

Hannu Nieminen

LIVEMUSIIKIN VIENTI ULKOMAILLE

Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma
2016

LIVEMUSIIKIN VIENNI ULKOMAILLE

Nieminen, Hannu
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Kansainvälisen kaupan koulutusohjelma
Toukokuu 2016
Ohjaaja: Teppola, Petteri
Sivumäärä: 43
Liitteitä: -

Asiasanat: musiikki, vienti

Opinnäytetyön aiheeksi valittiin hieman erikoisempi viennin artikkeli, livemusiikki. Työn tarkoituksena oli koota yhteen paikkaan asiat, jotka on muistettava ulkomaille lähdetessä musiikkia viemään. Tavoitteena oli löytää mahdolliset kompastuskivet, joita ulkomaille kiertueella voi vastaan tulla. Tarkoituksena oli myös selvittää, mihin asioihin kannattaa kiinnittää erityistä huomiota ja miten ulkomaankiertueet eroavat kotimaan vastaavista. Aihetta lähestyttiin avoimin kysymyksin alan pitkän linjan ammattilaisille. Kaikki asiantuntijahaastattelut tehtiin yhden kiertueorganisaation sisältä, jotta päästiin hieman syvemmälle pinnallisen tiedon taakse. Opinnäytetyön kirjoittaja oli myös pitkään toiminut alalla kiertueorganisaatiossa tärkeänä lenkkinä. Haastattelut tehtiin pääosin sähköpostihaastatteluina aikataulusyistä johtuen.

Työn teoreettisessa osassa käsiteltiin projektityön suunnittelua ja toteutusta, sekä organisaatorakennetta. Aiheesta oli hyvin rajallisesti saatavilla kirjoitettua tietoa. Tausta-aineistona ja lähteinä käytettiin mm. Pelinin sekä Ruuskan kirjoja projektin hallintaan liittyen. Viitekehys rakentui asiantuntijahaastatteluiden ja kirjoittajan oman pohdinnan pohjalta.

Musiikin kulutus on muuttunut siihen suuntaan, että levymyynnit laskevat jatkuvasti, kun livemusiikin kuluttaminen nousee ympäri maailman. Työssä käytiin läpi musiikin nykytila Suomessa, josta löytyi myös isoja syitä siihen, minkä takia yhtyeet haluavat ulkomaille lähteä kiertueille.

Livemusiikin vienti ulkomaille on pitkä prosessi. Opinnäytetyössä käytiin läpi tärkeimmät osa-alueet logistiikka, organisaatio, turvallisuus sekä kiertueeseen osallistuvien henkilöiden jaksaminen. Isoimmat ongelmat ulkomaille lähdetessä liittyivät suunnitteluun ja sen puutteeseen, isoimmat riskit taas rahaan ja turvallisuuteen. Tutkittu organisaatio, Poets of the Fall, oli omarahoitteisesti päättänyt lähteä valloittamaan Eurooppaa ja haastatteluissa selvisi, että isot rahalliset panostukset olivat olleet kannattavia. Toinen tutkimuksen keskeinen tulos oli se, että yleensä hyvin pienistä asioista jää kiinni, oliko ulkomaankiertue hyvä jälkeenpäin ajateltuna, vai ei.

Opinnäytetyön avulla jatkossa voidaan laatia laaja tietopankki internetiin, jossa opinnäytetyön sisältämä tieto saataisiin vielä laajemmin kaikkien tarvitsevien tietoisuuteen. Tietopankkia voidaan laajentaa rajattomasti, mutta tärkeintä olisi kerätä yhteen paikkaan äänentoistopalveluiden, soitinlaitevuokraamoiden, kuriiripalveluiden ja keikkabussivuokraamoiden yhteystiedot ja hintatiedot.

EXPORTING LIVE MUSIC

Nieminen, Hannu

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in International Business

May 2016

Supervisor: Teppola, Petteri

Number of pages: 43

Appendices: -

Keywords: music, export

The topic for the thesis was chosen to be a rare export item, live music. The main objective for this thesis was to gather up information that is needed when exporting music. The goal was to find all the possible problems that can be faced when touring outside of Finland. The secondary goal was also to figure out the main focusing aspects in this kind of a project, and what are the main differences between Finland and other countries. The interviews were conducted with open questions to a group of experts in one specific touring organization. The writer of the thesis has been working in the same field of expertise for many years as a part of the touring organization. The reason to have the interviewees all come from the same organization was to keep the information reliable and logical. The interviews were conducted via e-mail mainly because of scheduling.

The theoretical part of the theses focused in planning and executing a project, as well as organizational structure. There was very limited data available in written form. Research data came mainly from the specialist interviews and for the theoretical part from books by Pelin and Ruuska about project management. The framework was structured from the specialist interviews and the writer's own consideration.

Consuming of music has changed to the direction of live music. The sales of physical records has been dropping continuously, but the audiences in the live shows have been growing globally. In the thesis the current state of music in Finland was examined, that also revealed major reasons for the interest for the bands go touring abroad.

Exporting live music is a long process. In the thesis the main aspects were examined including logistics, organization, safety issues and the well being of members of the touring organization. The biggest issues when going abroad had to do with planning and the lack of it, while the biggest risks involved funding and safety. The researched organization, Poets of the Fall, had self-funded it's European conquest, which was found to be worth it according to the interviews. Another result found was that it was the little things that decided whether the tour was a good one afterwards or not.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS JA TAVOITTEET	8
2.1	Tarkoitus.....	8
2.2	Tavoitteet.....	8
3	TUTKIMUSMENETELMÄT	9
3.1	Tutkimusmenetelmän valinta	9
3.2	Tiedonkeruu.....	9
3.3	Viitekehys.....	11
4	PROJEKTIN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS.....	12
5	MUSIIKKIALAN NYKYTILA.....	14
5.1	Digitalisaatio	14
5.2	Levymyynti ja konsertit Suomessa.....	15
5.3	Kansainväliset markkinat	17
5.4	Suomalaisen musiikkiviennin historia.....	20
6	ULKOMAILLE KEIKALLE	21
6.1	Musex, Fimic ja Music Finland.....	22
7	ORGANISAATIO JA LOGISTIIKKA.....	23
7.1	Organisaatio.....	23
7.2	Työluvut ja viisumit.....	25
7.3	Henkilökuljetus	26
7.4	Tavarakuljetus	27
7.4.1	Muista painorajat	28
7.5	Tulliasiakirjat.....	29
7.5.1	ATA carnet	29
7.5.2	Ongelmia tullissa	31
8	TÄRKEÄT JÄRJESTELYT	32
8.1	Ruoka.....	32
8.2	Lepo.....	33
8.3	Turvallisuus	34
8.4	Medianäkyvyys	36
8.5	Esimerkki viikko- ja päiväaika-aulusta	37
9	JAKSAMINEN JA VIIHTYMINEN	38
10	JOHTOPÄÄTÖKSET JA JATKOTUTKIMUS	39
10.1	Johtopäätökset.....	39
10.2	Jatkotutkimus	40
11	LOPPUSANAT	41

1 JOHDANTO

Olen vuodesta 2008 toiminut suomalaisen Poets of the Fall – yhtyeen valoteknikkona kiertueilla niin Suomessa kuin muuallakin maailmalla. Muutaman vuoden oltuani mukana, aloin ottamaan vastuuta myös teknisestä tuotannosta, toimin siis yhtyeen tekniikan yhteyshenkilönä. Suomen kiertueilla kaikki järjestelyt hoituvat yleensä ki- vuttomasti, eikä suurempia erikoisjärjestelyitä tarvita. Yhtye oli jo vuoteen 2008 mennessä kiertänyt ulkomailla joitain keikkoja, mutta suuri läpimurto odotti yhtä it- seään. Kun ulkomaankeikat alkoivat yleistymään, tuli usein vastaan tilanteita, joihin ei ollut vielä syntynyt rutiineita, eikä kaikkiin tilanteisiin osattu varautua oikein. Tä- tä syntyi idea tämän opinnäytetyön toteuttamiseen. Oma kokemukseni perustuu yh- teen keikkaan Intiassa, yhteen Ukrainassa, yhteen kuuden keikan kiertueeseen Sak- sassa, sekä neljään muutaman keikan kiertueeseen Venäjällä.

Aloitteleville, tai jo kokeneille, mutta ulkomaille tähyäville artisteille on tarjolla hy- vin rajallisesti tietoa siitä, mitä ulkomaiden kiertuejärjestelyt pitävät sisällään, ja mi- hin kaikkeen tulee varautua. Ohjelmatoimistoilla tätä tietotaitoa on, mutta mikäli yh- tye ei joko ole vielä löytänyt ohjelmatoimistoa, joka haluaa heidät listoilleen, tai ei halua suurta levy-yhtiötä taustalle toimimaan, ei apua juuri löydy mistään. Suurin apu on Music Export Finland, joka tarjoaa niin rahallista, kuin strategistakin tukea kansainvälisille markkinoille pyrkiville yrityksille ja artisteille.

Tulen kattamaan tässä opinnäytetyössä musiikkialan nykytilan Suomessa ja maail- malla, sekä pyrin mahdollisimman laajasti erittelemään prosessin, joka käydään läpi siitä pisteestä alkaen, kun keikka on sovittu, aina siihen pisteeseen, kun palataan kier- tueen jälkeen kotiin.

Käytän suunnitteluprosessin pohjalla esimerkkinä Poets of the Fall – yhtyeen kiertu- etta Saksassa vuoden 2012 marraskuussa. Kiersimme yhdeksän päivän aikana kuusi keikkapaikkaa, kilometrejä tuli vuokrabussilla noin 2500. Bussissa nukuimme kaksi yötä, loput vietimme hotelleissa. Hotellit eivät olleet laadultaan priimaa, vaan ehkä hieman keskitasoa laadukkaampia, kuitenkin hinnaltaan halpoja. Hotellit eivät sijain- neet aivan kaupunkien keskustoissa, tästä johtui halpa hintataso. Keikkabussi, jonka

vuokrasimme Saksalaiselta Fairlineltä, ei myöskään kuulunut hintakategorian kärkipäähän, mutta hinta-laatusoltaan totesimme sen olevan paras vaihtoehto. Keikka-
paikkojen koot vaihtelivat noin 500 hengen paikasta yli 1500 hengen areenaan.

2 OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS JA TAVOITTEET

2.1 Tarkoitus

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on tarjota relevanttia informaatiota yhtyeille, joilla ei välttämättä ole kansainvälistä taustaa omaavaa levy-yhtiötä taustalla, ja haluavat itse järjestää omat matkansa parhaaksi katsomallaan tavalla. Pyrin käymään läpi kaikki tärkeät ja huomionarvoiset asiat siitä pisteestä, kun yksittäinen keikka tai pidempi kiertue on sovittu, aina siihen pisteeseen, kun päädytään takaisin kotimaahan kiertueen jälkeen. Tärkeimmät yksittäiset asiat ovat:

- organisaatio
- kalusto
- logistiikka
- työluvat, viisumit ja tulliasiakirjat

Tämän oppaaksi tarkoitetun opinnäytetyön luettuaan lukijalla pitäisi olla käsitys siitä, kuinka laajasta prosessista on kyse, mitä menoja täytyy muistaa budjettilaskennassa ja kuinka tiiviiksi aikataulua uskaltaa suunnitella.

2.2 Tavoitteet

Aiheesta on saatavilla hyvin niukasti tietoa kirjoitetussa muodossa, joten tarvetta tutkimukselle on. Opinnäytetyön tavoitteena on se, että tämän teoksen luettuaan ulkomaille suuntaava yhtye osaisi paremmin suunnitella kiertuetta ja varautua mahdollisiin ongelmatilanteisiin.

3 TUTKIMUSMENETELMÄT

3.1 Tutkimusmenetelmän valinta

Opinnäytetyöni tutkimusosuus perustuu pitkälti omiin kokemuksiini, joita olen vuosien aikana kokenut, mutta tärkeimmät tiedot ovat peräisin pieneltä joukolta alan ammattilaisia, joiden kanssa olen saanut musiikkialalla kunnian toimia. Tästä johtuen tutkimusmenetelmäksi ja aineistonhankintatavaksi muodostui kvalitatiivinen tutkimus. Kvalitatiivisen (laadullisen) ja kvantitatiivisen (määrällisen) tutkimuksen suurin ero liittyy saadun aineiston luotettavuuteen ja syvyyteen. Kvalitatiivinen tutkimus on usein yksityiskohtaisempi, laajempi ja teoriaa luova, kun kvantitatiivinen tutkimus taas painottuu enemmän luotettavaan, tarkasti määriteltyyn ja teorioita vahvistavaan aineistoon. Kvantitatiivinen tutkimus myös yleisesti vastaa kysymyksiin kuten mikä ja missä, kun taas kvalitatiivinen tutkimus keskittyy kysymyksiin miksi ja miten. (Tilastokeskuksen www-sivut, 2016)

Opinnäytetyöni käsittelee yksinkertaistettuna valmiin tuotteen viemistä ulkomaille. Kyseisessä asiassa ei ole olemassa yhtä oikeaa tapaa tehdä asioita, vaan tapoja on yhtä monta, kuin on ihmisiäkin. Tavat toimia ulkomaille lähettäessä ja siellä ollessa muokkaantuvat kokemuksen karttuessa, joten faktisen kvantitatiivisen tiedon kerääminen ja ehdottomien teorioiden kehittäminen ei ole järkevää. Tästä johtuen myös tutkimuksen luotettavuus eli valideetti voitaisiin tulosten valossa kyseenalaistaa, sillä eri tahojen käytännöt voivat poiketa toisistaan erittäin paljon, vaikka lopputulos olisi sama.

