



Musiikkivienti Englantiin

Henri Koskiniemi

Opinnäytetyö
Marraskuu 2012
Viestintä
Digitaalinen ääni ja kaupallinen musiikki

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Viestintä
Digitaalinen ääni ja kaupallinen musiikki

HENRI KOSKINIEMI
Musiikkivienti Englantiin

Opinnäytetyö 60 sivua, josta liitteitä 20 sivua + 1 DVD-levy
Marraskuu 2012

Opinnäytetyössäni käsiteltiin musiikkivientiä Englantiin, ja siihen liittyvää tuotantoprosessia. Työssä pyrittiin luomaan mahdollisimman hyvä käytännön kuva musiikkiviennistä Englantiin, sekä Englannin asemasta Euroopan musiikkimarkkinoilla.

Työkaluna tässä prosessissa käytettiin omakohtaista musiikkivientikokemusta Englantiin. Samalla tutkin sosiaalisten taitojen merkitystä vientiprosessin kannalta. Käytännössä pyrittiin selvittämään mitä taitoja keikka-agentin, tai artistin tulisi osata luodakseen tien Englannin markkinoille. Raportissa käyn myös läpi vientitukimahdollisuuksia.

Prosessin lopputuloksena saatiin aikaan kokonaisvaltainen kuva siitä, mitä toimija tarvitsee onnistuakseen musiikkivientiprojektissa Englantiin.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Media
Option of Digital Sound and Commercial Music

KOSKINIEMI, HENRI:
Exporting Music to England

Bachelor's thesis 60 pages, appendices 20 pages + 1 DVD
November 2012

This thesis deals with the export of music to England and the related production process. The study aimed at creating, in practice, the best possible image of exporting music to England, and the role of England in the European music market.

I used my personal experience of exporting music to England as a tool during this process. At the same time I studied the importance of social skills in the export process. I tried to identify the skills that a booking agent, or an artist should have in order to create the route to the English market in practice. The thesis also introduces the opportunities of funding music export.

In the end we obtained a comprehensive picture of what an agent needs for a successful exporting project in England.

Key words: music export, England, Great Britain

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	7
2	VIITEKEHYS	8
	2.1 Musiikkivienti, mitä se on?.....	8
	2.1.1 Levy-yhtiöt ja ohjelmatoimistot.....	8
	2.1.2 Tukitahot	9
	2.1.3 Artistit	11
	2.2 Suomalainen musiikkivienti Englantiin.....	11
	2.2.1 Britannian kärkihanke 2012-2013.....	13
3	ENGLANTI KULTTUURIN KEHTONA.....	15
	3.1 Iso-Britannian urbaani yhteisö.....	15
	3.2 Iso-Britannian talous.....	16
	3.3 Musiikki- & tapakulttuuri Englannissa.....	16
	3.4 Englantilaisten sosiaalinen kanssakäyminen	17
	3.5 Englannin ja Suomen kulttuurilliset erot	18
4	TIE ENGLANTIIN	20
	4.1 Miten luoda tie Englantiin?.....	20
	4.1.1 Kontaktien luominen.....	21
	4.1.2 Internet portaalien hyödyntäminen	22
	4.1.3 Tiedonhaku.....	23
	4.1.4 Tuonti osana vientiä	25
	4.2 Miksi Englantiin?.....	25
5	TIEN PÄÄLLÄ – GETAWAYCAB UK TOUR.....	27
	5.1 Getawaycab UK Tour johdanto	27
	5.2 Toteutus	27
	5.2.1 Kontaktien luominen.....	27
	5.2.2 Keikkojen myynti.....	29
	5.2.3 Kiertueen logistiikka ja käytännön toteutus.....	31
	5.2.4 Kiertueella.....	31
	5.3 Kiertueen jälkeen	35
6	POHDINTA.....	37
	LIITTEET	40
	Liite 1. DVD-LEVY	40
	Liite 2. Iso-Britannian kartta	41
	Liite 3. Musex Showcasetukihakulomake.....	42
	Liite 4. Musex Teosmatkamyyntitukilomake.....	50
	Liite 5. ESEK esiintymistilaisuuden tiliselvityslomake.....	57

Liite 6. Kauhajoen Kulttuurisäätiön apurahahakemus	58
--	----

ERITYISSANASTO

TAMK	Tampereen ammattikorkeakoulu
op	opintopiste
DIY	Tee-se-itse
Venue	Esiintymispaikka
Headliner	Pääesiintyjä
Independent	Itsenäinen
Keikka	Esiintyminen
Bändi	Artisti, yhtye
Buukkaus	Ohjelmamyynti

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni tarkoituksena on kuvata Englannin musiikkivientiin liittyvää tuotantoprosessia. Erityisesti on keskitytty ruohonjuuritason toimintaan, eli miten käytännössä kiertueen järjestäminen ja musiikkivienti toimii. Tavoitteena on luoda inspiroiva työ, joka poistaisi musiikkiviennistä kiinnostuneiden nuorten artistien ja yritysten hatarat käsitykset ja korvaisivat ne yksinkertaisella selkeällä tiedolla englantilaisesta kulttuurista ja toimivista musiikkiviennin käytännöistä Englantiin.

Opinnäytetyössä prosessia käydään läpi keikka-agentin sekä artistin näkökulmasta ja samalla määritellään Englannin asemaa maailman musiikkikartalla, sekä kuvataan ne sosiaaliset ja henkiset ominaisuudet joita organisaatiossa toimiva tarvitsee menestyäkseen Englannissa. Olen pyrkinyt löytämään tähän työhön kaiken mahdollisen informaation siitä, mitä musiikkialan toimija tarvitsee aloittaakseen vientiprosessin Englantiin. Yksi avainkysymys on esimerkiksi keikka-agentin sosiaaliset kyvyt ja ihmistunteustaidot, jotka tulevat esiin etenkin kovassa kilpailutilanteessa tuhansien artistien ja toimijoiden ollessa kiinnostuneita suurista haasteista tarjoavista Englannin musiikkimarkkinoista.

Käyn työssäni ensin läpi musiikkiviennin perusteita, tukitahoja sekä suomalaisen musiikkiviennin historiaa Englantiin. Otan myös katsauksen Englannin talouteen, kulttuuriin ja englantilaisten sosiaaliseen kanssakäymiseen. Tämän jälkeen käyn läpi itse vientiprosessia aina tiedonhausta käytännön toteutukseen asti.

2 VIITEKEHYS

2.1 Musiikkivienti, mitä se on?

Musiikkivienti on artisteihin- ja musiikkiin liittyvää ulkomaankauppaa. Tarkoituksena on saada kotimaiselle artistille näkyvyyttä ulkomailla, ja tämän näkyvyyden tuloksena saada isommat markkinat yhtyeelle ja heidän kanssaan toimiville tahoille. Musiikkivienti on muutakin kuin liiketoimintaa. Se on mielikuvaa, maakuvaa ja brändiä eli se on viestimistä siitä, mitä Suomi on. Mitä enemmän suomalaisia artisteja me saamme maailmalle klassisesta musiikista metalliin sen parempi (Kauppalehti 2012)

Musiikkiviennin alalla Suomessa toimii useita toimijoita. Levy-yhtiöt ja ohjelmatoimistot luonnollisesti ovat liiketoimintansa takia kiinnostuneet ulkomaan isoista markkinoista. Valtio ja muut kulttuuri- & yksityistahot ovat luoneet useita tukimahdollisuuksia ulkomaan vientiä koskien. Suomessa musiikkiviennin toimijoissa on pieniä yrityksiä, suuria kansainvälisiä yrityksiä sekä jopa yksittäisiä henkilöitä, jotka ammatinharjoittajina.

2.1.1 Levy-yhtiöt ja ohjelmatoimistot

Levy-yhtiöt ja ohjelmatoimistot ovat suurimpia musiikkiviennistä kiinnostuneita tahoja. Useat levy-yhtiöt ja ohjelmatoimistot käyttävät yhtiön resursseja joko itsensä tai jonkun tukitahon järjestämään vientimatkaan, jonka tarkoitus on luoda kontakteja ulkomaisiin toimijoihin. Tavoitteena levy-yhtiöllä on saada ulkomaiset vastaavat toimijat kiinnostumaan suomalaisten artistien äänitejulkaisusta, kustannusoikeuksista ja esiintymisistä. Ohjelmatoimistot ovat kiinnostuneet kiertuejärjestelyistä ulkomaille, jotta voisivat saada artistinsa isommille markkinoille, ja tämän seurauksena kannattavaa liiketoimintaa yritykselleen.

Monen suomalaisen ohjelmatoimiston tuotannon resurssit ovat kuitenkin riittämättömiä toimimaan tehokkaasti ulkomailla. Levy-yhtiö tai artisti usein ulkoistavat esiintymisten myynnin suoraan kyseisellä markkina-alueella toimivalle ohjelmatoimistolle. Tästä hyvänä esimerkkinä toimii muun muassa Michael Monroe, jonka esiintymisoikeudet

Suomessa omistaa Backstage Alliance, mutta Keski-Euroopan, Brittein saarten ja Yhdysvaltojen keikkamyynti on ulkoistettu siellä toimivalle ohjelmatoimistolle. (Michael Monroe 2012)

2.1.2 Tukitahot

Etenkin artistin uran alkuvaiheilla musiikkiviennin kulut ovat korkeampia kuin tulot. Toimintaa kutsutaan promootioksi. Kulurakenteen takia Suomessa toimii useita tukitahoja, jotka tukevat joko valtion tai erilaisten kulttuurirahastojen avustuksilla levy-yhtiöitä, ohjelmatoimistoja ja artisteja. Tällaisia tahoja ovat olleet muun muassa Taiteen Keskustoimikunta, Musex, Luses ja ESEK. Näistä musiikkialan toimijoille tärkeimpänä musiikkivientiä tukevana järjestönä toimii Musex, eli Music Export Finland. Vuonna 2002 joulukuussa yhdeksän suomalaista musiikkialan yritystä perusti Music Export Finland – vientirenaan, tavoitteenaan kehittää tuotteidensa markkinointia, levitystä ja myyntiä kansainvälisillä markkinoilla. Yhdistyksen jäsenistö koostuu alalla toimivista yrityksistä, joten ulkomailla toimiessaan Music Export Finlandin voidaan katsoa edustavan käytännössä koko suomalaista musiikkiteollisuutta. (Musex 2012)

10 vuotta suomalaista musiikkivientiä vauhdittanut Music Export Finland yhdistyi Suomalaisen musiikin tiedotuskeskus Fimicin kanssa Music Finland ry:ksi vuonna 2012. Uuden yhdistyksen tehtävänä on laaja-alaisesti edistää suomalaisen musiikin tunnettua ja vientiä sekä suomalaisen elävän musiikin, tallenteiden ja nuottien saatavuutta sekä käyttöä Suomessa ja ulkomailla. Music Finlandin jäseniä ovat kotimaiset musiikkialan kattojärjestöt Esittävien taiteilijoiden ja äänitteiden tuottajien tekijänoikeusjärjestö Gramex ry, Musiikkituottajat – IFPI Finland ry, Suomen Musiikkikustantajat ry, Suomen Muusikkojen Liitto ry, Suomen riippumattomien levy- ja tuotantoyhtiöiden IndieCo ry, Säveltäjät ja Sanoittajat Elvis ry, Säveltäjäin Tekijänoikeustoimisto Teosto ry sekä Suomen Säveltäjät ry. Jäsenjärjestöjen kattavuus mahdollistaa sen, että Music Finland on laajapohjaisesti alan toimijoiden palveluksessa. (Musex 2012)

Musex tukee suomalaisten musiikkiviejien suunnitelmia etenkin levyjulkaisujen yhteydessä. Michael Monroen ja Von Herten Brothersin manageri Virpi Immonen Backstage Allianceselta pitää niin sanottua julkaisukiertuetukea korkeassa arvossa. ”Julkaisukiertuetuki on ollut viimeisen vuoden aikana äärimmäisen merkittävä kummallekin edusta-

malleni yhtyeelle. Tuki on ehkä tällä hetkellä tärkein kaikista tukimuodoista, koska se mahdollistaa kiertueiden tekemisen sekä uusien markkinoiden avaamisen. Ilman julkaisukiertuetukea myös moni meidän keikka olisi jäänyt tekemättä”, Immonen kertoo. ”Keikkailu ja kiertueet ovat ensisijaisen tärkeitä artistin kansainvälistymiselle; ilman kiertueita kansainvälisten markkinoiden avautuminen on lähes mahdotonta. Julkaisu-kiertuetuen avulla olemme pystyneet avaamaan Etelä ja Pohjois-Amerikan markkinat Monroelle sekä Euroopan markkinoita Von Hertzen Brothersille”, Immonen jatkaa. (Musex 2012)

Tuen hakemisessa on tärkeää muistaa että tukea ei myönnetä kuin yhdestä valtion lähteestä kerrallaan, eli on mahdotonta hakea Musexin ja Taiteen Keskustoimikunnan tukea yhtä aikaa. Hakemus on myös laadittava ja anottava suunnitelmiseen ennen kiertueelle lähtöä, kyseisen tukitahon aikarajojen mukaan. Ulkomaan kiertuetukea haettaessa on tiedettävä keikoilla saatavat tulot, menot sekä myös tuotannolliset seikat tarkasti, että hakulomakkeen pystyy täyttämään tukitahojen kriteerejä vastaamalla tavalla. Keikkojen peruuntuessa, tai suunnitelmien äkillisistä muutoksista itse kiertueella on informoitava tukitaholle. Pakottavin syin tehdyt peruutukset ja muutokset eivät vaikuta itse tukihakemukseen, mutta vaikuttavat lopulliseen tukisummaan. (liitteet 3, 4, 5)

Kiertuetukea voi hakea myös kunnallisilta tai yksityisiltä tahoilta, joista esimerkkinä Kauhajoella toimiva Kulttuurisäätiö. Säätiö myöntää muiden taiteenalojen lisäksi, myös paikallisille nuorille muusikoille kiertue- ja julkaisutukea. Tukea voi hakea tarkkoja budjettilaskelmia ja tuotantosuunnitelmia vastaan heidän omalla hakemuksellaan (liite 6). Erilaisia kunnallisia tukimahdollisuuksia on olemassa varmasti useita, mutta useimmiten niitä voi hakea vain syntyperäisin kyseisestä kaupungista tai kunnasta olevat henkilöt. On myös olemassa alueellisia tukia, kuten esimerkkinä Etelä-Pohjanmaan kulttuurirahasto, joka myöntää vuosittain tukea kaikille kulttuurin aloille Etelä-Pohjanmaan alueella syntyneille ihmisille. (Kauhajoen Kulttuurisäätiö 2012; Etelä-Pohjanmaan Kulttuurirahasto 2012)

