

Majandus teatriarmastust ei murra

Oliver Issak, Karin Allik

Kas teatripiletid on läinud liiga kalliks? Ehkki keskmine teatripileti hind (ilma käibemaksuta) on viimase kümne aastaga kasvanud umbes samas tempos kui keskmine brutopalk – ligikaudu 97 protsenti¹ –, ei tähenda see tingimata, et inimesed jaksaksid proportsionaalselt sama palju kultuurile kulutada kui varem. Tunnetus ütleb, et ei jaksagi (või ei tahagi?). Aga üksnes tunnetusest ei piisa ühiskondlikus arutelus kaasa rääkimiseks. Kui oleksime majandusteadlased, võiksime teha keerukaid kalkulatsioone, arvestada maksusid, inflatsiooni, elukallidust ja veel tervet rida näitajaid, et seda tunnetust kontrollida. Aga et majandusteadlased me ei ole, võtame numbritega žongleerimise asemel appi midagi, mida teatriinimestena paremini oskame: (kolleegidega) vestlemise.

Nimelt teame, et piletihind pole õhust võetud number, vaid pikkade arutelude tulemus, kus räägivad kaasa teatrite kulud ja tulud, publiku väärtushinnangud ja võimalused. Küsimusi võrsub siit palju. Mida tähendab selles kontekstis õiglane piletihind? Kas teatrid saavad seda tänapäeval küsida ja publik jõuab seda maksta? Kas Eesti teatripubliku ostukäitumine on elu kallinedes ja kiirenedes muutunud? Millised hoovad on teatritel selle mõjutamiseks, publiku saali meelitamiseks?

Vastuste saamiseks võtsime ette ringkäigu mööda Eesti teatrivälja, küsitledes nii suuremaid sihtasutusi (Eesti Draamateater, Eesti Noorsooteater) kui ka väiksemaid

¹ Keskmine teatripileti hind ilma käibemaksuta oli 2015. aastal 10,53 eurot ning 2025. aastal 23,2 eurot. Vt 2025. aasta teatristatistika kokkuvõtet leheküljelt 220 ning 2015. aasta teatristatistika ülevaadet Eesti Teatri Agentuuri kodulehelt, <https://teatrielu.s.gy/BYA5yT>.

era- ja projektiteatreid (Kellerteater, Tartu Uus Teater), nii pealinnas tegutsejaid (Ekspeditsioon) kui ka neid, kes annavad etendusi üle Eesti (Rakvere Teater). Meile paotasid (mõttelist) kabinetiust inimesed, kes on harjunud ennemini rääkima kõigi teiste, aga mitte enda tööst: teatrite turundus-, kommunikatsiooni- ja müügiühid.

Meiega vestlesid Tartu Uue Teatri piletimüügijuht Lisanna Annus, teatri Ekspeditsioon turundus- ja kommunikatsioonijuht Kätlin Sumberg, Eesti Draamateatri kommunikatsioonijuht Tanel Tomson ja müügijuht Elen Jaaska, Rakvere Teatri turundus-spetsialist Evelin Rikma ja müügiadministraator Daisy Kull, Eesti Noorsooteatri kommunikatsioonijuht Helena Läks, turundusjuht Piia-Berta Piir-Kuusmik ja müügijuht Anneli Albert ning Kellerteatri korraldusjuht Jane Oksa. Kuigi publik on igas teatris pisut isemoodi, kumas kõigi intervjueeritavate jutust läbi juba tuntud tõsiasi: eestlane armastab teatrit. Majandus võib seda armastust teinekord mõjutada, ent mitte murda.

Ehkki vestlused peeti iga teatri töötajatega eraldi, saavad vastused siinses artiklis kokku. Kokkusaamised toimusid 2026. aasta veebruaris ja märtsis.

Eelmisel aastal oli Eestis üsna palju juttu elu kallinemisest, muuhulgas ka teatri-piletite kallinemisest. Kas teie meelest on õigustatud mure, et mida kallimaks teatri-piletid lähevad, seda elitaarsemaks teater muutub? Kuivõrd märkate seda oma töös?

Lisanna Annus (Tartu Uus Teater, piletimüügijuht): Meil on olnud piletihinna teemal ülipalju koosolekuid: oleme pikalt arutanud, kuidas leida tasakaal selle vahel, et pilet oleks kättesaadav, samas hind teiste teatrite piletitega võrreldes adekvaatne. Oleme sellele küsimusele lähenenud üsna isiklikust vaatenurgast ning küsinud endalt, mida oleksin mina ise nõus pileti eest välja käima.

Tartu Uues Teatris on piletihindade jaoks nüüd kaheastmeline süsteem: kui piletid müüki tulevad, on neil odavam hind, ning kaks nädalat enne esietendust muutub see kallimaks. Püüame seda esimest hinda võimalikult odavana hoida, et see oleks paljudele kättesaadav, aga samas ei taha teistest teatritest ka maha jääda.

Kuigi piletihind on täielikult meie otsustada, siis paratamatult peame võrdluseks vaatama teiste teatrite hindasid, et konkurents püsida. Tundub, et praegu kehtib teatri-piletite turul publiku jaoks vaikumise võrdus, et mida kallim pilet, seda parem lavastus. Reaalsuses see võrdus alati ei kehti, aga peame seda silmas pidama, et liiga odava ja liiga kalli hinna vahel balanss leida.