3.2 Tiedonkeruu

Keräämäni tieto on peräisin vuosien 2008 – 2016 välillä toteutuneilta kiertueilta, joten tiedot ovat kohtuullisen tuoreita ja pääasiallisesti suuntaa-antavia, sillä tutkimuskohde on kohtuullisen pienen marginaalin tuote, jossa ihmisillä ja heidän välisillä suhteillaan on suuri merkitys lopputulokseen. Esimerkkinä käyn kappaleessa 6 läpi ongelmia, joita kohtasimme Intian tullissa. Jonkun toisen yhtyeen tehdessä asiat tismalleen samalla lailla kuin me teimme, lopputulos voi olla aivan toinen. Musiikin

viennissä ulkomaille ei ole olemassa vedenpitäviä faktoja, jotka pätevät joka ikinen kerta, paitsi Venäläisten tullivirkailijoiden innostus leimakoneitaan kohtaan. Ilman leimaa ei ole paluuta Suomeen. (Ruusunen, 2016)

Haastateltaviksi valitsin tutun organisaation eri alojen osaajia. Haastattelut suoritettiin sähköpostin ja puhelimen välityksellä, sillä annetun 400 tunnin aikakehyksen perusteella syvällisempiin henkilöhaastatteluihin ei aikaa olisi riittänyt mitenkään. Mikäli haastateltavat olisivat tulleet useasta eri organisaatiosta, olisi kaikki tieto ollut pelkästään pinnallista raapaisua, mutta kun kaikki haastateltavat kuuluvat samaan ydinryhmään, kerätyn tiedon taustasyihin ja perusteluihin oli mahdollista päästä käsiiksi huomattavasti paremmin.

Haastattelukysymykset olivat muodoltaan avoimia kahdesta eri syystä. Kun kysymykset eivät rajautuneet liiaksi, vastauksista sai kaivettua myös muihin osa-alueisiin, joita en välttämättä olisi osannut edes kyseenalaistaa. Toinen syy on se, että haastateltavat henkilöt ovat todella kiireisiä ja luovia, kuten muusikot yleensä, joten jättämällä tilaa vastauksille, todennäköisyys saada hyviä ja kattavia kommentteja kasvoi erittäin paljon.

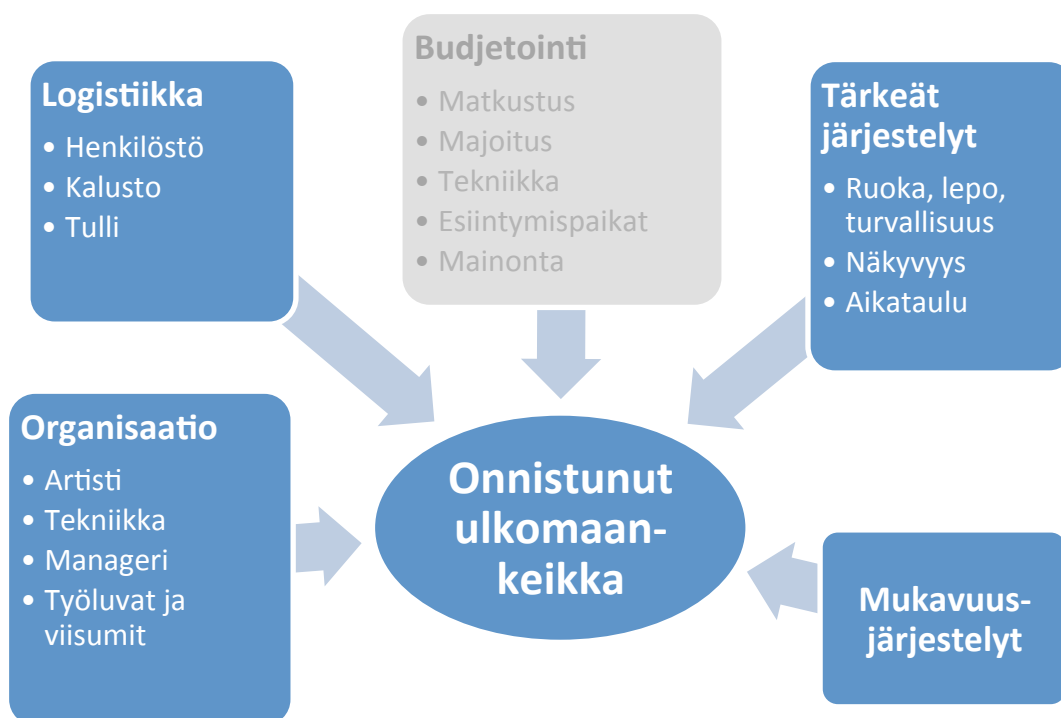
Haastateltaviksi valikoituivat Poets Of The Fall – yhtyeen perustajajäsenistä Olli Tukiainen ja Markus Kaarlonen, sekä yhtyeen kiertuemanageri Nina Taylor.

- Nina Taylor on pitkän linjan musiikin ammattilainen. Hän on toiminut useiden maailmantähtien, kuten U2 ja System Of A Down, kiertuemanagerina Suomessa, Venäjällä, Baltiassa, Itä-Euroopassa ja Aasiassa. Hänen vastuullaan kiertueilla on käytännössä koko tuotanto aina yleisön ja yhtyeen turvallisuudesta kiertueen aikatauluttamiseen ja tiedottamiseen.
- Olli Tukiainen, kitaristi, on yksi kolmesta Poets Of The Fallin perustajajäsenestä Marko Saareston ja Markus Kaarlonen ohella. Hän on yhtyeen puolesta eniten tekemisissä budjetoinnin ja teknisen toteutuksen suhteen.

- Markus Kaarlonen, kosketinsoittaja, on toinen perustajajäsenistä, joka on vahvasti mukana kiertueiden ja konserttien visuaalisen ilmeen suunnittelussa musiikin tuottamisen ohessa.

3.3 Viitekehys

Opinnäytetyön suunnittelu lähti siitä, että työlle laadittiin viitekehys, josta kävisi ilmi kaikki aihealueet, jotka tulisi käydä läpi ulkomaankiertuetta suunniteltaessa. Viitekehys muotoutui kohtuullisen helposti, sillä omaa kokemusta aiheesta on kerääntynyt vuosien varrella niin paljon, että suurimmat ongelmatilanteet (ja kuinka niistä selviää) ovat tulleet vastaan usein. Budjetointi – osioon en saanut annettuun deadlineen mennessä asiantuntijakommenteja, joten sitä en tässä työssä käsittele. Viitekehyyseen kyseinen otsikko jäi, sillä budjetointi on niin suuri osa ulkomaankiertueita, ettei sitä voinut kyseisessä listauksessa jättää kokonaan mainitsematta.

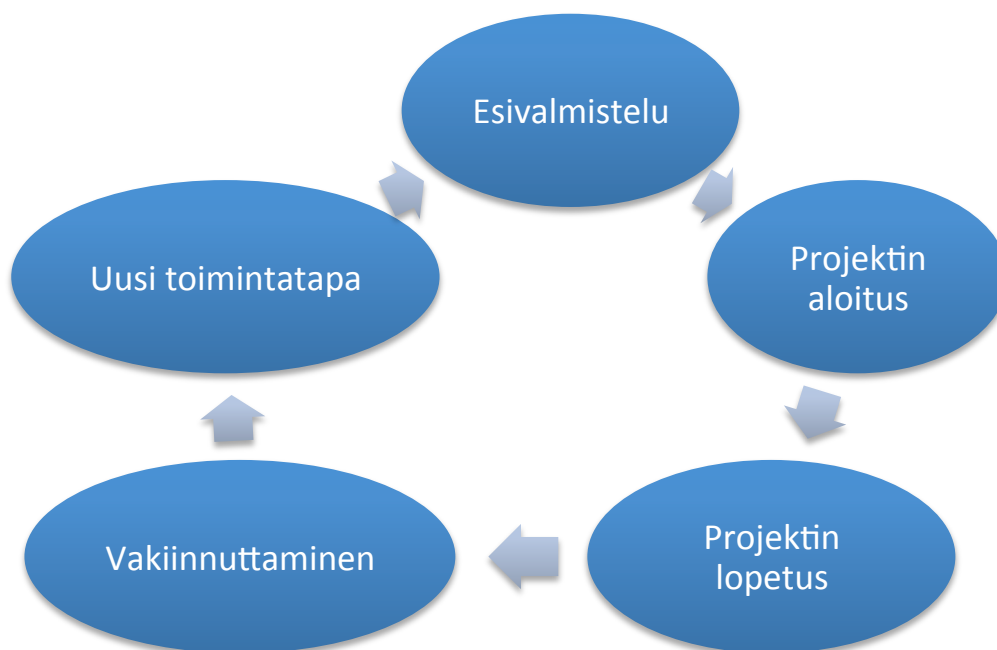


Kuvio 2. Viitekehys, kirjoittajan havainnollistama.

4 PROJEKTIN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Livemusiikin vienti ulkomaille on myös yksi iso projekti. Jokainen kiertue on oma projektinsa, joka koostuu aina tietyistä samoista toimintatavoista ja johon tulee aina omat erityispiirteensä, riippuen kohdemaasta, keikkamäärästä ja monesta muusta seikasta. Projektin toteutus alkaa aina sillä, että sille määritetään organisaatio suunnittelemaan ja toteuttamaan aiottu projekti. Kappaleessa 7 erittelen tarkemmin organisaatorakenteen kiertuetyyppiselle projektille. Tärkein henkilö projektin suunnittelussa ja toteutuksessa on projektipäällikkö, jonka tehtävänä on valvoa projektia, sisäistä organisaatiota ja delegoida työtehtäviä. (Pelin, 2011, 263)

Projektin operatiivisen toiminnan tärkeimmät vaiheet ovat esivalmistelu, projektin aloitus ja lopetus, vakiinnuttaminen ja uusi toimintatapa. Huonosti toteutetussa projektissa keskitytään vain aloitukseen ja lopetukseen, kun taas esimerkiksi suoritetun projektin jälkeen voidaan todeta, että ennen aloitusta tehdyt esivalmistelut ovat onnistuneet ja huomataan, että projektin aikana tapahtuneista virheistä opitaan ja luodaan toimivampia käytäntöjä seuraavia projektitoteutuksia varten. (Pelin, 2011)



Kuvio 1. Projektin tärkeimmät toiminnot.