2.1.3 Artistit

Myös yksittäinen artisti voi olla kiinnostunut viemään musiikkiaan ulkomaille, ilman levy-yhtiön tai ohjelmatoimiston apua. He pystyvät yhtäläillä hakemaan tukea kulttuuri-rahastoilta ja erilaisilta tahoilta, mutta esimerkiksi Music Export Finland tuen hakijan tulee olla yritysmuotoinen, vähintään ammatinharjoittaja. (liite 2)

2.2 Suomalainen musiikkivienti Englantiin

Suomirockin menestystä ulkomailla on saatu odottaa pitkään. 1970-luvulla Wigwam ja Hurriganes yrittivät läpimurtoa Englannissa, mutta suurta menestystä ei tullut, joskin Wigwam sai kiitosta kriitikoilta. Marraskuussa 1977 Hurriganesin ruotsalainen levy-yhtiö Sonet järjesti yhtyeelle pienen kiertueen Lontooseen. Seuraavalle kesälle sovittiin 30 esiintymistä Eurooppaan Status Quon lämmittelijäksi. Lontoon valloitus kuitenkin epäonnistui ja Status Quo lämmittelykeikat peruttiin, kun Remu ja Cisse lähtivät takaisin Suomeen kesken kiertueen. Syynä oli ilmeisesti se, että yhtye oli Englannissa tuntematon ja järjestelyt sekä vastaanotto olivat vaatimatonta. He eivät esimerkiksi olleet pääesiintyjä tärkeimmillä keikoillaan. (Wikipedia 2012)

Suomalaisen musiikin läpimurtoa Englannissa saatiin odottaa aina 1980-luvulle saakka, kunnes Helsingistä Tukholman kautta Lontooseen muuttanut Glam Rockia ja Street Punkia yhdistelevä Hanoi Rocks nousi Britannian albumilistan sijalle 87. levyllään Back to the Mystery City. Artisti noteerattiin Euroopan lisäksi myös Amerikassa. Back to the Mystery Cityn jälkeen ilmestynyt Two Steps from the Moven menestyksen myötä yhtye pääsi Mötley Cruen lämmittelijäksi Pohjois-Amerikan kiertueelle. Two Steps from the Move oli Britannian albumilistalla 3 viikkoa, nousten parhaimmillaan sijalle 28. Mötley Cruen kanssa tehdyllä kiertueella Hanoi Rocksin rumpali Razzle joutui liikenne onnettomuuteen ja menehtyi. Kiertue peruuntui ja monien ennakoima isompi kansainvälinen läpimurto jäi tekemättä. (Wikipedia 2012)

Seuraavaa Englannin listoja jyrännyttä suomalaisnimeä saatiin odottaa melkein kaksi vuosikymmentä, kunnes 2000-luvun alussa suomalaisen teknomusiikin huippuvuosina Bomfunk MC's ja Darude nousivat fanien suosioon Englannissa. Bomfunk MC'sin Freestyler oli jopa 12 viikkoa Brittien sinkkulistalla, nousten korkeimmillaan sijalle 2.

Yhtyeen albumi nousi Brittilistan sijalle 33. Darudella oli 3 listasingleä joista menestynein, Sandstorm pysytteli listalla ennätyselliset 16 viikkoa. Daruden pitkäsoittomyynti ei riittänyt listasijoitukseen Englannissa. Seuraava listamenestys saatiin vuonna 2003, kun mittavia Euroopan kiertueita tehneestä The Rasmuksesta, jonka albumi Dead Letters oli vuoden 2003 viidenkymmenen eniten Isossa-Britanniassa myytyjen levyjen joukossa. (Official Charts Company 2012; Wikipedia 2012)

Viimeistään The Rasmuksen jälkeen Suomi sai pysyvän leiman metallimusiikin luvattuna maana myös Isossa-Britanniassa, kun Nightwish, Children of Bodom, Lordi, Turisas ja HIM nousivat Brittein listoille. Näistä parhaiten listamenestystä sai HIM, joka nousi parhaimmillaan Brittilistan sijalle 18. vuonna 2005 albumillaan Dark Light. Nightwish pärjasi myös hyvin ollen ensimmäinen suomalainen metalli-yhtye Brittein listalla vuonna 2004 ilmestyneellä albumillaan Once. Nightwishin korkein sijoitus Brittilistalla on vuonna 2007 julkaistulla Dark Passion Playllä, joka nousi sijalle 25. Sekä Nightwishillä, että HIM:illä on ollut 3 albumia Brittein listalla, kun Children of Bodom on ollut listalla 2 eri albumillaan, Relentless Reckless Forever ja Blooddrunk. Näistä paremman sijoituksen keräsi Blooddrunk vuonna 2008 listan sijalla 44. Daruden tavoin myös Lordi nousi ainoastaan Britannian singlelistalle kappaleellaan Hard Rock Hallelujah euroviisuvoittonsa jälkeen vuonna 2006, kun taas Turisas nousi vuonna 2011 ainoastaan Brittien virallisen rock-listan sijalle 4, saamatta sijoitusta virallisella albumilistalla. Viimeisin Brittein listalle noussut suomalaisalbumi on ollut Nightwishin Imaginaerum vuonna 2011, joka nousi parhaimmillaan listansijalle 69. Kaikki Brittilistalle nousseista suomalaisyhtyeistä ovat tehneet myös useita Englannin kiertueita. Näistä menestyneimpänä Nightwish on soittanut yhtenä pääesiintyjistä Englannin toiseksi suurimman rock-festivaalin Downloadin päälavalla viimeksi kesäkuussa 2012. (Official Charts Company 2012; Wikipedia 2012)

Englannin lavoilla 2010-luvulla aktiivisimpana suomalaisena on esiintynyt Hanoi Rocks keulahahmo Michael Monroen perustama uusi rock-yhtye joka kantaa hänen omaa nimeään - Michael Monroe. Monroe on kiertänyt kattavasti Englantia promotoidakseen 2011 ilmestynyttä albumiaan Sensory Overdrive. Artisti soitti muun muassa oman headline-kiertueen (suom. pääesiintyjäkiertue) lisäksi myös kaksi kiertuetta Mötörheadin lämmittelijänä. Kova työ palkittiinkin 15. marraskuuta, kun yhtyeen albumi Sensory Overdrive valittiin Brittein Classic Rock Awardsissa vuoden parhaaksi levyksi. Ehdolla samassa sarjassa oli Michael Monroen lisäksi muun muassa Foo Fighters, Mötörhead ja

Whitesnake. (Good News Finland 2011)

Vaikka Suomella tuntuukin olevan runsaasti kansainvälistä menestystä viime vuosikymmeniltä, oli Suomen musiikkiviennin arvo vuonna 2008 vain 23 miljoonaa euroa. Ruotsin vastaava luku oli noin 700 miljoonaa euroa. (Yle 2011) Suomalaisen musiikkiviennin arvon odotetaan kuitenkin nousevan ja kokonaisarvo vuonna 2010 oli lähes 35 miljoonaa euroa. Media Clever Oy:n tekemän tutkimuksen mukaan kasvua edellisvuoteen oli lähes seitsemän prosenttia. Vientituloja kertyy eniten Pohjoismaista, saksankielisestä Euroopasta, Britanniasta, Ranskasta, Benelux-maista sekä Yhdysvalloista. Aasiassa musiikkiviennin keskeisin maa on Japani. (Ilta-Sanomat 2012)

Esimerkeistä voimme päätellä, kaikki Englannissa menestystä saaneet suomalaisyhtyeet ovat musiikkityylin määrittelyn näkökulmasta massoille tehdyn stadionrockin tai radio-soittoon suunnatun popin ulkopuolella. Enemmän eurooppalaisia tuntuu kiinnostavan se mikä suomalaisuudessa on omaleimaisinta – kuten esimerkiksi Aki Kaurismäen elokuvat, Arto Paasilinnan romaanit ja Värttinän musiikki – kuin heidän oman kulttuuriperintönsä kopiointi. (Syrjänen & Westermarck 1997, 34) Suomalaisessa musiikissa on uskomatonta alkuperäisyyttä ja energiaa, jolla on mahdollisuutta vaikuttaa ulkopuoliseen maailmaan. (Kauppalehti 2012)

2.2.1 Britannian kärkihanke 2012-2013

Ison-Britannian tärkeys promootion ja musiikkiviennin kasvun kannalta on huomioitu myös Musix Export Finlandilla. Heidän musiikkivientitoiminnan kärkihanke vuosina 2012-2013 keskittyy nimenomaan Isoon-Britanniaan. Kärkihankkeen tavoitteena on kasvattaa suomalaista musiikkivientiä ja edistää suomalaisen musiikin näkyvyyttä Isonsa-Britanniassa ja muilla kohdemarkkinoilla, joihin brittimarkkinan vaikutus heijastuu. (Musix 2012)

Kärkihanke sisältää neljä eri toimintoa, joista ensimmäisenä on projektipäällikön palvelut. Hankkeen projektipäällikkönä toimii Riku Salomaa, joka työskentelee tiiviisti Lontoossa ja muualla Iso-Britanniassa hankkeen aikana, vaikkakin hanketta hallinnoidaan Helsingissä. Projektipäällikkö Salomaa etsii aktiivisesti suomalaisille toimijoille tärkeitä kontakteja Briteistä. Hänen toimenkuvaansa kuuluu myös vientiohjelmien koordinointi

ja hän vastaa kaikesta Music Finlandin Isoon-Britanniaan suuntautuvasta hanke- ja vientitatuotannosta. Toisena toimintona kärkihanke sisältää vientiohjelmat jotka kulkevat kolmessa eri kategoriassa. Kategoriat ovat Verkostot ja PR, Live ja Vientistrategiat. Näiden kolmen eri musiikin aloille räätälöityjen vientiohjelmien kautta pystyy hakemaan mukaan kärkihankkeeseen. Verkostot ja PR tarjoaa suomalaisille musiikkialan toimijoille kontakteja ja tätä kautta pyritään lisäämään suomalaisen musiikin medianäkyvyyttä Isossa-Britanniassa. Konkreettinen tuki voi olla 1 000 - 10 000 euroa/hanke ja maksimissaan 65 prosenttia hankkeen toteutuneista kuluista pienillä, 50 prosenttia keskisuurilla ja 25 prosenttia suurilla yrityksillä. Live-vientiohjelma tukee nimensä mukaisesti suomalaisten artistien kiertueita ja showcaseja Isossa-Britanniassa. Vientistrategiat -ohjelmassa aktivoidaan suomalaisia toimijoita laittamaan investointinsa Isoon-Britanniaan ja tuetaan heidän vientistrategioiden toteuttamista. Se voi koskea yksittäisen artistin, yhtyeen, teosten kirjoittajan, brändin, tuotteen tai kokonaisen yrityksen vientitoimintaa, ja on määrärahoitukseltaan isompi kuin kaksi aikaisemmin mainittua. Tuen määrä vientistrategiat -ohjelmassa vaihtelee 5 000 – 15 000 euroa/hanke välillä, ja kattaa maksimissaan 65% yrityksen kuluista. Kolmantena toimintona hanke sisältää media- ja ammattilaisvierailuohjelman, jossa kutsutaan brittiläisiä alan edustajia ja ammattilaisia keskeisille suomalaisille festivaaleille ja Musiikki & Media -tapahtumaan. Viimeisenä toimintona ovat Yhteisvientihankkeet ja tapahtumat, joka koordinoi kärkihankkeen puitteissa suomalaisille musiikkialan toimijoille työ- ja elinkeinoministeriön matkatuet ja yhteismarkkinoinnin moniin Isossa-Britanniassa järjestettäviin musiikkialan ammattilaistapahtumiin. Tuen saajan tulee olla yritys, yhdistys, säätiö tai toimintanimi joka on rekisteröity Suomeen. (Musex 2012)

Iso-Britannia on haastava musiikkimarkkina, jossa kilpailu on kovaa, koska sen vaikutukset ulottuvat laajasti myös Pohjois-Amerikkaan, Japaniin ja muualle Eurooppaan. Aikaisemmat menestystarinat kuitenkin osoittavat, että menestyminen briteissä on mahdollista. Potentiaali on suuri ja pyrimme siksi madaltamaan suomalaistoimijoiden kynystä tehdä vientiä kyseiselle markkina-alueelle. Ison-Britannian kärkihanketta rahoittavat työ- ja elinkeinoministeriö, opetus- ja kulttuuriministeriö, ulkoasianministeriö, ESEK ja Luses (Musex 2012)

3 ENGLANTI KULTTUURIN KEHTONA

3.1 Iso-Britannian urbaani yhteisö

Jos Iso-Britannian asukkaita kutsutaan englantilaisiksi, eikä briteiksi, Skotlannin, Walesin ja Pohjois-Irlannin asukkaat eivät pidä ilmaisusta. Skotlannilla on oma parlamentti ja lainsäädäntö- ja koulutusjärjestelmät. Edinburgh on Lontoon jälkeen toiseksi tärkein talouskeskus. Vaikka brittiläinen kulttuuri on pääosin homogeeninen, näitä alueita edustavien ihmisten kanssa työskenneltäessä on otettava huomioon kotiseutuylpeys, joka ilmenee erilaisena kulttuurisena käytöksenä, tehden eroa skotlantilaisen ja englantilaisen identiteetin välille. 35 prosenttia briteistä sanoo, ettei heillä ole lainkaan uskontoa, ja tämä on suurin lukema Euroopassa Alankomaiden jälkeen. Välinpitämättömyys saa aikaan uskonnollisen vapauden ja suvaitsevaisuuden ilmapiirin. Brittiläiset ovat jo tottuneita maansisäiseen ja ulkoiseen siirtolaisuuteen ja monikulttuurisuuteen. Maan vauraampaan eteläosaan muuttaa koko ajan ihmisiä. 60 miljoonan asukkaan väestöstä 50 miljoonaa asuu Englannissa. Maasta muuttavan väestön tilalle tulee lähes yhtä paljon maahanmuuttajia, pääasiassa Karibian ja Intian alueelta. Poliittinen ja taloudellinen päätöksenteko ja hallinto keskittyvät pääasiassa Lontooseen. (Mole 2004, 148)

