



**”Old & Romance –
vanhaikainenromanssi”
omakustannealbumin julkaisu
ja rahoitus**

Alina Sudenlehti

OPINNÄYTETYÖ
Maaliskuu 2020

Muusikko AMK
Musiikkiteatteri

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Muusikko AMK
Musiikkiteatteri

SUDENLEHTI, ALINA:

"Old & Romance – *vanhaikuinenromanssi*" omakustannealbumin julkaisu ja rahoitus

Opinnäytetyö 32 sivua, joista liitteitä 5 sivua
Maaliskuu 2020

Tämä kaksiosainen opinnäytetyö koostuu Old & Romance -yhtyeen debyyttialbumista *vanhaikuinenromanssi* ja tästä raportista.

Sävellys-, sanoitus- ja sovitus työ albumia varten alkoi vuonna 2013 ja albumi julkaistiin 10.10.2015. Jussi Sudenlehti oli kanssani kappaleiden sävellys-, sanoitus- ja sovitusvastuussa. Edellä mainittujen lisäksi toimin albumilla tuottajana, lauluvokalistina ja soitin useita instrumentteja. Päävastuussa tuottamisesta oli Tapani Rauha.

Opinnäytetyön raportti käsittelee ääniteteollisuutta, musiikin julkaisuun liittyviä tekijänoikeuksia ja niitä hoitavia instansseja Teostoa, Gramexia ja Nordisk Copyright Bureautta. Lisäksi raportissa käsitellään kyseisen albumin rahoitusta ja rahoituksen onnistumista. Lisäksi raportissa käsitellään yrityksen perustamista musiikkialalla.

Omakustannealbumin rahoittamiseksi myytiin keikkoja, mittatilauskappaleita ja hyödynnettiin vastikkeellista joukkorahoituspalvelua. Joukkorahoituskampanja toteutettiin alkuvuodesta 2015. Opinnäytetyössä pohditaan eri rahoitusratkaisuja.

Opinnäytetyön raportissa pohditaan omakustannealbumin julkaisun prosessia kokonaisuutena, prosessin lopputulosta ja sen vaatimaa työmäärää ja mahdollisuuksia ulkoistaa eri osia samanlaisesta prosessista tulevaisuudessa.

Asiasanat: omakustannealbumi, joukkorahoitus, folk-pop, musiikkiteollisuus

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Culture and Arts, Music
Option of Musical Theatre

SUDENLEHTI, ALINA:

Releasing and Funding of a Self-published Album *vanhaikuinenromanssi* by Old & Romance

Bachelor's thesis 32 pages, appendices 5 pages
March 2020

This thesis describes the process of releasing and funding a self-published album called *vanhaikuinenromanssi*, which translates as 'old eternal romance', by the band Old & Romance. The final project consists of a CD recording and a written report.

The purpose of this project is to share information about music industry in general and specifically to share knowledge with other artist or groups, who are thinking about releasing a self-published album. The report also explains how rewards-based crowdfunding campaign was used to fund the album.

Old & Romance's *vanhaikuinenromanssi* is an album in which the author composed, wrote lyrics and arranged all the music with the co-musician Jussi Sudenlehti. In addition, the author sang and played several instruments in this project.

The entire process of writing and rehearsing the songs began in 2013, recording sessions started late in 2014 and finally the album was released in October 2015.

Writing of the report happened later and was based on the author's own materials and notes and also other written materials.

Key words: self-publishing, album, folk-pop, music, music industry

SISÄLLYS

| | | |
|---|--|----|
| 1 | JOHDANTO | 5 |
| 2 | ÄÄNITETEOLLISUUS | 7 |
| | 2.1 Ääniteteollisuuden muutokset | 7 |
| | 2.1 Levy-yhtiöt Suomessa ja maailmalla | 8 |
| | 2.2 Levy-yhtiöiden ohjelmisto | 9 |
| | 2.3 Omakustanne vai levy-yhtiö? | 10 |
| | 2.3.1 Levy-yhtiöiden lähestyminen | 10 |
| | 2.3.2 Biografian laatiminen | 11 |
| | 2.4 Oma levy-yhtiö? | 11 |
| | 2.5 Yrityksen perustaminen musiikkialalle | 12 |
| | 2.5.1 Kevytyrittäjäyys | 12 |
| | 2.5.2 Toiminimiyrittäjäyys | 13 |
| 3 | TEKIJÄNOIKEUDET | 14 |
| | 3.1 Teosto | 14 |
| | 3.1.1 Teoston toimita | 14 |
| | 3.1.2 Teosto ja NCB -tallennuslupa | 15 |
| | 3.1.3 Teostoon kohdistuva kritiikki | 15 |
| | 3.2 Gramex | 16 |
| | 3.2.1 Ääniteilmoitus | 17 |
| | 3.2.2 Muusikko- ja taiteilijaosuudet | 17 |
| | 3.3 ISRC-koodi | 18 |
| 4 | ALBUMIN RAHOITTAMINEN JA BUDJETOINTI | 20 |
| | 4.1 Joukkorahoituskampanja | 20 |
| | 4.1.1 Joukkorahoituskampanjan suunnittelu ja aikataulu | 20 |
| | 4.1.2 Joukkorahoituskampanjan vastikkeet ja tulos | 21 |
| | 4.2 Albumin muu rahoitus | 22 |
| | 4.3 Budjetin suunnittelu ja onnistuminen | 22 |
| 5 | POHDINTA | 24 |
| | LÄHTEET | 26 |
| | LIITTEET | 28 |
| | Liite 1. Albumin kannet ja kuuntelulinkki | 28 |
| | Liite 2. Biografia | 29 |
| | Liite 3. Tiedote | 30 |
| | Liite 4. Ääniteilmoitus (Gramex, 2014) | 31 |
| | Liite 5. Markkinointimateriaali, postikortti | 32 |

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni on kaksiosainen, jonka toinen osa on Old & Romance -yhtyeen omakustannealbumi (LIITE 1) ja toinen tämä raportti. Opinnäytetyöni raporttiosa käsittelee Old & Romance -yhtyeen debyyttialbumin valmistumista, keskittyen ääniteteollisuuteen, tekijänoikeuksiin ja albumin rahoituspuoleen. En käsittele tässä raportissa yksityiskohtaisesti albumin nauhoitukseen liittyvää prosessia. Albumin nauhoitukset alkoivat joulukuussa 2014 ja päättyivät huhtikuussa 2015 ja albumi on opinnäytetyön taiteellinen osuus.

Idea albumista alkoi kesällä 2013, kun osa kappaleista oli saatu valmiiksi, ja niitä alettiin harjoitella keikkakuntoon. Sävellystyö alkoi siis jo yli kaksi vuotta ennen albumin julkaisua, ja albumi julkaistiin 10.10.2015 Turussa, Ravintola Soinnussa järjestetyssä levyjulkaisutilaisuudessa.

Omakustannealbumin rahoittamiseksi myimme mittatilauskappaleita, teimme keikkoja, ja käytimme joukkorahoituspalvelua, jossa myimme vastikkeita. Opinnäytetyössä pohdin eri rahoitusratkaisujen ja budjetoinnin onnistumista.

Toimin omakustannealbumilla säveltäjänä, sanoittajana, sovittajana, solistina ja muusikkona ja tuottajana, joten olin mukana kaikissa levynteon vaiheissa esituotannosta jälkituotantoon. Päävastuussa albumin tuottamisesta oli turkulainen tuottaja Tapani Rauha. Lisäksi mukana olivat yhtyeen muusikot Jasper Leppänen, Arto Ala-Jokimäki, Markus Kivivuori, Patrick Mellenius ja Sami Tupala, sekä vierailevina muusikkoina Daniel Levanti, Ilmari Aitoaho ja Nicolas Kivilinna.