Esiselvitysvaiheessa käydään läpi kaikki projektin tavoitteet, määritellään vastuuhenkilöt, sekä rahoitus ja budjetti. Esiselvittelyn pohjalta laaditaan projektisuunni-

telma, jota lähdetään toteuttamaan. Esiselvityksessä kartoitetaan myös toteutuksen teknis-taloudelliset edellytykset sekä varmistetaan, että projektin tavoitteet tukevat organisaation kokonaistoimintaa. Toteutuksen, tässä tapauksessa kiertueen jälkeen on tärkeää pitää päätöskokous, jossa käydään läpi projektin aikana ilmi tulleet onnistumiset ja epäonnistumiset, kehityskohteet sekä uudet ajatukset tulevaa varten. (Ruuska, 1999, 20)

Projektisuunnittelussa on tärkeää muistaa kaksi asiaa: suunnittelun on oltava realistista, sillä projektin tilanteet muuttuvat koko sen elinkaaren ajan, joten suunnitelmaakin on pystyttävä muokkaamaan vallitsevan tilanteen mukaan. Toiseksi, vain projektin jäljellä oleviin tehtäviin voidaan vaikuttaa. Tapahtuneista virheistä on otettava opiksi, eikä tule jäädä murehtimaan pitkäksi aikaa sitä, miksi virhe tapahtui tai kenen syytä se on, vaan pitää keskittyä siihen, miten tilanne saadaan vallitsevissa olosuhteissa korjattua kuntoon. (Ruuska, 1999, 117)

5 MUSIIKKIALAN NYKYTILA

5.1 Digitalisaatio

Musiikkiala on ollut viime vuodet suuren myrskyn keskipisteessä, mutta musiikki on silti osa kaikkien suomalaisten elämää. Musiikki ei ole häviämässä mihinkään, sen kuluttaminen vain muuttaa muotoaan. Yhä enenevässä määrin nuoret kuluttajat siirtyvät kuuntelemaan ja ostamaan musiikkinsa internetistä, ja fyysisten levyjen myynti laskee vuosi vuodelta. Musiikkiala 2009 – teoksen mukaan 69 % suomalaisista kuuntelee musiikkia päivittäin ja vain 2 % ei kuuntele musiikkia lainkaan. Internet on valloittanut musiikkimaailmaa kovalla vauhdilla. 39 % kaikista internetin käyttäjistä käytti tietokonetta musiikin lataamiseen tai kuuntelemiseen vuonna 2008. (Argillander & Martikainen 2009, 9)

Internetistä ostetun musiikin määrä lähti rajuun nousuun vuoden 2004 aikana, kun Suomessa aukesi maailman tunnetuin musiikin nettikauppa iTunes. Tämän lisäksi jo tuolloin toiminnassa oli kauppoja kuten cdon.com. Musiikin internetkaupat menestyvät ennen kaikkea kahdesta syystä:

1. Musiikkitarjonta on lähes ääretön ja se on saatavilla lähes missä vain. Hyvin harva artisti kieltää omien kappaleidensa / albumiensa myynnin internetin välityksellä. Myöskään esimerkiksi Anttilan levyhyllystä ei löydy läheskään samaa tarjontaa ulkomaisesta musiikista, kuin nettikaupan valikoimasta. Maa-rajot ei internetissä ole. Lisäksi musiikin ostettuaan voi musiikkia kuunnella kotona omalta tietokoneeltaan tai lenkillä mp3-soittimesta.
2. Musiikin ostaminen internetistä on tehty todella helpoksi ja halvaksi. Kappaleiden hinnat vaihtelee yleisesti 80 sentistä 1,5 euroon, ja kokonaiset albumit saa omakseen yleensä alle 15 eurolla. Lisäksi esimerkiksi iTunesiin täytyy vain ensimmäisellä rekisteröintikerralla syöttää omat henkilötiedot ja pankkikortin numero, jonka jälkeen musiikkia voi ostaa pelkällä tunnuksella ja salasalla. Helppoa ja turvallista! Fyysistä levyähän ei internetistä saa, mutta

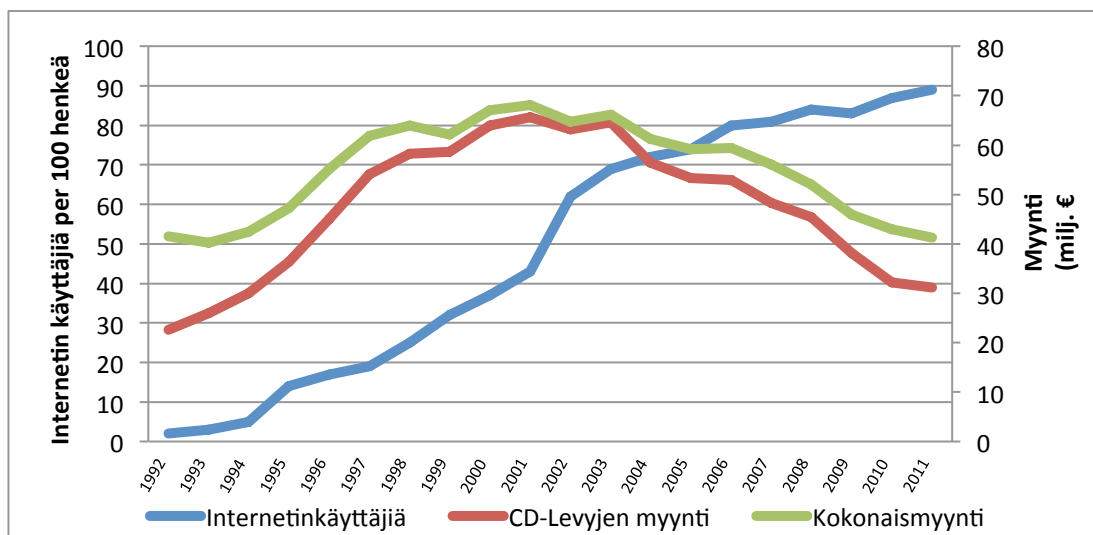
se enää nykypäivänä ei suurta osaa ihmisistä häiritse. Eipähän tarvitse miettiä, mihin nämäkin cd:t mahtuisi säilöön.

5.2 Levymyynti ja konsertit Suomessa

Musiikkialalla on kaksi merkittävää tekijää: levymyynti, sekä elävä musiikki. Kuten aiemmin jo selvisi, on musiikkialan rakenne muuttumassa radikaalisti. Tämä rakennemuutos koskee kuitenkin pääosin levymyyntiä. Alla olevasta kuvasta näkyy hyvin tämä muutos. Internet leviää yhä laajemmalle ja samalla, kun useammat ihmiset oppivat uutta tekniikkaa käyttämään, tulee markkinoille uusia toimijoita digitaalisen musiikkimyynnin alalle.

IFPI ry:n (Musiikkituottajat, aiemmin Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajat ÄKT) tilastojen mukaan vuonna 1992, kun CD-levyt olivat olleet markkinoilla noin 10 vuotta, Suomessa CD-levyjä myytiin 22,6 miljoonalla eurolla, ja musiikin kokonaismyynti oli 41,5 miljoonaa euroa. Musiikkimyynnin huippuvuonna 2001 CD-levyjä myytiin 65,6:lla miljoonalla kokonaismyynnin ollessa 68,1 miljoonaa euroa. (Musiikkituottajat – IFPI ry, 2013)

Ei ole sattumaa, että vuonna 2002 levymyynti putosi, ja internetkäyttäjien määrä suomessa otti aimo harppauksen eteenpäin. Kun vuonna 2001 internetkäyttäjää oli suomessa 43 per 100 asukasta, oli vuonna 2002 tämä luku huikkeat 62. Samoihin aikoihin auenneet ensimmäiset musiikin nettikaupat saavat aikaan radikaalin vaikutuksen. Alla olevasta taulukosta (taulukko 1) voi nähdä internetin laajentumisen vaikutuksen levymyynteihin Suomessa. (World Development Indicators, 2013)



Taulukko 1. Internetin käyttäjien määrän ja levymyynnin yhteys Suomessa.

Myös piratismi, eli musiikin laitton internet-jakaminen ja lataaminen vaikutti (ja vaikuttaa edelleen) suuresti levymyyntilukuihin. Piratismiin ensimmäinen suuri haukkauus levymyynnistä tapahtui vuoden 1999 syksyllä, kun ensimmäinen vertaisverkko-ohjelma, Napster, julkaistiin. Sen avulla ihmiset saivat laittomasti ladata lähes rajattomasta tarjonnasta musiikkia, jopa vielä julkaisematonta sellaista. En kuitenkaan enempää perehdy piratismiin, lisää tietoja saa esimerkiksi internetistä osoitteesta <http://antipiracy.fi/piratismi>.

Elävän musiikin puolella rakenteellista muutosta ei suoranaisesti ole tapahtunut: keikkoja tehdään edelleen yökerhoissa, ravintoloissa, pizzerioissa, festivaaleilla ja varsinkin pikkujoulusesonkina esimerkiksi yritysten omissa toimitiloissa. Keikkapaikat ovat myös pitkälti samoja kuin esimerkiksi 20 vuotta sitten. Myös suurin osa kesäfestivaaleista omaavat pitkät perinteet, vaikka uusiakin festivaaleja aina joskus festivaalitaivaalle syttyy, kuten vuonna 2012 Espoon Luukissa järjestetty Weekend Festival. Usein ensikertalaiset festivaalijärjestäjät tosin aiheuttavat ongelmia unohtamalla kriittisiä asioita järjestelyjen suhteen, kuten Weekend festivalin tapauksessa, kun koko joukko- ja yksityisliikenne Helsingistä Espoon suuntaan tukkeutti kaikki valtavyylät. Seurauksena järjestäjille määrättiin sakkoja kokoontumisrikkomuksista. (Vantaan Sanomien www-sivut 2013)

Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2006 suomalaiset kävivät melko ahkerasti musiikitapahtumissa. Tilastossa ei huomioitu yökerhoissa tapahtuneita artistiesiintymisiä,

eikä kesäfestivaaleja. Ikähaitari tutkimuksessa oli 25-64, ja selvisi, että yli puolet suomalaisista kävi ainakin kerran teatterissa, konsertissa, oopperassa, baletissa tai tanssinäytöksessä. Yli 100 000 suomalaista viihtyi niissä keskimäärin enemmän, kuin kerran kuukaudessa. Seuraavassa taulukossa (Taulukko 2) on tarkemmin eritelty kuinka usein ihmiset käyvät tapahtumissa. (Suomalaiset Kulttuuri- ja Urheilutapahtumissa, 2006)

KÄYNTIKERRAT	Ei kertaakaan	1 – 3 kerta	4 – 6 kerta	7 – 12 kerta	Yli 12 kerta
Teatteri, Konsertti, Ooppera, Baletti tai Tanssinäytös	36 %	39 %	14 %	7 %	4 %

Taulukko 2. Suomalaisen käyminen esityksissä 2006.

5.3 Kansainväliset markkinat

Maailman suurimmat musiikkimarkkinat ovat Yhdysvalloissa, joten siellä vaikutukset musiikkialan muutoksissa ovat vieläkin radikaalimpia. Vuonna 2005 fyysisten levyjen myynti oli hieman yli 11 miljardia dollaria, ja vain 4 vuotta myöhemmin, vuonna 2009 oli vastaava luku enää noin 4,5 miljardia dollaria. Digitaalisen musiikin myynti nousi vuoden 2003 20 miljoonasta dollarista vuoden 2009 3,8 miljardiin dollariin. (Recording Industry Association of America, 2010)

Musexin (Music Export Finland) laatimassa tutkimuksessa ”Suomalaisen musiikki- viennin markkina-arvo 2009” haastateltiin Musexin yhteistyökumppaneita musiikki- teollisuuden parista. Tutkimuksesta käy melko selkeästi ilmi syitä, miksi Suomen musiikkiteollisuus on hyvässä nosteessa ulkomailla, ja mitkä ovat suurimmat vienti- maat tällä hetkellä. (Musex, 2013)

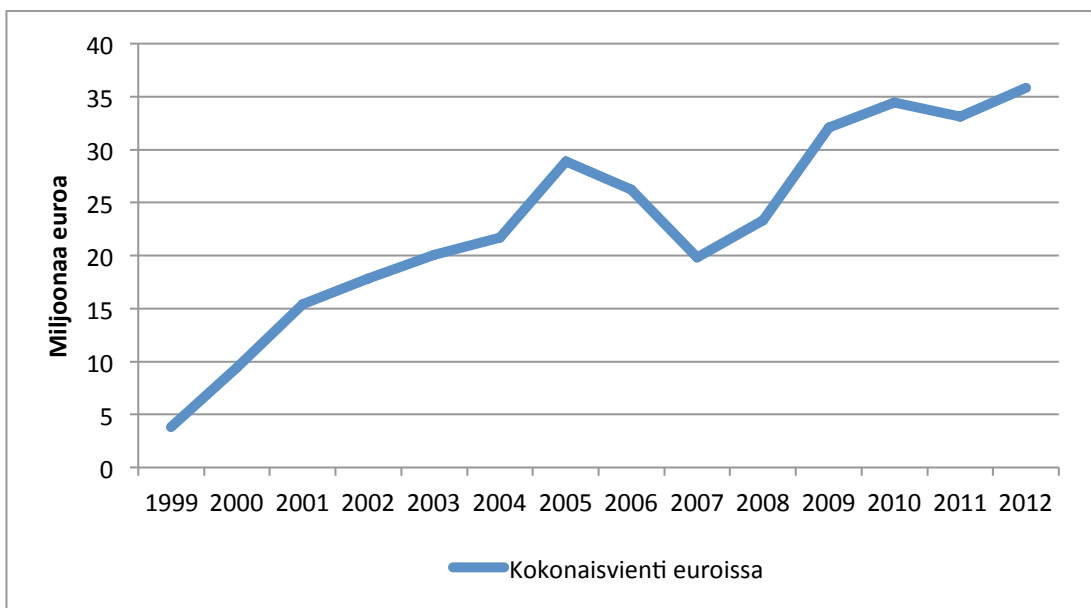
Suomalaisen musiikin kysyntään ulkomailla on vastanneiden mukaan eniten vaikut- tanut menestystarinat ja / tai vahvan brändin luoma kysyntä. Suomesta on viimeisen

kymmenen vuoden aikana noussut ulkomaiseen huippusuosioon suuri määrä artisteja. Yksi suurimmista syistä tähän on digitaalinen musiikkimyynti. Kaikki musiikki on nykyään paljon helpommin yleisön saatavilla, kuin mitä se oli esimerkiksi 10 vuotta sitten.

