täpselt suunata ja mis probleemi need peaks lahendama.
- Disainiteenuse pakkujad on **valdavalt ühe inimesega väikeettevõtted**. See takistab arengut ja suuremate tellimuste vastuvõtmist. Väikestel tootvatel disaineritel esinevad tavapärased väikeettevõtjate probleemid: keeruline leida stardikapitali, suur osa kapitalist materjalivarude all kinni jne. Kui kooli lõpetanud disainer hakkab iseendale tööandjaks ehk loojast ettevõtjaks, võib probleemiks olla vähene ettevõtlus- ja finantsalane kompetents.
- **Tootedisaini valdkond on väike ning piiratud rakendusvõimalustega:** tootedisain eeldab tööstusettevõtteid, mis keskenduvad omatoodete arendusele ja tootmisele. Eesti tööstussektor tegutseb sageli allhanke alusel, mistõttu ei ole disaineritel kuigi palju rakendust ettevõttesiseses disainerina. Seetõttu on disaineritel kooli lõpetamise järel **puudulikud karjäärivõimalused** ning nad on sunnitud asutama oma büroosid või suunduma tööle mõnele teisele erialale, parimal juhul digitootedisainerina (nii on võimalik haridust ära kasutada ja jääda siiski disaini valdkonda).
- **Kesine disainialane teadlikkus ja omamaise disaini väärtustamine:** Eestis ei ole oma rahvusvaheliselt tuntud disainiikooni. Viimastel aastatel on küll teadlikkus kodumaisest disainist kasvanud, kuid kasvatustöö pole olnud siiski võrreldav nt sellega mis on Soomes, kus „igaühel on Marimekko kott või littala klaasid“.
- **Eestil pole disainimaa kuulsust:** mitmed Eesti disainerid on küll olnud rahvusvaheliselt edukad, kuid üldiselt on Eesti disainerite ja disainibüroode rahvusvaheline tuntus veel küllalt madal. Samuti ei ole Eestil riigina sellist kuvandit, mis disaineritele päritolumaana suureks kasuks tuleks. Tõsi, on mõned riigid, kus Eesti kui päritolumaa mõjub atraktiivselt (nt Jaapan), kuid üldiselt leiavad Eesti disainerid, et oma päritolumaa rõhutamine ei anna neile lisandväärtust.
- **Tugev valdkonnasisene konkurents, palju omaette tegutsemist:** Eestis on palju väikseid disainistuudioid ja vabakutselisi, kes tegutsevad sarnastes niššides (nt graafiline disain, sisekujundus), samal ajal on turg väike ja piiratud ning hinnasurve tugev. Lisaks on disainihariduses ja loomekultuuris oluline rõhk individuaalsel väljendusel ja autoripositsioonil. Projektipõhised tööd tingivad omakorda seda, et disainerid töötavad koos hajusalt ja vaid harva pikaajalises meeskonnas.
- Jätkuvalt **vähe koostööd disaini ja teiste valdkondade vahel:** edasimineku toimub küll pidevalt, kuid on veel arenguruumi.



7.3 Arenguvõimalused

- **Disainialase teadlikkuse tõstmine:** oluline on tõsta erinevate sihtrühmade – avaliku sektori, ettevõtjate (sh tööstussektori), tarbijate ja ka haridusasutuste – teadlikkust disaini rollist ja kasutusvõimalustest. See on disaini valdkonna arengu ja mõjukuse kasvatamise juures kriitiline tegur. Paljuski nähakse disaini endiselt kui pelgalt esteetilist poolt, mitte kui tööriista probleemilahenduseks ja innovatsiooniks ning kõrgema lisandväärtusega toodete loomiseks. Teadlikkuse tõus tähendab mõistmist, et disainil on strateegiline roll äriprotsessides, teenuste ja poliitikate kujundamises ning kestlike lahenduste loomises. Teadlikkuse tõstmiseks ja disaini nähtavaks tegemiseks tuleks senisest märksa enam kommunikeerida edulugusid ning disaini kasutamise positiivseid näiteid.
- **Rohepöörde, ringmajandus ja jätkusuutlikkus** pole enam pelgalt trendid, vaid kujundavad ka Eesti disainivaldkonna arengut. Need teemad loovad disaineritele uusi võimalusi, aga nõuavad samas ka kohanemist ja vastutustundlikku lähenemist. Rohepöörde keskmes on vaja ümber mõtestada tarbimist, tooteid ja teenuseid. Disainerid saavad seejuures olla protsesside, teenuste ja ärimudelite ümberkujundajad, kes aitavad nii ettevõtetel kui avalikul sektoril liikuda keskkonnasäästlikuma



tegutsemisviisi suunas. Tootedisainis liigub fookus lühiaegselt tarbekaubalt kestvale, remonditavale/parandatavale ja ümbertöödeldavale disainile. Disaineritel on üha suurem roll kogu toote elutsükli kavandamisel.