Raportin toisessa luvussa käsittelen ääniteteollisuutta, levy-yhtiöitä ja niiden lähestymiseen liittyviä seikkoja sekä yrityksen perustamista musiikkialalla. Yrityksen perustamista sivuavissa kappaleissa keskityn kevytyrittäjyyteen ja toiminimiyrityksen perustamiseen.

Kolmannessa luvussa selvitän tekijänoikeuksiin liittyviä asioita ja instansseja. Näitä ovat musiikintekijöiden tekijänoikeusjärjestö Teosto, tallennuslupia

hallinnoiva Nordisk Copyright Bureau, eli NCB, ja äänitteillä esiintyvien muusikoiden ja musiikkituottajien tekijänoikeusjärjestö Gramex. Lisäksi kerron ääniteilmoituksen tekemisestä ja ISRC-koodien käytöstä.

Neljännessä luvussa käsittelen albumin rahoitusta ja budjettia. Albumia rahoitettiin pääosin joukkorahoituskampanjalla, keikkamyynnillä, mittatilauskappaleiden myynnillä ja pienellä sijoituksella. Joukkorahoituskampanja toteutettiin Mesenaatti.me-sivuston avulla alkuvuodesta 2015.

Viimeisessä luvussa pohdin omakustannealbumin julkaisun prosessia kokonaisuutena, prosessin aikana kohtaamiani haasteita sekä sitä, miten prosessi ja albumin rahoitus onnistui ja millainen lopputuloksesta tuli.

2 ÄÄNITETEOLLISUUS

2.1 Ääniteteollisuuden muutokset

Musiikkiteollisuudessa on kysymys ammattimaisesta ja suunnitelmallisesta musiikkikappaleiden ja niistä tehtävien esitysten tuottamisesta. Teollisuus yhdistetään käsitteenä usein raskaaseen teollisuuteen ja sitä kautta liukuhihnoihin ja tehtaisiin. Musiikkiin soveltaessa ainoastaan CD-monistamot ja muut painatuspaikat täyttäisivät teollisuuskriteerin, vaikka siinä vaiheessa, kun äänite on valmis monistettavaksi, se on käynyt läpi pitkän tuotantoprosessin. (Karhumaa, Lehtman, Nikula 2010.)

1900-luvun alusta ääniteteollisuuden kehitystä on ohjannut jatkuva pyrkimys parempaan äänentoistoon. Aikaisemmin formaattimuutokset perusteltiin sillä, että ne tarjoavat kuluttajille korkealaatuisempia äänityksiä, mutta tämä kehityssuunta näyttää tulleen tiensä päähän. Uusi digitaalitekniikka tarjoaisi mahdollisuuksia tuottaa äänenlaadultaan parempia tuotteita kuin CD-levyt, mutta suurta kuluttajajoukkoa näyttää miellyttävän enemmän digitaalinen äänenpakkaus kuin pyrkimys valiolaatuun *high-qualityyn*. (Gronow, 2013.) Tästä johtuen esimerkiksi Spotifyn kaltaisten streaming-palveluiden suosio on kasvanut ja vuonna 2013 digimyyntin osuus oli 36% musiikin kokonaismarkkinoista ja vuonna 2014 digimyyntin osuus nousi 51% äänitekaupan kokonaismarkkinoista (International Federation of the Phonographic Industry, 2015).

Huolimatta siitä, että suoratoistopalveluiden suosio on nousussa, markkinoilla on kuitenkin vielä kysyntää myös fyysisille äänitteille, joista eniten kysyntää on CD-levyillä. Myös Suomen markkinoilla on viime vuosina näkynyt maailmalta tuttu trendi, eli vinyylilevyjen teettämisen ja myynnin kasvu. Vinyyli on kuitenkin melko marginaalinen ilmiö, keskittyen pieniin painoksiin tai keräilykappaleisiin. Monet pienten levy-yhtiöiden artistit tai omakustanteen julkaisevat yhtyeet ovat viime vuosina julkaisseet pieniä vinyylipainoksia albumeistaan. (International Federation of the Phonographic Industry, 2015.)

Äänitemusiikin kuuntelu on murrosvaiheessa, jota luonnehtii useiden teknologioiden rinnakkaiselo. Lyhytaikaisia suoratoistopaleluita perustetaan ja kuopataan, Spotify ja muut suuret suoratoistopalvelut käyvät sopimusneuvotteluita levy-yhtiöiden ja musiikkijärjestöjen kanssa ja musiikkiteollisuuden toimijat innovoivat kilpaa uusia sovelluksia (Sandström & Liikanen, 2013). Tällä hetkellä musiikin käyttäjät ja digitaalisen jakelun tarjoajat ”hykertelevät tyytyväisyyttään”, sillä he ovat uuden musiikkijärjestyksen voittajia. Monelle muulle muutos on merkinnyt uhkaa ja menetettyjä asemia, kun musiikintekijät, tekijänoikeuksien haltijat, äänilevykaupat ja musiikkimedia ovat joutuneet vaikeuksiin. (Mäkelä, 2014.)

2.1 Levy-yhtiöt Suomessa ja maailmalla

Ääniteteollisuus on nykymuodossaan arvoneutraalisti kuvaten oligopolinen. Oligopolinen tarkoittaa niin harvojen myyjien hallitsemaa markkinatilannetta, että nämä voivat määrätä hinnan monopolin tavoin (Hosia, Keränen, Koukkunen 2006). Käytännössä vain neljä suurinta yhtiötä, Sony Music, Universal Music, Warner Music Finland, ja EMI Finland ovat hallinneet yli 80 prosenttia fyysisen ja digitaalisen äänitemyynnin markkinaosuudesta viime vuosina Suomessa (Musiikkituottajat - IFPI Finland ry, 2013). Suuria levy-yhtiöitä kutsutaan *major*-yhtiöiksi.

Suurien levy-yhtiöiden rinnalla toimii pieniä riippumattomia, eli ”independent” tai lyhyemmin ”indie”-yhtiöitä. Termi ”riippumaton” on tosin harhaanjohtava, sillä usein näitä pieniä yhtiöitä yhdistää nimenomaan riippuvuus muista yhtiöistä (Brusila, 2007). Ala näyttää kuitenkin pysyvästi polarisoituneen, sillä noin kolme neljäsosaa teollisuusmaiden äänitemyynnistä on kolmen suurimman monikansallisen yhtiön tuotantoa. Pienillä yhtiöillä on oma tilansa marginaalissa, mutta niiden on vaikea kasvaa, sillä menestyneimmät pienyhtiöt päätyvät ennemmin tai myöhemmin jonkin suuremman yhtiön omistukseen. (Gronow, 2013)

Suurien major-yhtiöiden valta-asemasta pienempiin yhtiöihin verrattuna kertoo sekin, että vuonna 2008 maailman viidenkymmenen myydyimmän levyn

joukossa oli ainoastaan kaksi levyä, jotka olivat jonkun riippumattoman yhtiön julkaisemia. Major/indie-asettelu ei ole Suomessa kuitenkaan artistin kannalta läheskään niin suuri kuin ulkomailla, sillä kotimaiset major-yhtiöt toimivat kansainvälisen hallinnon alla, ja pienten indie-yhtiöiden etu on kevyempien rakenteidensa vuoksi joustava ja ketterä toiminta. Toisaalta monikansalliset yhtiöt voivat panostaa useaan artistiin kerralla suurempien resurssiensa puitteissa. (Keränen, 2009.)