„1984“ (Noorsooteater). Stseen lavastusest. Foto Siim Vahur





Kätlin Sumberg (Teater Ekspeditsioon, turundus- ja kommunikatsioonijuht):

Piletihinna seame eelkõige n-ö turuhinna järgi, et see oleks võrreldav teiste teatritega ja et samas saaksime pakkuda soodustusi hinnatundlikumatele publikugruppidele. Samas peame arvestama ka lavastuse kuludega – mõni lavastus (näiteks „Leviaatan“²) on oluliselt suuremate kuludega ja siis peame seda ka pileti hinnas arvestama. Iga lavastuse piletiliikide valikus on meil aastaid olnud soodustuste kõrval ka toetajapilet (veidi kallim tavapiletist), mida kasutatakse küll harva, ent siiski on see juba põhimõtte pärast meile oluline.

Samas ma ei taju, et teater oleks muutunud elitaarsemaks, et publikut oleks ära kadunud või keegi küsinud, miks me pileti hind tõstame. Meie teatri tavapileti hind on praegu 33 eurot, mis on keskmisest Tallinna teatripileti hinnast pisut odavam. Lisaks planeerime teadlikumalt ka lavastusi, millega saaks kulude mõttes ka tavahinda, rääkimata soodushinnast, veelgi allapoole tuua. Ent kui on kulukamad suuremad lavastused või oleme korrigeerinud hinda üldisest hinnatõusust tulenevalt, pole meieeni peegeldusi jõudnud, et see tekitanuks meelehärmi või küsimusi. Tundub, et seda ei panda justkui tähele.

Tanel Tomson (Eesti Draamateater, kommunikatsioonijuht): Ka meie ei saa kindlalt öelda, et mõni vähem kindlustatud sotsiaalne grupp – noored, pensionärid – käiks praegu vähem teatris.

Elen Jaaska (Eesti Draamateater, müügijuht): Me muidugi ei tea, kes selle teatripileti päriselt ostab, sest 80 protsenti meie piletitest ostetakse internetist. Kui vaadata neid inimesi, kes tulevad piletijärjekorda kohapeale, siis seal näeme umbes 50ndates naisi. Ega me kellegi rahakotti ei näe, kas keegi hoiab kõhu arvelt kokku ja tarbib pigem kultuuri.

Tomson (Draamateater): Muidugi meeldiks ka meile, kui piletihind oleks 1 protsent keskmisest palgast, nagu oli kunagine ideaal, aga see tähendaks teistsugust riiklikku toetust. Meie pileti hinnad on viimasel ajal olnud kahe tule vahel: küsitakse, miks need nii kallid on ja miks need nii odavad on.

Jaaska (Draamateater): Seepärast lõime ka toetajapileti, et anda võimalus osta kallimaid pileteid neile, kelle rahakott seda võimaldab. Suures saalis on sõltuvalt etendusest umbes 20–40 toetajapiletit, mis asuvad saali parimates kohtades.

² Lavastaja Lauri Lagle, esietendus 23.11.2024 Krulli kvartalis.

Evelin Rikma (Rakvere Teater, turundusspetsialist): Me oleme Rakvere Teatris üritanud piletihinna tõstmisest hoiduda. Aga seda on tunda, et inimesed valivad suurema hoolega, mida vaatama tulla, sest rahakott lihtsalt ei võimalda kõike vaadata.

Daisy Kull (Rakvere Teater, müügiadministraator): Ja me ei räägi ainult teatripileti hinnast, sest eriti meie puhul lisandub sellele ka sõidukulu. Aga valikuid tehakse loomulikult ka selle järgi, mis lavastusega on tegu ja kes seal mängivad.

Helena Läks (Eesti Noorsooteater, kommunikatsioonijuht): Kuna meil on väga selgelt defineeritud missioon teha teatrit noorele vaatajale, peame hoidma oma hindu võimalikult stabiilsena. Kiusatus on loomulikult püüda samu kõrgusi, mis teised teatrid, aga kui seda teeksime, poleks me enam see teater.

Piia-Berta Piir-Kuusmik (Eesti Noorsooteater, turundusjuht): Tihtipeale isegi mitte kiusatus, vaid surve. Meil on omatulu teenimise kohustus ja see survestab meid pidevalt.

Anneli Albert (Eesti Noorsooteater, müügijuht): Laste ja noorte puhul on kasvav pileti-hind tõesti probleem, nii et püüame teha mitmeid soodustusi ja leida toetusprojekte, mille abil lapsed teatrisse saaksid tulla. Meil käiakse kooligruppidega väga palju väljastpoolt Tallinna ning nende sõidukulud kasvavad ka iga aastaga.

Läks (Noorsooteater): Elitaarseks muutumise ohus ei ole praegu aga üksnes teater, vaid kogu kultuur.

Kuidas kujuneb teie jaoks õiglane piletihind? Milliseid komponente te hinnastamise juures kaalute?

Sumberg (Ekspeditsioon): Õiglane hind on selline, et teater saaks end ära majandada, aga keegi ei peaks piletihinna pärast etendusele tulemata jätma. Kas see praegu meil Eestis niimoodi on ... kahtlen. Õiglasele hinnale tooks meid lähemale kindlasti see, kui kultuurisündmuste piletite käibemaksu vähendataks kas või poole võrra – meie naaberriikides on need näited ju olemas. Nii oleks piletid taas laiemale publikugrupile kättesaadavad.

Rikma (Rakvere Teater): Õiglane oleks tõesti see, kui inimene saaks sõltumata oma sissetulekust teatripileti osta, ning kõik, kes tahavad teatrisse tulla, saaksid seda teha.

Kull (Rakvere Teater): Rakvere Teater annab hästi palju etendusi ka maapiirkondades ja seal on inimesed hinnatundlikumad. Samas Tallinnas käies saame küsida seda hinda, mida sealsetes teatrites küsitakse.

Jane Oksa (Kellerteater, korraldusjuht): Kellerteatri sissetulek sõltub ainult piletite müügist, see määrab ka meie piletite hinna.