Pääkaupunkia ympäröiviä kreivikuntia kutsutaan nimellä ”Home Counties” ikään kuin muut olisivat ulkopuolisia. Aluetta, joka on parin tunnin ajomatkan päässä Lontoosta, kutsutaan eteläksi, ”the South”. Etelän asukkaat pitävät aluettaan ylivertaisina, mitä tulee vaurauteen, sivistykseen ja sosiaaliseen statukseen. Tämä mielikuva on syntynyt korkealuokkaisten palvelujen, high tech- ja muun teollisuuden ansiosta. Kun taas pohjoiseen liitetään vanhentunut mielikuva raskaasta teollisuudesta, koneenrakennuksesta, kaivostoiminnasta ja työttömyydestä. Viidennes pääsaaren asukkaista elää kahdeksassa kaupungissa, joista suurin on 7 miljoonan asukkaan Lontoo. Elinolot vaihtelevat suuresti, Lontoosta löytyvät Euroopan kurjimmat slummit ja vauraimmat tilat. Lontoon keskustassa asuu vain erittäin köyhiä tai erittäin rikkaita ihmisiä. Suurin osa väestöstä asuu esikaupunkialueilla tai pikku kaupungeissa tai kylissä 100 kilometrin säteellä. (Mole 2004, 149)

3.2 Iso-Britannian talous

Iso-Britannia ei ole laatinut kansallista taloudellisen kehityksen agenda. Hallituksen tavoitteena on luoda yksityiselle liike-elämälle kilpailukykyinen toimintaympäristö, jossa valtio on mukana mahdollisimman vähän. Valtion omistaman tuotantoteollisuuden yksityistämisen jälkeen yksityistettiin infrastruktuurin liittyvät ja monopolipalvelut kuten vedenjakelu, kaasunjakelu ja – katastrofaalisin seurauksin – junaliikenne. Tästä huolimatta kolmannes työvoimasta on edelleen julkisella sektorilla. Kun vastaavasti Saksassa vain 30 prosenttia työvoimasta on julkisella sektorilla ja Italiassa vastaavasti vain 20 prosenttia. Yhteiskunnan elinkeinorakenteessa on tapahtunut merkittävä siirtyminen tuotteiden valmistamisesta palvelutuotteisiin. Puolustusvoimien yhteistyökumppaneita lukuun ottamatta liiketoimintaa ei ole suojattu ulkomaiselta omistukselta. Tärkeimmät alat kuten autoteollisuus ja liikepankkitoiminta on myyty ulkomaalaisille sijoittajille ja omistajajille, ja investointeja maahan rohkaistaan aktiivisesti. Isosta-Britanniasta on tullut monille amerikkalaisille ja aasialaisille yrityksille portti Euroopan unioniin. (Mole 2004, 150-151)

Populaarikulttuuri on ollut brittien suurin vientiartikkeli jo usean vuosikymmenen ajan. Beatlesien musiikki valloitti maailmaa ja toi myös briteille niin runsaasti valuuttaa, että kuningatar Elisabet myönsi kesäkuussa 1965 yhtyeen jäsenille MBE-kunniamerkin. MBE-kunniamerkki on kuningas Yrjö V:n 1917 perustaman brittiläisen imperiumin ritarikunnan korkein arvomerkki. (Leinonen & Lyytinen 1993, 204-205)

3.3 Musiikki- & tapakulttuuri Englannissa

Amerikan ja Englannin välille sodan aikana luotu poliittinen erityissuhde edisti Englannin kulttuurista amerikanisointumista ja mahdollisti siksi James Bondin ja The Beatlesien kaltaisten ilmiöiden nousun globaaleiksi ikoneiksi. (Kallioniemi 2006, 13)

Englannissa artistien määrä verrattuna maan taloustilanteeseen on ilmiön jossa uuden yhtyeen, tai jopa keskivertoa paremman levy-yhtiön omaavan yhtyeen esiintymisillä tehty liiketoiminta on tehty todella vaikeaksi. Keikkoja on huikea määrä, ja keskiverto britti tietää huomattavasti enemmän musiikista, kuin keskiverto suomalainen. Brittien mielipiteet musiikista ovat myös hyvin vahvat. Britit ovat negatiivisia. He tutkivat tuot-

teen heikoimpia ominaisuuksia ja päättävät niiden perusteella. Hinta ei saa olla liian halpa, koska britit ajattelevat, että siinä on jotakin vikaa. (Tampereen Kauppakamari 2004)

Juuri tavatun brittiliikekumppanin kanssa tulee välttää keskustelua politiikasta, rahasta ja hinnoista, uskonnosta ja Pohjois-Irlannista. Älä utele liikekumppanisi työstä ja ammatista. (Kansainvälisen kaupan koulutuskeskus 1998, 43) Britit ovat sitä mieltä että kaikki tarvitsevat brittejä, mutta britit eivät tarvitse ketään. Brittiläisen keskustelun eräs tunnusomainen piirre on ns. understatement, liioittelun vastakohta, jolle on vaikea keksiä täsmällistä suomenkielistä vastinetta. Koskaan ei käytetä amerikkalaisen tai etelämaalaisen tavan mukaisia ylisanoja, vaan ilmaistaan asia mielellään sen vastakohta kielillä: jos ei kerta kaikkiaan voi sietää jotakin ruokaa, sanotaan I'm not madly keen on that dish (En ole mielettömän ihastunut siihen ruokaan). Briteissä kauppaa käydessä käytetään paljon niin kutsuttua small talkia. Brittien small talk –taito ei tarkoita pelkäämistään puhumista vaan myös kuuntelemista. Taitava keskustelija on kiinnostunut puhe-kumppaninsa sanoista, esittää asiallisia kommentteja ja vie keskustelua eteenpäin tarttumalla johonkin vastapuolen mainitsemaan kiinnostavaan seikkaan. (Castrén 1995, 143, 147)

3.4 Englantilaisten sosiaalinen kanssakäyminen

Työtoverit nauttivat yleensä lounaan yhdessä työpaikalla. Olosuhteista riippuu, missä määrin eri asemassa olevat ovat tekemisissä keskenään. Useissa yrityksissä on edelleen erilliset kanttiinit. Myös johtajille tarkoitettu ruokailutila on yleisesti käytössä. Ravintoloissa, joissa tiloja ei erotella, samassa asemassa olevat saattavat pysytellä yhdessä, mutta esimies voi myös käyttää tilaisuuden hyväkseen ja liittyä alaistensa seuraan. Liikepäivälliset ovat harvinaisempia kuin lounaat. Monille liikelounas on päivän pääateria. Keskustelua koskevia sääntöjä ei ole, vaan tilanteeseen vaikuttaa se, lounastaako tavallisen liikemiehen tai –naisen vai jonkin alan erityisasiantuntijan kanssa. Neuvotteluja ei tässä tilanteessa yleensä käydä, vaan ne tapahtuvat jälkeinpäin toimistossa. Kutsu perustuu enemmän liikekumppanuuteen kuin ystävyYTEEN, mutta siihen tulee kuitenkin suhtautua ikään kuin henkilökohtaisena suosionosoituksena. (Mole 2004, 161-162)

Useimmiten huvitilaisuus tarkoittaa ateriaa, mutta myös kutsuja sosiaalisesti hyväksyt-

tyihin urheilu- ja kulttuuritapahtumiin voidaan esittää. Usein niihin kutsutaan myös kumppani. Kestitys voi olla runsasta ja avokätistä, eikä korruption vaaraa ole, kunhan se tapahtuu yritysympäristössä ja vastaanottaja on toisen yrityksen edustaja. Työpäivän jälkeen ihmiset voivat käydä pubissa työtovereiden ja välittömien esimiestensä kanssa. Työtoverit voivat olla keskenään tekemisissä viikonloppuisin, mikäli he asuvat samalla suunnalla, mutta säännöllistä kanssakäymistä vapaa-ajalla ei yleensä järjestetä. Kokoukset ovat tärkeitä ja työelämä edellyttää tehokkuutta, mistä johtuen johtajat kaikilla tasoilla työskentelevät myöhään ja vievät töitä kotiinsa. Työpäivän jälkeen on mahdollisuus tehdä yksityisiä töitä, ja vain tärkeimpiin ja epävirallisiin kokouksiin osallistutaan. Kotiin voi soittaa työasioissa. Toisinaan töitä tehdään viikonloppuisinkin, tosin ei niin paljon kuin Yhdysvalloissa. Johtoasemassa olevat ilmentävät yhä enemmän korvaamattomuuttaan siten, etteivät pidä lomiam, joihin heillä olisi oikeus. (Mole 2004, 161-162)

Ainakin kerran vuodessa järjestetään kaikkia työntekijöitä koskeva huvitilaisuus, jonne kutsutaan usein myös puoliset. Se voi olla illallinen ja tanssit hotellissa tai yksinkertainen työpaikan illanvietto. Johtajien odotetaan ilmaantuvan paikalle ja seurustelevan työntekijöiden kanssa. Päihtymys ja muu tahdittomuus illan päätteeksi kuuluvat työpaikkajuhlien perinteeseen eikä niitä käytetä aseena jälkepäin. Yrityksessä voi olla myös kerho, joka järjestää retkiä, tapahtumia tai lasten joulujuhlia. Isoilla yrityksillä voi olla omat leikkipaikat ja -tilat. Eri asemassa olevien rajat ylittyvät helposti eivätkä ylimmät johtajat todennäköisesti ilmaannu paikalle. (Mole 2004, 161-162)

3.5 Englannin ja Suomen kulttuurilliset erot

Suomalaiset erottaa muista eurooppalaisista kansoista, ei niinkään käytöstavat, vaan suhde tapakulttuuriin; tuskin missään muualla Euroopassa oma tapakulttuuri kyseenalaistetaan julkisesti yhtä säännöllisesti kuin täällä Suomessa. (Syrjänen & Westermarck 1997, 92-93) Suomalaiset ovat syystäkin epäilleet, kiinnostaako kulttuurimme muuta Eurooppaa. Ennen Englannissa sanottiin, että Suomi on pirun maa. Vielä viime vuosisadalla suomalaisia pidettiin noitina ja paholaisen apureina, eikä suomalaista merimiestä tahdottu millään ottaa töihin brittiläiseen laivaan. Nykyään ongelmanamme on pikemminkin värittömyys kuin jännittävä eksoottisuus. Tuntuu siltä, että meillä on yllin kyllins. kansallisia kykyjä, mutta kansainvälinen huippu on monilla aloilla kaukana. Ehkäpä meidän kannattaisi jälleen yrittää hyödyntää aikaisempaa eksoottista mainettamme.

(Castrén 1995, 192) Suomalaiset tuntuvatkin olevan poikkeuksellisen kiinnostuneita siitä mitä heistä ajatellaan maailmalla, toisin kuin britit jotka eivät välitä tippaakaan mitä muut heistä ajattelevat. Englannin ja Suomen kulttuurillisista eroista kertoo hyvin myös väittämä, että Suomen vanha lakitermi ”Tuomittakoon kymmeneksi vuodeksi kuritushuoneeseen” kuuluisi sivistyneeksi englanniksi jotenkin näin: You might consider temporarily limiting his personal freedom (Olisi harkittava asianomaisen henkilökohtaisen vapauden rajoittamista tietyksi ajaksi). Sen sijaan itse toimenpiteissä ei olisi paljontakaan eroa. Ei ihme, että puheenvuoromme kansainvälisissä yhteyksissä tuntuvat joskus jyrkkäsanoisilta. Suomalaisilla on usein ongelmana, että puhuessamme englantia tai muuta vierasta kieltä, käytämme tahtomattamme töksähtävämpää ja tyyneämmältä tuntuvaa sävyä kuin mihin keskustelukumppanit ovat tottuneet. (Castrén 1995, 143-144)

Täytyy kuitenkin kansainvälisiä kulttuuri- ja sosiaalitaitoja harjoittaessa muistaa että kulttuuri on opittua, ei perittyä. Se on peräisin sosiaalisesta ympäristöstä, ei geeneistä. Kulttuuri tulisi erottaa ihmisluonnosta ja toisaalta yksilön persoonallisuudesta, vaikka yhteiskuntatieteilijät keskustelevatkin siitä, missä raja kulkee ihmisluonnon ja kulttuurin ja toisaalta kulttuurin ja persoonallisuuden välillä. (Hofstede 1993, 21) Kulttuuri- ja sosiaalitaitojen lisäksi ei sovi unohtaa tärkeintä asiaa englantilaisten kanssa asioidessa, nimittäin kielitaitoa. Me suomalaiset tarvitsemme kielitaitoa poikkeuksellisen kipeästi, koska joudumme hoitamaan kaikki ulkomaiset suhteemme vieraalla kielellä. Ja mitä useampia kieliä osaamme ja mitä paremmin niitä hallitsemme, sitä helpompaa kansainvälisten kontaktien vaaliminen tulee olemaan. (Castrén 1995, 194)

4 TIE ENGLANTIIN

4.1 Miten luoda tie Englantiin?

Pääasiassa kaikki suomalaiset englanninkieliset artistit ja heidän takanaan seisovat tahot ovat kiinnostuneita kotimaan markkinoiden lisäksi myös ulkomaiden markkinoista. Ai-noana esteenä Suomen pienten yhtiöiden ja artistien musiikkiviennille ei ole tuen tai taloudellisten resurssien riittämättömyys, vaan pikemminkin vähäinen tieto käytännön toteutuksesta sekä kontaktien vähäinen määrä. Englannissa nimenomaan henkilökohtaisia suhteita arvostetaan kovasti. Tuntematon ei myöskään noin vain saa esimerkiksi puhelimeen tavoittelemaansa henkilöä. Se vaatii ainakin kymmenen puhelua. Toiminta ei ole niin avointa kuin Suomessa. (Tampereen Kauppakamari Lehti 2004)

Perusenglantilainen ei ole perusoletukseltaan kiinnostuneita suomalaisista, tai edes eurooppalaisista. Maaliskuussa 2001 Britannian suurlevikkisimpiin kuuluva konservatiivinen päivälehti Daily Mail uutisoi näyttävästi miten brittiläinen nuoriso sanoo ei Euroopalle. 21-35 -vuotiaille tehdyn mielipidekyselyn mukaan kolme neljäsosaa vastaajista piti itseään enemmän britteinä kuin eurooppalaisina. Samansuuruinen joukko halusi, että poliittista valtaa siirrettäisiin Brysselistä takaisin Britannian parlamentille. Tutkimuksessa todettiin brittinuorten olevan huomattavasti ylpeämpiä kansallisesta identiteetistään kuin muiden Euroopan maiden nuorison: kun Italiassa 40, Saksassa 36 ja Ranskassakin 33 prosenttia vastaajista katsoi olevansa ensisijaisesti eurooppalaisia, vastaava luku Britanniassa oli vain 20. Brittiläiset nuoret osoittautuivat jopa vanhempiaankin isänmaallisemmiksi. Seuranneessa julkisessa keskustelussa kiinnitettiin huomiota muun muassa brittien heikkoon vieraiden kielten taitoon, mutta ajatukset mannermaisten kulttuurien tuntemisen tärkeydestä herättivät aamutelevision debateissa lähinnä hilpeyttä. Lehtikolumneissa todettiin, ettei Euroopan unionin jäsenyys ole saanut brittejä suhtautumaan yhtään entistä lämpimämmin muihin eurooppalaisiin. Ennemmin päinvas-toin: toisen mielipidekyselyn mukaan saksalaisia kohtaan tunnettu arvostus oli laskenut vuosien 1994 ja 2001 välillä 72 prosentista 41 prosenttiin ja ranskalaisten nauttima arvonto 87 prosentista 73 prosenttiin. Samaan aikaan Yhdysvaltoja arvosti edelleen yli 90 prosenttia brittinuorista. (Ihalainen 2002, 9-10) Tämä luonnollisesti vaikeuttaa suomalaisten ja muidenkin eurooppalaisten artistien esiinmarssia Englannin haasteita täynnä olevalla musiikkikentällä.