2.2 Levy-yhtiöiden ohjelmisto

Äänilevymusiikin suosio perustui 1900-luvun alussa siihen, että kuluttajilla oli ensi kertaa mahdollisuus kuunnella tunnettujen artistien esityksiä kotonaan. Levyillä julkaistiin muista yhteyksistä tuttua musiikkia. 1920-luvulla amerikkalaisperäiset tanssityylit yleistyivät ja populaarimusiikki alkoi muuttua kansainvälisemmäksi. 1940-luvulla swing teki tunnetuksi amerikkalaista tanssimusiikkia ja 1960-luvun rockaalto loi uusia populaarimusiikin maailmantähtiä.

Alkuvuosien äänilevyillä julkaistiin ensisijaisesti tunnettujen taitelijoiden tunnettuja esityksiä, mutta tuotannon kasvaessa levy-yhtiöt alkoivat käyttää myös studio-orkestereita, jotka eivät sellaisinaan esiintyneet julkisuudessa. Nauhurien suosion kasvaessa alkoi tulla yleiseksi, että äänilevy-esitykset koottiin studiossa tehdyistä otoksista pala palata, eikä äänite ollutkaan enää dokumentti musiikkiesityksestä. 1970-luvun rock-levyillä oli jo yleistä julkaista sellaista musiikkia, jonka esittäminen konserteissa oli teknisesti mahdotonta. Pääosin äänitteet ovat kuitenkin säilyttäneet läheisen yhteyden elävään musiikkiin

Nykyään populaarimusiikin kansainvälisistä tähdistä on tullut äänitetuotannon tunnetuin osa, mutta tosiasiaa useimmissa maissa noin puolet myydyistä äänitteistä on edelleen paikallista tuotantoa, vaikka sillä ei ole samanlaista näkyvyyttä kuin kansainvälisellä ohjelmistolla (Gronow, 2013). Esimerkiksi vuonna 2014 Suomen kymmenen myydyimmän albumin listalta löytyi vain yksi ulkomaalaisen yhtyeen albumi, AC/DC:n Rock or Bust, joka sijoittui listalla yhdeksänneksi. Paremmiin listalle sijoittuivat muun muassa koko vuoden myydyin

albumi, Robinin 16 ja kaksi Vain Elämää -viihdesarjan kokoelma-albumia. (Iskelmä.fi.)

2.3 Omakustanne vai levy-yhtiö?

Omakustannelevy on äänite, joka on yhtyeen tai artistin itsensä rahoittama. Termi on lainattu musiikkiteollisuuteen kirjallisuusmaailmasta. Musiikkimaailmassa oli aiemmin vallalla ajatus, jonka mukaan omakustanneäänitteitä tuottavat vain ne, jotka eivät kelpaa levy-yhtiöille taitojensa puolesta. Äänitystekniikan kehityksen, musiikin digitalisoitumisen ja äänitteiden jakelukanavien muuttumisen myötä yhtä useampi suomalaisartisti osallistuu äänitteensä tuotantokustannuksiin tai julkaisee äänitteen täysin omakustanteisesti. (Salo, 2010.) Esimerkiksi 2000-luvun alussa yhtyeen oman biografian mukaan Don Johnson Big Bandin kulttiklassikoksi noussut debyyttialbumi myi omakustanteisesti lähes 10.000 kappaletta, ja sitä on pidetty yhtenä kaikkien aikojen myydyimpänä omakustanteena. Sen jälkeen Don Johnson Big Band solmi sopimuksen suuren monikansallisen yhtiön kanssa ja on noussut yhdeksi Suomen suosituimmista yhtyeistä. (recordsareforever.com, 2014.)

2.3.1 Levy-yhtiöiden lähestyminen

Old & Romance lähestyi demolla, biografialla ja infokirjeellä noin kahtakymmentä levy-yhtiötä, joista noin puolet vastasi yhteydenottoon. Tiedossa oli, ettei suuremmilla levy-yhtiöillä ole juurikaan kiinnostusta vasta vuoden vanhaa yhtyettä kohtaan, sillä yleensä ne ovat kiinnostuneita jo vankan ja laajan fanipohjan omaavista yhtyeistä. Alalla vallitsevan käsityksen mukaan levy-yhtiöt ostavat yhä useammin fanipohjan, eivät välttämättä musiikkia.

Saimme muutaman kiinnostuneen vastauksen pienemmiltä levy-yhtiöiltä, mutta päädyimme siitä huolimatta julkaisemaan levyn omakustanteisesti, sillä tuote – albumi – oli jo valmis masterointia myöten, ja pienten levy-yhtiöiden rajalliset markkinointikanavat huolestuttivat. Pohdimme, jaksaisiko joku sivutoimista

musiikkibisnestä pyörittävä pienyrittäjä panostaa levyymme yhtä antaumuksella kuin me itse. Oletimme, että meillä on yhtä suuret resurssit ja kanavat käytössämme, vaikka painamme ja julkaisemme albumin itse. Kilpailutimme eri levypainoja yksityishenkilöinä ja valitsimme suositusten perusteella suomalaisen Data-mate yhtiön monistamaan esikoisalbumin ensipainoksen.

2.3.2 Biografian laatiminen

Laadin ensimmäisen biografian Old & Romance –yhtyeelle, kun lähetimme ensimmäisen demokappaleemme Uuden Musiikin Kilpailuun alkusyksyllä 2014. Ensimmäistä biografiaa kasvatettiin ja muokattiin vuoden aikana eri yhteyksiin sopivaksi, kun sitä tarvittiin esimerkiksi sosiaaliseen mediaan, saatteeksi tai mediatiedotteeseen (LIITE 2).

Levy-yhtiölle lähetetyssä biografiassa yritettiin huomioida uutismainen ja tiedotteenomainen ote, jossa tärkeimmäksi priorisoidut tiedot löytyisivät heti biografian alusta, kuitenkin biografialle ominaisesti myös kronologinen järjestys pyrittiin säilyttämään. Biografia liitettiin myös medialle lähetettävän levynjulkaisutiedotteen (LIITE 3) mukaan.

2.4 Oma levy-yhtiö?

Prosessin aikana ilmoille nousi myös ajatus oman levy-yhtiön perustamisesta, mutta se ei vielä ensimmäisen levyn ensipainoksen kohdalla tuntunut olevan tarpeen. Aika pian kävi selväksi, että esimerkiksi koko ajan lisääntyvien laskutusasioiden hoitaminen oli hankalampaa ilman yhtiötä tai esimerkiksi toiminimeä. Asia nousi usein esiin myös muiden pienten paikallisten yhtyeiden jäsenten kanssa keskustellessa, ja innokkaimmat olivat lähdössä perustamaan yhtiötä yhdessä, mutta yhteistyön alkaminen ei vielä kantanut ajatustenvaihtoa kauemmaksi. Yritystoiminnan aloittamista lykättiin myös siitä syystä, että vaikka yrityksen kautta toimiminen saattaisi virtaviivaistaa ja selkeyttää toimintaa, se vaikuttaa radikaalisti siihen, miten sosiaaliturva, kuten eläke, jatkossa kertyy (Pokkinen, 2015)

Muutama kuukausi *vanhaikainenromanssi*-albumin julkaisun jälkeen perustin toiminimiyrityksen Bend Music, josta tuli musiikkikentän eri muotoja yhdistävä yhtiö, joka alkoi tarjota esimerkiksi miksaus- ja äänityspalveluita, tapahtumajärjestämistä soiton-, laulun- ja tulkinnanopetusta sekä laitevuokrausta.

2.5 Yrityksen perustaminen musiikkialalle

Tässä luvussa käsittelen kahta helpointa tapaa toimia yrittäjänä musiikkialalla: kevytyrittäjyyttä sekä toiminimiyrittäjyyttä.