Annus (Tartu Uus Teater): Minu isiklikus tunnetuses on 25 eurot see piletihind, mida ma võiksin maksta – see tundub õiglane ja see on ka meie teatri odavamate piletite hind. Sellise hinna juures oleks võimalik rohkematele etendustele pilet osta. Samas teades, kui suured on ühe lavastuse kulud ning üldiselt teatri ülalpidamiskulud, rääkimata kõigi teatri või lavastusega seotud inimeste panusest, siis on kõrgem hind igati õigustatud ja isegi hädavajalik selleks, et teatrit üldse teha. Kõiki lavastusi ei saa ka ühte patta panna, sest suurema produktsiooniga lavastust 25-eurose piletihinnaga ei ole tänapäeval lihtsalt enam võimalik ilma miinusesse jäämata teha.

Tomson (Draamateater): Ega „Rahamaa“³ pilet ei maksa 70 eurot sellepärast, et Draamateater tahaks tohutut liigkasumit teenida – tegelikult ei jõudnud see produktsioon esimese aastaga isegi nulli, me ei katnud lavastuse väljatoomise kulusid ära. Ja iga „Rahamaa“ etenduse andmine tähendab suurt hulka heli- ja valgus- ja videotehnikat, rahvusvahelist bändi, ruumi renti, rohkem kui viiekümne inimesega truppi. Ses mõttes on see piletihind õiglane, sest teistsugust hinda me ei saagi määrata.

Jaaska (Draamateater): Õiglase piletihinna saaks panna siis, kui riik meid rohkem toetaks.

Tomson (Draamateater): Vahepeal võtsid Draamateatri piletihinna avalikkuses teemaks väga erinevad inimesed, ärimeestest ajakirjanikeni. Ka kultuuriajakirjanikud on üllatuslikult õhku visanud, et miks te piletihinda ei tõsta – sellepärast ei tõstagi, et teatrist ei saaks eliidi meelelahutus. Mitte et 45 eurot oleks nüüd kõigile kättesaadav ... muidugi tahaksime, et see oleks odavam.

³ Lavastaja Hendrik Toompere jr, esietendus 06.06.2024 Kammivabriku tehasehoones.



„TAPTY1985. Laskumine orgu“ (Tartu Uus Teater). Laval Juhan Soon. Foto Henry Griin

Jaaska (Draamateater): Kuigi on siiski näha, et inimestel on raha. Meil on saalid juba mitu aastat välja müüdud ja inimesi jätkub.

Tomson (Draamateater): Kui kuus-seitse aastat tagasi oli suurem majanduslangus, oli tõesti kummaline, et saalid olid rahvast täis. Keegi seletas mulle hiljem selle fenomeni ära: kui Egiptuse lennupiletit ei jaksa enam osta, aga teatripileti saad kätte küll, tulebki teatrisse see raha, mis jäi Egiptusesse viimata.

Läks (Noorsooteater): Meie piletihind võiks väljendada seda, et mitte kõigest üks-kaks inimest ei tee endale ilusat teatriõhtut, vaid teatrisse saab tulla näiteks viieliikmeline perekond. See on meie eesmärk.

Albert (Noorsooteater): Konkreetset numbrit on muidugi raske öelda: mõne jaoks on 10 eurot suur väljaminek, teisele ei ole 60 eurot midagi erilist. Üritame igal juhul hindu hoida mõistlikena, jälgides ka teiste noortele ja lastele lavastusi mängivate teatrite piletihindu.

Kas olete aja jooksul märganud muutusi publiku ostukäitumises? Kas see, kui pikalt inimesed oma plaane ette teevad, on kuidagi muutunud?

Oksa (Kellerteater): Inimesed on ettevaatlikumad, oodatakse kampaaniaid. Meil muutus pileтите ostmise trend just eelmisel aastal [2025. aastal – toim]: kui varem osteti palju pileteid ette, siis nüüd on hakatud ostma hiljem, üsna lühikest aega enne etendust. Õnneks on meil saalid ikka välja müüdud, aga mitte enam nii pikalt ette.

Annus (Tartu Uus Teater): Eelmisel ja üle-eelmisel hooajal oli märgata, et inimesed hakkasid täiesti viimasel hetkel pileteid ostma. Seda on eriti Tallinnas tunda: kui tuleme näiteks Kanuti Gildi SAALi mängima, siis võin arvestada, et viimase kahe päevaga müüakse veel 10–20 piletit. Kui mingile lavastusele on aga defitsiit tekkinud, siis selle pileteid ostetakse edaspidi pikemalt ette, näiteks „Tapy1985. Laskumine orgu“⁴ ja „Soosteri koolkond“⁵ tekitasid selle efekti. Viimase puhul mahub saali ka ainult 64 inimest.

Jaaska (Draamateater): Meil on ikkagi enamike lavastuste etendused välja müüdud. Mõni on küll selline, et esimesel päeval ei müü välja, aga paari nädalaga lähevad kõik kohad täis.

Sumberg (Ekspeditsioon): Koroonaajast jäi küll mingi ettevaatlikkus sisse, aga mulle tundub, et see ei ole seotud sellega, kas enda plaanid ikka peavad või kas raha on. Pigem jäädakse ootama esimest tagasisidet, arvustust, soovitusi. Sest lavastusi ehk pakku-mist on ju väga palju ja oma aeg väärtuslik. Kui keegi (arvamusliider) sotsiaalmeedias midagi emotsionaalselt hõiskab, siis tekitab see mingi tuntava jõnksu piletimüügis küll. See muidugi paneb suure vastutuse nendele emotsionaalsetele hoigetele, aga parata pole midagi.