- **Tehisintellekti rakendamine disainis:** nii nagu paljudes teistes valdkondades, toob ka disainis AI (*artificial intelligence*) rakendamine kaasa suuri muutuseid. Uuringus osalenud disainerid ei näe, et AI vähemalt praegu nende töö ära võtaks – pigem leitakse, et AI on tööd lihtsustanud ja kiirendanud. Tallinna ettevõtlusinkubaatori kogemusel tuntakse igasuguste tehisintellekti-teemaliste koolituste vastu väga suurt huvi. On muidugi ka neid, kes on skeptilised ega arva, et AI suudaks n-ö elusale disainerile konkurentsi pakkuda. Selge on aga see, et tehisintellekti abil saab kiiresti luua visuaalseid kontseptsioone, prototüüpe ja ideekavandeid. Samuti on AI suuteline analüüsima suuri koguseid andmeid ja andma soovitusi kasutajakogemuse disainis. Kuna paljud AI tööriistad on taskukohased ka väiksemate ettevõtete jaoks, võimaldab see neil konkureerida tehnoloogiliselt arenenud turgudel.

Seejuures kaasnevad AI üha laialdasema kasutuselevõtuga ka uued väljakutsed. Vestlusringis osalenud disainerid kardavad, et kui AI suudab luua piisavalt häid disainilahendusi, jääb autentsus ja kultuuriline identiteet tagaplaanile ning tekib n-ö globaalne disain, kus kõik rahvuslikud eripärad on üheks sulandunud. Samuti võib see tähendada seda, et teatud tüüpi tööd (nt standardkujundused, visuaalide loomine) võivad muutuda osaliselt automatiseerituks ja disaineritelt oodatakse hoopis uut tüüpi oskusi, nt AI tööriistade kasutamine ja võimekus anda täpseid töökäsk. Igal juhul on vestlusringis osalenud disainerid veendunud, et neil tuleb kohaneda muutunud oludega.

- **Ekspordi senisest läbimõeldum toetamine:** nagu ka käesolevas uuringus küsitletud disainiettevõtteid märkisid, jääb kodumaine turg neile kitsaks ja nad suudaksid pakkuda rohkem kui Eesti kliendid hetkel nõuavad. Samas valitseb suure osa disainerite seas kõhklus välisurgudele laienemise osas ning rahvusvaheline tegevus ei ole sugugi igaühe eesmärk. Valdakonna esindajad toovad välja, et senistel eksporditoetustel pole olnud pikemaajalist strateegiat ning need ei ole arvestanud valdkonna spetsiifikaga. Nt tuleb moedisaineritel osaleda rahvusvahelistel messidel vähemalt kolm hooaega, enne kui neid tõsiselt märkama hakatakse. See tähendab aga kolme erineva kollektiooni loomist. Paraku ei ole senised toetusmeetmed selliseid kulusid ja ajaraame piisavalt arvesse võtnud – tulemusi on oodatud märksa kiiremini, kui see ettevõtjate kogemusel võimalik on.

Seega leiavad disainerid, et ekspordi toetamine on igati põhjendatud ja vajalik, kuid seda võiks teha sihipärasemalt. Kui siiani on toetusi jagatud pigem põhimõttel „näpuotsaga paljudele“, siis edaspidi võiks keskenduda pigem neile ettevõtjatele, kellel on suurem potentsiaal kujuneda rahvusvaheliseks edulooks. Selliseid ettevõtteid tuleks toetada suuremas mahus ja pikemaajalise strateegiaga, et anda neile tegelik võimalus välisurule siseneda ja seal püsima jääda.