4.1.1 Kontaktien luominen

Ensimmäinen askel kohti Englantia on kontaktien luominen. Kontaktien luomiselle ei ole mitään yksiselitteistä kaavaa, vaan kontakti voi syntyä monella tapaa. Yksi tavoista on musiikkimessut, joita järjestetään miltei kaikissa maailman maissa, joissa musiikkivientiä harjoitetaan. Suomessa tärkein tapahtuma on Musiikki & Media, jossa suomalaisten on mahdollista tavata useista eri maista ja kulttuureista ponnistavia musiikkialan toimijoita yhdellä kertaa. Messujen suurimpia ongelmia on se että samaisilla messuilla samalla agendalla on liikkeellä satoja, ellei tuhansia muitakin toimijoita, jotka haluavat houkutella ulkomaisia agenttuureja ja levy-yhtiöitä julkaisemaan tai myymään tuotteitaan ja/tai artistejaan. Edelleen tärkeimpiä perussääntöjä kontaktien luomisessa on sosiaalisen kanssakäymisen tieto ja taito liikekumppanin kanssa. Nykyajan käsityksessä sosiaalisista taidoista on keskeistä se, että ihminen kykenee nopeasti solmimaan kontaktin hyvin erilaisiin ihmisiin, keskustelemaan ja olemaan luonteva heidän seurassaan. Verkostoituminen on nykyajan sana, ja small talkin hallitsemisesta on tullut oleellinen asia. Small talk antaa arvokasta informaatiota keskustelun kuluessa toisen osapuolen mielentilasta ja persoonallisuudesta sekä tuo vähitellen keskustelukumppaneita lähemmäksi toisiaan. Hyviä small talk aiheita on musiikin lisäksi urheilu, sää ja televisio. (Keltikangas-Järvinen 2010, 20; Syrjänen & Westermarck 1997, 57)

Musiikkiteollisuudessa hyvät ja luotettavat liikesuhteet ovat enemmän kuin tärkeitä ja mielenkiintoiset, hauskat ja oikealla tavalla sosiaaliset ihmiset löytävät itselleen bisneskumppanin paljon helpommin kuin sisäänpäin kääntyneet ja sosiaalisesti jäykät suomalaiset. Täytyy kuitenkin muistaa että sosiaalisuus ja sosiaaliset taidot ovat täysin eri asioita. Sosiaalisuus on synnynnäinen temperamenttipiirre, kun taas sosiaaliset taidot tulevat oppimalla. Ne eivät ole synnynnäisiä. Sosiaalisuudella tarkoitetaan sitä, miten kiinnostunut ihminen on muiden ihmisten seurasta ja miten itsestään selvästi hän joka tilanteessa asettaa muiden ihmisten seuran yksinolon edelle. Seurallisuus olisi tälle temperamenttipiirteelle parempi ilmaisu kuin sosiaalisuus. Sosiaaliin taitoihin kuuluu ehkä tärkeimpänä ja keskeisimpänä laaja varasto vaihtoehtoja sosiaalisten ongelmien ratkaisemiseksi ja kyky valita oikea ratkaisu. Sosiaalisesti taitavalla ihmisellä on käytössään suuri kirjo erilaisia toimintamalleja, joista hän joustavasti ottaa tilanteen kannalta parhaan ja tehokkaimman. Joskus hän neuvottelee, on sovitteluva, joskus tarttuu ongelmaan tiukasti, joskus vetäytyy. (Keltikangas-Järvinen 2010, 17, 22)

Vaikka kielitaito onkin yksi tärkeimpiä asioita tehdessä kauppaa ulkomaisen kumppanin kanssa, on opittava hallitsemaan asiansa niin, että kielen lisäksi on perillä myös vastapuolen kulttuuritaustasta. *Rem tene, verba sequuntur* - kun sisältö on kunnossa, sanat seuraavat itsestään, sanoi jo vanha censori Marcus Porcius Cato opettaessaan Rooman nuorisolle oikeaa esiintymistä. Rakentava sosiaalinen kanssakäyminen muiden ihmisten kanssa edellyttää monia ominaisuuksia, kuten tervettä itseluottamusta, tasapainoista tunne-elämää, harkintaa, kykyä kontrolloida ja arvioida omaa käytöstään, empatiaa. (Keltikangas-Järvinen 2010, 24; Castrén 1995, 194)

Wurzburgin yliopistossa on järjestetty nokkela koe, jota varten koottiin vapaaehtoisryhmä opiskelijoista. Opiskelijat kuuntelivat nauhalta ääntä, joka luki kuivaakin kiuveempaa filosofista tekstiä David Humen teosta Tutkimus ihmillisestä ymmärryksestä. Tekstistä oli nauhalla kaksi versiota, joista toisessa lukijan äänensävy oli iloinen ja toisessa surullinen. Sävyero oli kuitenkin niin hiuksenhieno, että sitä oli mahdotonta havaita, ellei asiaan kiinnittänyt erityistä huomiota. Silti koehenkilöt tulivat kuulemansa perusteella joko aavistuksen iloisemmiksi tai surullisemmiksi kuin ennen koetta. He eivät kuitenkaan tiedostaneet mielialansa muuttumista, saati kyenneet selittämään sen syytä. Jäykkänä ja suorina pidettyjen suomalaisten etenkin olisi tärkeää sosiaalisissa tilanteissa kiinnittää huomiota äänensävyyn ja äänenkäyttöön. (Coleman 2007, 25-26)

4.1.2 Internet portaalien hyödyntäminen

Musiikkimessujen väkijoukot pystyt ohittamaan Internetin kautta. Pystyt ottamaan kontaktin kehen tahansa musiikkitoimijaan henkilökohtaisesti, etsimällä hänen yhteystietonsa esimerkiksi Googlen kautta. Sähköposti onkin yksi vanhimmista verkon hyötypalveluista, jonka käyttö on arkipäivää niin yrityksissä kuin yksityiselämässä. (Haasio 2011) Vuonna 2010 25-34 vuotiaista suomalaisista 100% käytti Internetiä viimeisen 3kk aikana. 35-44 vuotiaissa sama luku oli 96%. (Tilastokeskus, 2010)

Ainoa internetin kautta bisnestä tehtäessä syntyvä ongelma on se että et ole kasvotusten kauppa- tai yhteistyökumppanin kanssa. Kasvotusten pystyt parempaan sosiaaliseen kanssakäyntiin. Sekä netin kautta, että kasvotusten asioidessa tarvitsee kuitenkin tietoutta käytännöistä ja kulttuureista. Suomalaisilla on usein ongelmana, että puhuessamme englantia tai muuta vierasta kieltä, käytämme tahtomattamme töksähtävämpää ja töy-

keämmältä tuntuvaa sävyä kuin mihin keskustelukumppanit ovat tottuneet. (Castrén 1995, 144)

4.1.3 Tiedonhaku

Kaiken musiikkivientiin liittyvän materiaalin etsimiseen tärkein elementti on tehokas ja oikeanlainen tiedonhaku. Onnistunut tiedonhaku edellyttää myös oikean hakustrategian valintaa ja hakulausekkeen asianmukaista muotoilua. (Serola 2010, 78) Tiedonhaku on oppiaine ja tutkimusala, joka sijoittuu informaatiotutkimuksen ja tietojenkäsittelyopin raja-alueelle. Netin ja sen hakukoneiden kehittyessä tiedonhausta on tullut kaikille tuttu, itsestään selvä asia. ”Googlaaminen” tuo kenen tahansa ulottuville koko verkostoituneen maailman digitaaliset tietoresurssit. (Serola 2010, 155)

2000-luvulla musiikkiportaalien valttikorttina toimi Myspace, joka mahdollisti tehokkaan hakukoneen kautta etsimään artisteja ja levy-yhtiöitä haluamastasi maanosasta tai kaupungista tietyllä spesifikoitulla musiikkityylillä. Esimerkiksi Bernin alueella esiintymisiä harjoittava indierock-yhtye oli helposti paikannettavissa ja kontaktoitavissa Myspacen kautta. Näin DIY-kiertueen (suom. tee-se-itse-kiertueen) järjestäjän oli helppoa löytää paikallista apua mistä tahansa Euroopan maasta. Myspacen merkityksen vähentymisen jälkeen suosituimmat musiikkiin liittyvät internet portaalit ovat Bandcamp, Soundcloud ja Facebook. Bandcampin hausta tekee erinomaisen se, että jokaisella artistilla on sivullaan ns. tagina, oma kotikaupunkinsa, musiikkityylinsä ja maansa. Näin Bandcampin tehohauulla on helppo etsiä tietylle keikalle esimerkiksi toista esiintyjää, tai apua kirjoittaen etsimänsä musiikkityyli ja kaupunki Bandcampin hakukenttään. Facebookista löytyy myös melkein jokainen vähänkin fanikuntaa omaava artisti, mutta valitettavasti hyvin ylikuormittunut hakukone ei pysty paikantamaan artisteja yhtä tarkasti kuin esimerkiksi Bandcamp. Keskeisintä on löytää oikeat hakutermit. Mitä hakusanoja käytämme? Teemmekö haun suomeksi vai jollain muulla kielellä? Aivan ensimmäiseksi kannattaa miettiä termejä, mitä tiedon tuottaja käyttää kirjoittaessaan asiasta. Onko kyseessä tieteellinen tai jonkin erityisalan terminologia vai yleiskieli? Millä kielellä asiasta on julkaistu eniten? (Haasio 2011, 26)

Niin medialukutaito kuin informaatiolukutaitokin ovat musiikkiviejän perustaitoja. Medialukutaito on käsitteenä laajempi. Siinä missä informaatiolukutaidon painopiste on

tiedon hankinnassa, arvioinnissa ja käytössä, medialukutaito puolestaan korostaa laaja-alaista eri viestimien hallintaa ja kykyä ymmärtää niiden sisältöjä sekä tuottaa niihin itse materiaaleja. Tiedonhaun taidot korostuvat voimakkaasti puhuttaessa informaatiolukutaidosta. Pelkkä hakuprosessin hallinta ei kuitenkaan riitä: meidän on kyettävä myös punnitsemaan eri lähteiden painoarvoa, luotettavuutta ja soveltuvuutta tiedontarvetilanteen näkökulmasta. Informaatiolukutaitoinen henkilö kykeneekin hahmottamaan koko tiedonhankintaprosessin aina tiedontarpeen synnystä lähteiden käyttöön ja analysoimaan sitä kriittisesti. Jos jättäydymme Internetin armoille, emmekä hallitse informaatio ja medialukutaitoa, on vaarana että hyvästä rengistä tulee huono isäntä. Ilman näitä taitoja emme kykene hallitsemaan tietotulvaa, jäsentämään informaatiota ja erottamaan oleellista epäoleellisesta. Lähdekriittisyys ja kyky ymmärtää viestejä on ensiarvoisen tärkeää. Sama pätee tiedonhakuun: liian usein me vain googletamme sokeasti, vaikka parempia ja luotettavampia tuloksia saattaisi saada tehokkaalla ja suunnitelmallisella tiedonhaulla. (Haasio 2011, 17)

Google ei myöskään aina ole välttämättä paras vaihtoehto. Amerikkalainen Dogpile hakee samanaikaisesti informaatiota Googlesta, Bingistä ja Yahoosta. Sanahaun lisäksi haun voi kohdistaa uutisaineistoon, videoihin tai kuviin. Samanlaisia metahakuja ovat muun muassa Yippy, Mamma, Ixquick, Metacrawler, Webcrawler ja Incywincy. Sosiaalisen median palveluissa korostuu tiedonhankinnan näkökulmasta se, että käyttäjällä on mahdollisuus saada informaatiota, joka perustuu kokemuksiin ja mielipiteisiin. Juuri sen kaltaista tietoahan usein haemmekin. Esimerkiksi ystäväni lähetti juuri Facebookiin tilapäivityksen, jossa hän kertoi matkustavansa Lontooseen ja kyseli, tietääkö kukaan siellä hyvää majapaikkaa. Tarkoituksena oli nimenomaisesti saada suosituksia ja vinkkejä eli sen kaltaista informaatiota, jota on muutoin vaikeahko saada. (Haasio 2011, 78, 128)

Myös yritysmaailmassa ja eri organisaatioissa on ymmärretty sosiaalisen median merkitys. Yritysten blogit ja Facebook-sivut ovat hyviä esimerkkejä siitä, kuinka eri organisaatiot aina viranomaisia myöten ovat tulleet mukaan sosiaaliseen mediaan ja hyödynneet sitä markkinoinnissa ja viestinnässä. Osallistamalla sosiaaliseen mediaan ja tuottamalla sinne sisältöjä yritys pystyy melko edullisesti kohdentamaan viestinsä juuri sen tuotteesta tai palvelusta kiinnostuneelle kohderyhmälle. (Haasio 2011, 130)

4.1.4 Tuonti osana vientiä

Hyvin organisoidun tuonnin osuus viennissä on elintärkeää nykyaikaiselle musiikkibisnekselle. Jokainen musiikkimessuille, Myspaceen tai vaikkapa Facebookin musiikkia tuova henkilö on kiinnostunut oman musiikkinsa levittämisestä. Tärkeimpänä osana omaa vientiä näytteleekin usein juuri viennin vastakohta - tuonti. Antamalla esimerkiksi englantilaisen agentin yhtyeelle haluamansa kiertueen Suomessa ja hoitamalla asiat hyvin, luo usein hyvän mahdollisuuden edistää oman artistin vientiä hänen toimialueelleen. Etenkin indiemusiikkiin keskittyvässä liiketoiminnassa artistien kiertueiden vaihto toimii Euroopassa. Asioita hoidetaan verkostojen kautta, eikä silloin kannata verkostoitua sellaisten ihmisten kanssa, joista ei ole hyötyä. Ensin tulee tehdä kartoitus, mistä löytyvät ne tärkeät ihmiset, joista on hyötyä omille päämäärille. Sitten luodaan strategia, miten päästään näiden ihmisten tuttavuuteen, ja sitten ylläpidetään näin muodostuneita verkkoja. (Keltikangas-Järvinen 2010, 21)