2.5.1 Kevytyrittäjyys

Kevytyrittäjää ei verotuksellisesti lasketa yrittäjäksi, eikä lainsäädäntö tunne termiä, mutta työttömyysturvan kannalta kevytyrittäjät lasketaan yrittäjiksi - joko pää- tai sivutoimisiksi. Kevytyrittäjyys on erilaisten laskutuspalveluiden käyttöä, ja se on lisääntynyt viime vuosina tasaiseen tahtiin. Kevytyrittäjä on siis laskutuspalvelun asiakas. Kevytyrittäjyyden suurimmat edut ovat riskittömyys ja helppous: Kevytyrittäjän ei tarvitse huolehtia yrittäjyyteen liittyvästä kirjanpidosta, verotuksesta ja muusta byrokratiasta. Kevytyrittäjänä saadut tulot verotetaan henkilöverotuksessa progressiivisesti muun palkkatulon ohella.

Kevytyrittäjyys on helppo tapa testata omaa yritysidea, eikä sitä varten tarvitse omaa y-tunnusta. Se on oikein toimiva vaihtoehto esimerkiksi silloin, jos laskutettavia töitä on hyvin vähän tai satunnaisesti. (Silén, 2019.)

Kevytyrittäjä joutuu jakamaan aina ansioitaan laskuttavan yrityksen kanssa, joka yrityksestä riippuen ottaa itselleen laskutettavasta summasta esimerkiksi viisi prosenttia. Kevytyrittäjä ei ole myöskään oikeutettu pienyrittäjälle tarkoitettuihin veroetuuksiin, kuten arvonlisäveron alarajahuojennukseen, jota voi saada pienen liikevaihdon perusteella.

2.5.2 Toiminimiyrittäjyys

Toiminimen perustaminen on helppoa: Toiminimen perustamisilmoituksen voi täyttää helposti verkossa, ja perustamisilmoitus kaupparekisteriin maksaa (vuonna 2020) 60 euroa. Toiminimiyrittäjä saa oman Y-tunnuksen, jonka kautta saa veroetuuksia, kuten arvonlisäveron alarajahuojennuksen, josta lisää alempana. Y-tunnus mahdollistaa myös sen, että kaikki liiketoiminnan kulut voi vähentää täysimääräisesti verotettavasta ansiotulosta. Muusikkona esimerkiksi soitinhankinnan, nuotit, esiintymisvaatteet yms. voi vähentää toiminimen verotuksessa kokonaan. Toiminimiyrittäjyys on kevytyrittäjyyteen verrattuna sikäli kannattavampaa, että omaan käteen jää enemmän rahaa, kun tuloja ei tarvitse jakaa laskuttavan yrityksen kanssa.

Toiminimenä toimiessa, kuten muissakin yritysmuodoissa (pl. kevytyrittäjyys) on välttämätöntä ymmärtää muutamia asioita verotuksesta ja kirjanpidosta - ammattitaitoinen kirjanpitäjä on tässä kohtaa korvaamaton apu, jos ei itse ole aikaa tai rahkeita selvittää kaikkea itse – eikä kaikki tieto ole kovin helposti aina löydettävissäkään. Kirjanpitäjä osaa auttaa monissa yrittäjyyteen liittyvissä asioissa: Kirjanpitäjältä voi tarkistaa, mitkä kulut vähennetään minkäkin suuruisella prosentilla (esimerkiksi edustuskulut, kokouskulut) ja kuinka iso osa esimerkiksi puhelinlaskusta voidaan jyvittää yrityksen kirjanpitoon, jos sama puhelinliittymä on henkilökohtaisessa käytössä, mutta sillä hoidetaan myös yrityksen asioita, tai mikä on arvonlisäverovelvolliselle kulloiseenkin tilanteeseen oikea alv-prosentti.

Toiminimiyrittäjä vastaa tekemistään sopimuksista ja sitoumuksista henkilökohtaisella omaisuudellaan, kun taas osakeyhtiössä riskit rajoittuvat vain itse sijoitettuihin pääomiin. Toiminimiyrittäjyydessä riski on siis erilainen. Toiminimen perustaminen tekee ihmisestä aina yrittäjän, ja Kela TE-toimisto arvioi aina tapauskohtaisesti, miten toiminimiyrittäjyys vaikuttaa työttömyystukiin ja muihin sosiaalietuuksiin.

3 TEKIJÄNOIKEUDET

Aineettomat oikeudet ja tekijänoikeudet ovat olleet viime vuosina kuumimpia puheenaiheita musiikin tuotantoon ja kulutukseen liittyen. Tekijänoikeuksien mukaan tilitettävät korvaukset ovat niin säveltäjien, sanoittajien, esittäjien kuin tuotanto- ja jakeluyhtiöidenkin taloudellinen ehto. Oikeuksien hallinta on noussut keskeisemmäksi musiikkiteollisuuden osa-alueeksi kuin itse äänitteiden tuotanto. Tekijänoikeuksista on säädetty Suomessa erillisellä Tekijänoikeuslailla. (Kärjä, 2007.) Teokset nauttivat tekijänoikeuslain suojaa ja teosten tekijöiden oikeudet on otettava huomioon äänitteen valmistusprosessissa (Gramex, 2011).

3.1 Teosto

Säveltäjien Tekijänoikeustoimisto, Teosto ry on säveltäjien, sanoittajien ja sovittajien sekä musiikin kustantajien tekijänoikeusjärjestö. Liittyminen Teostoon on maksullista, mutta vuosittain Teosto on tarjonnut myös ilmaista liittymistä esimerkiksi Uuden Musiikin Kilpailuun osallistumisen yhteydessä (Salo, 2010).

3.1.1 Teoston toimita

Kaikkien Old & Romancen debyyttialbumin kappaleiden tekijänoikeuksien hallinnoinnista vastaa Teosto, joka on aatteellinen ja voittoa tavoittelematon musiikintekijöiden järjestö. Valtaosa suomalaisista ammattimaisista musiikintekijöistä on valinnut kumppanikseen Teostoon, vaikka Teostoon kuuluminen ei ole pakollista. Suurella tekijänoikeusjärjestöllä on kuitenkin enemmän neuvotteluvoimaa ja yksittäisellä musiikintekijällä. Teosto tavoittelee hyviä edellytyksiä luovalla alalla työskentelemiseen (Teosto, 2015).

Musiikintekijöiden lisäksi musiikin käyttäjät voivat olla Teoston kumppaneita. Esimerkiksi radiot, konsertti- ja tapahtumajärjestäjät ja suoratoistopalvelut toimivat yhteistyössä Teoston kanssa. Näiltä käyttäjiltä kerätyt korvaukset Teosto tilittää asiakkaina oleville musiikintekijöille ja kustantajille. (Teosto, 2015.)

3.1.2 Teosto ja NCB -tallennuslupa

Teosto ja NCB hallinnoivat sävelteosten tallentamista äänitteille ja audiovisuaalisiin tuotantoihin ja myöntää tallentamisluvat. NCB (Nordisk Copyright Bureau) on Teoston ja sen Pohjoismaissa toimivien sisarjärjestöjen yhteinen järjestö, joka hallinnoi musiikin tallentamisoikeuksia Pohjoismaissa ja Baltiassa. (Teosto, 2015). Äänitteen tallennuslupa haetaan NCB:ltä, kun levyn master-versio on monistuskelpoinen. Tallennuslupahakemus voidaan täyttää sähköisesti reisteröitymällä NCB:n verkkokäyttäjäksi. Tuottajalla on oltava kaikki alkuperäisten tekijöiden luvat ennen hakemuksen täyttämistä. Tallennuslupahakemusta varten pitää valmiina löytyä myös Gramexin myöntämä tuottajanumero, ISRC-koodit kullekin kappaleelle ja äänitteen tallennuskoodi, kappaleiden viralliset kestot nimineen, tekijätietoineen sekä albumin nimi. (Salo, 2010).