Vaikka internet on tehnyt paljon hallaa musiikkialalle levymyynnin vähenemisenä, on siitä ollut myös korvaamaton apu niin aloitteleville, kuin kansainvälisille markkinoille tähyäville kotimaassaan tunnetuille artisteille. Ilman internetin nettikauppoja (ja jopa laitonta musiikin levittämistä ja lataamista) ei pienellä rahalla toimivilla, ilman isoa levy-yhtiötä olevilla artisteilla olisi kovinkaan suuria mahdollisuuksia päästä edes levitykseen muualla maailmassa.

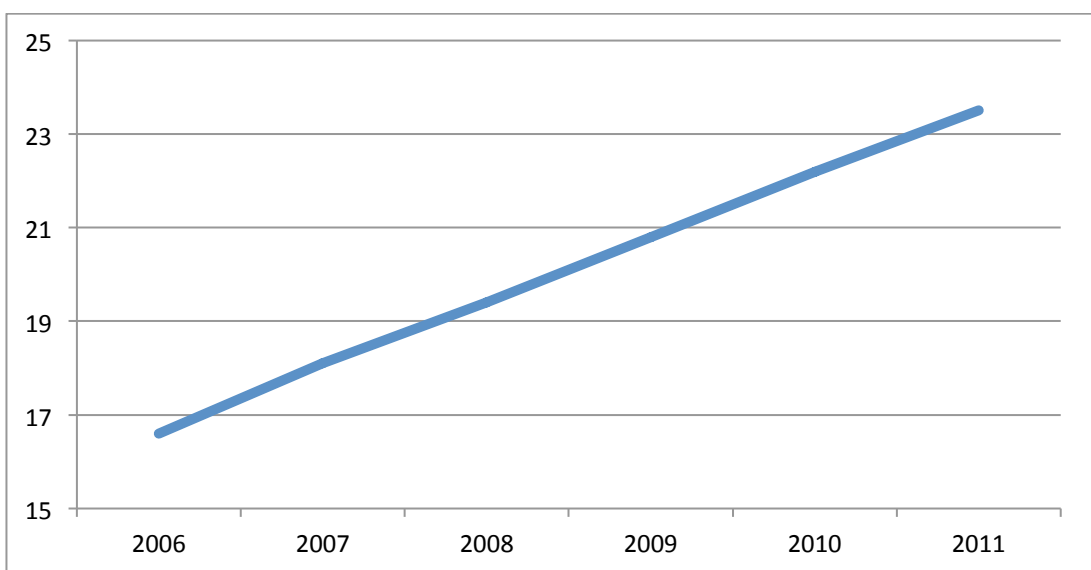
Vielä kehittyviä kansainvälisiä markkinoita on varsinkin Kiinassa, jossa levymyynnin ongelmista kertoo hyvin se, että vaikka asukkaita maassa on yli 1,3 miljardia, niin vuonna 2011 musiikin kokonaisyhteistyö oli 82,8 miljoonaa dollaria, josta fyysisiä levyjä oli vain 19,9 miljoonan dollarin edestä. Lisäksi kansainvälinen IFPI arvioi, että vain 1 % Kiinan musiikkiliikenteestä on laillista, ja 99 % musiikin latauksista on laittomia keinoja käyttämällä ladattu. Kasvuvaraa siis on. (IFPI 2012, 23)

Pääasialliset vientimarkkinat Suomalaiselle musiikille olivat Pohjoismaat (21 %), Saksankielinen Eurooppa (18 %), Ranska ja Benelux – maat (12 %), Iso-Britannia ja Irlanti (11 %) sekä Pohjois-Amerikka (10 %). Tutkimuksen mukaan Suomalaisen musiikkiviennin kokonaismarkkina-arvo oli vuonna 2009 hieman yli 32 miljoonaa euroa. Seuraavasta taulukosta (taulukko 3) käy ilmi miten markkina-arvo on muuttunut viimeisen 10 vuoden aikana. (Musex, 2009)



Taulukko 3. Suomen musiikkiviennin kokonaisarvo vuosina 1999-2012. (Silvonen, 2013, 8)

Levymyynnit laskevat myös kansainvälisellä tasolla, joten levyjä menee kaikkialla vähemmän kaupaksi, mutta kansainvälisellä tasolla elävän musiikin tuotot ovat kovassa kasvussa. Kun vuonna 2006 elävästä musiikista saatu tuotto oli vielä alle 17 miljardia euroa, oli se vuonna 2011 jo yli 23 miljardia. Kasvua kertyi viidessä vuodessa yli 40 prosenttia, kuten taulukossa seuraavaksi on esitetty. (Grabstats.com:n www-sivut, 2012)



Taulukko 4. Maailmanlaajuinen elävän musiikin tuotto. (eMarketer, 2012)

Maailma on viime vuosina pienentynyt internetin ansiosta, mikä on parantanut suomalaisten, kuin myös muidenkin maiden artistien näkyvyyttä muualla maailmassa. Musiikki leviää Spotifyn (www.spotify.fi) kaltaisten musiikkipalveluiden kautta lähes ilmaiseksi ympäri maailman, ja musiikkivideoita ja livetaltiointeja (artistin ja yleisön toimesta) on YouTube (www.youtube.fi) pullollaan. Nykyään ei tarvitse enää lähettellä omia demojaan ja musiikinäytteitä jokaisen maan ohjelmatoimistoille tai tapahtumanjärjestäjille, sillä internet on jo osaltaan helpottanut markkinointia ja tunnettuutta.

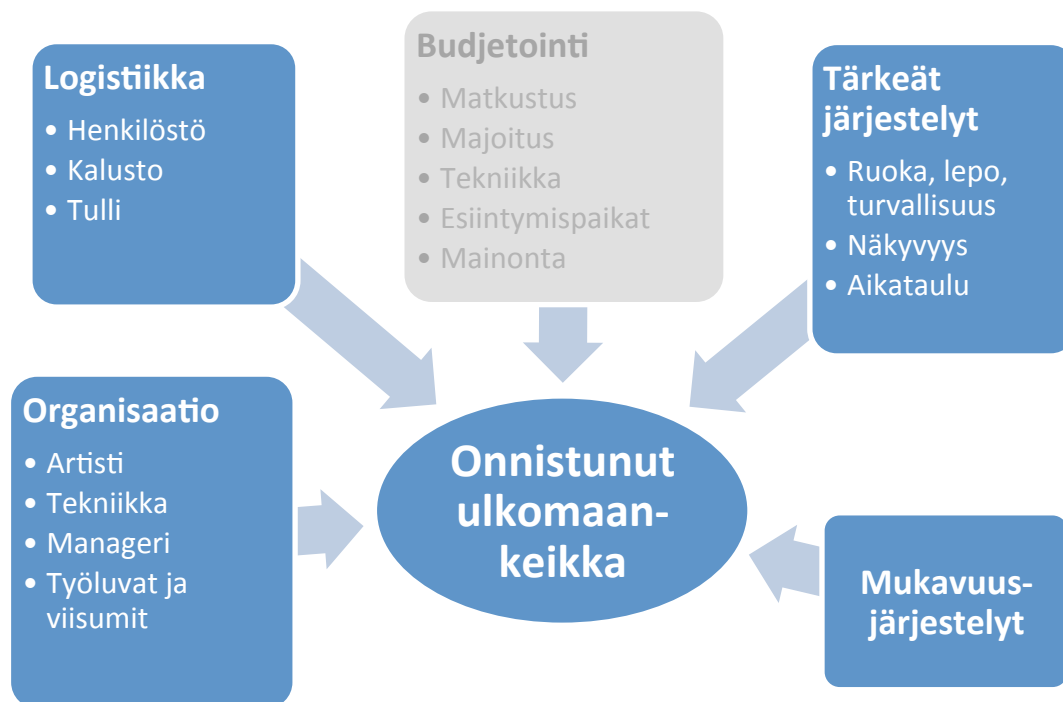
5.4 Suomalaisen musiikkiviennin historia

Suomalaisista artisteista ensimmäisenä kiertueelle Englantiin lähti progressiivista rockia esittävä Tasavallan Presidentti vuonna 1972. Samana vuonna ensimmäinen monikansallinen levy-yhtiö saapuu Suomeen (EMI). 1980-luvulla kansainväliseen menestykseen tähtäsi ainakin nimet Hurriganes, 22-Pistepirkko sekä Hanoi Rocks, jonka laulaja, Michael Monroe, saavutti vuonna 1989 sooloalbumillaan Not Fakin' It ensimmäisenä suomalaisartistina Yhdysvaltojen TOP 200-albumilistan yltäen sijalle 161. 90-luvulla syntyneitä, suurimpia maailmanmaineeseen tähtääviä pop- ja rock-yhtyeitä, olivat esimerkiksi Apocalyptica, Stratovarius, Children of Bodom, Nightwish, The Rasmus ja HIM. Ensimmäiset suuret suomalaiset listamenestyjät maailmalla olivat 2000-luvun alussa Bomfunk Mc's kappaleellaan Freestyler, Darude kappaleellaan Sandstorm sekä HIM albumillaan Razorblade Romance. (Suomen Jazz & Pop Arkiston www-sivut, 2013)

6 ULKOMAILLE KEIKALLE

On olemassa useita syitä, minkä vuoksi artistit päättävät lähteä hakemaan kansainvälistä menestystä. Suomen markkinat ovat pienet, kuten aiemmin kävi jo ilmi, joten rikastumaan Suomessa ei kovin helposti musiikilla pääse. On olemassa poikkeuksiaikin, mutta jos esiintymiskielenä on englanti, ja tyyllilajina jokin muu, kuin iskelmä tai humppa, voidaan suomalaiset menestystarinat Suomen rajojen sisällä laskea muutama käden sormin. (Nieminen, 2001)

Kun yhtye on päättänyt lähteä etenemään kohti kansainvälistä uraa, on ensimmäisenä tehtävänä ollut määrittää markkina-alueet, etsiä yhteyshenkilöt, ja sopia ensimmäisestä kiertueesta / ensimmäisistä keikoista. Näitä asioita en tässä oppaassa käsittele, vaan keskityn kiertueen suunnitteluun. Hyvä ja onnistunut ulkomaankiertue mahdollistuu, jos lähtökohdat, eli organisaatio, on toimiva ja yhteistyökykyinen, logistiset suunnitelmat, budjetointi sekä aikatauluttaminen saadaan järjestymään niin, että kaikki mahdolliset seikat otetaan huomioon ja muistetaan, että pienimmätkin mukavuusjärjestelyt voivat vaikuttaa erittäin paljon lopputulokseen. Budjetointi on rajattu tämän opinnäytetyön ulkopuolelle, sillä siihen osaan oli erittäin vaikea löytää asiantuntijaa. Alla olevassa viitekehyksessä on eritelty suunnittelua vaativat aiheet päätösikoiden alle (Kuvio 2).



Kuvio 2. Viitekehys, kirjoittajan havainnollistama.