Mitä useimmin suomalaisten vientisuunnitelmat tuntuvat kariutuvan yhteistyökumppaneiden ja kontaktien puutteiden takia. Avain pysyvien kontaktien luomiseen ei välttämättä ole suoranainen bisneksenteko, eli myynti ulkomaille, vaan nimenomaan se että antaa ensin vastakumppanille jotain, mitä hän tarvitsee ja haluaa. Täytyy kuitenkin muistaa, että pelkkä manipuloiva käytös – asioiden näkeminen vain oman edun kannalta toisen ihmisen kustannuksella – ei täytä sosiaalisen älykkyyden kriteerejä. Voidaankin ajatella, että ihminen on sosiaalisesti älykäs vasta silloin, kun hän pystyy sekä ymmärtämään ihmissuhteitaan, että toimimaan niissä älykkäästi. (Coleman 2006, 19)

4.2 Miksi Englantiin?

Englantia voidaan pistä listasaavutusten ja omien vientisaavutustensa valossa Euroopan kovatasoisimpana musiikkimaana. Näin ollen yhtyeen tai yrityksen pääsy Englannin markkinoille tarkoittaa Euroopan kovimmille markkinoille pääsyä. Tämä luo ison haasteen – se artisti tai yritys joka menestyy Englannissa, omaa mahdollisuuden menestyä missä vain. Englannin kiertue, levy-yhtiö Englannissa tai keikkamyymä Englannissa ovat isoja myyntivaltteja myydessä samaa artistia Keski-Euroopan tai kotimaan markkinoille. Jos yhtye on tarpeeksi hyvä Englantiin, se on tarpeeksi hyvä muuallekin Eurooppaan. Tästä hyvänä esimerkkinä toimii että suomalaiset Englannin listalla sijoittuneet artistit

ovat poikkeuksetta kotimaansa lisäksi olleet jossain muussa maassa listaykkösenä. Englannin listaa pidetään Amerikan Billboardin jälkeen kovimpana meriittinä albumimyynnin kannalta. ”Jos Briteissä menestyy niin mediahuomion avulla menestyy myös muualla maailmassa. Aikaisemmat esimerkit osoittavat että menestyminen Briteissä on mahdollista kovasta kilpailusta huolimatta”, kertoo Riku Salomaa Suomen Lontoon Suurlähetystön tiedotteessa. (Suomen Ulkoasianministeriö, 2012)

5 TIEN PÄÄLLÄ – GETAWAYCAB UK TOUR

5.1 Getawaycab UK Tour johdanto

Getawaycab on 1999 perustettu suomalainen indierock-yhtye. Yhtye tuli vuonna 2007 siihen tulokseen, ettei hyvin marginaalista 90-luvun kitarapainotteiseen soundiin kallistuvaa emo-/indierockia soittavan yhtyeen taival Suomessa voi olla kovin menestyksenkäs. Keikkoja yhteensä 58 Suomen kaupungissa soittanut yhtye päätti laajentaa ja siirtää toimintaansa ulkomaille, aloittaen suomalaisille helpoksi todetusta vientimaasta Venäjältä. Myöhemmin yhtye laajensi lähemmäs Keski-Eurooppaa esiintyen Virossa, Latviassa, Liettuassa, Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa ja Saksassa. Tämä osio käsittelee yhtyeen tähän mennessä isoimman merkkipaalun, Iso-Britannian kiertueen, käytännön toteutusta, jotta lukija saisi vielä maanläheisemmän esimerkin tee-se-itse-kiertueen järjestämisestä.

5.2 Toteutus

Ensimmäinen idea Englannin kiertueesta sai alkunsa useiden toimijoiden ja yhtyeiden yhteneväisestä mielipiteestä - Englannin kiertueelle on vaikea päästä. Saimme myös tietoomme, että Englannissa on todella vaikeaa vakuuttaa yleisö ja huonoimmassa tapauksessa yhtye joutuu yleisön negatiivisen käyttäytymisen seurauksena poistumaan lavalta ennen aikaisesti. Kuitenkin onnistunut Englannin kiertue CV:ssään on mahdollisuus tehdä vaikutus useaan Keski-Euroopan ja kotimaan promoottoriin jo ennen keskitettyä promootiota näille toimialueille. Tämän haasteen tuomien mahdollisten etujen inspiroimana Getawaycab päätti järjestää itselleen Englannin kiertueen.

5.2.1 Kontaktien luominen

Ensiaskel kohti toteutunutta kiertuetta oli kontaktien luominen. Lähdin Googlen kautta tutkimaan erilaisia foorumeita, esiintymispaikkoja ja yhtyeitä. Muutaman päivän haku-toimien jälkeen olin listannut mielenkiintoisimmat vaihtoehdot kontaktien luomisen kannalta. Lähetin useita kymmeniä sähköposteja erilaisille esiintymispaikoille, agenteil-

le ja artisteille joilla näytti olevan Myspacen, Bandcampin tai muun vastaavan portaalin tai sosiaalisen median perusteella mielenkiintoisia tapahtumia, kontakteja tai keikkoja. Lähestyin näitä tahoja Gaea Bookingin agenttina. Tässä vaiheessa täytyi ymmärtää ettei lähesty liian isoja artisteja, eikä liian pieniä, vaan suurin piirtein saman kokoluokan artisteja ja toimistoja kuin meillä itsellämme oli. Vastauksia yli 100 lähettämäni mailiin tuli erittäin vähän, mutta muutamia kiinnostuneita yhteistyökumppaneita löytyi. Näin toimimalla saimme sovittua kaksi esiintymistä, jotka molemmat peruuntuivat myöhemmin meistä riippumattomista syistä. Tämän pitkän, puuduttavan ja turhauttavan myyntiyrityksen jälkeen tapahtui kuitenkin pieni läpimurto kun törmäsin Facebookin Gig Exchange -ryhmään (eng. group). Gig Exchange on englantilainen Facebookissa toimiva ryhmä, jossa paikalliset artistit ilmoittavat esiintymisistään ja ryhmän nimen mukaisesti tekivät esiintymisten vaihtoa toisten artistien kanssa kotikaupungeissaan. Kirjoitin foorumille ensimmäisenä ulkomaalaisena keikkavaihtomahdollisuuksista Suomen ja Englannin välillä, joka poiki yhden vastauksen. Vastaus oli artistilta nimeltä David R Black. DRB oli jo kertaalleen esiintynyt Suomessa, ja heillä oli CV:ssään satoja keikkoja Isossa-Britanniassa mm. Hanoi Rocksin ja monen muun kulttimainetta nauttivan rock & indie-artistin kanssa. Sähköpostineuvotteluissa tuli ilmi myös että laulaja Dave Naylor omisti levy-yhtiön nimeltään 1000 Watts Recordings, sekä hoiti myös yhtyeen keikkamyynnin täysin itse. Tästä vakuuttuneena järjestin heille 4 esiintymistä Suomesta sopimuksella että he järjestäisivät saman verran keikkoja myös meille Englannista. Suullisen sopimuksen taloudellisena reunaehtona oli etteivät he jäisi Suomen keikoista, emmekä me Englannin keikoista tappiolle, vaan molempien artistien kiertueiden pitää päättyä taloudelliseen voittoon josta me otimme vastuun Suomessa ja he Englannissa.

David R Black saapui Suomeen itse ostamillaan lennoilla huhtikuussa 2011, ja soitti neljä onnistunutta esiintymistä Suomessa. Artisti mainitsi Helsingin On The Rocksin keikan olleen artistin paras koskaan, vaikka yhtye olikin pitkän uransa aikana ehtinyt esiintyä Hollywoodissa, New Yorkissa sekä lähes jokaisessa Keski-Euroopan maassa. Buukkasin heidät On The Rocksin lisäksi Tampereen O'Harasiin, Forssan Blue Pooliin ja Turun Klubille. Yhtyettä oli pienen kulttimaineensa ja mittavan Currilucum Vitaen kanssa helppoa myydä, ja näin artisti jäikin Suomen kiertueesta erittäin tyydyttävään taloudelliseen lopputulokseen. Tässä vaiheessa oli jo sovittu ajankohta, jolloin artistin asioita hoitava Dave Naylor toisi Getawaycabin Englantiin, ja keikkoja oli jo myyty Naylorin toimesta muutama. Tuntui kuitenkin hieman tyhjältä lähteä niin isoon musiikkimaahan soittamaan neljä esiintymistä, joten päätimme kasvattaa vielä kontaktilis-

taamme.

Löysin erittäin mielenkiintoisen, Edils Booking nimisen ohjelmatoimiston muutaman suosikkiyhtyeeni kautta. Edilsin mielenkiintoiset artistit kuten Appleseed Cast, Owen ja Last Days of April saivat minut ehdottamaan yhteistyötä heidän kanssaan – ja heillä sattui minun onnekseni olemaan juuri sillä hetkellä muutama artisti erittäin kiinnostunut keikoista Skandinavian alueella. Heidän imagonsa ja estetiikkansa olivat niin tyylikkää, etten lähtenyt suoraa ehdottelemaan keikkavaihtosopimuksia, vaan päätin tehdä vaikutuksen heihin tuomalla pari heidän artistiaan Suomeen hyvälle keikoille. Ensimmäinen artisti oli hieman raskaampaa post-rockia soittava Goonies Never Say Die, jolle sain esiintymisiä erittäin korkealaatuisista esiintymispaikoista kuten Jyväskylän Lutakosta, Tampereen Klubilta ja Helsingin Korjaamolta. Yhtye joutui valitettavasti perumaan kiertueen jo ennen sen alkamista, johtuen artistin sisäisistä riidoista. Edils Booking oli todella pahoillaan kiertueen peruuntumisesta ja tarjosi apuaan, jos tarvitsisimme jotain peruutuksen tiimoilta. Tämän innoittamana kysyin apua sen sijaan Englannin kiertueen järjestämiseen, ja hehän auttoivat mielellään. Heidän kauttaan sain useita kontakteja esiintymispaikkoihin, ja sain mainita heidän nimensä saatekirjeessämme, josta pelkäämään oli jo suuri apu heidän maineensa ollessa Englannin indie-musiikkipiireissä erittäin katu-uskottava ja luotettava. Toin vielä hyvätahdon eleenä Edils Bookingin omistaja, Philip Rourken yhtyeen Go Heeledin kahdelle keikalle Suomeen, kun he olivat matkalla soittamaan Moskovaan toukokuussa 2011. Yhtyeen keikat menivät pienistä resursseista huolimatta erittäin hyvin, ja näin ollen saimme Philip Rourkelta koko hänen asuntonsa käyttöömme Englannin kiertueemme mahdollisille välipäiville, sekä myös hänen yhtyeensä koko backlinen tarvittaessa lainaan ilman veloitusta. Saimme myös useita autonvuokrausvinkkejä ja sisäpiirintietoa käytännön järjestelyistä jopa niinkin pitkälle asti, että hän kertoi kuinka isot maksuresurssit milläkin venuella oli. Backline olisi ollut erittäin kallista tuoda lentokoneessa, tai vuokrata, joten tuonnin merkitys viennissä nousi meidän tapauksessamme hyvin isoon taloudelliseen ja tuotannolliseen arvoon.

5.2.2 Keikkojen myynti

Englannin kiertueen keikat tapahtuivat lopulta kahdessa periodissa. Ensimmäinen periodi 18.06. – 24.06. oli meidän itse järjestämämme Edils Bookingin avustuksella, ja 26.06 – 30.06. oli kokonaan 1000 Watts Recordingsin Dave Naylorin organisoima.

Saimme itse myytyä ensimmäiselle viikolle lopulta 3 esiintymistä. Tällä viikolla oli alun perin vielä yksi esiintyminen Liverpoolissa, mutta se valitettavasti päällekkäisyyden johdosta. Kiertueen lopullinen aikataulu keikkojen osalta näytti seuraavalta.

1. Periodi

19.05. The Blue Room, Blackpool, England

21.05. Bar Bloc, Glasgow, Scotland

23.05. Bannermans, Edinburgh, Scotland

2. Periodi

25.05. Escape, Manchester, England

26.05. Nambucca, London, England

27.05. Witchwood, Ashton-under-lyne, England

28.05. Bulls Head, Whitefield, England

29.05. Town Hall, Bury, England

Valitettavasti ensimmäiselle viikolle osui monta ikävää välipäivää, mutta saadessamme ilmaisen majoituksen joka yöksi läheltä venueta joko Blackpoolista, Liverpoolista, Glasgowsta tai Edinburghista, eivät välipäivätkään olleet ongelma. Kiertueen ensimmäiset keikat Blackpoolissa, Glasgowssa ja Edinburghissa olivat minun itse järjestämiäni Philip Rourken avustuksella. Esiintymisten myynti minun osaltani oli sujuvaa, kaikkiin sähköposteihin vastattiin kun mainitsin oikeat nimet ja summat ja myyntityöstä pääsi jopa nauttimaan. Jokaiseen myymääni esiintymiseen sisältyi lipputulojen, cateringin, backlinen, miksaajan ja yöpaikan lisäksi myös takuupalkkio varmistamaan sen, että olimme voiton puolella taloudellisesti koko ensimmäisen periodin.

Kiertueen toisen osan myynnistä ja tuotannosta vastasi 1000 Watts Recordsin Dave Naylor. Hänen lähettämänsä tuotantopohjat ja ehdotelmat näyttivät alusta alkaen hyviltä ja luotettavilta. Keikkapaikka- ja kaupunkiehdotuksia tuli paljon, ja tuntui että hyviä keikkoja oli jatkuvasti vain varmistusta vailla. Näitä varmistuksia ei tullut ennen huhtikuuta, mutta olin jo ennestään agenttina tottunut odottamaan ja ymmärsin, että joskus keikkavarmistuksen saanti vaatii aikaa ja kärsivällisyyttä. Sitten monet isojen kaupunkien hyvät keikat Birminghamissa, Swanseassa ja Newcastlella kuitenkin peruuntuivat ja tilalle ilmestyi kuin tyhjästä keikkoja tuntemattomimmissa kaupungeissa kuten Ashton-

under-lynessä ja Whitefieldissä. Saapuessamme Englantiin, vielä lentokentällä selviteltiin tekstiviestein Lontoon keikan kohtaloa, joka ei ratkennut ennen kuin tapasimme myöhemmin Manchesterissa. Vaikka suunnitelmat vaihtuivat hieman pienemmiksi ja muutokset huolestuttivat meitä, emme kuitenkaan olleet pettyneitä, koska ajatus Englannin kiertueesta tuntui hyvältä. Olihan meillä heti aluksi luvassa kaksi loistavaa keikkaa Skotlannin isoimmissa kaupungeissa, hyvillä klubeilla.