Ennekõike mõjutab pileti ostmise hetke nende üldine saadavus: kui publik tajub, et peab kohe pileti ära ostma, sest pärast on otsas, siis ostabki kohe. Kui aga on näha, et pileteid on rahulikumalt saada, siis oodatakse, et etenduse aeg nihkuks lähemale, et selguks, kas tasub minna või mitte, kas aeg sobib või ei sobi. Ja rohkem kui kunagi varem ostetakse pileteid ka viimastel päevadel – varem on see ostukäitumine pigem kontsertide puhul esinenud, ent nüüd on see tendents ka teatrisse jõudnud.

⁴ Lavastaja Ivar Põllu, esietendus 22.05.2025 Tartu keskpargis.

⁵ Lavastaja Ivar Põllu, esietendus 25.10.2025 Tartu Uue Teatri väikeses saalis.

Kull (Rakvere Teater): Me paneme piletid müüki poole aasta kaupa ja näha on, et maikuu saalid veel jaanuaris ei täitu, sest inimeste töögraafikud pole paigas. Erandiks on muidugi meie püsipublik, kes vaatab kõik ära ja tahab etendust kindlasti esimesest-teisest reast või muu konkreetse koha pealt vaadata. Samuti on meil grupijuhid, kes broneerivad pileteid pikalt ette, aga ka seal on näha, et väga vara ei taheta pileteid välja osta.

Albert (Noorsooteater): Meie publikus on suur osakaal haridusgruppide külastustel ja grupid tahavad plaane pikalt ette teha, nii et oleme ka ise hakanud oma mängukava pike-malt ette planeerima. Kui varem oli see paari kuu kaupa, siis nüüd üritame kevadhooajal sügisesed etendused müüki panna ja vastupidi. Viimase hetke otsuseid teevad rohkem väikelaste vanemad, kes peavad silmas oma laste tervist.

Nüüd peame jälgima ka seda, milliseid mõjusid toob endaga kaasa haridus- ja teadusministeeriumi uus juhend koolidele õppekäikude korraldamise ja rahastamise kohta⁶. Kuna meie broneeringud on pikalt ette tehtud, pole veel suurt tagasilööki tekkinud, aga ma arvan, et see mõju tuleb lähiajal kindlasti.

Piir-Kuusmik (Noorsooteater): Muuseumimaastikul on see tagasilöök juba tulnud.

Aga kas kuidagi on muutunud see, mitmekesi inimesed teatris käivad?

Annus (Tartu Uus Teater): Ma ei oska öelda, kui palju see muutunud on, aga olen tähele pannud, et meil käib üsna palju inimesi üksi teatris, mis on väga tore ja võrreldes suuremate teatrite publikuga vist ka haruldasem. Üksi käijad on enamasti inimesed, kes vaatavad ära kogu Uue Teatri repertuaari ja nende jaoks ei ole teater ainult sotsiaalne ettevõtmine või seltskondlik meelelahutus, vaid pigem huviobjekt või isegi osa identiteedist. Küll aga on näha, et meie suuremaid eriprojekte ja suvelavastusi käiakse vaatamas suuremate sõprus- või perekondadega ehk kuus kuni kümme inimest korraga. Aga muus osas on tavapärane ikkagi kahekesi teatris käimine.

⁶ 2025. aasta sügisel vallandus koolide õppekäikude korraldamise ja rahastamisega seotud segadus, mille keskmes oli küsimus, kas koolid võivad lapsevanematelt raha koguda õppekäikudeks, sh kultuuriasutuste külastusteks, mis on õpilastele kohustuslikud. Siinse artikli valmimise ajaks on haridus- ja teadusministeerium koostanud koolidele selleteemalise juhendmaterjali, mille kohaselt ei kasutata lapsevanemate annetusi „kooli õppekavas ette nähtud tegevuse süsteemseks kaasrahastamiseks“.



„Baar Amsterdam“ (Teater Ekspeditsioon). Laval Jarmo Reha. Foto Rene Jakobson

Sumberg (Ekspeditsioon): Muutust ma niivõrd ei taju, aga lavastuste lõikes on see ka erinev. Näiteks on näha, et „Baar Amsterdami“⁷ tajutakse salongiliku lavastusena ning sinna jõuavad suuremad seltskonnad, mida teiste lavastuste puhul on meie teatris vähem märgata. Tavapärane on meie teatris, et inimesed käivad ka palju üksinda, kindlasti rohkem kui n-ö klassikalistes teatrites. Mulle see väga meeldib – need on inimesed, kes teavad hästi, mida nad vaatama tulevad, st neid ei ole lihtsalt „kaasa võetud“.

Rikma (Rakvere Teater): Gruppidega käiakse järjest vähem teatris. Ühiskond triivib individualismi poole, järjest keerulisem on ühiseid kokkuleppeid sõlmida: mida koos vaatama minna, missugune lavastus võiks kõiki kõnetada. Järjest rohkem on neid, kes eelistavad tulla üksi või ühe kaaslasega, mitte sõltuda suurest grupist.

⁷ Lavastaja Jarmo Reha, esietendus 13.12.2025 Ekspeditsiooni stuudios Krulli majas.

Küll (Rakvere Teater): Eks nende gruppide tegevust veavad peamiselt eakad inimesed, kes on küll suured kultuurientusiastid, aga kui uuest põlvkonnast selliseid inimesi ei tule, hakkab kooskäimine hääbuma. Muidugi on ka paar reisifirmat, kes Eestis teatrireisidega tegelevad.

Aasta-aastalt jääb vähemaks ka asutuste jõulupidusid teatris, samuti ei korralda kõik lähivallad enam õpetajatele õpetajate päevaks ühist teatrikülastust nagu varem.