Äänitteen tuottaja maksaa äänitteestä tallennuskorvauksen, joka päättyy äänitteen musiikin tekijöille (Salo, 2010). Jos tuottaja ja tekijät ovat täysin samat, eli tekijä julkaisee vain omaa musiikkiaan itse tuottamallaan levyllä, tuottaja voi saada maksuttoman tallennusluvan edellyttäen, että kaikki sävellykset, sanoitukset ja sovitukset ovat tuottajan omia ja tuottaja on yksityishenkilö ja joukko yksityishenkilöitä. Maksuton tallennuslupa koskee enintään 1000 kappaleen ensipainosta äänitteestä. (Käytännön opas äänitetuottajalle, 2011.)

Myönnetty tallennuslupa antaa äänitteen tuottajalle luvan tallentaa äänitteelle hakemuksessa mainitut teokset ja monistaa äänitettä sen verran kuin hakemuksessa on mainittu. Lisäksi tuottajalla on oikeus levittää äänitettä myymällä tai jakamalla sitä ilmaiseksi (Rytmi-manuaali, 2014).

3.1.3 Teostoon kohdistuva kritiikki

Teostoon kohdistuu myös paljon kritiikkiä. Muun muassa se, että Tekijänoikeuslaki mahdollistaa sen, että Teosto kerää tekijänoikeusmaksut myös niiden oikeudenhaltijoiden puolesta, jotka eivät ole Teoston asiakkaita, on herättänyt paljon närää ja ihmetystä. Teosto ei myöskään maksa

pelimusiikintekijöille pelimusiikista keräämiään rahoja, vaan ne menevät Teoston yleiseen jakopottiin. (Pitkänen, Taloussanomat, 2012.) Myös Teoston läpinäkyvyyttä tai lähinnä sen puutetta on kritisoitu:

”Määrävässä markkina-asemassa olevan tahon on lain mukaan täytettävä läpinäkyvyysvaatimus. Miksi kukaan ei vaadi Teostolta selvitystä kenelle menevät rahat, jotka esimerkiksi tyhjän levyn maksuina ja muista massakannoista peritään? Ei siihen saa kelvata vastauksena ympärilyöreä toteamus yleisestä jako-osuudesta, niin kauan kuin Teoston johto itse voi sen määritellä. ELVIS ry:n selvitysten mukaan v. 2000 tilityksistä 70 % Teoston keräämästä rahasta katosi ulkomaisille kustantajille. Suomalaiset tekijät jakoivat ulkomaisten tekijöiden kanssa pelkkiä muruja.” (Erkki Puumalainen, 2004)

Poptori Oy:n toimitusjohtaja avasi julkisen keskustelun Teostoa kohtaan vuonna 2004. Puumalaisen kysyy julkaisemassaan tekstissä, mihin Teoston jakoperuste perustuu, miksi toiminta on niin jähmeää ja organisaatio pöhöttynyt ja toimimaton. Selkeitä vastauksia kysymyksiin ei koskaan esitetty.

Muutaman vuoden välein mediat tarttuvat johonkin Teoston epäselvään sääntöön ja ohjeeseen. Viimeisimpänä vuoden 2015 keväänä kohistiin katusoittajien lupa-asioista. Valtakunnan päämediat riepottelivat Teostoa parhaavin otsikoin: ”Artisti maksaa katusoitostakin!”, ”Maksu vähintään 40 euroa – Teosto: Katusoittoon tarvitaan aina lupa” (YLE, 2.5.2015, Helsingin Uutiset, 4.5.2015). Todellisuudessa Teosto ei kuitenkaan ratsaa katusoittajia, eivätkä näin ollen vaadi näiltä lupia soittamiseen (Rask, 2015).

3.2 Gramex

Gramex on myös tekijänoikeusjärjestö, mutta Teoston ajaessa musiikintekijöiden asiaa, Gramex toimii esittävien taiteilijoiden ja äänitteiden tuottajien tekijänoikeusyhdistyksenä edustaen yli 50 000 kotimaista esittävää taiteilijaa ja äänitteiden tuottajaa. Lisäksi se palvelee noin 30 000 musiikkia käyttävää yritystä tai yhteisöä. (Salo, 2010, Gramex, 2015.)

Kun CD-levyä tai muuta äänitemusiikkia esitetään julkisesti, kerätään Gramex-korvauksia. Korvauksia kerätään myös silloin, kun äänitemusiikkia tallennetaan muuhun kuin yksityiskäyttöön tai kun musiikkivideoita esitetään julkisesti. Korvauksia maksavat muun muassa radioasemat, taustamusiikkia soittavat kaupat, laitokset ja ravintolat, taustamusiikkikoosteiden tallentajat ja av-tuottajat.

3.2.1 Äänite ilmoitus

Äänitteen tuottaja tekee Gramexille tuotannosta äänite ilmoituksen (LIITE 4), joka tulee palauttaa viimeistään äänitteen julkaisun kuukautta seuraavan kuukauden loppuun mennessä. Äänite ilmoituksen perusteella Gramex lähettää mahdollisille uusille tekijöille automaattisesti asiakassopimukset, joiden myötä kaikki tekijät saavat omat Gramex-tunnukset. (Gramex, 2015.) Äänite ilmoituksessa on jokaisen esiintyjän kohdalla mainittava, esiintyykö hän solistina, kapellimestarina vai tuottajana ja montako taiteilijaosuutta hän on esittänyt (Salo, 2010). Äänite ilmoitukseen merkitään myös kappalekohtaisesti levykoodi, uran numero, äänitysvuosi, kappaleen nimi, ISRC-koodi (Rytmi manuaali, 2014).

Äänitteen keräämät korvaukset jaetaan ensin puoliksi äänitteen tuottajan ja muusikoiden kesken. Muusikko-osuuksien perusteella korvaukset jaetaan äänite llä esiintyvien taiteilijoiden kesken (Rytmi manuaali, 2014).

3.2.2 Muusikko- ja taiteilijaosuudet

Muusikko-osuudet merkitään siis äänite ilmoitukseen aina kunkin kappaleen kohdalta erikseen. Jakotapa muusikko-osuuksissa voi vaihdella tilanteesta riippuen. Tilanteessa, jossa yhtyeessä on solisti tai sooloartisti sekä taustabändi, merkitään solistille yleensä 1 kappale solistiosuuksia ja kullekin taustabändiläiselle muusikko-osuuksia sen mukaan, montako stemmaa kukin on soittanut kappaleeseen. Mikäli kyseessä on selvästi bändi, voidaan osuuksista tehdä tasajakosopimus, eli kaikki saavat yhtä paljon korvauksia kustakin

kappaleesta. Tasajakosopimus toimitetaan kirjallisesti Gramexiin ja siitä tulee löytyä kaikkien osallisten allekirjoitukset. (Rytmimanuaali, 2014, Gramex, 2015.)

Soitettujen stemmojen perusteella muusikko-osuuksien jakaminen voi kuitenkin vääristää tilitysten jakoa suhteessa soittajien panoksen merkitykseen. Gramex ohjeistaa, että ääniteilmoitukseen tulee laittaa todellinen tilanne siitä, mitä studiossa on tapahtunut. (Gramex, 2015.)

Old & Romancen *vanhaikuinenromanssi*-albumin jakoperiaatteen luominen sujui suhteellisen ongelmattomasti, sillä studiossa pidettiin kirjaa kunkin soittajan ja solistin suorituksista alusta alkaen.