5.2.3 Kiertueen logistiikka ja käytännön toteutus

Muutaman päivän intensiivisen tiedonhaun jälkeen, etsiessämme kiertueelle lentoja totesimme halvimpien lentojen löytyvän matkaamalla Tallinnaan lautalla ja lentämällä sieltä East Midlandsin lentokentälle Nottinghamin kupeeseen. Lennot olivat yhteensä koko yhtyeeltä miltei 800e halvemmat kuin Suomesta lentäessä, ja maksoivat kokonaisuudessaan neljälle aikuiselle basson, kahden kitaran ja virvelirummun kera 358,7e. Tallinnasta Liverpooliin operoiva Easy Jet ja Tallinna - East Midlands väliä lentävä Ryan Air tuntuvatkin olevan kaudesta riippumatta halvimmat vaihtoehdot Keski-Englannin matkailulle. Olimme tehneet kattavan tutkimuksen autovuokrauksesta Edils Bookingin Philip Rourken vinkkien perusteella ja halvimman vaihtoehdon tarjosi kansainvälinen autovuokraamo Enterprise. Meidän tapauksessamme, kun backline tarjottiin promoottorien ja esiintymispaikkojen toimesta, henkilöautolla matkustus oli paras mahdollinen vaihtoehto.

5.2.4 Kiertueella

Lähdimme kiertueelle Helsingin laivaterminaalista aamulla 18. toukokuuta 2011. Matka Tallinnaan kesti kolmisen tuntia ja satamasta lentokentälle taksi maksoi 5 euroa. Lentokentällä kaikki sujui hyvin ja olimme East Midlandsin terminaalissa Englannissa täysin aikataulussa. Ensimmäinen ongelma kohdattiin autoa vuokratessa. Auton vuokran maksajan piti olla sama kuin autonvuokraajan, ja autonvuokraajan piti olla yhtä kuin auton virallinen ajaja. Kiertuekassa oli kerätty rumpalimme Juuson tilille, kun taas olimme sopineet että kitaristimme Iiro olisi ajanut autoa. Näin jouduimme mutkikkaaseen tilanteeseen, koska käteismaksukaan ei käynyt. Jouduimme siis ottamaan auton Juuson nimiin. Tästä lähdimme kohti Liverpoolia, jossa olimme ensimmäisen yön Edils Bookin-

gin promoottorin Philip Rourken työnä.



KUVA 1: Vuokra-Auto (Kuva: Henri Koskiniemi 2011)

Seuraavana päivänä lähdimme keikalle Blackpooliin, jossa kaikki meni ennako-
odotusten mukaisesti. Yleisö ei ollut hirveän kiinnostunut suomalaisesta artistista ja
jännitys oli normaalia kovempi, koska kyseessä oli kiertueen ensimmäinen esiintyminen
eikä yhteissoitto tai tempokaan ollut kohdallaan. Blackpooliin oli järjestetty yöpaikka
paikallisen promoottorin luona, ja seuraavana päivänä ajoimme takaisin Liverpooliin.

21. toukokuuta seurasi kiertueen toistaiseksi pisin ajo, kun ajoimme Keski-Englannin
Liverpoolista Glasgowiin Skotlantiin (liite 2). Motivaatio ja keskittyminen oli parantu-
nut ja näin ollen keikkasuorituskin oli rutinoituneempi ja parempi. Hyvää mielialaa nos-
tatti myös se, että baari oli tupaten täynnä indie-musiikista kiinnostuneita nuoria. Skot-
lantilaiset olivat myös yllättävän kiinnostuneita suomalaisista ja suomalaisuudesta, ei-
vätkä liioin pidätelleet ilmaista hyvin negatiivisia ja kärkkäitä mielipiteitään naapuri-
maastaan Englannista. Backline lainattiin lämmittelyartisteilta, kuten myös Blackpoolis-
sa. Yön nukuimme promoottorin lattialla. Seuraavana päivänä kohtasimme jälleen pie-
nen pulman kun ei ollut esiintymistä, ja olimme Skotlannin ylängöillä ilman yöpaikkaa.
Mietimme aamulla, että hostellin vuokraus olisi järkevää, mutta päätimme kuitenkin
koettaa onneamme ja lähdimme ajamaan seuraavalle keikkapaikalle Edinburghiin ja
kysyä sieltä yöpaikkaa. Paikalle saavuttuamme huomasimme matkan kannattaneen,

koska esiintymisen jälkeiseksi yöksi meille varattu yläkerran huoneisto oli vapaana ja meidän käytettävissämme ilmaiseksi vuorokautta aikaisemmin. Skotlantilaiset tuntuivat muutenkin olevan englantilaisia vieraanvaraisempaa väkeä, ja tekivät kaiken saadaksemme olomme mukavaksi.



KUVA 2: Edinburgh (Kuva: Henri Koskiniemi 2011)

Maanantaina esiintyminen Edinburghissa meni suunnitellun mukaan. Noin 30 ihmistä saapui paikalle, backline oli esiintymispaikan oma ja illan toisen esiintyjän jäsenet sympaattisia ja Suomesta kiinnostuneita muusikoita. Edinburghissa soitimme kiertueemme ensimmäisen encoren ja seuraavana päivänä ajoimme takaisin Liverpooliin yöksi. Liverpoolista suuntasimme Manchesteriin, jossa jätimme auton Enterprisen vuokraamoon ja kuittasimme takuuvuokran takaisin. Monikansallisista autonvuokrausyhtiöistä ei jäänyt oikeastaan kuin hyvää sanottavaa, kaikki toimi mallikkaasti ja auton pystyi palauttamaan melkein mihin tahansa kaupunkiin Briteissä. Suunnistimme kartan ja tekstiviestien avulla paikallisjunilla Manchesterin lähiökaupunki Buryyn, jossa saimme seuraavan viikon yöpaikaksi 1000 Watts Recordingsin promoottorin Dave Naylorin omistaman soittoharjoittelutilan. Majoittuminen likaisessa, kylmässä ja tupakansavuisessa harjoittelutilassa ei ollut kovin laadukasta. Se kuitenkin kelpasi meille täydellisesti. Toisen periodin logistiikasta ja backlinestä vastasi Dave Naylor. Meidän tarvitsi vain kirjata ylös hänen ohjeensa, olla ajoissa hereillä ja keskittyä soittamaan hyvin.

Kiertueen toisella periodilla esiintymisten ja esiintymispaikkojen taso kuitenkin vaihteli

merkittävästi. Manchesterissä soitimme pienen baaritiskin kulmassa täydelle baarille, Lontoossa soitimme isolla klubilla viidelle hengelle, Ashton-under-lynessä soitimme miltei loppuunmyydylle klubille illan pääesiintyjänä ja Whitefieldissä soitimme Champions Leaguen finaalin jälkeen paikallisessa pubissa, joka oli sisustettu kokonaan vanhoilla kirjoilla. Manchester Unitedin hävitessä Barcelonalle finaaliottelun koko kaupunki hiljeni, ja keikallamme ei ollut ketään muita kuin baarihenkilökunta ja promoottorit.



KUVA 3: Manchesterin kirjapubi (Kuva: Henri Koskiniemi 2011)

Viime hetkellä järjestetty esiintyminen Buryn kaupungintalolle mietitytti, mutta osoitautui lopulta mahtavaksi päätökseksi kiertueelle. Helsingin Nosturin kokoinen puoliksi täynnä paikallisia nuoria oleva kaupungintalon juhlasali innostui täysin rinnoin suomalaisesta indierock-yhtyeestä ja esiintymisestä tulikin kiertueen kohokohta (liite 1). Yhtyeen soitto oli nopeasti rutinoitunut seitsemän esiintymisen jälkeen ja viimeinkin tuntui siltä, että tajusimme että tajusimme kuinka hyvä Englannissa pitää olla että siellä pärjää. Mikään fyysinen vaiva roudauksesta, lentämisestä, nukkumisesta lattialla, miltei 10 päivää ilman suihkussa ei tuntunut miltään verrattuna siihen huoleen mikä johtui esiintymisen, päivien ja sopimusten jatkuvasta muuntelusta ja peruuntumisista. Kokoajan piti olla varuillaan huijauksilta ja pitää huoli ettei oikeuksiamme sorrettu. Kuitenkin tiesimme, ettei meidän asemamme yhtyeenä riittäisi vielä parempaan ja stabiilimpaan kohteluun. Epäkohdat täytyi vain kestää jos halusimme saavuttaa jotain. Viimeinen haaste oli yö lentokentällä, jolloin pidimme vuorotellen vartiota, etteivät soittimemme katoa yön aikana.



KUVA 4: Lentokenttä 05:00 (Kuva: Henri Koskiniemi 2011)

5.3 Kiertueen jälkeen

Kiertueen jälkeen laskimme taloudellisen lopputuloksen, joka Kauhajoen Kulttuurisäätiön myöntämän kiertuetuen jälkeen painui jopa hieman voiton puolelle. Meitä lähestyi kiertueen jälkeen kaksi suomalaista levy-yhtiötä ehdotellen yhteistyötä ja keikkapyyntöjä on tullut lisääntyvään tahtiin koko vuosi kyseisen kiertueen jälkeen, sekä Englannista että Suomesta.

Suurin hyöty tehdystä kiertueesta tuli vuosi myöhemmin kun Getawaycab solmi levytyssopimuksen Liverpoolilaisen Edils Bookingin perustaman tytäryhtiö Edils Recordingsin kanssa. Levytyssopimus kattaa julkaisun lisäksi jakelun, promootion ja myös kiertueen levynjulkaisun aikaan. Kiertueen ja levytyssopimuksen myötä yhtye on saanut paljon enemmän kiinnostusta aikaan myös Keski-Euroopassa, sekä Suomessa kysyntää on tullut isompien esiintymispaikkojen promoottoreilta. Sopimus ja kiertue Englannissa sai myös suomalaiset levy-yhtiöt heräämään ja yhteydenottoja on alkanut tulemaan. Ennen kiertuetta soitimme pienissä esiintymispaikoissa, kuten Tampereen Vastavirralla ja Turun TVO:lla. Kiertueen jälkeen soitimme huomattavasti isomman profiilin esiintymispaikoissa Tampereen ja Turun Klubeilla. Meille tarjottiin Helsingin Tavastialle lämmittelijän paikkaa, ja keikkaa Tammerfestien myöhäisillassa. Saimme kiertueen jälkeen myös keikkatarjouksen Kanadasta marraskuulle 2012. Tämä kaikki saattaa kuu-

lostaa yhtyeen normaalilta kehityskaarelta, mutta meidän tapauksessamme, kun viimeisin EP-julkaisu on vuodelta 2006, ja materiaalia albumiltamme ei ole julkaistu kuin Englannissa, tällainen näin nopea suosion ja tunnettuuden nosto on ollut hyvinkin yllättävää. Kiertueen hyöty on kumuloitunut yhtyeen imagon, tarinan ja kiinnostavuuden nousuna täysin alkuperäisten suunnitelmien mukaan.

6 POHDINTA

Englantiin keskittyvää toimijoiden musiikkivientiprosessia voisi kuvata vuorovaikutussuhteena. Kyseessä on usein pitkäaikainen liikekumppanuus paikallisen toimijan kanssa, jossa pyritään löytämään molemmille osapuolille heidän toimintaansa vieraassa maassa edistäviä kiertueita ja kontakteja. Liikekumppanuussuhteita voi solmia esimerkiksi musiikkimessuilla tai vaikkapa internetin kautta. Englantiin keskitetyn musiikkivientisuunnitelman ja kiertueen järjestämisen ensimmäisenä osa-alueena tarvitaan tehokasta ja oikeisiin paikkoihin kohdistettua tiedonhakua. (Haasio 2011, 17) Onko tehokampaa käyttää aikaa etsiessä artistin imagoon ja musiikkityyliin sopivia esiintymispaikkoja ja promoottoreita, vai lähettää mahdollisimman paljon viestejä järjestelmällisesti jokaiselle hakukoneella löydetylle toimijalle?

Englannin ja Suomen bisneskulttuurin erona pidetään sitä että suomalaisia pidetään jäyhempinä ja suoraviivaisempina kaupan tekijöinä, kuin small talkia, huumoria ja muita vastaavia sosiaalisia taitoja paljon hyödyntäviä englantilaisia. (Castrén 1995, 143-144) Kuinka paljon sosiaalinen älykkyys lopulta voi vaikuttaa liikesuhteen solmimiseen? Ainakaan sosiaaliset taidot eivät välttämättä voi olla haitaksi, koska useiden lähteiden mukaan sosiaalisesti taitavalla yksilöllä on usein käytössään paljon erilaisia toimintamalleja, joista hän joustavasti ottaa tilanteen kannalta parhaan ja tehokkaimman. Rakentava sosiaalinen kanssakäyminen muiden ihmisten kanssa edellyttää heidän mukaansa monia ominaisuuksia, kuten tervettä itseluottamusta, tasapainoista tunne-elämää, harkintaa, kykyä kontrolloida ja myös arvioida omaa käytöstään. (Keltikangas-Järvinen 2010, 17, 22, 24; Coleman 2006, 19)

Englannin amerikanisoituminen 50-luvulla saattoi Beatlesit maailmanmaineeseen, ja siitä lähtien Englannin asema johtavana toimijana eurooppalaisilla musiikkimarkkinoilla on ollut vakaa. (Kallioniemi 2006, 13; Leinonen & Lyytinen, 204-205) Englannin johtava asema eurooppalaisilla musiikkimarkkinoilla on myös Suomen Ulkoasianministeriön mukaan tärkeimpiä syitä lähteä tukemaan suomalaisten artistien vientiä nimenomaan juuri Englantiin. Jos Englannissa menestyy, on hyvät mahdollisuudet menestyä mediahuomion avulla muuallakin maailmassa. (Suomen Ulkoasianministeriö, 2012)

LÄHTEET

Castren, P. 1995. Maassa maan tavalla – Eurooppalaisen tapakulttuurin juurilla. Ensimmäinen painos. Helsinki: WSOY.

Coleman, D. 2007. Sosiaalinen äly. Ensimmäinen painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Etelä-Pohjanmaan Kulttuurirahasto. 2012. Luettu 9.11.2012. <http://www.skr.fi/ep/>

Good News Finland. Michael Monroe's new album voted best of the year in London. Luettu 9.11.2012. <http://www.goodnewsfinland.com/archive/news/michael-monroes-new-album-voted-best-of-the-year-in-london/>

Haasio, A. 2011. Mitä iloa internetistä – Hyödy verkkopalveluista, sukella sosiaaliseen mediaan. Ensimmäinen painos. Helsinki: BTJ Finland Oy.