Oksa (Kellerteater): Meil on tekkinud oma vaatajaskond, kes ostavadki grupina pileteid. On ka firmasid, kes broneerivad terve saali. Palju kasutatakse võimalust osta pilet koos õhtusöögiga, mida pakub meie kõrval asuv restoran.

Jaaska (Draamateater): Meil käiakse kõige tihemini kahekaupa, vahel ka kuni neljakaupa. See on ikkagi ühine sündmus.

Kes on teie keskmine külastaja? Kas piletiostjate seas on viimastel aastatel toimunud muutusi?

Sumberg (Ekspeditsioon): Meie publik on natuke noorem (ja ehk ka veidi iseteadlikum) kui Eesti keskmine teatrikülastaja. Samas tuli „Leviaataniga“ kaasa ka seltskond vanemaid kunstisõpru, kes on jäänud edasi käima. Ning ka mehed üksinda on hakanud rohkem pileteid ostma ja ka nii, et tullakse koos sõpradega teatrisse. On märgata ka sellist tavapäratumat mustrit, et tulevad küll naine ja mees koos, aga piletid ostab hoopis mees.

See kõik rõõmustab. Iga tajutav uus publikugrupp teeb südame soojaks. Eks see tendents räägib midagi kindlasti meie teatri ja ka lavastuste kohta.

Läks (Noorsooteater): Üks võimalus on näha Noorsooteatrit justkui Eesti teatriväljale (heas mõttes) sisseviskajana. Ühelt poolt harjuvad inimesed siin lastelavastusi vaadates teatris käima, teisalt teeme koostööd nii paljude majaväliste lavastajate ja kunstnikega, et repertuaaris saab kokku väga palju eripäraseid käekirju. Näiteks kui meil on Renate Keerdi lavastus, on saalis ikkagi natuke rohkem Renate Keerdi publikut.

Albert (Noorsooteater): Viimastel aastatel oleme hakanud tegema väga palju tööd ka noorte täiskasvanute ja täiskasvanute suunal, et nemadki meie majja jõuaks. Murrame jätkuvalt müüti, et kui lapsed või lapselapsed on juba suured, siis pole enam mõtet meile tulla.

Rikma (Rakvere Teater): Me oleme publikuküsitlustega uurinud, kes meie publik on, aga see ei eristu väga teistest teatritest: ka meil joonistus välja, et keskmine külastaja on keskealine naine vanuses 35–49, kõrgharidusega ja töötab haridusvaldkonnas. Maapiirkondades on pigem vanem publik, kes ei liigu väga palju ringi ega käi ka mujal teatrites.

Meie teater käib ka Tourestil [rahvusvaheline turismimess Tallinnas – toim] ja sealt joonistub igal aastal välja, et endiselt on naine see, kes teatripiletite eest vastutab.

Tomson (Draamateater): Ostuotsuse teeb sageli ikka naisterahvas, enamasti vanuses 45–50. Sageli ostab ta pileti ka mõnele nooremale pereliikmele.

Jaaska (Draamateater): Aga päringutest on ka näha, et mehed on hakanud pileteid ostma, et kutsuda hoopis ise oma proua teatrisse. On näha, et nad pingutavad.

Annus (Tartu Uus Teater): Meie keskmine vaataja on Tartu haritlane vanuses 35–50. Selline inimene, kes käibki palju teatris, ka Vanemuises ja Tallinnas. Samas on praegu tunda, et „Tapy1985“ tõi meile uut publikut, kes tuleb vaatama, mida me veel teeme. Oma maja rendime külalisetendusteks ja kontsertideks palju välja ka just selle mõttega, et siia satuksid uued inimesed, kes võib-olla hiljem ka mõne Uue Teatri lavastuse vaatamiseks välja valivad.

Missuguseid lavastusi on praegusel ajal kõige lihtsam müüa, missuguseid kõige raskem? Mis oli 2025. aastal piletimüügi mõttes teie edukaim lavastus?

Albert (Noorsooteater): Kuna meid külastavad kõige rohkem kooligrupid, siis on kindlasti kõige lihtsam müüa tuntud kirjandusteostel põhinevaid lavastusi, mis on kuidagi õppekavaga seotud. Natuke raskem on algupäranditega.

Piir-Kuusmik (Noorsooteater): Abstraktsemaid projekte on tõesti kõige keerulisem müüa – näiteks siis, kui lavastusel pole veel pealkirjagi.

Albert (Noorsooteater): Aga kui esietendus on toimunud ja publik lavastuse hästi vastu võtab, hakkab n-ö külalefon tööle ja piletimüük läheb ka lihtsamaks.

Kõige edukamat lavastust on eelmisest aastast raske välja tuua. Välja müüdnud on



*„Lasteaed“ (Rakvere Teater). Laval Peeter Rästas, Jaune Kimmel, Anneli Rahkema.
Foto Kalev Lilleorg*

meie väikelaste lavastused, samuti „Röövlitütar Ronja“⁸, mis on hitt olnud juba aastaid. Ka „1984“⁹ on kujunenud tõmbenumbriks, sest materjal on tuntud, noored on laval [Eesti Muusika- ja Teatriakadeemia lavakunstikooli 32. lennu näitlejatudengid – toim] ja lavastus on hea.

Läks (Noorsooteater): Eesti teatripublik on üpris teadlik ja palju näinud, nii et neile on oluline materjali ajakohasus. Inimesed tajuvad väga hästi, kui teatrimaastik on mingitest teemadest või käekirjadest üleküllastunud, seega on oluline pakkuda ka midagi uut ja värsket.