- **Ekspordiagentide süsteem:** vältimaks seda, et väikesed disainerid tunnevad ennast eksporditoetustest kõrvalejätuna, võiks nende jaoks välja töötada ekspordiagentuuri teenuse, mis spetsialiseeruks Eesti disainerite esindamisele rahvusvahelisel turul. Seni on ettevõtetele pakutud ekspordikoolitusi ja arenguprogramme või võimalust osaleda välismessidel, samuti tehakse koordineeritud ühisekspositsioone välisriikides. Need aga ei toimi kui agentuur, mis võtab enda peale aktiivse müügi ja kommunikatsioonitegevused. Seega oleks vaja agenti, kes koondaks kokku esindusliku disainerite valiku, looks neile ühise ekspordiportfelli, haldaks nende kontaktvõrgustikku ja esindaks neid järjepidevalt mitmel hooajal.
- **Disainipakkujatele ühtse koostööplatvormi loomine:** ühe toetusmeetmena võiks luua disainipakkujatele ühtse koostööplatvormi, mis aitaks lihtsamalt kokku panna tugevaid konsortsiume suurtel rahvusvahelistel disainihangetel osalemiseks. Sellistel hangetel osalemine nõuab väga suurt ettevalmistust, mida üks agentuur iseseisvalt pole enamasti võimeline tegema. Samuti on ühiselt lihtsam täita kriteeriumeid, mis pakkujale on esitatud. Suured rahvusvahelised disainiprojektid aitaks tõsta Eesti disainivaldkonna mainet ning teadlikkust disaini kasutusvõimalustest, annaks kogemust disaineritele ja soodustaks ka disaini laiemat kasutamist Eesti ettevõtete hulgas.



- **Uute tehnoloogiate kasutuselevõtt ja digitaliseerimine:** kuna Eesti turul on nõudlus piiratud, ei ole mõistlik toota suuri koguseid. Lisaks pole väikestel tootvatel disaineritel ka ressursse suurte koguste tootmiseks. Uute tehnoloogiate kasutuselevõtmine on võimaldanud siiani poolkäsitöenduslikult tootvatel disaineritel oma tootmiskulusid ning tootmisele kuluvat aega optimeerida. Nt digitaalsed joonised ja 3D-modelleerimine võimaldavad ideid testida ja kiiresti visualiseerida; 3D-printimine võimaldab valmistada kiireid ja täpseid prototüüpe (ning üha enam ka lõpptooteid), mille puhul ei kulu aega käsitsi proovimisele ja katsetamisele jne. Need disainerid, kes selliseid tehnoloogiaid ei valda, saavad omakorda pakkuda tööd teistele, kelle on need selged.
- **Hariduses suurem rõhk ettevõtlusel:** valdkonna analüüs näitab, et suur osa disainerialade lõpetajatest peab hakkama iseendale tööandjaks. Seetõttu on oluline, et disainiharidus ei keskenduks ainult loovusele ja erialastele oskustele, vaid aitaks kujundada ka ettevõtlikku mõtteviisi, andes teadmisi äritegevusest, juhtimisest ja turundusest. Eneseväljenduse kõrval on üha olulisem võime luua jätkusuutlik töövorm ja toimiv ärimudel.



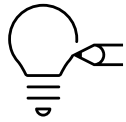
7.4 Takistused ja ohud

- **Nii ettevõtted kui eraisikud piiravad tarbimist:** viimaste aastate kriisid, hinnatõus ja ärev poliitiline olukord on nii ettevõtetes kui eratarbijates tekitanud tunde, et mõistlik on kokku hoida ning mitte kulutada asjadele või teenustele, mis ei ole tõeliselt olulised. Lisaks on inimestel juba niigi palju asju ja pigem nähakse vaeva, et olemasolevatest loobuda. Seda lähenemist soosib ka üha **kasvav keskkonnaalane teadlikkus**. Samas leiavad käesolevas uuringus osalenud disainerid, et inimeste peale ei saa ka pahane olla, et nad ei osta või ei tarbi: disain peab looma mingi tähendusliku väärtuse ja kui seda ei ole (piisavalt), siis polegi põhjust tarbimiseks.
- **Turistidest klientide arv pole jõudnud koroonaeelsele tasemele:** tootvate disainerite müüginumbritele on mõjunud negatiivselt see, et turistide arv on võrreldes koroonaeelse ajaga väiksem. Kui varem võisid nt Tallinna disainipoodides ostjad jaguneda u pooleks (kohalikud vs turistid), siis nüüd on n-ö disainiteadlikke, intelligentseid turiste jäänud väga väheks. Eelkõige jõuavad nad poodi siis, kui toimuvad muud üritused (nt Jazzkaar, Eesti Muusika Päevad, Tallinn Music Week).
- Disaineritele **puuduvad sobivad toetusmeetmed:** valdkonna esindajad toovad välja, et projektitoetuste taotlemine on muutunud nii keeruliseks, et valdavalt ühemehefirmadena tegutsevatel disaineritel ei ole aega, et kogu kaasneva bürokraatiaga toime tulla, sest samal ajal peab tegema ka põhitööd. Seetõttu leiavad disainerid, et mõistlikum on teha tööd, mis toob kindlat tulu, kui loota toetusele, mida ei pruugi saada. Samuti tuuakse välja, et nt **eksporditoetuste ootused käibekasvule on ebarealistlikud** („käive peab tegema hokikepi“). Kes oodatud käibekasvu ei saavuta, peab osa toetusest tagasi maksma. Disainiga käib alati kaasas loomingulisus ja eksperimenteerimine – sellised nõuded aga ei arvesta sellega.