Hofstede, G. 1993. Kulttuurit ja organisaatiot – Mielen ohjelmointi. Ensimmäinen painos. Helsinki: WSOY.

Ihalainen, P. 2002. Britannia – Saarivaltakunnan Eurooppa-suhteiden historia. Ensimmäinen painos. Helsinki: Atena Kustannus Oy.

Iltasanomat. 2012. Musiikkiviennin kasvu yhä vahvaa. Luettu 10.10.2012. <http://www.iltasanomat.fi/musiikki/art-1288476025543.html>

Kallioniemi, K. 2006. Blitzistä Blairismiin - Englantilainen populaarikulttuuri ja yhteiskunta toisen maailmansodan jälkeen. Ensimmäinen painos. Turku: K & H.

Kansainvälisen Kaupan Koulutuskeskus. 1998. Eurooppa – Kulttuureja ja käyttäytymistä. Neljäs painos. Helsinki: Fintra.

Kauhajoen Kulttuurisäätiö. 2012. Luettu 9.11.2012. <http://kauhajokinyt.fi/kulttuurisaatio/>

Kauppalehti. 2012. Suomalainen musiikkivienti sai vauhtia Lontoossa. Luettu 10.10.2012. <http://www.kauppalehti.fi/etusivu/suomalainen+musiikkivienti+sai+vauhtia+lontoossa/201209263505>

Keltikangas-Järvinen, L. 2010. Sosiaalisuus ja sosiaaliset taidot. Ensimmäinen painos. Helsinki: WSOY.

Leinonen, H. & Lyytinen, E. 1993. Iso-Britannia – Imperiumista Euroopan reunalle, Ensimmäinen painos. Helsinki: Painatuskeskus Oy.

Michael Monroe. 2012. Michael Monroe Info. Luettu 10.10.2012. <http://www.michaelmonroe.com>

Mole, J. 2004. Maassa Maan Tavalla – Opas globaalin Euroopan yritys- ja neuvottelukulttuureihin. Ensimmäinen painos. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Musex. 2012. Luettu 10.10.2012. <http://www.musex.fi/fi/about/>

Official Charts Company. 2012. Luettu 9.11.2012. <http://www.officialcharts.com/>

Serola, S. 2010. Ote Informaatiosta – Johdatus informaatiotutkimukseen ja interaktiiviseen mediaan. Ensimmäinen painos. Helsinki: BTJ Finland Oy.

Suomen Ulkoasianministeriö. 2012. Suomen musiikkiviennin fokus on seuraavat kaksi vuotta Britanniassa. Luettu 10.10.2012.

<http://www.finemb.org.uk/public/default.aspx?contentid=248986&nodeid=35864&contentlan=1&culture=fi-FI>

Syrjänen, A. & Westermarck, I. Maailmalle maailmalta – Kulttuurisia katsauksia. Ensimmäinen painos. Helsinki: WSOY 1997

Tampereen Kauppakamari Lehti. 2004. Lähellä ja kuitenkin kaukana. Numero 7/2004. Luettu 10.10.2012.

Yle. 2012. Suomen musiikkivienti vain murusia verrattuna Ruotsiin. Luettu 10.10.2012.

http://yle.fi/uutiset/suomen_musiikkivienti_vain_murusia_verrattuna_ruotsiin/5357807

Tilastokeskus. 2010. Internetin käytön ja eräiden käyttötapojen yleisyys. Luettu: 8.11.2012.

http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2010/sutivi_20120_20120-10-26_tie_001_fi.html

LIITTEET

Liite 1. DVD-LEVY

1. Getawaycab - The One with The Honesty (Live Video at Bury Town Hall, England May 2011)
2. Getawaycab – Sing With Us (Live Video at Ashton-under-lyne, England May 2011)



Liite 3. Musex Showcasetukihakulomake

HAKULOMAKE | Opetus- ja kulttuuriministeriön showcasetuki 2012

Music Export Finland/Music Finland edellyttää, että sitoudut noudattamaan hakemisen yhteydessä annettuja ohjeita ja toimimaan esittämäsi suunnitelman mukaan.

*Showcasetukea koskeviin kysymyksiin vastaa Mirka Pesonen
(mirka.pesonen@musicfinland.fi / 09-6810 1315).*

HUOM! Lihavoidut kohdat ovat pakollisia.

Hakijayrityksen tiedot

Hakijayrityksen nimi

Y-tunnus

Katuosoite/PL

Postinumero ja -toimipaikka

Puhelinnumero ?

Sähköpostiosoite

Yhteyshenkilön nimi

Yhteyshenkilön puhelinnumero ?

Yhteyshenkilön sähköpostiosoite

Toimitusjohtajan nimi

Yritysmuoto

Perustamisvuosi

Pankkiyhteys

Huom! Hakijan tulee olla yritys/yhdistys/säätiö/toiminimi, joka on rekisteröity Suomeen.

Taloustiedot

Viimeisin tilikausi (pp.kk.vvvv-pp.kk.vvvv) [?](#)

Liikevaihto (€) [?](#)

Taseen loppusumma (€) [?](#)

Henkilöstön määrä

Konsernin nimi [?](#)

Konsernin Y-tunnus [?](#)

Konsernin liikevaihto [?](#)

Konsernin taseen loppusumma [?](#)

Konsernin henkilöstön määrä [?](#)

Huom! Hakijan on oltava koko hankkeen ajan (hakemushetkellä, vientitoimenpiteiden aikana sekä raportointihetkellä) yritysrekisterissä ja ennakkoperintärekisterissä, eikä yrityksellä saa olla verovelkaa.

Hakijan koko (konsernin mukaan) [?](#)

- Mikroyritys (vähemmän kuin 10 työntekijää, vuosiliikevaihto tai taseen loppusumma on enintään 2 miljoonaa euroa ja täyttää alla määritellyn perusteen riippumattomuudesta)
- Pieni yritys (vähemmän kuin 50 työntekijää, vuosiliikevaihto tai taseen loppusumma on enintään 10 miljoonaa euroa ja täyttää alla määritellyn perusteen riippumattomuudesta)
- Keskisuuri yritys (vähemmän kuin 250 työntekijää, joko vuosiliikevaihto on enintään 50 miljoonaa euroa tai taseen loppusumma on enintään 43 miljoonaa euroa ja täyttää alla määritellyn perusteen riippumattomuudesta)
- Suuri yritys

Riippumattomia yrityksiä ovat ne yritykset, joiden pääomasta tai äänivaltaisista osakkeista 25 prosenttia tai enemmän ei ole yhden sellaisen yrityksen omistuksessa tai

sellaisten yritysten yhteisomistuksessa, joihin ei voida soveltaa PK-yrityksen määritelmää.

Osallistuminen vientihankkeisiin

Onko hakijayritys aikaisemmin osallistunut Music Export Finlandin/Music Finlandin vientihankkeisiin?

Kyllä

Ei

Jos vastasit kyllä, mihin hankkeisiin?

Haluan tilata Music Export Finlandin/Music Finlandin uutiskirjeet ja saada tietoa musiikkivientihankkeista.

Minulle tulee jo Music Export Finlandin/Music Finlandin uutiskirjeet

Tiedot showcasesta, johon tukea haetaan

Haettava rahamäärä (€)

Artisti(t), jonka showcaseen tukea haetaan

Julkaisu/promootiokokonaisuus, johon showcase liittyy

Anna lyhyt kuvaus showcasesta (mihin suuntautuu ja mitä tehdään) [?](#)

Showcasen/showcasesarjan tiedot [?](#)

	Esiintymis- päivämäärä	Maa	Paikkakun- ta	Esiintymis- paikka	Asiakaska- pasiteetti	Promoottori
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
.						
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
.						

3					
.					
4					
.					
5					
.					
6					
.					
7					
.					
8					
.					
9					
.					
1					
0					
.					

Mikäli esiintymisiä on enemmän kuin 10, lähetä showcasesuunnitelmasi liitteenä lomakkeen lopussa.

Samaan tarkoitukseen on haettu/saatu apurahaa tai tukea [?](#)

	Taho	Haettu	Saatu
1			
.			
2			
.			
3			
.			
4			
.			
5			
.			

6			
.			
7			
.			
8			
.			

Hakubudjetti

Kirjaa Summa-kenttään ainoastaan euromääräinen luku kahden desimaalin tarkkuudella (esim. 1234,56). Lisäselitys-kenttään voit selvittää mistä tekijöistä summa koostuu.

Huom! Älä kirjaa budjetin tuottoihin Music Export Finlandilta/Music Finlandilta hakemaasi tukea.

TUOTOT

	Summa	Lisäselitys
Esiintymispalkkiot		
Muut tuotot		
Muu rahoitus (ESEK, Luses jne.)		
Muu julkinen rahoitus (valtio, kunta, EU)		
Tuotot yhteensä		

HUOM! Hyväksyttäviä palkkakuluja ovat tuotantohenkilökunnalle (esim. sooloartistin bändin jäsenille, ääniteknikolle jne.) maksetut palkkiot, jotka ovat toteutuneina kuluina yrityksen kirjanpidossa.

KULUT

	Summa	Lisäselitys
Tuotantokulut (Vuokrat, kalusto, markkinointimateriaalit jne.)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Ulkopuoliset palvelut (Promootio, tiedotus, tekniset palvelut jne.)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Hyväksytyt palkkakulut	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Muut kuin hyväksytyt palkat (Esim. omat ja vakituisen henkilöstön palkat)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Majoitus	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Matkaliput ja kuljetus (Myös rahti- ja ylipainokulut.)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Päivärahat	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Muut matkakulut (Viisumit, matka- ja tavaravakuutukset jne.)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Muut kulut	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Edustukset ja tarjoilut (Ei tukea.)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Kulut yhteensä	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Budjetin balanssi (+/-, euromääräinen luku)

Music Export Finlandin/Music Finlandin kautta haettavan tuen prosentuaalinen osuus

kokonaisbudjetista (%)

Lisätietoa budjetista

Perustelut tuen myöntämiselle

Mitä showcasen järjestämisellä tavoitellaan, ja mikä merkitys sillä on artistin uran kannalta? [?](#)

Artistin merkitys hakijayrityksen kansainvälistymiselle [?](#)

Konkreetitset tavoitteet ja mittarit, joilla showcasen onnistumista ja tavoitteiden saavuttamista arvioidaan [?](#)

Mitkä ovat showcasen ensisijaiset kohderyhmät? [?](#)

Mitä paikallisia yhteistyökumppaneita showcasen toteuttamisessa on mukana ja miksi?

[?](#)

Voit halutessasi lisätä showcase-suunnitelman hakemuksen liitteeksi painettuasi Tallenna-painiketta lomakkeen lopussa. Huomaa kuitenkin, että yllä oleviin kysymyksiin tulee vastata suoraan lomakkeeseen.

*Hyväksytyt liitetiedostomuodot: .pdf, .rtf, .doc, .docx.
Suositeltu muoto on .pdf.
Liitteen koko voi olla korkeintaan 2 MB.*

Hakemuksen lähettäminen

Olen tutustunut hakuohjeisiin ja –ehtoihin. Vakuutan hakemuksessani ja sen mahdollisissa liitteissä antamani tiedot oikeiksi ja annan suostumukseni luovuttamieni tietojen ja liiteasiakirjojen käyttöön vientitukihakemukseni käsittelyssä.

Hakija sitoutuu antamaan itsestään ja vientihankkeestaan oikeat tiedot. Kukin osallistuva yritys vastaa viime kädessä itse siitä, että avustuskelpoisuuden edellytykset sen osalta täyttyvät (valtionavustuslaki 688/2001, 10§). Mikäli hakijalle myönnetään vientitukea, tämä sitoutuu raportoimaan hankkeen toteutumisesta ja tuloksista ohjeistetulla tavalla määräaikaan mennessä sekä keräämään raportointia varten tarvittavat aineistot hankkeen aikana.

Music Export Finlandilla on oikeus tarkistaa tuensaajan kirjanpito tarpeellisessa laajuudessa, mikäli hakemuksessa annettujen tietojen todenperäisyyttä on syytä epäillä. Mikäli väärinkäytöksiä havaitaan, tarkistuksesta aiheutuneet kustannukset tullaan laskuttamaan tuensaajalta. Mikäli hakijalle on myönnetty vientitukea tietojen pohjalta, jotka osoittautuvat virheellisiksi, voidaan myönnetty tuki peruuttaa/periä takaisin osittain tai kokonaan.

Sähköpostiosoite

Lomakkeen alareuna

Liite 4. Musex Teosmatkamyyntitukilomake

HAKULOMAKE | Opetus- ja kulttuuriministeriön teosmyyntimatkatuki 2012

Music Export Finland/Music Finland edellyttää, että sitoudut noudattamaan hakemisen yhteydessä annettuja ohjeita ja toimimaan esittämäsi suunnitelman mukaan.

Kaikkiin teosmyyntimatkatukeen liittyviin kysymyksiin vastaa Sami Häikiö (sami@musex.fi / 040 7690 717).

HUOM! Lihavoidut kohdat ovat pakollisia.

Hakijayrityksen tiedot

Hakijayrityksen nimi

Y-tunnus

Katuosoite/PL

Postinumero ja -toimipaikka

Puhelinnumero ?

Sähköpostiosoite

Yhteyshenkilön nimi

Yhteyshenkilön puhelinnumero ?

Yhteyshenkilön sähköpostiosoite

Toimitusjohtajan nimi

Yritysmuoto

Perustamisvuosi

Pankkiyhteys

Kustannusyhtiö ?

Huom! Hakijan tulee olla yritys/yhdistys/säätiö/toiminimi, joka on rekisteröity Suomeen.

Taloustiedot

Viimeisin tilikausi (pp.kk.vvvv-pp.kk.vvvv) ?

Liikevaihto (€) ?

Taseen loppusumma (€) ?

Henkilöstön määrä

Konsernin nimi ?

Konsernin Y-tunnus ?

Konsernin liikevaihto ?

Konsernin taseen loppusumma ?

Konsernin henkilöstön määrä ?

Huom! Hakijan on oltava koko hankkeen ajan (hakemushetkellä, vientitoimenpiteiden aikana sekä raportointihetkellä) yritysrekisterissä ja ennakkoperintärekisterissä, eikä yrityksellä saa olla verovelkaa.

Hakijan koko (konsernin mukaan) ?