Rikma (Rakvere Teater): Publikuga otse suheldes on tunda, et huvi komöödiate vastu on natuke vähenenud. Ka sel aastal nägime Tourestil, et publik ei pelga enam tõsisema sisuga lavastusi ega psühholoogilisi draamasid: otsitakse samastumisvõimalust, et teema kõnetaks kuidagi isiklikult.

⁸ Lavastaja Taavi Tõnisson, esietendus 06.02.2022 Eesti Noorsooteatri Ferdinandi saalis.

⁹ Lavastaja Taavi Tõnisson, esietendus 06.04.2025 Eesti Noorsooteatri väikeses saalis.



„Sügissonaat“ (Rakvere Teater). Laval Loviise Kapper ja Ülle Lichtfeldt, tagaplaanil pianist Kadri-Ann Sumera. Foto Kalev Lilleorg

Muidugi küsitakse ka kergemat ja helgemat, sest tihti ütlevad inimesed, et süngust on meie ümber nii palju, et teatris tahaks helgemaid elamusi, aga see ei tähenda automaatselt, et peab komöödiaid tegema. Lihtsalt midagi sellist, kus ei pea nii palju ajusid ragistama.

Viimasel ajal on meil olnud ka mitu lavastust, mis põhinevad mõnel filmil – see on kohati piletimüügis takistuseks saanud, sest kui film ei meeldinud, siis kaheldakse, kas tasub ikka teatris vaadata. Aasta edukamad lavastused on kindlasti laste jõululavastus „Päkapikkude parim puhkus“¹⁰, aga ka „Lasteaed“¹¹ ja „Sügissonaat“¹².

Oksa (Kellerteater): Kõige keerulisem on müüa tõsiseid lavastusi, mis on natuke morbiidsed. Lavastuses peab olema kõike: põnevust, hirmu, natukene nalja. Aga kõige edukam lavastus eelmine aasta ... seda ma ei oskagi öelda, sest eelmisel aastal olid meil

¹⁰ Lavastaja Robi Varul, esietendus 06.12.2025 Rakvere Teatri suures majas.

¹¹ Lavastaja Urmas Vadi, esietendus 14.03.2025 Rakvere Teatri väikeses majas.

¹² Lavastaja Eva Koldits, esietendus 12.12.2025 Rakvere Teatri väikeses majas.



*„Saagi lõhn“ (Kellerteater). Laval Liis Haab, Harriet Toompere ja Kaisa Selde.
Foto Siim Vahur*

kõik piletid välja müüdud. „Saagi lõhn“¹³ ja ka „Viimane kolimine“¹⁴ – selle puhul tegid nad alles proove, kui kõik oli juba välja müüdud. Ja ka „Da Vinci kood“¹⁵ hakkas kohe müüma.

Sumberg (Ekspeditsioon): Sääraste lavastustega on ikka raskem, mille tutvustust lugedes pole kohe selge, millega tegu ja kes on tegijad (meil otsingulise teatrina võib ikka kohata laiemale üldsusele veel vähetuntud kunstnikke). Samuti lavastused, mis vaatajalt rohkem ka enda sees mõtestamist ja kaasa mõtlemist nõuavad. Aga see on kogu aeg niimoodi olnud.

Kahe näitena meie viimastest lavastustest: „Baar Amsterdami“ puhul müüs žanr ja ka sisu ette juba väga hästi – Jacques Breli laulud kõnetasid paljusid. Aga 2025. aasta lavastuse/lavastaja tiitli pälvinud „Leviaatani“ puhul oli müük alguses raske, sest suuremale

¹³ Lavastaja Andres Roosileht, esietendus 21.01.2025 Kellerteatris.

¹⁴ Lavastaja Helen Rekkor, esietendus 09.10.2025 Kellerteatris.

¹⁵ Lavastaja Andres Roosileht, esietendus 08.07.2025 Viinistu Kunstisadama katlamajas.



„Viimane kolimine“ (Kellerteater). Esiplaanil Kaisa Selde. Foto Kalev Lilleorg

osale tavapublikust tekitas pealkiri segadust ja etendused toimusid külmas tundmatus ruumis/kohas, sealjuures veidi kallima piletihinnaga. Ainult Lauri Lagle teatri püsi-austajad olid kohe algusest saadik kindlad. Ent kohe, kui tuli esimene tagasiside ja sõna hakkas levima, läks piletimüük väga kiirelt käima ja saalid said välja müüdud. See oli ka piletimüügi mõttes 2025. aasta kõige edukam lavastus.

Annus (Tartu Uus Teater): Kõige kergem on müüa seda, mis on arusaadav ka ilma kodulehe tekstita: kui lavastuse aluseks on näidend, mida kõik teavad, või persoon, keda inimesed tunnevad. Kõiki erilisi vorme on raske müüa: näiteks silma- ja kõrva-klappidega või istumiskohtade vahetamisega või tundmatus kohas mängitavat lavastust. Inimesele tuleb siis selgeks teha, et eriline vorm ei ole üldse hirmus (ja me oleme selle peale mõelnud, et publiku vaatamiskogemus oleks kõigile turvaline, aga loodetavasti tavapärasest ägedam). „Tapy1985“ on selles mõttes piiri peal – kuigi lavastuse teema on üsna selge (1985. aasta elu ja olu Tartus), siis ka selle puhul tuleb rõhutada, et etendus on

pikk, kõrvaklappidega ja eeldab vaheajal istekoha vahetamist. Samas oli see 2025. aastal kindlasti ka meie kõige edukam lavastus.

Müügitöö algab meil sageli väga hilja, nädal või poolteist enne esietendust, sest kuniks lavastus pole valmis, töötajad pole seda ise näinudki, ei saa me sellest hästi rääkida.