Kireimmät lait koskien työntekoa, tapahtumienjärjestämistä ja kuinka niitä noudatetaan on Isossa-Britanniassa. Lupia ja sertifikaatteja tarvitaan useita, kuten sertifikaatti palosuojatusta taustakankaasta ja kaikesta muusta lavalla olevasta materiaalista. Tästä johtuen Euroopan kiertueen suunnittelukin kannattaa aloittaa sillä, että toimitaan heidän sääntöjen mukaan, jolloin muut maat menevät vähintään samoilla vaatimuksilla, eikä suuria yllätyksiä ole matkan aikana luvassa, ainakaan kireämpien lakien ja säädösten osalta. (Taylor, 2016)

6.1 Musex, Fimic ja Music Finland

Vuonna 2002 perustettiin Music Export Finland (Musex), jonka tehtävä oli auttaa ja tarjota palveluita artisteille musiikin viennissä Suomesta. Vuonna 2005 Musexista tuli **vientiassosiaatio** (yhteenliittymä), joka edusti, ja edustaa edelleen, koko suomen musiikkiteollisuutta. Sen toimintaperiaate on tarjota sekä rahallista että strategista tukea kansainvälisille markkinoille pyrkiville yrityksille ja artisteille. (Musex, 2013)

Vuonna 2012 Musex ja Suomalaisen Musiikin Tiedotuskeskus (Fimic) yhdistyivät, luoden yhden suuren organisaation, Music Finlandin. Sen tehtäviin kuuluu yllä mainittujen lisäksi järjestää ja hallinnoida tapahtumia suomalaisen musiikin edistämistä varten, tuottaa palveluita ja verkostoitumismahdollisuuksia suomalaisille artisteille ja ohjelmatoimistoille, sekä edelleen kehittää suomalaisen musiikin vientiä. (Music Finland, 2013)

7 ORGANISAATIO JA LOGISTIIKKA

Kaksi tärkeintä asiaa kiertueen suunnitteluvaiheessa on järjestäytynyt ja toiminta-alueensa ymmärtävä organisaatio, sekä kattava tekninen ymmärrys ja näkemys siitä, mitä yhtye ehdottomasti tarvitsee kiertueella, sekä miten se on mahdollista saada järjestettyä keikkapaikalle. Matkaan lähteville henkilöille on huomattavan helppo suunnitella matkustusaikataulu ja matkustusmuodot, koska ainut asia, joka täytyy matkailippujen lisäksi hoitaa, on työluvut ja viisumit. Tarvittava tekniikka voidaan mahdollisesti tilata kohdepaikalta, tai se voidaan joutua kuljettamaan paikalle itse. Soittimet ovat lähes itsestäänselvyksiä matkaan otettavista laitteista, mutta muun kaluston kohdalla on hyvä aina miettiä hinta-laatusuhteeltaan parasta vaihtoehtoa.

7.1 Organisaatio

Kiertueeseen kuuluu kaksi eri tehtäviin syventynyttä organisaatiota: tekninen ja kiertueorganisaatio. Usein vähintään yksi henkilö toimii molemmissa organisaatioissa ja hänen nimikkeensä on yleensä kiertueenmanageri. (Taylor, 2016)

Teknisellä organisaatiolla tarkoitetaan sitä ryhmää, joka vastaa kiertueen teknisestä ja taloudellisesta toteutuksesta. Tähän ryhmään kuuluu yleensä yhtyeen tekninen vastaava, ohjelmatoimiston (tai kiertueen) tekninen tuottaja, kiertueenmanageri sekä kohdemaan isäntä, yleensä paikallinen promoottori. Tämän ryhmän tarkoitus on tehdä alustavat suunnitelmat mukaan lähtevästä laitteistosta ja henkilöstöstä, selvittää mitä laitteistoa tarvitaan paikan päältä, kuka maksaa mitäkin, ja laatia alustava aikataulu niin, että kaikelle jää riittävästi aikaa. Tekninen organisaatio on tehnyt työnsä hyvin, mikäli artistin / yhtyeen jäsenten ei kertaakaan tarvitse epäillä kiertueen aikana laite-toimituksia, tai kyseenalaistaa aikataulujen kireyttä tai löysyyttä.

Kiertueorganisaatiolla tarkoitetaan sitä ryhmää, joka kiertää mukana kiertueella. Tähän organisaatioon kuuluu artistin lisäksi yleensä kiertueenmanageri, paikallinen promoottori (host), sekä artistin oma tekniikkaryhmä, mikäli sellaiselle todetaan tarvetta. Lähes poikkeuksetta, pienimpien pubien nurkkauksia lukuun ottamatta, artisteilla on

oma tekniikkaryhmä mukana, johon he voivat luottaa ja pystyvät täten keskittymään täysin esiintymiseen.

Vuoden 2012 Saksankiertueemme pääorganisaatio oli kaiken kaikkiaan kooltaan 12 henkilöä, mutta mukana oli yhteensä 14 henkilöä. Tekniseen organisaatioon kuului ohjelmatoimiston puolelta agentti Juha Ruusunen, jonka vastuualueisiin kuului käytännössä kaikki kommunikaatio Saksaan kiertueen suunnitteluvaiheessa. Kiertueenmanageri Vesa Sytelä otti vetovastuun Saksan suuntaan muutamia viikkoja ennen kiertueen alkamista. Hän ja Juha kävivät minun kanssani läpi bändin tekniikkaan liittyvät asiat minun toimiessa bändin teknisenä vastaavana. Näin kaikki asiat oli keskitettynä yhteen pisteeseen, ja ongelmatilanteiden edessä oli selkeästi tiedossa keneen oltiin yhteydessä. Saksassa meillä oli yksi yhteyshenkilö, jonka kanssa Juha kävi läpi kaikki järjestelyt hotellien, matkustusten ja vastaavien suhteen. Vesa taas neuvotteli keikkapaikkojen kanssa yksityiskohdista tekniikan, saapumisaikojen, sekä ruokailujen suhteen.

*Kiertueorganisaatioon kuului kiinteästi kiertueenmanagerin ja minun lisäksi kolme tekniikkaa (saliäänimiksaaja, monitorimiksaaja ja **backliner** (tekniikko, jonka vastuualueena on soittimet ja soitinlaitteet) sekä kuusi esiintyjää. Näiden lisäksi mukanaamme oli Saksan ohjelmatoimiston henkilö, joka oli mukana pitämässä huolta hyvinvoinnistamme sekä Saksan levy-yhtiön omistaja. Meillä oli kaiken kaikkiaan erittäin iso organisaatio mukanaamme, kun ottaa huomioon kiertueen koon ja keikkapaikat.*

Tärkeintä organisaation toimintaa suunnitellessa on pitää huoli siitä, että tekniikasta, logistisesta toiminnasta ja ajankulutuksesta pysytään kartalla, eli kukin asianomainen tietää, missä mennään. Sähköpostikeskustelut ovat tätä päivää kommunikoinnissa, jokaiseen sähköpostiin tulee CC:ksi (kopioksi) liittää kaikki ne henkilöt, joita kyseinen asia koskee, eikä tarpeeton tieto tuki kenenkään sähköpostilaatikkoa.

7.2 Työluvut ja viisumit

EU-alueella yhtyeet eivät tarvitse minkäänlaisia työlupia tai –viisumeita, joten EU-alueen sisällä on kohtuullisen helppoa kiertää eri maiden välillä. Ainut asia, mikä kaikilla tulee olla mukana, on passi.

Työluvut ja –viisumit ovat kuitenkin nousseet otsikoihin viime aikoina. Suurin osa suomalaisista yhtyeistä, jotka suuntaavat esimerkiksi Venäjälle keikalle, hankkivat jäsenilleen turistiviisumit, koska ”niin on aina tehty”. Itse kolme kiertuetta venäjällä tehneenä en ole kertaakaan työviisumeita tai työlupia hakenut. Vuoden 2012 huhtikuun jälkeen tilanne on muuttunut. Silloin suomalainen trash metal – yhtye Axegressor joutui viranomaisten kanssa ongelmiin viisumien takia. He kertoivat luulleensa turistiviisumien riittävän keikkailuun, mutta maahanmuuttoviranomaiset eivät hyväksyneet tätä, jonka seurauksena yhtye passitettiin yöksi putkaan, koska sakot sai maksaa ainoastaan pankissa, ja pankit olivat jo kyseiseltä päivältä sulkeutuneet. (Axegressor facebook-sivut, 2012)

Ongelma Venäjän työlupien suhteen on niiden hinnassa ja saatavuudessa. Työluvan hakeminen on hidas prosessi, ja sen saaminen kestää yleensä vähintään 3-6 kuukautta. Työlupaa hakee yleensä yritys ja se haetaan yleensä suoraan työntekijöille vuodeksi kerrallaan. (Maatieto.netin www-sivut, 2013)

Vielä suurempia huolenaiheita tulee, mikäli kiertue suuntautuu Yhdysvaltoihin. Muusikot tarvitsevat viisumin sekä työluvan. Suomen konsulaatista Yhdysvalloissa kerrotaan, että työlupaa voi anoa sen jälkeen, kun yhdysvaltalainen konsertinjärjestäjä on lähettänyt yhtyeelle kutsun tulla esiintymään maahan. Työlupahakemusprosessin kesto voi olla jopa puoli vuotta, ja hinta työluvalle oli vuonna 2007 noin 230 euroa. Tämän lisäksi muusikot tarvitsevat viisumin, joka kustantaa noin 80 euroa. Työlupien käsittelykulut tulevat vielä tähän päälle. On myös hyvä muistaa, että jokainen muusikko tarvitsee oman työluvan ja viisumin! Kokonaiskustannukset viisihenkiselle yhtyeellekin voi nousta jopa 2000 – 3000 euroon! (Helsingin Sanomien www-sivut, 2007)

7.3 Henkilökuljetus

Mitä kauemmas kiertue suuntautuu, sitä suurempia päätöksiä täytyy logistiikan suhteen tehdä. Jos keikalle lähtee Viroon, ei logistisesti ole kovin hankala matkustaa lautalla oman pakettiauton ja peräkärryn voimin, mutta jos keikkapaikka olisi esimerkiksi eteläinen Intia, vaihtoehtoja ovat lentorahti, maarahti tai vuokralaitteet. Kaikissa on omat ongelmat ja riskinsä ja hinnat vaihtelevat todella paljon. Myös henkilökuljetuksissa on paljon vaihtoehtoja, niin yksittäisellä keikalla, kuin pidemmälläkin kiertueella. Teknisen **riderin** (artistin / teknikon laatima vaatimus- ja toivelista) päivittäminen on syytä tehdä aina ennen kiertueen yksityiskohdista sopimista. Tähän rideriin sisällytetään kaikki tieto siitä, mitä kalustoa yhtye kuljettaa mukanaan ja mitä tarvitaan paikan päälle toimitettuna.

Lentokone, oma auto, vuokra-auto kohdemaasta tai Suomesta, vai jotain muuta? Henkilöstön kuljetus on prioriteettilistan kärkipäässä, kun kyse on pidemmästä kiertueesta. Väsymys on pahin matkakumppani, kun puhutaan pitkähköstä ajanjaksosta yhdessä kulkuvälineessä samojen ihmisten kanssa pitkään matkustettaessa. Yhtyeet koostuvat yleensä samanhenkisistä ihmisistä ja vaikka yhteishenki on hyvä kavereiden kesken töitä tehdessä, voi tilanne saada dramaattisia käännteitä, kun taustalla on monta huonosti nukuttua yötä, eikä ”pakotietä” omaan rauhaan ole. (Kaarlonen, 2016)

Mikäli budjetissa on tilaa ja halutaan varmistua riittävästä levosta, tulee kiertueeseen varata riittävästi matkapäiviä ja siirtymät on tällöin järkevintä toteuttaa lentokoneella. Lentojen hinnat ovat riittävän aikaisin tilattuna yleensä kohtuuhintaisia ja siirtymät nopeita, mutta on muistettava, että halvemmat lennot sijoittuvat yleensä aikaiseen aamuun tai myöhäiseen iltaan ja myös se, että lentokentillä tulee olla hyvissä ajoin ennen koneen lähtöä, varsinkin kun mukana on pahimmassa tapauksessa iso pino soittimia ja ylipainoisia matkatavaroita, joiden koneeseen saamiseen tulee varata riittävästi aikaa. Siirtymät lentokentiltä voivat myös viedä yllättävän kauan aikaa, joten myös hotellien sijainti tulee huomioida tässä järjestelyssä tavallista tarkemmin.

Mikäli kyseessä on lyhyt yhden esityksen vierailu, voidaan matkustusmukavuudesta tinkiä, sillä jokainen suomalainen artisti tietää, miten yksi tai kaksi yötä nukutaan huonosti silti pystyen esiintymään täysillä yhden esityksen ajan.

Pitkän harkinnan jälkeen 2012 kiertueellamme Saksassa päädyimme yhdistämään lähes kaikkia matkustusmuotoja, sillä koimme sen olevan sekä edullinen, että mahdollisimman vähästressinen ratkaisu. Lensimme ensimmäiseen keikkakaupunkiin päivää ennen kiertueen avauskeikkaa, siirryimme keikkakaupungista toiseen Saksasta vuokratulla kiertuebussilla ja palkatulla kuljettajalla. Yksi vaihtoehto oli vuokrata keikkabussi Suomesta, mutta tämä vaihtoehto unohdettiin kahdesta syystä. Oman bussin hajotessa Saksassa, ei ole kovin helppoa ja nopeaa tapaa saada autoa kuntoon, kun paikalliselta yhtiöltä vuokratessa auton hajoamisen kohdalla heiltä toimitetaan toinen auto tilalle, jotta aikataulut eivät tähän seikkaan kaadu. Toinen syy oli kuljettajan tarve. Suomesta olisimme saaneet mukaan pätevän kuljettajan, mutta sekä hinta että paikallinen osaaminen ja lainsäädäntö ovat kuitenkin paremmin hallussa paikallisilla kuljettajilla. Keikkabusseja vuokraavat yritykset myyvät mielellään mukaan kohtuulliseen hintaan oman kuljettajan, joka tuntee auton, kaupungit ja paikallisen tavan toimia huomattavasti paremmin, kuin suomalainen.