3.3 ISRC-koodi

ISRC-koodi (International Standard Recording Code) on 12-merkkinen kappalekohtainen kansainvälisen koodijärjestelmän mukainen tunnistenumero, joka helpottaa kappaleiden tekijöiden oikeuksien valvomista, tekijänoikeuskorvausten tilittämistä ja radiosoittojen raportointia (Rytmimanuaali, 2014). Koodijärjestelmä perustuu Kansainvälisen Standardisointiliiton hyväksymään standardiin. Tunnistenumeron avulla luodaan puitteet myös kansainvälisesti kattavaan tallenteiden EDI-rekisteröintiin ja luettelointiin. (Salo, 2010). ISRC-koodia varten tarvitaan tuottajanumero, jonka voi hakea IFPI:ltä. Vuonna 2015 tuottajanumero maksoi 50 euroa (sis alv 24%) (IFPI, 2015).

ISRC-koodit tallennetaan äänitteeseen sähköisesti, kun äänitettä masteroidaan ja koodia käytetään kaikissa digitaalisissa äänitejulkaisuissa. IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) suosittelee, että ISRC-koodit painettaisiin kaikkiin tuotepakkauksiin (Musiikintuottajat ry, IFPI, 2015).

Tuottaja antaa kappaleille ISRC-koodit, ja tuottaja on myös velvollinen ylläpitämään tiedostoa antamistaan ISRC-koodeista, jotta sujuva numerointi olisi mahdollista. ISRC-koodi rakentuu aina samanlaisesti: Alussa on kaksikirjaiminen maatunnus (esim FI), sitten tuottajakoodi, äänitteen

julkaisemisen vuosiluku ja juokseva numerointi. (Rytmimanuaali, 2014.) Old & Romancen debyyttialbumin ensimmäisen kappaleen ISRC-koodiksi muodostui siis FI-ORO-15-00001, toisen FI-ORO-15-00002 jne. Koodin juokseva numerointi alkaa vuosittain alusta (Rytmimanuaali, 2014).

Projektissamme ulkoistimme ISRC-koodien master-levyyn upottamisen, joka tehtiin levyjen monistuksen ja painamisen yhteydessä.



Kuva 1. Albumin grafiikkaa.

4 ALBUMIN RAHOITTAMINEN JA BUDJETOINTI

Musiikin tekeminen edellyttää pääomainvestointeja ja rahoitusta. Pääomainvestoinnit liittyvät tuotannolliselta kannalta kiinteisiin hankintoihin, kuten studioihin, äänentoisto- ja valaistuslaitteisiin ja instrumentteihin. Pääomainvestoinnille on tyypillistä, että hankintaa voidaan hyödyntää useaan otteeseen. Rahoitus taas liittyy yksittäisen albumin tuotantokustannuksiin (Karhumaa ym, 2000). *Vanhaikuinenromanssi*-albumia rahoitettiin joukkorahoituksella ja riskirahoituksella, johon kerättiin varat keikkamyynnistä ja vetovastuussa olevien omasta pussista.

4.1 Joukkorahoituskampanja

Valitsin Old & Romancen vanhaikuinenromanssi-albumin joukkorahoituspalveluksi Mesenaatti.me:n, joka on Suomen suurin yhteisörahoituspalvelu. Joukkorahoituksessa ihmiset voivat yhdessä osallistua jonkin hankkeen rahoittamiseen. Vastikkeellisessa joukkorahoituksessa rahoittajat saavat ostaa hankkeeseen liittyviä vastikkeita, kuten palveluita, elämyksiä tai hankkeen lopputuotteita etukäteen. Joukkorahoituskampanjoilla on aina minimimitavoite. Mikäli minimimitavoite ei täyty, rahat palautuvat rahoittajille. (Mesenaatti.me, 2019.)

Old & Romancen debyyttialbumin joukkorahoituskampanjan tiedot ovat yhä Mesenaatti.me -sivuilla: <https://mesenaatti.me/old-romancen-debyyttialbumi/>

4.1.1 Joukkorahoituskampanjan suunnittelu ja aikataulu

Joukkorahoituskampanjan kestoksi valikoitui puolitoista kuukautta alkuvuonna 2015 ja olin yksin vastuussa joukkorahoituskampanjan suunnittelusta ja toteutuksesta. Käytin joukkorahoituskampanjassa mahdollisimman valmiina olevia materiaaleja, jolloin vastikkeiden kuvituskuviksi valikoituvat aiemmin otetut levyn promokuvat ja hyödynsin myös aiemmin valmisteltua biografiaa ja mediatiedotetta. Joukkorahoituskampanja alkoi 13.1.2015 ja päättyi 1.3.2015. Mesenaatti.me suosittelee omissa ohjeistuksissaan, että

joukkorahoituskampanjan sopiva kesto on noin 3-6 viikkoa. (Mesenaatti.me. 2019)

Joukkorahoituksen minimimitavoittemme oli 1000 euroa, joka on myös Mesenaatti-joukkorahoituspalvelun määräämä minimimitavoite kaikille alustalla toteutettaville joukkorahoituskampanjoille. *Vanhaikuinenromanssi*-omakustanteelle riitti alustan minimimitavoite, sillä projektin toteutuminen ei ollut riippuvainen joukkorahoituskampanjan onnistumisesta.

4.1.2 Joukkorahoituskampanjan vastikkeet ja tulos

Joukkorahoituspalvelussa myytiin albumin digitaalista latauskoodia, kutsuja levynjulkaisukeikalle, valmista albumia kotiin toimitettuna eri kokoisissa erissä, albumia ja keikkakutsua pakettina, mittatilauskappaleita, yksityiskeikkoja duona ja koko bändin kanssa, mittatilauskappaletta ja yksityiskeikkaa pakettina sekä ylimesenaatin arvonimeä. Eniten vastikkeista ostettiin albumia.

Joukkorahoituskampanjaan osallistui yhteensä 26 rahoittajaa ja joukkorahoituskampanjan kautta kerättiin 1275 euroa, joka riitti vastikkeiden omien kulujen sekä Mesenaatti.me:n provision ja transaktiomaksujen jälkeen kattamaan hienosti osan omakustannealbumin kustannuksista.



Kuva 2. Old & Romancen promokuva (Kuva: Jasmin Rauha)

4.2 Albumin muu rahoitus

Joukkorahoituskampanjasta kerätty tuotto ei riittänyt kattamaan kaikkia omakustannealbumista koituneita kuluja. Lisää tuottoa saatiin muutamasta mittatilauskappaleesta ja bändin ydinkaksikon sijoitettua muutamia satoja euroja omaa rahaansa projektiin. Lisäksi bändissä sovittiin yhteisesti, että keikkapalkkioita käytetään kattamaan omakustannealbumin menoja.

4.3 Budjetin suunnittelu ja onnistuminen

Suunnittelin budjettia etukäteen huolellisesti ja mietimme yhteisesti eri rahoitusvaihtoehtoja. Koska halusimme pitää alkuperäisestä aikataulusta kiinni, vaikka budjetti eläisi matkan varrella, sovimme, että esimerkiksi keikkapalkkioiden käyttämisestä kustannusten kattamiseksi sovitaan lopullisesti vasta matkan varrella, kun lopullinen budjetti on tarkentunut ja esimerkiksi joukkorahoituskampanjan onnistumisesta on varmuus.

Ylläpidin budjettia Excel-tiedostossa ja täydensin ja korjasin sitä prosessin aikana useamman kerran. Kaiken kaikkiaan budjetointi ja omakustannealbumin raha-asiat olivat balanssissa.

5 POHDINTA

Omakustannealbumin julkaisu oli pitkäjänteinen ja hyvin opettava kokemus, jonka aikana opin paljon projektinhallinnasta, aikatauluttamisesta, tuottamisesta, joukkorahoituksesta, musiikkiteknologiasta, musiikkimedioista ja ääniteteollisuudesta.