„Tänasel päeval projektitoetust taotleda – see on nii kallis raha. Sa pead tegelema selle bürokraatiaga ja see ei tasu ära. Ja siis tuleb ikka mingi kontroll, kes leiab, et sul on kuskil mingi linnuke puudu ja kõik lendab korstnasse ja maksad veel trahvi ja viivist ka. Ettevõtjad praktiliselt ei tegele sellega üldse, sest ütlevad, et see ei tasu ära. 10 aastat tagasi kõik see bürokraatia ja aruandlus oli veel täitsa okei protsess, aga tänasel päeval see on hirmus.“ (vestlusingis osalenud disainiettevõtte esindaja)

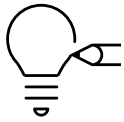
„Kui ma alustasin, siis ma tundsin EAS-i vastu huvi. Aga siis öeldi, et oi-oi, paar nulli peaks olema käibel juures, siis saad hakata taotlema. Siis ma ütlesin, et kui mul need nullid tulevad, siis ma teid enam ei vaja.“ (vestlusingis osalenud disainiettevõtte esindaja)

- Valdkonna **strateegiline arendamine** (nt uue arengukava koostamine) **on jäänud** pärast koroonapandeemiat **tagaplaanile**.
- **Standardiseerituse ja skaleeritavuse poole liikumine takistab unikaalsete lahenduste loomist:** nii nagu paljudes valdkondades, leidub ka disainis tegijaid, keda motiveerib eeskätt soov suurt tulu



teenida. Selleks püütakse luua skaleeritavat toodet, mille ärimudel põhineb mõttel „teed ühe ja müüd miljoneid“. Kuigi see lähenemine võib olla majanduslikult tulus, võib see disaini sügavama väärtuse, unikaalsuse ja kultuurilise tähenduse tagaplaanile jätta. Nii muutub disain pelgalt kaubaks, mitte tähenduslikuks lahenduseks.

- **Disaini terminoloogia pealiskaudne kasutamine võib moonutada disaini väärtuspakkumist:** kuna disain on põimunud üha laiemalt erinevatesse protsessidesse ja eluvaldkondadesse, kasutavad disainile omast terminoloogiat aina enam ka need, kellel puudub erialane haridus või praktiline kokkupuude disainivaldkonnaga. Kuigi see näitab disaini populaarsuse kasvu, kaasneb sellega oht, et disainispetsiifilised mõisted võetakse kasutusele ilma nende sisulise tähenduseta, mistõttu muutub disaini väärtuspakkumine hägusaks ja sageli ka pealiskaudseks. Tulemuseks on olukord, kus mõisted nagu „disainimõtlemine“ ja „kasutajakesksus“ kõlavad küll hästi, kuid ei väljendu tegelikes tööprotsessides ega tulemustes. See aga vähendab professionaalse disaini mõju ja usaldusväarsust.
- **Hinnapõhiste riigihangete korraldamine ei soosi Eesti disaini:** riigihangete korraldamine valdavalt madalaima hinna põhimõttel ei toeta kvaliteetsete ja loovate disainilahenduste sündi. Selline lähenemine piirab võimalust süveneda arendusprotsessi, katsetada, uurida kasutajate vajadusi ning pakkuda kontekstitundlikke ja kestlikke lahendusi. Disain ei ole valmis toode, vaid arendusprotsess, mille väärtust ei saa mõõta üksnes hinna kaudu, vaid olulised on ka loovus, kvaliteet ja mõju.



8. Arenguprognosis

Nii nagu kogu Eesti ühiskond, seisab ka disainivaldkond silmitsi mitmete kriiside ja väljakutsetega. Samas on ka mitmeid arenguvõimalusi, mis loovad eeldused valdkonna kasvuks ja tugevnemiseks.

Kultuuri arengukavas 2021–2030⁴⁶ on **disaini valdkonna peamise arengukohana** välja toodud järgmised punktid:

- ettevõtete ja asutuste disainivõimekuse tõstmine, disainipädevuste senisest suurem rakendamine nii avalikus kui ka erasektoris;
- innovatsiooni soodustav seadusloome;
- Eesti disaini nähtavuse ja ekspordi suurendamine;
- disainipädevuse tõstmine ühiskonnas üldiselt;
- vajadus arendada disainihariduse mudelit kõigil haridustasemetel (ka elukestvas õppes);
- kutsekvalifikatsioonisüsteemi arendamine.