- Mikroyritys (vähemmän kuin 10 työntekijää, vuosiliikevaihto tai taseen loppusumma on enintään 2 miljoonaa euroa ja täyttää alla määritellyn perusteen riippumattomuudesta)
- Pieni yritys (vähemmän kuin 50 työntekijää, vuosiliikevaihto tai taseen loppusumma on enintään 10 miljoonaa euroa ja täyttää alla määritellyn perusteen riippumattomuudesta)
- Keskisuuri yritys (vähemmän kuin 250 työntekijää, joko vuosiliikevaihto on enintään 50 miljoonaa euroa tai taseen loppusumma on enintään 43 miljoonaa euroa ja täyttää alla määritellyn perusteen riippumattomuudesta)
- Suuri yritys

Riippumattomia yrityksiä ovat ne yritykset, joiden pääomasta tai äänivaltaisista osakkeista 25 prosenttia tai enemmän ei ole yhden sellaisen yrityksen omistuksessa tai

sellaisten yritysten yhteisomistuksessa, joihin ei voida soveltaa PK-yrityksen määritelmää.

Osallistuminen vientihankkeisiin

Onko hakija aikaisemmin osallistunut Music Export Finlandin / Music Finlandin vientihankkeisiin?

Kyllä

Ei

Jos vastasit kyllä, mihin hankkeisiin?

Haluan tilata Music Export Finlandin / Music Finlandin Musiikkivienti-uutiskirjeen ja saada tietoa musiikkivientihankkeista.

Minulle tulee jo Music Export Finlandin / Music Finlandin Musiikkivienti-uutiskirje ja saan tietoa musiikkivientihankkeista.

Tiedot cowrite-vientimatkasta/-tapahtumasta

Haettava rahamäärä (€) [?](#)

Kirjoittaja(t), jonka matkaan tukea haetaan [?](#)

Lyhyt kuvaus matkasta/tapahtumasta (kenen kanssa co-write tapahtuu jne.) [?](#)

Teosmyyntimatkan/-tapahtuman tiedot

	Matkapäivämäärät	Paikkakunta	Maa	Cowrite- kumppa- ni/tapahtuman jär- jestäjä
1				
.				
2				
.				
3				
.				
4				
.				
5				
.				

Samaan tarkoitukseen on haettu/saatu apurahaa tai tukea ?

	Taho	Haettu	Saatu
1			
.			
2			
.			
3			
.			
4			
.			
5			
.			
6			
.			
7			
.			

8			
---	--	--	--

.

Budjetti

Tuotot

	Summa	Lisäselitys
Muut tuotot		
Muu rahoitus		
Tuotot yhteensä		

Kulut

	Summa	Lisäselitys
Tuotantokulut		
Ulkopuoliset palvelut		
Majoitus		
Matkaliput ja kuljetus		
Päivärahat		
Muut matkakulut		
Muut kulut		
Kulut yhteensä		

Budjetin balanssi +/-

Haetun tuen prosentuaalinen määrä kokonaisbudjetista

Lisätietoa budjetista

Perustelut teosmyyntimatkatuen myöntämiselle

Vientimatkan merkitys kirjoittajan uran kannalta erityisesti kohdemarkkinalla [?](#)

Vientimatkan merkitys yrityksen kansainvälistymisstrategialle [?](#)

Vientimatkan tavoitteet ja mittarit, joilla vientimatkan onnistuneisuutta arvioidaan [?](#)

Linkki musiikinäytteeseen 1

Linkki musiikinäytteeseen 2

Liitä hakemukseen kirjoittajan CV lomakkeen lopussa (pakollinen).

Voit myös halutessasi lisätä teosmyyntimatkan suunnitelman hakemuksen liitteeksi

(valinnainen). Huom! Yllä oleviin kysymyksiin tulee kuitenkin antaa lyhyt kuvaus per kohta.

Hyväksytyt tiedostomuodot

.pdf, .rtf, .doc, .docx.

Suosittelun muoto on .pdf.

Liitteen koko voi olla korkeintaan 2 MB.

Hakemuksen lähettäminen

Olen tutustunut hakuohjeisiin ja –ehtoihin. Vakuutan hakemuksessani ja sen mahdollisissa liitteissä antamani tiedot oikeiksi ja annan suostumukseni luovuttamieni tietojen ja liiteasiakirjojen käyttöön vientitukihakemukseni käsittelyssä.

Hakija sitoutuu antamaan itsestään ja vientihankkeestaan oikeat tiedot. Kukin osallistuva yritys vastaa viime kädessä itse siitä, että avustuskelpoisuuden edellytykset sen osalta täyttyvät (valtionavustuslaki 688/2001, 10§). Mikäli hakijalle myönnetään vientitukea, tämä sitoutuu raportoimaan hankkeen toteutumisesta ja tuloksista ohjeistetulla tavalla määräaikaan mennessä sekä keräämään raportointia varten tarvittavat aineistot hankkeen aikana.

Music Export Finlandilla on oikeus tarkistaa tuensaajan kirjanpito tarpeellisessa laajuudessa, mikäli hakemuksessa annettujen tietojen todenperäisyyttä on syytä epäillä. Mikäli väärinkäytöksiä havaitaan, tarkistuksesta aiheutuneet kustannukset tullaan laskuttamaan tuensaajalta.

Mikäli hakijalle on myönnetty vientitukea tietojen pohjalta, jotka osoittautuvat virheellisiksi, voidaan myönnetty tuki peruuttaa/periä takaisin osittain tai kokonaan.

Sähköpostiosoite

Liite 5. ESEK esiintymistilaisuuden tiliselvityslomake



ESIINTYMISTILAIUUSTUEN TILISELVITYS
(tuen saajan omista kuluista)

Tuen saaja: _____

Tuen kohde: _____ Anomusnumero: _____

<u>TOTEUTUNEET KULUT</u>	<u>MAKSETUT</u>	<u>MAKSAMATTOMAT</u>
1. Tilavuokrat	_____	_____
2. Markkinointi (ilmoittelu, painotuotteet)	_____	_____
3. Matkakulut	_____	_____
4. Majoituskulut	_____	_____
5. Päivärahat	_____	_____
6. Esiintyjien palkkiot	_____	_____
7. Tekniset kulut	_____	_____
8. Muut kulut eriteltynä		
• _____	_____	_____
• _____	_____	_____
• _____	_____	_____
KULUT YHTEENSÄ	_____	_____

TOTEUTUNEET TULOT

1. Pääsylipputulot	_____	_____
2. Palkkiot	_____	_____
3. Muut tulot eriteltynä		
• _____	_____	_____
• _____	_____	_____
TULOT YHTEENSÄ	_____	_____

Vakuutan, että ylläesitetyt summat ovat kirjanpitoon perustuvia summia ja sitoudun pyydetessä esittämään kopiot laskuista ja tositteista. Tiliselvityksen liitteenä on toimitettava matka/tapahtumaraportti. Yksityishenkilöiden on toimitettava lisäksi alkuperäisiä kuitteja myönnetyn tukisumman edestä.

Toivomme lisäksi vastausta seuraavaan kysymykseen:

Mikä merkitys ESEKin tuella oli hankkeen toteutumiselle ?

Ei olisi toteutettu ilman tukea Hanke olisi toteutettu joka tapauksessa

Aika ja paikka _____

Allekirjoitus ja sähköpostiosoite _____

Pieni Roobertinkatu 16, 00120 Helsinki, Puh. 09-6803 4040, Fax 09-6803 4033, esek@esek.fi

Liite 6. Kauhajoen Kulttuurisäätiön apurahahakemus

APURAHAAHAKEMUS

KAUHAJOEN KULTTUURISÄÄTIÖLLE

Saapunut.....

1. Hakija	Sukunimi, etunimet (puhuttelunimi alleviivataan)		Henkilötunnus	
	Arvo tai ammatti		Puhelin toimeen	
	Lähiosoite	Postinumero ja –toimipaikka	Puhelin kotiin	
	Kotipaikka	Verotuskunta		
	Toimipaikka / opiskelupaikka	Syntymäkunta		
Sähköposti				
2. Apurahan määrä	Haettu määrä €	Henkilökohtainen apuraha €	Laitteet/tarvikkeet/ tietokonekäsitely €	
		Henkilökohtainen matka-apuraha €	Apuvoiman palkat/matkat €	
3. Apurahan käyttötarkoitus	Tarkoitus lyhyesti alla olevan ohjeen mukaan		Työ tapahtuu virkavapauden turvin <input type="checkbox"/> kyllä <input type="checkbox"/> ei	
4. Hakemuksen ala	Hakemus liittyy lähinnä alla mainittuun kulttuurielämän alaan, joka valitaan alla olevasta valikosta. (Klikkaa hiirellä harmaana olevaa aluetta saadaksesi valikon näkyville.) Valitse oikea vaihtoehto muu tarkoitus, mikä			
5. Nimikkorahasto				
6. Aikaisemmat apurahat	Apurahat viideltä viime vuodelta			
	Vuosi	Apurahan antaja	Käyttötarkoitus	€
7. Vireillä olevat hakemukset	Hakijan muut vireillä olevat apurahahakemukset			
	Valtion toimikunta, säätiö tms.	Käyttötarkoitus	€	
8. Suositelijat	Nimi	Osoite	Puhelin	
9. Hakijan perhesuhteet	Siviilisääty, lasten lukumäärä, muut huollettavat			
10. Liitteet	Hakemukseen on liitettävä ansioluettelo, työsuunnitelma ja rahoitussuunnitelma			
	Muut liitteet <input type="checkbox"/> Ansioluettelo tai vastaava selvitys <input type="checkbox"/> Työsuunnitelma kustannus arvioineen			

11. Hakemuksen perustelut (tarvittaessa eri liitteessä):
12. Saajan tilinumero:
Hakemukset lähetetään osoitteeseen Kauhajoen Kulttuurisäätiö, C/O Kerttu Yli-Juoni Könnönkyläntie 452, 61950 Juonikylä määräaikana. Myöhästynyttä hakemusta ei oteta käsiteltäväksi. Apurahat jaetaan rahaston vuosijuhlassa.
13. Päiväys ja allekirjoitus

kuun pnä 20

Omakätinen allekirjoitus

OHJEET APURAHAN SAAJALLE

Apuraha maksetaan kahtena eränä: 80 % apurahan jakotilaisuudessa ja 20 % kun säätiölle on toimitettu yksi kappale valmistuneesta tutkimuksesta tai muu selvitys työn valmistumisesta. Yli viisi vuotta vanhoja apurahoja ei enää makseta.

Apurahan saajan tulee sopia apurahan käyttösuunnitelman muuttamisesta säätiön kanssa.

Kun apurahaa käytetään aputyövoiman palkkaamiseen, on saaja velvollinen huolehtimaan veronpidätyksestä ja sosiaaliturvamaksun suorittamisesta.

Apurahan saajan tulee antaa kirjallinen selvitys apurahan käytöstä myöntämistä seuraavan vuoden loppuun mennessä. Kertomus tai valmistunut työ lähetetään säätiöön osoitteella: Kauhajoen Kulttuurisäätiö, C/O Kerttu Yli-Juoni Könnönkyläntie 452, 61950 Juonikylä.

Apurahan saajan toivotaan luovuttavan tutkimuksensa tai esim. lyhennelmän siitä Kauhajoen Kulttuurisäätiölle.

SITOUMUS

Sitoudun noudattamaan edellä esitettyjä ohjeita, jos saan hakemani apurahan.

Omakätinen allekirjoitus

OHJEITA HAKEMUSLOMAKKEEN TÄYTTÄJÄLLE:

Kohta 1.	Koska lehdet tiedustelevat apurahan saajien kotipaikkaa ja se on myös Kauhajoen Kulttuurisäätiön yksi jakoperuste, toivotaan että tässä kohdassa esim. korkeakouluopiskelijat tai muut ilmoittamassaan osoitteessa väliaikaisesti asuvat ilmoittavat varsinaisen kotipaikkansa. Apurahat ovat verovapaat valtion vuotuista taiteilija-apurahaan vastaavaan euromäärään saakka, mutta verotuslaki edellyttää, että verotoimistoille ilmoitetaan stipendeistä. Tätä varten tarvitaan henkilötunnus ja verotuskunta. Arvon tai ammatin lisäksi hakijan tulee ilmoittaa myös nykyinen virkansa tai toimensa sekä sen laitoksen, järjestön tms. nimi, jonka palveluksessa hän on. Opiskelijat ilmoittavat sen oppilaitoksen nimen, jonka kirjoissa he ovat.
Kohta 3.	Kohtaan "apurahan käyttötarkoitus" merkitään tarkoitus lyhyesti, luontevasti ja välttämättä liiallista vierasperäisten sanojen käyttöä. Tätä merkintää käytetään luetteloissa ja myönnetyn apurahan osalta myös apurahakirjassa ja sanomalehti uutisissa apurahan tarkoitusta luonnehtimassa. Esimerkkejä selkeistä ilmaisuista: (tutkija) kananmunia ja kananmunamassaa käsittelevä väitöskirjatyö; lähdesoita koskeva kasviekologinen tutkimus; tunnustamattoman valtion ja hallituksen kansainvälisoikeudelliseen asemaan kohdistuva tutkimus; (taiteilija) kotimainen työskentely ja näyttelyn järjestäminen; sellonsoiton jatko-opinnot Pariisissa; Italiaan tehtävä teatteri-/ooppera-alan opintomatka. Opiskelijan on ilmoitettava opintoalansa. Paitsi mainintaa mahdollisesta virkavapaudesta on sen kesto aika ilmoitettava hakemuksen perusteluissa. Tietokone hankintoihin ei myönnetä apurahoja.
Kohta 4.	Kulttuurielämän eri aloja koskevat nimikkeet, joista hakijan tulee merkitä yksi rastilla, ymmärretään valtion vastaavien toimikuntien tapaan ja yleensä mieluummin väljästi kuin suppeasti.
Kohta 11.	Kohdassa "hakemuksen perustelut" on hakijalla mahdollisuus työnsä ja tutkimuksensa yksityiskohtaisempaan esittelyyn. Tutkimustyötä koskevan hakemuksen perusteluissa esitetään lyhyesti <ul style="list-style-type: none"> - tutkimuksen suorituspaikka - tutkimuksen tausta, tavoitteet ja merkitys - tutkimuksen tämänhetkinen vaihe - tutkimuksen toteuttamissuunnitelma, maininta virkavapaudesta yms. - rahoitussuunnitelma, jolloin hakijan on annettava myös tieto siitä, miten tutkimuksen kokonaisrahoitus järjestyy.
Kohta 13.	Jos hakijoita on useita, kaikki allekirjoittavat hakemuksen ja sitoumuksen. Kohtiin "omakätinen allekirjoitus" kirjoittaa tällöin nimensä se työryhmän jäsen, joka toimii ryhmän ja rahaston yhteysmiehenä.
Kohta 14.	Hakemusten yhteydessä jätetyt liitteet palautetaan pyydettyä apurahojen jaon jälkeen. Rahasto vastaa liitteiden säilyttämisestä vain kuusi kuukautta apurahojen jaosta lukien.