Tomson (Draamateater): Meie piletid lähevad müüki umbes neli kuud enne esietendust, nii et mõnel juhul pole veel proovidki alanud, kui piletid on juba ära ostetud. Tegeleme väga palju sellega, et selgitada, miks pileteid ei ole või kuidas need nii kiiresti otsa saavad. Ühtepidi on nii suur huvi rõõmustav, aga teistpidi ka ruineeriv, sest inimeste pahameel võtab teinekord väga vihase vormi. Ja siis selgitamegi, et püüame pileтите müükitulekul tagada inimestele võrdse stardipaku ja vältida süsteemide kokkujooksmist, mis viimasel ajal on ka õnnestunud.

Jaaska (Draamateater): Me tõesti tegeleme sellega iga päev, mitte ainult müügipäevadel. Meile tuleb umbes 50 päringut päevas, et tulla kollektiiviga teatrisse. Nüüdseks on meil selline kaust, kus on iga lavastuse jaoks järjekord, näiteks „Rahamaale“ on järjekorras 180 kollektiivi pea 8000 piletiga. Me teemegi saali täpselt pooleks: pooled kohad on kollektiividele ja pooled üksikpileti ostjatele.

Milline on teie teatri turunduse spetsiifika? Kuidas te oma sihtgruppideni jõuate?

Piir-Kuusmik (Noorsooteater): Me oleme hästi paindlikud, üritame nädala kaupa jälgida, mis müüb ja mis mitte, ning vastavalt sellele vajadusel ümber häälestuda. Sellepärast ei planeeri me reklaampindu ka pikalt ette ega tee püsikokkuleppeid trükiväljaannetega.

Läks (Noorsooteater): Vahel oleme mõelnud reklaamides rohkem riskida, kõnetada täiskasvanud publikut pisut piiripealsemalt, aga näiteks alastuse, tervistkahjustavate või ehmataivate tegevuste kujutamist ei saa me endale väga lubada, sest meie reklaame näeb ka väikelaste lavastuste publik. Meie loodud ruum, mis laieneb ka plakatiseintele ja sotsiaalmeediasse, peab olema kõikide meie sihtgruppide jaoks kaasav ja turvaline.

Rikma (Rakvere Teater): Meie spetsiifika seisneb ilmselt selles, et meil on poolaastas pea sada väljasõiduetendust, seega ei asu meie sihtrühm ainult meie läheduses. Plakatid

on maapiirkondades väga olulised – kui ikka külapoes on plakat väljas, siis seda märgatakse. Ja seal on suur roll ka kultuurimajade juhatajatel, kes hoiavad kohalikku kultuurielu, aitavad publikut saali tuua ja üleüldse valutavad südant selle pärast, et inimesed kodust välja tuleksid ja kultuurielust kõrvale ei jääks.

Aga laias laastus töötab kõige paremini suust suhu reklaam – sa võid ükskõik kui palju kirjutada, telekas end näidata ja raadios rääkida, aga lõppude lõpuks on kõige parem reklaam ikkagi see, kui inimene jääb lavastusega rahule ja räägib sellest sõpradele.

Sumberg (Ekspeditsioon): Esialgu on oluline sotsimeedias sündmusega lihtsalt välja tulla, et ostmise algaks. Visuaal, mis tähelepanu köidab, tegijad, tutvustus – kui see kokku kõlab, hakkab asi liikuma. Suuremate lavastuste puhul valin/otsin ka (uued) sihtgrupid, kellele võiks see lavastus korda minna, ja lähenen otseturundusega. Uuslavastustega rõhun palju meediakajastustele, kus tegijad (lavastaja ja trupp) oma lavastusest ise räägivad – ikka otseallikat usaldatakse. Ent sõbra soovitus on kõige olulisem, sest turundus/promo töötab eelkõige vaataja esimese tagasisideni, sealt edasi hakkab lavastus ise enda eest rääkima. Edaspidi on turundus suuresti juba meeldetuletava rolliga.

Tomson (Draamateater): Mulle tuleb selles kontekstis alati meelde „Lehman Brothersi“¹⁶ näide – kui mõelda selle lavastuse sisu peale, siis seal on lihtsalt kolm pankurit, kes räägivad, kuidas nad, õigemini nende järeltulijad, oma panga põhja lasid ...

Jaaska (Draamateater): Ja alguses olid ju saalid pooltühjad! Me nägime vaeva, et publikut leida. Ja siis ühel hetkel – nipsti. Ja oligi kõik. Kui sõna hakkas levima, hakkasid ka piletid müüma. Nüüdseks oleme seda juba päris kaua mänginud, aga ikka on pikk järjekord – tuleb kaks aastat oodata, et kollektiivile pileteid saada.

Tomson (Draamateater): Lõpuks ongi kõige olulisem see n-ö suust suhu võsatelefon, see määrab lavastuse saatuse.

Annus (Tartu Uus Teater): Meil on turunduses suur rõhk sotsiaalmeedial, eriti videotel, mille kohta oleme saanud palju head tagasisidet, ka teistelt teatritegijatelt. Aga iga lavastusega peab välja mõtlema uue lähenemise, mis pilku püüaks ja üleüldisest infotulvast läbi

¹⁶ Lavastaja Hendrik Toompere jr, esietendus 09.09.2020 Eesti Draamateatri suures saalis.

tuleks. Oleme viimasel ajal rohkem katsetanud välireklaame, oluline on ka telekajastus, sest see jõuab paljudeni. Turundusele on ka ülihea, kui mõni lavastus teatri aastaauhindade jagamisel nominatsiooni või isegi laureaadi tiitli saab, sest see mõjub publikule kinnituseks kvaliteedist ja olulisusest.