Prosessin aikana opin paljon myös siitä, mitkä asiat kannattaa ulkoistaa siitä huolimatta, että ne olisi mahdollista opetella tekemään itse. On tilanteita, joissa omaa aikaansa kannattaa ajatella rahana, ja miettiä, haluaako käyttää 200 tuntia aikaansa levykansien grafiikan ja taiton parissa, vai haluaako maksaa jollekin 800 euroa siitä, että työ on tehty kahdessa päivässä.

Prosessissa ulkoistimme kansien grafiikan ja taiton, levyjen painatuksen, ISRC-koodien upotuksen, promokuvat, musiikkivideon kuvaamisen ja editoinnin, osan nauhoituksista, albumin miksaamisen ja masteroinnin, itsesuunniteltujen julisteiden ja mainoskorttien (LIITE 4) painatuksen. Tulevaisuutta ajatellen hoitaisin jatkossa itse suuremman osan nauhoituksista, mutta ulkoistaisin esimerkiksi albumin markkinoinnista ja promootiosta suuremman osan.

Omakustannealbumin valmistaminen koko prosessia ajatellen vahvisti myös päätöstä perustaa myöhemmin oma yritys, jonka kautta jatkossa olisi helpompi tehdä sopimuksia ja hoitaa saatavia ja maksettavia laskuja. Perustin Bend Music -nimisen toiminimiyrityksen muutamaa kuukautta levyn julkaisun jälkeen.

Projektin lopputulos, valmis albumi, julkaistiin levynjulkaisujuhlassa Ravintola Soinnussa. Soinnussa oli viikon aikana tarjolla myös yhtyeen nimeä kantava kolmen ruokalajin menu, joka tarjoiltiin myös levynjulkaisujuhlan kutsuvieraille ja muille osallistujille. Lisäksi levynjulkaisuviikolla Old & Romance esiintyi Levykauppa X:ssä ja järjesti muuta pientä ohjelmaa levyn ympärille. Julkaisuviikko ja järjestämämme tapahtuma Ravintola Soinnussa olivat onnistuneita.

Koko yhtyeemme oli tyytyväinen omakustanteena julkaistun *vanhaikuinenromanssi*-debyyttialbumin lopputulokseen. Albumi sai jonkin verran radiosoittoa valtakunnallisesti ja paikallisesti ja se sai jonkin verran huomiota myös eri medioissa. Lisäksi teimme albumin myötä useita hyviä keikkoja, joiden vastaanotto oli niin ikään positiivista.

Albumi sai muun muassa tällaisia arvioita:

”7-henkinen bändi tarjoaa taitavaa musiikillista vaihtelevuutta, ja tyylilajiaitoja ylitetään taipuisasti. Suomenkielisellä pop-folk svengauksella etenevät laulut ottavat kevyttä kontaktia myös bluesiin ja jazziin” (VOIMA-lehti)

”Kappaleet eivät ole yksinkertaisia rallatuksia, vaan ne vaativat niin esittäjältään kuin kuulijoiltaan paljon” (Raumalainen)

”Levy on vahva avaus, jolla on hyvä lähteä valloittamaan suurta yleisöä” (Sydän-Satakunta)

”Kohtalokkuuden, surumielisyyden ja juurevuuden yhdistävä Old & Romance haluaa luoda jotain uutta ja ainutkertaista” (Aamulehti)

Opinnäytetyöni, omakustannealbumi *vanhaikuinenromanssi* oli kaiken kaikkiaan onnistunut, vaikkakin todella työläs ja samalla opettava projekti. Onnistunut projekti lisäsi uskoa ja motivaatiota tulevaan muusikkouteen.

LÄHTEET

Aho, Marko ja Kärjä Antti-Ville (toim.) Populaarimusiikintutkimus. Tampere: Vastapaino.

Brusila, Johannes. 2007. Musiikkiteollisuus. Teoksessa Aho, Marko ja Kärjä Antti-Ville (toim.) Populaarimusiikintutkimus. Tampere: Vastapaino.

Gronow, Pekka. 2013. 78 kierrosta minuutissa – Äänilevyn historia 1877-1960. Suomen Jazz & Pop Arkisto.

Hopi, Anna, 2015. Robinin 16-levy oli vuoden 2014 myydyin albumi – katso TOP 10. Iskelmä, Uutiset. Luettu 24.2.2020
<http://www.iskelma.fi/musiikki/robinin-16-levy-oli-vuoden-2014-myydyin-albumi-katso-top-10/1/11007>

IFPI, 2014. International Federation of the Phonographic Industry. Luettu 24.2.2020.
<https://www.ifpi.org/resources-and-reports.php>

Karhumaa, Mika; Lehtman, Ida & Nikula, Jone, 2010. Musiikki liiketoimintana. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Teos.

Keränen, Aleks. 2009. Mihin levy-yhtiöitä enää tarvitaan? Nykymusiikin ystävät ja viholliset. Viestinnän koulutusohjelma, mediatuottamisen suuntautumisvaihtoehto. Tampereen ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

Koukkunen, Kalevi (päätoim.) Hosia, Vuokko & Keränen, Jukka (toim.), 2006. Iso sivistyssanakirja. Juva: WSOY.

Musiikkituottajat – IFPI Finland ry, 2013. Luettu 24.2.2020.
<https://www.ifpi.fi/>

Mäkelä, Janne, 2014. Musiikin muistiteollisuus. Musiikin suunta 1/2014. Suomen etnomusikologinen seura.

Pitkänen, Perttu. 2012. Pelimusiikin rahat Teostolle – ei maksa tekijöille. Luettu 24.2.2020.
<http://www.taloussanomat.fi/yritykset/2012/03/24/pelimusiikin-rah-at-te-ostolle-ei-maksa-tekijoille/201225884/12>

Pokkinen, Lottaliina, 2015. Muusikkojen iltapäiväkahveilla keskusteltiin omakustanteista. Muusikko 5/2015. Suomen Muusikkojen Liitto ry.

Rask, Antti, 2015. Vielä kerran, keväästä ja katusoitosta. Teosto. Luettu 24.2.2020.
<http://www.teosto.fi/teostory/viel%C3%A4-kerran-kev%C3%A4st%C3%A4-ja-katusoitosta>

Recordsareforever.com, 2015. Don Johnson Big Band. Luettu 15.6.2015.
www.recordsareforever.com

Rytmimanuaali, 2018. Omakustanteen julkaiseminen. Luettu 24.2.2020.
<http://www.rytmimanuaali.fi/omakustanneäänitteen-julkaiseminen/>

Salo, Tuula, 2010. Omakustanneäänitteen suunnitteluopas. Kulttuurituotannon koulutusohjelma. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

Sandstöm & Liikkanen, 2012. Äänitemusiikki. Luettu 20.11.2015
http://www.hiit.fi/u/liikkane/2013-Sandstrom_Liikkanen-Aanitemusiikki_2012-TW_Author_version.pdf