7.4 Tavarakuljetus

Lentorahti, maarahti, oma kuljetus vai vuokralaitteisto? Henkilökuljetus on kallista, mutta siihen on kuitenkin helpompi varautua kuin laitteiston kuljettamiseen. Muusikoilla on usein omat suosikkilaitteet, joita ilman ei soittaminen ole mukavaa. Kaikissa maailmankolkissa ei myöskään ole samoja laitteita edes tarjolla, mille tarvetta olisi.

Lentorahdissa täytyy muistaa, että hinta perustuu kappalemäärän ja painon lisäksi nopeuteen. Lentorahti on erittäin kallista, mutta voi joissain tapauksissa olla se ainut vaihtoehto. Lentämistä silmällä pitäen omaan kokemukseeni perustuen tärkeintä on pitää huolta siitä, että kaikki Suomesta mukaan otettavat laitteet olisi pakattu hyvin, sekä niiden maksimipaino kuljetuslaatikon kanssa on enintään 32 kilogrammaa.

Helpoin tapa saada laitteisto mukana lentokoneeseen on pitää henkilökohtaiset tavarat mahdollisimman kevyinä, jotta jokainen lentolipun ostanut saisi mukaansa, joko veloitusetta tai pienellä lisämaksulla, yhden ylimääräisen matkatavaran ruumaan. Kitarat, vahvistimet, rumpalin pellit ja nykyään jopa äänimikserit tai valotiskit voidaan saada pakattua niin, että ne saadaan mukaan ilman suurempia lisäkustannuksia. Mikäli mukaan otetaan kuitenkin jotain, jonka paino menee yli 32 kilogramman, on syytä selvittää lentoyhtiöltä, mitä laitteiden kuljettaminen maksaa ja onko se edes ylipäättänsä mahdollista. Joissain tapauksissa ylimääräiset matkatavarat pitää ilmoittaa etukäteen ja monissa lentoyhtiöissä siitä saa jopa alennusta verrattuna portilta maksettavaan hintaan.

Suurimmat kysymykset liittyvät kuitenkin kitaroihin sekä bassoihin ja siihen, saako niitä mukaan matkustamoon, vai pitääkö ne pakata ruumaan. Dilemma tässä on se, pakatako soittimet pehmeisiin, kevyisiin ja pieniin pusseihin sillä riskillä, että kitara kuitenkin joutuu ruumaan? Kaikilla lentoyhtiöillä on omat määräyksensä ja käytäntönsä tässä asiassa, mutta nyrkkisääntönä voi sanoa, että kitarat on mahdollista saada matkustamoon hyvillä neuvottelutaidoilla ja sillä, että tekee check-in'n mahdollisimman huomaamattomasti: kitara pehmeässä laukussa selässä kannettuna vaikuttaa huomattavasti pienemmältä harmilta lentokenttävirkaileijan mielestä, kuin kitaran kantaminen ja ”esittelemisen” tavarapinon päällimmäisenä. (Antila, 2013)

Jos omia laitteita ei ole mahdollista ottaa mukaan, on vuokraaminen erittäin varteentottava vaihtoehto. Monessa maassa, ei kuitenkaan kaikissa, on erittäin kattavasti tarjolla laitteita ja soittimia. Hyviin puoliin vuokraamisessa lukeutuu myös mahdollisuuksien mukaan saada vuokralaitteet suoraan keikkapaikalle, joten ainut tavoite on saada esiintyjät keikkapaikalle sovittuna aikana. Ei ole mitenkään huono ajatus ottaa mukaan Suomesta osaa laitteista ja vuokrata loput paikan päältä.

7.4.1 Muista painorajat

2011 palatessamme kiertueelta Venäjältä lentokoneella, unohdimme ilmoittaa suuremmasta matkatavaramäärästä etukäteen. Mukanamme oli iso määrä laitteistoa,

josta kaikki muu saatiin kohtuullisen kivuttomasti paluumatkalle Suomeen, mutta toisen kitaristin kitarapedaalit osoittautuivat haasteeksi. Laatikon paino oli 38 kilogrammaa, eikä lentokenttävirtilijä suostunut ottamaan tuotetta mukaan, koska sitä ei oltu laskettu mukaan lentokoneen kokonaispainoon. Olimme onneksemme varautuneet ongelmiin, joten noin tunnin mittainen selvittelysessio virtilijan, virtilijan esimiehen, sekä lentokoneen kapteenin kanssa ei tuonut ajallisesti ongelmia. Monien puheluiden ja neuvotteluiden jälkeen lentoyhtiö suostui ottamaan laatikon mukaan, mikäli sille olisi vielä tilaa ruumassa.

7.5 Tulliasiakirjat

Kaikilla mailla on omat sääöksensä siitä, mitä dokumentointia maahantuoduilla musiikkilaitteilla tulee olla mukanaan. Nyrkkisääntö on kuitenkin tämä: Pidä mukana aina siististi laadittu lista, vähintään kahtena kappaleena, kaikista mukana olevista laitteista. Listalta tulisi löytyä laitteiden merkit, mallit, sarjanumerot, arvo ja kuvaus siitä, mikä laite on kyseessä. Numeroi laitteet listalla, ja merkitse samat numerot myös laitteiden laatikoihin. Esimerkkinä junalla Venäjälle mentäessä on tärkeää venäläisten tullivirtailijoiden tarkastaessa viisumit muistaa käydä läpi myös laitelista, johon tulee saada tullin leima. Paluumatka voi osoittautua hankalaksi, mikäli mukana on iso määrä laatikoita, eikä leimattua laitelistaa löydy mistään.

7.5.1 ATA carnet

ATA carnet (myöh. Carnet) on kansainvälisesti pätevä tulliasiakirja, jolla voidaan väliaikaisesti viedä carnet – jäsenmaihin (46 maata EU:n ulkopuolella, kokonaisuudessaan 71 jäsenmaata) näyttelytavaraita, ammatinharjoittamisvälineitä sekä kaupallisia tavarannäytteitä. Carnet on kenties yksinkertaisin tapa hoitaa tullimuodollisuudet, kun ollaan viemässä musiikkilaitteita ulkomaille. Carnet – alueella ei tarvitse maksaa tulli- eikä tuontimaksuja niistä tuotteista, joille carnet – todistus on hankittu. Carnet'a voidaankin pitää eräänlaisena passina tavaroille.

Carnet siis korvaa niin vientiasiakirjat lähtömaassa, tuontiasiakirjat kohdemaassa, kuin myös takuut tuotteista tulli- ja tuontiverojen osalta. Se ei kuitenkaan korvaa ta-

varavakuutusta! Carnet toimii yleispätevänä tavaroiden kauttakuljetusasiakirjana. Se on yleensä voimassa vuoden ostopäivästä, pois lukien messuja tai näyttelyitä varten hankitut carnet'et, jotka ovat voimassa 6 kk.

Carnet'n ainut ongelma voi tulla tullivirkailijoiden toiminnasta tai työajoista: Carnet tulee leimauttaa jokaisella kerralla kun siirrytään maasta toiseen, rajan molemmilla puolilla. Tämä voi aiheuttaa ongelmia esimerkiksi siirryttäessä maasta toiseen viikonloppuna, kun tullivirkailijoita ei töissä välttämättä ole. Näissä tilanteissa leimat täytyy hakea jostain muualta, sillä mikäli yksikin leima puuttuu jostain kohtaa reitin varrelta, carnet mitätöityy. Mikäli carnet'n kanssa matkaan on lähdetty, kannattaa tästä syystä aina pitää varalla myös omaa listausta tavaroista.

Mikäli keikalle lähdettäessä päädytään käyttämään carnet'ia, tulee muistaa seuraavat asiat:

- Carnet'n käyttäjä on itse vastuussa siitä, että carnet leimataan jokaisessa tullitarkastuksessa asianmukaisesti.
- Carnet'n käyttäjä täyttää kunkin välilehden kohdat D – F ennen tulliselvityspaikalle tuloaan.
- Kuljetettavien tavaroiden on aina oltava mukana tullissa, jotta tavaraluettelo voidaan tarvittaessa todeta yhtäpitäväksi tavaroiden kanssa.
- Ensimmäinen selvitys tehdään keltaisella vientilehdellä (exportation – lehti) Suomen tulliviranomaiselle, joka leimaa aina myös kansilehden. Kansilehden kohdassa J on oltava carnet'n haltijan allekirjoitus.
- Matkan päätyttyä tavarat on tulliselvitettävä Suomen / EU:n tulliviranomaiselle keltaisella jälleentuontilehdellä (re-importation – lehti).
- Carnet palautetaan matkan päätyttyä takaisin kauppakamarille.

(Keskuskauppakamari, 2013)

Huomautus: Mikäli matka suuntautuu Intiaan, Kanadaan, Kiinaan, Macaoon, Marokkoon, Mauritiukselle, Meksikoon, Senegaliin, Singaporeen, Venäjälle tai Yhdistyneisiin Arabiemiirikuntiin, on syytä ottaa yhteyttä kauppakamarille ennen carnet'n hankkimista. Näissä maissa ei virallisesti hyväksytä carnet'ia, jos ammatinharjoittamistarkoitustarkoitukseen on laitteita maahan tuomassa.

7.5.2 Ongelmia tullissa

Olimme 2011 yhtyeen kanssa matkalla ”pistoikeikalle”, eli yksittäiselle keikalle Intian Bangaloreen. Muutama tunti Helsingin kentällä, kolmen tunnin lento Lontooseen, josta viiden tunnin odottelun jälkeen lensimme 13 tunnin matkan Bangaloreen. Noin 24 tunnin matkustamisen jälkeen olimme Bangaloren lentokentällä, kun meidät otettiin tullissa sivuun. Yhteisen kielen löytäminen oli hankalaa, sillä tullivirkailijat eivät olleet kovin päteviä englanninkielen puhujia, eikä meidän puolella oltu myöskään terävimmillämme väsymyksestä johtuen. Ongelmana oli se, että meillä ei ollut mitään todistusta, listausta, tai muuta faktaa siitä, mitä laitteet olivat, mitä varten ne olivat tulossa Intiaan ja oltiinko niitä kenties viemässä vielä takaisin. Tullivirkailijat tarvitsivat siis ”virallisen” laitelistan, jota emme mukaan ottaneet, sillä kuljettamamme tavaramäärä oli huomattavasti normaalia pienempi, eikä Intiassa ollut ennen ongelmia tämän suhteen ilmennyt. Internet oli kohtuullisen tuntematon käsite Bangaloren tullivirkailijoille, joten tilanne kärjistyi jo siihen pisteeseen, että yritimme saada Suomesta ohjelmatoimistoa lähettämään laitelistan (joka meillä oli koneella, mutta heillä ei ollut printteriä) faksilla tullin numeroon. Noin neljän tunnin väännön jälkeen tullivirkailijoiden esimies ilmaantui paikalle, pahoitteli viivästystä, toivotti meille hyvää keikkaa ja alkoi läksyttämään tullivirkailijoita, jotka estivät meiltä maahantulon.

Neljä tuntia odottelua voi tuntua pieneltä, mutta vuorokauden matkustamisen jälkeen sekin neljä tuntia oli pois yö- / päiväunista, kello kun lähenteli jo aamukymmentä. Tilanne olisi vältetty, jos olisimme pitäneet mukana paperista laitelistaa.

8 TÄRKEÄT JÄRJESTELYT

8.1 Ruoka

Kiertuetta suunniteltaessa on tärkeintä muistaa kultainen sääntö (joka ainakin roudari-ripiireissä on todettu erittäin paikkaansapitäväksi): hyvin levännyt ja syönyt muusikko on parempi muusikko. Mitä vähemmän yhtyeellä on murehdittavana tien päällä, sitä vapautuneemmin soitto soi ja kuuntelijat tykkää. Tärkeimmät asiat, joihin voidaan vaikuttaa, ovat ruoka, lepo ja turvallisuus.

Aiemmin mainitsemani teknisen riderin lisäksi ulkomaille suuntaavilla yhtyeillä tulisi myös olla jonkinlainen catering-rider, josta kävisi ilmi bändin toiveet ja käytännöt esimerkiksi ruoan ja keikkajuomien suhteen. Mitä yksinkertaisempi rider, sitä todennäköisemmin molemmat osapuolet, keikkajärjestäjä sekä yhtye, ovat tyytyväisiä. Suomessa yleinen käytäntö on, että keikkapaikoille mentäessä tarjolla voi olla leipää tai muuta pikkusuolaista, varsinainen pääruoka syödään joko soundcheckin jälkeen, tai joskus vasta esityksen loputtua. Juotavaakin yleensä on riittävästi, pullovettä menee nopeastikin 2 pulloa per esiintyjä, jos lavalla oikein lämmin tulee.