Eesti Disainikeskuse poolt disainerite hulgas läbi viidud uuring näitas, et disainerite enda hinnangul on **suurimaks arengukohaks** jätkusuutlikkus ja kestlikkus, samuti valdkonna parema nähtavuse ja arusaadavuse ning disaini rolli suurendamine. Oluliseks peeti ka valdkonnasisest ja valdkondadeülest koostööd.⁴⁷

Disaini nähtavuse tõstmine ja mõju suurendamine

Mõlemast allikast ilmneb, et lähiaastatel tuleb eelkõige tegeleda Eesti disaini arusaadavuse ja nähtavuse tõstmisega ning disaini mõju suurendamisega. Majanduslikult keerulistel aegadel on tavapärane, et loobutakse asjadest või teenustest, mis ei ole eluliselt olulised. Seega on Eesti disainisektori jaoks ülioluline näidata võimalikele klientidele, millist kasu disain pakub ja milline mõju sellel on. Disaini tellijad peavad mõistma, mis on disaini sisuline pool ja väärtus. Ideaalis hakatakse mõju tõendamiseks välja tooma ka konkreetseid mõõdikuid (nt kasumi / käibe kasv pärast disainimuutust, kulude kokkuhoid, tõhusamad töövood (nt teenuse osutamise kiiruse kasv), kasutajakogemuse paranemine (ülesande täitmise kiiruse kasv, veaprotsendi langus) vms). Konkreetsed numbrid aitavad muuta disaini mõju nähtavaks ja usaldusväärseks, võimaldades otsustajatel hinnata investeringu tasuvust. Ühtlasi aitavad need tõendada, et disain ei ole kulu, vaid strateegiline tööriist, mis loob mõõdetavat väärtust. Seega disainerid, kes oskavad enda poolt pakutavat väärtust ja mõju selgelt kommunikeerida, suudavad ka keerulistel aegadel leida kliente.

Disaini roll muutub taktilisest strateegiliseks

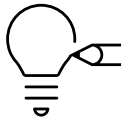
Rohepöörde käigus kasvab arusaam, et disain ei ole ainult esteetiline vorm, vaid tööriist kestlike süsteemide ja protsesside kujundamisel. Disainereid kaasatakse varajases etapis tootearendusse, teenusekujundusse ja materjalivalikusse, mitte alles viimistlustapis. Seega saab disainerist üha enam lüli, kes seob keskkonnanäesmärgid ja kasutajakesksed lahendused.

Disainerid kohanevad muutunud oludega

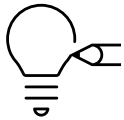
Ühiskondlikud muutused (nt viimaste aastate kasvav hinnasurve ja keskkonnateadlikkus) on toonud kaasa tarbijakäitumises olulise nihke. Inimesed ostavad vähem, teevad läbimõeldumaid valikuid ning eelistavad

⁴⁶ [Kultuuri arengukava 2021-2030 Lisad 1-4](#)

⁴⁷ Eesti Disainikeskus MTÜ [Eesti disainivaldkonna kaardistus 2024](#)



kvaliteeti kvantiteedile. See mõjutab otseselt tootvate disainerite tuluallikaid. Seega ei ole mõeldav jätkata varasema ärimudeliga. Disainerid peavad kohanema ja leidma uue viisi, kuidas väärtust pakkuda – kas siis väiksema keskkonnamõju, suurema personaalsuse või hoopis täiesti uue ärimudeli kaudu (nt toote asemel või sellega koos teenus: rent, hooldus vms). Paraku ei suuda kõik disainerid muudatustega kaasa tulla ja neil tuleb otsida väljund mõnel teisel alal.



Lisa 1 – Disaini valdkonna tegevused

EMTAK 2008 järgi

74101 – Disainerite tegevus

- tekstiili-, rõiva-, jalatsi-, ehte- ja mööblidisain;
- muude sisekujunduselementide ning muude moe- ja tarbekaupade disain;
- tööstusdisain, st toote spetsifikatsiooni ja väliskujunduse loomine ja arendamine, mis optimeeriks kasutamist, väärtust ja välimust, k.a materjalide, mehhanismide, vormi värvilahenduse, faktuuri ja pinnaviimistluse kindlaksmääramine, võttes arvesse inimeste omadusi ja vajadusi, ohutust ning turunõudlust;
- pakendidisain;
- graafiline disain;
- 3-mõõtmeliste mudelite loomine;
- sisekujundajate tegevus;
- siseruumide dekoreerimine, k.a vaateakende kaunistamine, müügilette, -laudade dekoreerimine.