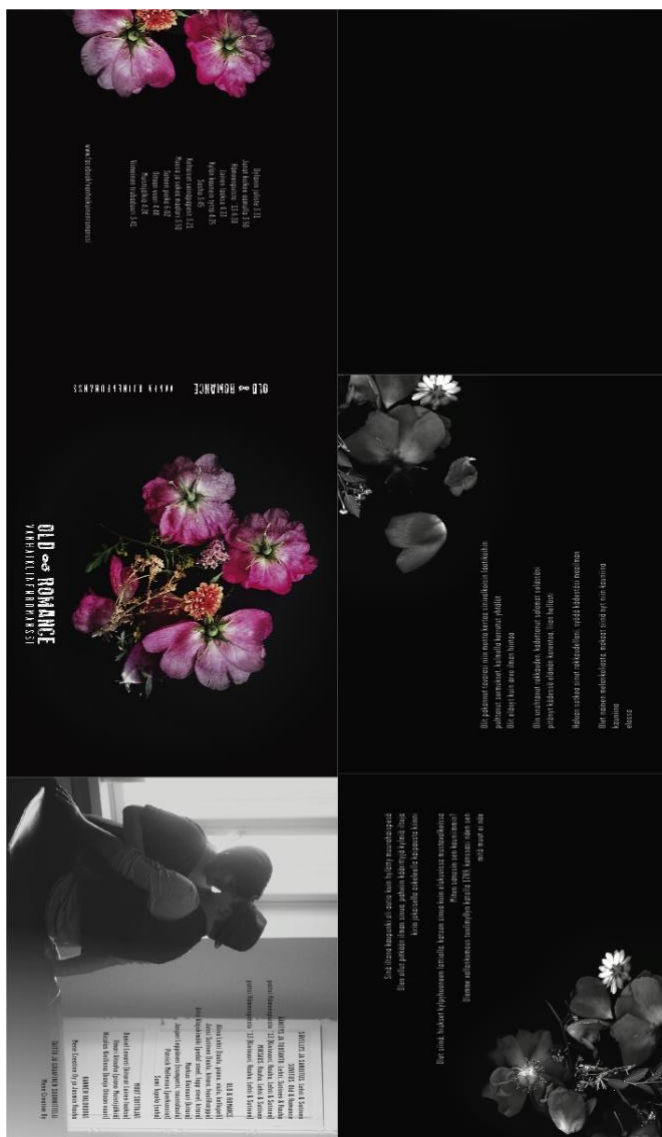
Silén, Veronica, 2019. Kevytyrittäjäyys. Liiketalouden koulutusohjelma. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

Tornberg, Tenho, 2015. Artisti maksaa katusoitossakin – Teosto kiinnostunut soittoluvista. YLE Kotimaa. Luettu 24.2.2020.
http://yle.fi/uutiset/artisti_maksaa_katusoitossakin__teosto_kiinnostunut_soittoluvista/7967524

Wikström, Patrick, 2013. The Music Industry – Digital Media and Society Series. Cambridge: Polity Press.

LIITTEET

Liite 1. Albumin kannet ja kuuntelulinkki



Kuuntelulinkki:

<https://open.spotify.com/album/1LSIP4kPacThyJPYKZYKzL?si=ELo6yalATuybRLSDQuv2kQ>

Liite 2. Biografia

Old & Romance Bio



Old & Romance, bio ja linkit

Old & Romance perustettiin majakaksi pimeään syysmereen vuonna 2013. Se syntyi kahden ihmisen; laulaja-lauluntekijä, runoilija Jussi Sutisen ja muusikko Alina Lehden rakkaudesta toisiinsa ja musiikkiin. Maantieteellinen välimatka ja etäisyys pakottivat vähentämään kaipauksesta johtuvia kilometrejä luovuudella, jolloin pariskunta alkoi tekemään toisilleen musiikkia. Molemmilla oli tekstejä, runoja, melodioita sekä kappaleiden embryoituja, jotka toimitettiin yhdessä osuviksi biiseiksi. Tekstit käsitelivät rakkautta, sen menettämistä, kipua, menneisyyttä ja haaveita. *”Olemme vallankumous tuulimyllyn katolla 1789”*. Kappaleista tuli ajattomia ja samaan aikaan ne olivat kiinni tässä hetkessä kiinni. *”Voitko kuulla tuulen kuiskivan ja ajan katoavan kun tartut tärkeeseen käteeni”*.

Duovetoiseen yhtyeeseen liittyi hiljalleen lisää instrumenttiensa osajia. Syntyi Old & Romance: folkista, popista, bluesista sekä laulaja-lauluntekijäperinteestä ammentava yhtye, jonka musiikissa akustinen äänimaailma ja herkäät myyttislyyriset tarinat kohtaavat. Musiikin suomalaisella sielulla on kansainvälisiä vivahteita kun trumpetti, perkussiot, saha ja pedal steel lisätään nykyajan popsynteesiin.

Old & Romance julkaisee debyyttialbuminsa vanhaikuinenromanssi 10.10.2015. Albumilta on aiemmin julkaistu kappale Hämeenpuisto'13, joka sai jonkin verran soittokertoja YleX:ssä, Radio Helsingissä ja paikallisradioissa, ja kappaleen myötä Old & Romance valittiin YleX:ssä Viikon Kellaribändiksi. Syyskuussa 2015 albumilta julkaistiin musiikkivideon kera kappale Dylanin juliste.

Old & Romance on:
Alina Lehti, laulu, piano, viulu
Jussi Sutinen, laulu, kitara, huuliharppu
Aapo Kivenmaa, basso
Juha Koivula, perkussiot
Arto Ala-Jokimäki, pedal steel, soolokitara
Sami Tupala, saha
Jasper Leppänen, trumpetti

Linkit:
Facebook: <https://www.facebook.com/vanhaikuinenromanssi>
Instagram: www.instagram.com/vanhaikuinenromanssi
Viikon kellaribändi:
<http://ylex.yle.fi/uutiset/popuutiset/viikon-kellaribandi-rakastuimme-ja-aloimme-tehda-toisillemme-musiikkia>

Liite 3. Tiedote

Tiedote

Old & Romance julkaisee esikoislevyn

Polttoaineena kaipaus

Old & Romancen albumi ”vanhaikuinenromanssi” julkaistaan 10.10.2015, ja sen tuotti, miksasi ja masteroi Tapani Rauha. Rauha on tuottanut laadukasta ja kansainvälistä musiikkia sekä toiminut tuottajana esimerkiksi Nashvillessa.

Viime syksynä levyn tiimoilta julkaistiin kaksi demoa, joiden kautta bändi tuli suuremman yleisön tietoisuuteen. Hämeenpuisto ’13 perusteella Old & Romance valittiin Viikon kellaribändiksi, ja kappale sai jokusen soittokerran YleX:llä. Molemmat demot kuultiin myös Radio Helsingin kautta ja ne saivat soittoa paikallisradioissa.

Poikkeuksellisen vauhdikas keikkasyksy ja alkuvuosi toivat aktiivisesti itsetekevälle yhtyeelle vankkaa fanipohjaa.

Debyyttialbumilta vanhaikuinenromanssi on nyt irroitettu sinkkubiisi sekä video Dylanin juliste, joka on rosoinen tarina narsistisesta rakkaudesta ja siten vastapari Hämeenpuisto ’13 herkälle tunnelmalle.

Postitamme arvostelua ja muita juttuja varten koko levyn teille lokakuun alkuun mennessä. Pyydämme huomioimaan sinkkujulkaisun ennakoarvosteluissa.

Lue yhtyeen kaunis tarina liitteen Biosta.

Dylanin juliste -video: <https://youtu.be/K7iPH0L9dBo>

Terveisin,

Old & Romance

Mahdolliset yhteydenotot, haastattelut ja painokelpoiset kuvat: vanhaikuinenromanssi@gmail.com

Julkkariviikon ohjelma Turussa:

5-10.10.2015 Herkullinen Old & Romance -menu @ [Ravintola Sointu](#)
 26.09.2015 Pre-listening, Pub Waterloo,
 08.10.2015 Sneak peek, Ravintola [Sointu Live](#)
 10.10.2015 In Store, Levykauppa X,
 10.10.2015 Levylukkari-illallinen, Ravintola Sointu, mukana lida Umpikuja

Linkit:

YleX: http://yle.fi/ylex/uutiset/viikon_kellaribandi_rakastuimme_ja_aloimme_tehda_toisillemme_musiikkia/3_-7556091

LevykauppaÄx: http://www.levykauppax.fi/artist/old_romance/vanhaikuinenromanssi/

Facebook: <https://www.facebook.com/vanhaikuinenromanssi>

Liite 5. Markkinointimateriaali, postikortti