Ulkomailla tilanne voikin olla aivan toinen. Toisaalla keikkapaikalle voi olla vaikeaa saada jälkikäteen tilattua pullovettä, joskus lähistöllä ei ole edes kauppa, mistä voisi lähteä juotavaa hakemaan. Keikka ilman nesteytystä on lähes mahdoton toteuttaa. Myös ruokakulttuuri voi joskus osoittautua hankalaksi, jos ei etukäteen ole asiasta mitään ilmoitettu. Mikäli keikkapaikoille on sovittuna evästä, ruokaa, juomaa tai muuta, kannattaa kuitenkin varautua itsekin omalla vesipullopatteristolla. On paikkoja, joissa pulloitettu vesi tarkoittaa vessan hanasta otettua vettä: lämmintä ja joskus jopa ehdottoman väärissä tilanteissa epäsopivaksi omalle elimistölle todettavaa sellaista. Kesken keikan kun ei ole artistin hyvä siirtyä tarkastelemaan urinaalia. (Kaarlouen, 2016)

Pitkällä kiertueella, jossa yöt matkustetaan keikkabussissa seuraavaan kohteeseen, on myös yleistä catering-riderin mukaisesti vaatia aamupala tarjolle keikkapaikalle saapumisajankohtana. Tämä on yleinen käytäntö Euroopassa, kun välimatkat ovat pitkiä

eikä ylimääräisiä taukoja kesken ajamisen haluta pitää. Huomionarvoista tässä on kuitenkin se, että usein catering-riderin sisältö tulee yhtyeen maksettavaksi, paikalliset vain huolehtivat halutut tuotteet haluttuun aikaan haluttuun paikkaan. Hinta on kuitenkin pieni siitä, kuinka paljon säätöä ja aikaa tällä tekniikalla säästetään.

8.2 Lepo

Mikäli mahdollista, kiertuetta suunniteltaessa kannattaa pyrkiä järjestämään vapaa-aikaa kiertueen sisällä. Mitä pidempi kiertue, sitä tärkeämmäksi muodostuvat vapaa-päivät siellä täällä. Nyrkkisääntönä voidaan pitää, että kolme peräkkäistä keikkapäivää on maksimi. Aikataulua laadittaessa on muistettava varata ajat myös mahdollisille fanitapaamisille, haastatteluille ja muulle promootiotapahtumalle. (Tukiainen, 2016)

Helpoin tapa järjestää lepoaikaa, on laatia mahdollisimman tarkat aikataulut ja pitää huoli siitä, että kaikilla on tämä aikataulu tiedossa. Kun jokainen mukanaolija tietää, milloin pitää lähteä seuraavaa kaupunkia kohti, mihin aikaan pitää olla soundcheckissa, milloin pitää viimeistään olla tavarat pakattuna keikan jälkeen, on kaikkien helpompi suhtautua päivän vapaisiin hetkiin ja ladata akkuja niihin kiireisimpiin aikoihin.

Järkevää on jakaa kaikille matkalaisille fyysinen aikataulu, josta käy ilmi ainakin seuraavat tiedot (jokaiselle päivälle omansa):

- päivämäärä, viikonpäivä ja senhetkinen kaupunki
- ajot: mistä, mihin ja millä ajetaan, kuinka pitkä etäisyys, arvioitu ajoaika
- milloin auto / juna / lentokone lähtee liikkeelle
- tekniset ajat: load-in, soundcheck, keikka, load-out
- milloin syödään ja missä
- internet-tiedot (jos saatavilla)
- keikkapaikan osoite ja muuta infoa

Näillä tiedoilla varustettu matkustaja on huomattavasti vähemmän näreissään väsyneenä tai nälkäisenä, kun tiedossa on tarkkaan tuleva aikataulu. Yleensä päivät myös sujuvat kivuttomammin, kun kaikki ovat ”**synkassa**”, eli käyvät samalla taajuudella.

8.3 Turvallisuus

Turvallisuus on varsinkin viime vuosina noussut isoksi puheen- ja huolenaiheeksi myös kiertävien yhtyeiden keskuudessa. Isoja onnettomuuksia on konserteissa tapahtunut aina, mutta nyt mukaan on tullut myös terrori-iskut, joista ei aiemmin ole suoranaista vaaraa ollut. Vuoden 2015 isku Eagles of Death Metal – yhtyeen konserttiin Pariisissa tappoi 130 ihmistä ja 352 loukkaantui. Iskun tekijäksi ilmoittautunut ISIS oli ilmeisimmin asettanut kohteeksi yhtyeen vokalistin, sillä hän kannattaa Yhdysvaltain vuoden 2016 presidentinvaalien eniten keskustelua herättävää persoonaa, Donald Trumpia, joka on tunnettu muun muassa muslimeja alentavista kommenteista. Isoin asia on aina yleisön turvallisuus, eikä siihen kaikkialla maailmassa aina panosteta riittävästi. Suuri ongelma on yleensä poistumisteiden vapaana pitäminen. Vuonna 2009 Venäjällä Permin kaupungissa pienen yökerhon tulishow aiheutti tulipalon, jossa kuoli 109 ihmistä ja loukkaantui noin 130. Yökerhon paloturvallisuus ja poistumisteiden puutteet olivat tiedossa ja niistä oli tehty yökerhon omistajille vaatimus kunnostaa, mutta asialle ei oltu tehty mitään. (Taylor, 2016)

Yksi suuri ero Suomen ja muun maailman välillä konserttipaikoilla on takahuonealueissa. Suomessa yhtyeiden takahuoneet sijaitsevat yleensä yleisillä käytävillä ja niihin on käytännössä pääsy kenellä vaan, milloin vain. Euroopassa yhtyeiden yksityisyyttä vaalitaan tarkemmin ja järjestyksenvälvojat puuttuvat tarkemmin siihen, kenellä on lupa liikkua missäkin. Tämä johtuu siitä, että suomalaiset eivät ole niin fanaattisia yhtyeiden seuraajia, kuin mitä Euroopassa.

Nina Taylorin mukaan kiertueiden turvallisuuteen kiinnitetään nyt erityisen paljon huomiota. Suurimmat muutokset ovat hätäuloskäyntien selvittäminen ja niiden vapaana pitäminen, sekä yhtyeen hätäpoistumismahdollisuus. Taylor pitää nykyään aina riskialueilla tehtävillä kiertueilla yhtä autoa lähtövalmiudessa koko konsertin ajan.

Myös esimerkiksi Suomen lähetystöjen sijainnit, kokoontumispaikat ja muut tärkeät kohteet käydään tarkkaan yhtyeen jäsenten kesken läpi.

Ulkomailla kiertueilla on hyvä muistaa kulttuurierot maiden välillä. Kiertueturvallisuus eri maissa on yleisesti linjassa sen kanssa, kuinka hyvin kussakin maassa noudatetaan lakeja ja säädöksiä. Monessa maassa lait ovat yhtä tiukat kuin Suomessa, mutta esimerkiksi Ukrainassa yleinen ajattelumalli on se, että lait ovat enemmänkin muita varten, mutta itse voidaan toimia niin kuin parhaaksi näkee. Itä-Euroopassa suurimmat ongelmat Nina Taylorin mukaan ovat hätäpoistumisteissä ja yhtyeen sekä yleisön turvallisuuteen liittyvissä paineidoissa, kun taas esimerkiksi Intiassa selkeästi suurin turvallisuusriski on konserttipaikkojen ylibuukkaus.

Poets of the Fallin kiertueella 2011 Taylor oli perumassa esiintymistä Kiovassa vielä kahta tuntia ennen konsertin alkua, koska järjestäjien näkemys paineaidasta ei ollut lähellekään sitä tasoa, joka siltä olisi vaadittu. Paineaita pitää huolen siitä, että eturivissä oleva yleisö ei kaada aitaa ja jää ihmismassojen alle, koska suurin osa yleisöstä pyrkii aina eteenpäin, lähemmäs yhtyettä, aiheuttaen valtavan paineen eturiviin ja aitaan.

Vuonna 2012 saman yhtyeen Intian-kiertueella Bangaloren Hard Rock Caféssa yleisöä oli sisällä yli 1000 ja paikan kapasiteetti oli 250. Esitys jouduttiin keskeyttämään puolivälin kohdalla, kun yleisöä tunki kokoajan sisään ja paikallinen poliisi ilmoitti Taylorille, että nyt voisi olla hyvä hetki poistua, kun vielä kaikki ovat hengissä.

Taylor kertoo vielä lopuksi, että vaikka turvallisuus on nykyään yhä enemmän uhatuna, ei se kuitenkaan saa yhtyeitä kovin usein perumaan suunnitelmia kiertueiden järjestämisestä. Muistiin jäi erityisesti vuonna 2015 tehty konsertti Yerevanissa, Armeniassa, jossa Taylor toimi System Of A Down – yhtyeen kiertuemanagerina. Konserttiin oli tulossa noin 60 000 katsojaa ja konsertti osui samaan aikaan Armenian kansanmurhan 100-vuotismuistopäivän kanssa. Konsertti oli ilmainen kaikille, joten sekin lisäsi terrori-iskun uhkaa, kun kaikki halukkaat pääsivät paikalle. System Of A Downin jäsenet ovat kaikki amerikkalais-armenialaistaustaisia, joten riskit olivat suuret, mutta konsertti vedettiin läpi ilman ongelmia.

8.4 Medianäkyvyys

Mediaa tarvitaan saamaan yleisö tietoiseksi artistista, jotta keikoille löytäisi mahdollisimman moni. Usein ensimmäisten kiertueiden budjetit lasketaan tappiollisiksi, koska tappiot tulevat yleensä mainontaan ja promoamiseen liittyvistä asioista. Kiertueet ovatkin usein alkujaan promokiertueita, jotka lasketaan automaattisesti kirjanpidollisestikin mainoskuluiksi.

Olli Tukiainen kertoi, että käytännössä kaikki Keski-Euroopan kiertueet on tehty ilman voittoa vuoteen 2015 asti. Vuonna 2015 tehty lyhyt kiertue oli ensimmäinen, jossa tulos jäi suurin piirtein nolllille. Ensimmäinen ulkomaankiertue tehtiin 2007 Saksaan, jolloin bändi kiersi Saksaa Sunrise Avenuen lämmittelyorkesterina. Saksassa (ja muualla Euroopassa) suurin este on ollut se, ettei yhtyeellä ollut levy-yhtiötä julkaisemassa levyjä, minkä johdosta kiertueet ovat olleet ensimmäinen fyysinen kontakti Keski-Euroopan maihin. Venäjällä ja Intiassa tilanne on ollut hieman toinen. Venäjällä kaikki levyt on julkaistu, joten vuodet 2005-2008 tehtiin promoaa maassa ja heti vuodesta 2008 on kyetty tekemään voitollisia kiertueita Venäjällä. Intiaan ollaan tehty yksittäisiä keikkoja vuodesta 2007 ja vuodesta 2011 eteenpäin on jääty plussalle.