Sumberg (Ekspeditsioon): Ka meie igapäevaturundus käib sotsiaalmeedias ja viimasel ajal oleme välireklaami natuke intensiivistanud, eelkõige teatri kuvandi (tuntuse tõstmise) osas.

Oksa (Kellerteater): Paneme piletid müüki mitu kuud enne etendust ja reklaamiks kasutame kõige enam Facebooki. Eriti just suuremate lavastuste puhul kasutame ka bannereid ja siseraadiot.

Läks (Noorsooteater): Väikelaste vanematega või vanavanematega suhtlemiseks kasutame Instagrami või Facebooki, aga kui tahame noort kõnetada, siis keskendume TikTokile. See on päris suur töö iga sõnumit vastavalt meediumi mängureeglitele kohandada – ja nende meediumite erinevusse ei saa kuidagi naiivselt suhtuda.

Näiteks TikToki ei tee me reklaami, sest TikTok kasutajatel on reklaami suhtes enamasti väga hea nina ning nad eelistavad võimalikult ehedat sisu. Treilerid või promopildid sinna ei sobi, nii et üritame seal pigem rääkida, kuidas me lavastusi ette valmistame, mis lava taga toimub, kuidas meil võib-olla vahepeal midagi pekki läheb. Aga see võttis viis aastat aega, et TikToki tegutsema hakata, sest me oleme riigi sihtasutus. TikTok jaoks peab meil turvalisuse kaalutlustel olema eraldi telefon, mida koosolekutele kaasa ei võeta.

Samas usun, et teisedki Eesti teatrid jõuavad varsti TikTokki.

Kas te tunnete, et praeguses olukorras on teil võimalik teatris kunstiliselt riskida?

Läks (Noorsooteater): Kõige täpsem vastus oleks vist „Jah, aga ...“. Riskimine on meile oluline, aga eeldab suures repertuaariteatris hoolikat planeerimist, ja seda loomenõukogust peale. Iga riski tuleb kuidagi maandada, nii et me saame seda endale lubada aeg-ajalt.

Oksa (Kellerteater): Midagi pole otseselt selle pärast ära jäänud, et me ei julgeks riskida. Me teeme ikka seda, mida lavastajad hinges tunnevad ja tahavad teha. Meil on hästi aus



„Soosteri koolkond“ (Tartu Uus Teater). Laval Saara Kaljujärv, Jete Liisa Kiik, Helery Pikk, Polina Kryuchkova ja Heleriin Lass. Foto Henry Griin

publik, kes annab kohe märku, kui midagi on halvasti, kas või helistavad järgmisel päeval. Kui millegagi läbi kukume, siis natuke mängime ja võtame lavastuse repertuaarist maha – meil ei ole võimalik tühjale saalile mängida. Kahjuks.

Tomson (Draamateater): Me sõltume päris palju piletitulust, see on ikkagi üle viiekümne protsendi meie eelarvest. Meie teatrijuht on öelnud, et kannataksime suures saalis hooaja jooksul ära üks-kaks ebaõnnestumist. Hendrik Toompere jr ongi võtnud väga julgeid riske, aga need on end hästi ära tasunud.

Annus (Tartu Uus Teater): Me peame leidma balansi selle vahel, et kui tahame teha lavastust, kus mahub saali vähe inimesi, peab hooajas olema ka midagi, kus mahub saali

palju inimesi. Aga me oleme alati valmis riskima, kui idee tundub meile lahe ja tahame, et inimesed seda näeksid.

Ja ma arvan, et me ka riskime päris palju. Uue Teatri peamiseks motoks on uurimusslikkus, enamik lavastusi meie repertuaaris algavad mingi idee või teema uurimisest ning alles prooviprotsessi käigus voolitakse see koos trupiga lavastuseks. Toetume lavastuse algfaasis peamiselt usaldusele ja usule, et tuleb hea lavastus. Me hindame oma lavastajaid, kunstnikke ja truppi lihtsalt nii väga, et oleme valmis nendega koos riskima.

Sumberg (Ekspeditsioon): Kuna me oleme otsinguline teater, on eksimise võimalus meile sisse kirjutatud: anname põhimõtteliselt igale lavastusele/kunstnikule võimaluse riskida ja seeläbi ka eksida (kui seda nõnda üldse nimetada saab). Sellepärast on meil ka mitmeid ootel lavastajaid, et paljud tahavad meie juurde tulla otsima midagi, milleks neil mujal võimalust pole. Teatri kunstiline juht sealjuures lükkab väga täpselt tajudes seda teatri ühtset otsingulist rada.

Aga üldprintsipis püüame hoida seda, et lavastused „toimiksid“ vähemalt üle ühe. Siis püsime enam-vähem vee peal. Kui näeme, et ühte hooaega tuleb mitu kitsama sihtgrupiga lavastust, kuhu on keerulisem publikut leida, mõtleme teadlikumalt järgmise lavastuse peale, kas on midagi vaja ümber mängida. Seda ei saa lubada, et kõik kolm uuslavastust järjest on väga nišikad.

Rikma (Rakvere Teater): Ikka on võimalik riskida, aga mitte väga sagedasti. Ja riskima peabki, et oleks kunstiliselt väga eriilmelisi lavastusi, oleks mitmekesine ja erinevale publikule suunatud repertuaar.

Kull (Rakvere Teater): Eks selle riski teeb ära peanäitejuht koos loomenõukoguga. Ka nemad teavad, et mõni lavastus ei pruugi hästi müüa, aga tehakse ikkagi, et näitlejatel ja lavastajal oleks huvitav. Ja et pakkuda midagi uut ka publikule, et neid vähehaaval arendada. Vahel võib risk ka raha sisse tuua – kunagi ei tea täpselt ette, mis müüma hakkab. Võib-olla risk müübki.