Olli Tukiaisen mukaan taloudelliset panostukset ovat kuitenkin olleet kannattavia, sillä Saksan levymyynti, niin digitaalinen kuin fyysinenkin, on ollut hyvässä kasvussa vuodesta 2014 eteenpäin. Tulevaisuuden tavoitteena on laajentaa toimintaa koko Euroopan alueelle. 2015 keikkoja tehtiin Italiassa, Saksassa, Hollannissa ja Isossa-Britanniassa. Lähitulevaisuuden tavoite on saada keikkailu kannattavaksi koko Euroopan alueella. Kasvupotentiaalia on erittäin paljon, mutta riskejä on otettava. (Tukiainen, 2016)

8.5 Esimerkki viikko- ja päiväaikataulusta

MARCH 2013

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	Travel to St.Peter., Russia	21 St. Peter., Show	22 Moscow show	23 Krasnodar Show
Travel to Yekateri nburg	25 Yekaterin burg show	26 Travel to Kiev, Ukraine	27 Kiev Show	28 Travel home	29	30
						31

Kuva 1. Poets Of The Fall – yhtyeen 2013 toteuttaman kiertueen aikataulus.
(Taylor, 2016)

SHOW DAY		SUNDAY 23 MARCH Moscow, Russia Time: Hki+2	
TRAVEL			
Sapsan Train #153 to Moscow @ 07:00 From Moscovskiy Railway Station. Arrival to Moscow @10:50			
HOTEL			
Reinssaince Monarch Center by Marriot Leningradsky Ave, 1, Moscow, Russia 125284 Phone +7 495 995-00-09			
Room Service	24h	B'fast inc?	yes
Fitness center	gym/pool		
Internet	Wifi in lobby, room		
Venue	5 min		
Airport	1h		
PROMOTER AND VENUE			
Arena Moscow	Contact	Denis Slepushkin	
Leningradskiy	Tel:	+7910 4436549	
Prospect 31Bld. 4	E-mail:	pm01@go2show.biz	
Tel:	+74959950009		
Capacity	3800		
Venue Type	club		
Schedule			
Load-in	12:30		
Doors	18:30		
Support	no		
Changeover	no		
POTF	20:00		
Curfew	23:00		
AFTERSHOW TRAVEL			
Return to the hotel			

Kuva 2. Saman kiertueen yhden yksittäisen päivän agenda ja tietopaketti. (Taylor, 2016)

9 JAKSAMINEN JA VIIHTYMINEN

Ulkomailla kiertäessä suurin osa ajasta on matkustamista ja odottelua lentokentillä, hotelleissa ja keikkapaikoilla. Ihmisen perustarpeet kuten uni ja ruoka nousevat silloin hyvinkin tärkeään asemaan ja niistä huolehtiminen on ensisijaisen tärkeää, vaikkei aina kovin helppoa. Kotimaan kiertueilla ollaan yleensä liikkeellä bussilla ja rennommalla aikataululla, joten riittävä uni on helpommin saavutettavissa. Myös ruokapaikat ja ruoat ovat tuttuja ja turvallisia, eikä stressiä ole siitä, minkälaista ruokaa mistäkin on saatavilla.

Markus Kaarlonen, Poets Of The Fallin kosketinsoittaja, kertoi olevansa onnekas, koska kuuluu niihin onnekkaisiin, jotka nukkuvat hyvin lähes missä vaan ja tulevat toimeen vähälläkin unella ja ruoalla (tarvittaessa). Markuksen pitkän kiertueuran aikana on tosin tullut vastaan tilanteita, joissa jo yhden henkilön yliväsymys purkautuu vaikuttaen koko porukan yleisilmeeseen. Kiertueella olevan porukan jäsenten pitää toimia hyvin yhteen. Ammatillaiset kykenevät hoitamaan työnsä hyvin ja tulevat toimeen monenlaisten ihmisten kanssa. Markus mainitsi olevansa onnellinen myös siinä mielessä, että koko kiertueuran ajan hän on päässyt toimimaan ammattilaisten kanssa, eikä suurempia ongelmia ole ikinä ollut jaksamisen suhteen.

Kiertueella viihtymiseen tärkeimmäksi asiaksi Markus mainitsee toimivan internet-yhteyden. Saksan autobaanaa ajettaessa keikkabussilla keskellä yötä muiden nukkuessa voi olla vaikea saada unta, jos joku asia on jäänyt kesken, eikä ole mitään mahdollisuuksia saada asiaa kuntoon ennen kiertueen päättymistä, tai seuraavaa Wi-Fi -tukiasemaa. Kiertuemaasta on kannattavaa ostaa prepaid-internetyhteys, jotta kiertueen tylsemmillä ajo-osuuksilla saisi jotain hyödyllistäkin aikaiseksi. Ennen kiertuetta kannattaa kohdemaista tarkastaa, mistä internet-yhteyksiä voi ostaa ja mitä rajoituksia niissä on. (Kaarlonen, 2016)

10 JOHTOPÄÄTÖKSET JA JATKOTUTKIMUS

10.1 Johtopäätökset

High risk, high reward

Monelle yhtyeelle Suomen markkinat ovat juuri se asia, joka saa tekemään rakastamaansa työtä. Toiset hakevat suurempia haasteita ja asettavat unelmansa korkeammalle. Pääosa ulkomailla menestyvistä yhtyeistä menestyy oman raskaan työn ansiosta ja vain harva saa vahvan kansainvälisen yleisön taakseen ilman ponnisteluja, näitäkin esimerkkejä tosin Suomestakin löytyy. Eläkeläiset – yhtye huomasivat olevansa suosittu alakulttuureiden keskuudessa Saksassa, vaikka yhtye ei ollut ikinä julkaissut mitään Saksassa tai saksaksi, eikä ollut ikinä keikkaillut kyseisessä maassa.

Suunnittele, kysy, laske

Kun päätös ulkomaiden valloitus Hankkeesta on tehty, alkaa pitkä ja vaativa projekti, joka voi käydä kalliiksi kukkarolle ja hermoille, mutta palkinto on sen arvoinen. Kiertueiden budjetointi, aikataulutus ja tekninen toteutus ovat kaikki erittäin tärkeitä seikkoja ottaa huomioon, eikä sen palapelin rakentaminen aina suju niin helposti, kuin voisi ajatella. Suomesta on ponkaissut maailmalle paljon yhtyeitä eikä Suomen musiikkiala ole kovin laaja, joten puskaradio ja keskusteluyhteys auki moneen suuntaan, kyllä apua on aina saatavilla!

Kun kysyin Markus Kaarloselta kannattaako ulkomaille lähteä kiertueelle, vastaus oli ehdoton kyllä. Ulkomaiden markkinat ovat isommat kuin Suomessa ja keikkapaikat ovat laadultaan aivan eri tasoa. Yleisöissä on eroja jokaisessa maassa, mutta yleisesti innokkaimmat ja äänekkäimmät yleisöt löytyvät kotimaan ulkopuolelta. Yksi suuri ero yleisöissä on siinä, että vahvasti kärjistäen Suomessa yleisö on yökerhoissa melko maistissa jo ennen keikan alkua ja jopa jo ennen yökerhoon saapumista, kun muualla muussa maassa keikat alkavat jo viimeistään 21.00, eivätkä läheskään kaikki esiintymispaikat ole suoranaisia yökerhoja, vaan keikkapaikoilta siirrytään juhlimaan yökerhoihin.

It's the little things that make the world

Lopuksi Markus mainitsi vielä yhden suuren edun ulkomaankiertueissa: Kiertueiden vapaapäivät on mukava käyttää turismiin paikoissa, joissa ei välttämättä tule käytyä lomalennoilla. Kiertueilla on mukana myös yleensä paikallinen **host** (paikallisen organisaation edustaja), joka on kauan tehnyt kyseistä työtä ja osaa viedä ryhmän paikkoihin, joita ei todellakaan mainosteta aurinkomatkojen mainoslehtisissä.

10.2 Jatkotutkimus

Työtä olisi mahdollista laajentaa lähes rajattomasti esimerkiksi internetin tietopankiksi, jossa voisi olla listattuna vertailua esimerkiksi seuraavista asioista:

- hotelliyöpymisten hintoja eri euroopan maissa
- Kuljetuspalveluiden kustannukset maiden sisällä ja maista toisiin
- Keikkabussivuokraamoiden hinnastoa kuljettajineen tai ilman
- Keikkapaikkojen vuokrahintoja tai palkkiotietoja

Tietopankissa voisi olla myös tarjolla tietoa maittain / kaupungeittain esimerkiksi:

- Keikkapaikat
 - yleisökapasiteetti
 - sijainti
 - tekniikan taso
- Äänentoistopalveluita tarjoavat yritykset
 - Hintataso (noudettuna tai paikan päälle rakennettuna)
 - Vuokralla olevan tekniikan merkit
 - Yhteystiedot ja arviointi
- Keikkabusseja vuokraavat yritykset
 - Keikkabussien pohjatiedot ja kapasiteetti
 - Vuokraako busseja vain kuljettajan kanssa
 - Mitä kustannuksia tulee bussivuokran lisäksi
- Backline-vuokraamot
 - Tarjolla olevat merkit ja mallit
 - Hintataso (per keikka / määräalennus)

- Sijainti ja alue, jossa toimii

Vaikka keikkamyjät ja artistien agentuurit ovat kilpailijoita keskenään, tehdään yhteistyötä todella laajasti yli yritysrajojen, joten tällaisesta sivustosta voisivat hyötyä kaikki livemusiikin pariin ajautuneet.

11 LOPPUSANAT

Opinnäytetyön kirjoittaminen alkoi ideasta vuonna 2013, mutta työt vaativat veronsa opiskeluilta ja opinnäytetyö jäi kesken, kunnes loppuvuonna 2015 päätin saada opinnäytetyön valmiiksi. Ohjaajan kanssa saimme aiheen muokattua sopivaksi kohtuullisen helposti ja työ on edennyt hyvää vauhtia koko ajan. Suurimmaksi ongelmaksi muodostui aiheen pitäminen riittävän suppeana, jotta opinnäytetyölle asetettu aikaraami ei kaksinkertaistuisi.

Kaikki haastateltavat henkilöt ovat kiireisiä ja paljon matkustavia musiikkialan ammattilaisia, joten myös kaikkien vastausten saanti haastatteluihin vei oman aikansa ja vaati järjestelyjä, mutta loppujen lopuksi kaikki vastaukset saatiin ajallaan paperille.

Työ oli itselleni erittäin miellyttävä tehdä, sillä noin kahdeksan vuoden työkokemus vastaavista töistä on tuonut vahvan tietopohjan opinnäytetyön aiheesta.

LÄHTEET

Antila, K. 2010 Muusikon lentomatkailun ABC. Riffi, 7/2010.

Argillander, T. & Martikainen, V. 2009. Musiikkiala 2009. Helsinki: Digital Media Finland Oy.

Digital Music Report 2012, 2012. International Federation of the Phonographic Industry (IFPI). Viitattu 12.1.2013. <http://ifpi.org/content/library/DMR2012.pdf>

eMarketer, 2012. Music Industry Stats. Viitattu 5.2.2013. www.grabstats.com/statcategorymain.aspx?StatCatID=9

Helsingin sanomien www-sivut, 2007. Muusikko tarvitsee työluvan USA:ssa. Viitattu 5.2.2013. www.hs.fi

Kaarlonen, M. 2016. Muusikko. Poets Of The Fall – yhtyeen perustajajäsen. Haastattelu 5.5.2016

Keskuskauppakamari. 2013. ATA carnet – tulliasiakirja väliaikaiseen vientiin. Viitattu 11.1.2013. <http://www.keskuskauppakamari.fi/Palvelut/Ulkomaankaupan-asiakirjat/ATA-carnet-tulliasiakirja>

Maatieto.netin www-sivut, 2013. Viitattu 5.2.2013. http://www.maatieto.net/venaja/toihin/tyoluvat_venajalle

Musex. 2009. Suomalaisen Musiikkiviennin Markkina-arvo ja rakenne 2009. Musex:n vuotuinen tutkimusraportti. Viitattu 14.1.2013. www.musex.fi

Musiikkituottajat – IFPI ry, 2013. Äänitteiden vuosimyynti. Viitattu 10.1.2013. <http://www.ifpi.fi/tilastot/vuosimyynti/>

Nieminen, J. 2001. Maailmanvalloituksen ongelmia. Muusikkojen liiton www-sivut. viitattu 11.5.2016. http://www.muusikkojenliitto.fi/muusikko/muusikko_2001/6-7_valloitus.html

Pelin, R. 2011. Projektihallinnan käsikirja. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy

Ruuska, K. 1999. Projekti hallintaan. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Silvonen, J. 2013. Suomalaisen musiikkiviennin markkina-arvo ja rakenne 2011-2012. Music Finlandin vuotuinen tutkimusraportti.

Suomalaiset Kulttuuri- ja Urheilutapahtumissa 2006. 2006. Teoksessa: Aikuiskoulutustutkimus 2006. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 9.1.2013. http://tilastokeskus.fi/til/aku/2006/05/aku_2006_05_2010-02-04_kat_001_fi.html

Suomen Jazz & Pop Arkisto, 2013. Suomalaisen populaarimusiikin historia - aikajana. Viitattu 5.2.2013. <http://www.jazzpoparkisto.net>

Taylor, N. 2016. Kiertuemanageri ja toimitusjohtaja. Taylor Global Solutions. Haastattelu 20.4.2016.

The American Music Business, 2010. Recording Industry Association of America (RIAA). Viitattu 10.1.2013. <http://www.riaa.org>

Tilastokeskuksen www-sivut, 2016. Viitattu 11.5.2016.
<https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/01/07/>

Tukiainen, O. 2016. Muusikko. Poets Of The Fall – yhtyeen perustajajäsen. Haastattelu 18.4.2016.

Vantaan Sanomien www-sivut 2013. Viitattu 10.1.2013.
<http://www.vantaansanomat.fi/artikkeli/191541-weekend-festivalille-sakot-ruuhkista>

World dataBank: World Development indicators. 2013. Finnish Infrastructure Communications: internet users (per 100 people). Viitattu 10.1.2013.
<http://databank.worldbank.org/ddp/home.do>