

Jaakko Suni

# Musiikkivientiä Yhdysvaltoihin; suomalaisyhtyeen promokiertueen tuotanto

---

Metropolia Ammattikorkeakoulu  
Kulttuurituottaja  
Kulttuurituottajan koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
4.12.2012

Tekijä(t) Otsikko Sivumäärä Aika	Jaakko Suni Musiikkivientiä Yhdysvaltoihin; suomalaisyhtyeen promokiertueen tuotanto 37 sivua + 6 liitettä 4.12.2012
Tutkinto	Kulttuurituottaja
Koulutusohjelma	Kulttuurituottajan koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Kulttuurituotanto
Ohjaaja(t)	Lehtori Laura-Maija Hero
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kartoittaa eri tapoja Yhdysvaltoihin kohdistuvan musiikkiviennin kehittämiseen kiertuetuotantojen, kustannusten, yhteistyökuvioiden sekä viisumibyrokraatian näkökulmasta. Yleisten vientiedellytysten kartoittamisen lisäksi Yhdysvaltoihin kohdistuvaa musiikkivientiä käsitellään tähän opinnäytetyöhön liittyvän tapausesittelyn kautta.</p> <p>Tapausesittely kuvaa suomalaisyhtyeen Yhdysvaltain kiertuetuotannon edellytyksiä viisumiprosessin, kustannusten ja käytännön toimenpiteiden näkökulmasta. Lähtökohtana tapausesittelyssä on selvittää minkälaisella aikataulu- ja kulurakenteella 4-henkisen yhtyeen kahden viikon Yhdysvaltain promokiertue olisi mahdollista toteuttaa.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosassa tavoitteena on selvittää Suomen tämän hetkistä musiikkiviennin tilannetta Yhdysvaltoihin kohdistuvan musiikkiviennin osalta sekä arvioida viennin kehityskohtia nykytilanteeseen suhteutettuna. Kirjallinen viitekehys työlle on muodostunut musiikkialan raporteista, tilastoista ja artikkeleista, sekä aiheeseen liittyvistä verkkolähteistä.</p> <p>Työn empiirisessä osassa keskeisen aineiston muodostavat tätä työtä varten tehdyt suomalaisen musiikkialan ammattilaisten asiantuntijahaastattelut sekä omat havaintoni suomalaisesta musiikkiviennistä ja Yhdysvaltain musiikkiteollisuudesta niin muusikkona, kulttuurituottajaopiskelijana kuin musiikin kuluttajana.</p> <p>Yhdysvallat on maailman suurin musiikin markkina-alue ja samalla yksi maailman haastavimmista markkina-alueista viennin näkökulmasta. Maan viisumiprosesseihin liittyvä problematiikka tekee viennin harjoittamisesta kallista, työlästä sekä aikataulullisesti haasteellista. Edellä mainittuja aineistoja hyödyntämällä pyrin tässä opinnäytetyössä avaamaan Yhdysvaltain musiikkimarkkinoita, sekä luomaan kuvaa edellytyksistä ja esituotantovaiheista, jotka jokaisen maahan pyrkivän esiintyvän artistin eteen tulee tehdä. Sen lisäksi tavoitteena on arvioida Yhdysvaltoihin suuntautuvaan vientiin tulevaisuudessa vaikuttavia muutoksia suomalaisen musiikkikentän näkökulmasta.</p>	
Avainsanat	Musiikki, vienti, kulttuuri, viisumi, Yhdysvallat, kiertuetuotanto

Author(s) Title Number of Pages Date	Jaakko Suni Music Export to United States of America; Promotional Tour Production for a Finnish Band 37 pages + 6 appendices 4 Dec 2012
Degree	Bachelor of Arts
Degree Programme	Cultural Management
Specialisation option	Cultural Management
Instructor(s)	Lecturer, Laura-Maija Hero
<p>The aim for this thesis is to map out conditions and requirements for improving Finnish music export towards the United States of America, concerning tour production, funding, visa processes and cooperation. In addition to concentrating on the common export requirements as a whole, this thesis focuses on music export from a case-point-of-view.</p> <p>The case study of this thesis describes the basic production requirements for a Finnish band that is set to do a two-week promotion tour in the US. The study of these production requirements focuses mainly on the costs, visa process, production schedule and other practical factors that need to be taken into account while organizing a tour.</p> <p>The theoretical section of this thesis aims to clarify the current situation of Finnish music export to United States of America, and to assess the possible future trends from that point of view. The literature used in this thesis consists of collected music industry reports, statistics, articles and web sources affiliated with music industry. The focal point in the empirical section is based on the interviews of Finnish music industry professionals, as well as on my own experiences of Finnish music export and the US music industry as a musician, cultural manager and a music consumer.</p> <p>The US is the largest music market in the world but at the same time it is one of the most difficult markets with regard to music export. The time-consuming bureaucracy and the costs of visa processes make music export to the US a difficult and a challenging endeavor.</p> <p>With the materials mentioned above, the aim for this thesis is to describe the basic facts about the US music market and the production requirements in that area – for anyone interested in exporting music there. In addition, this thesis also seeks to estimate the future trends in music export from the point of view of the Finnish music industry.</p>	
Keywords	Music, export, culture, visa, United States of America, tour production

## Sisällys

1	Johdanto	1
2	Suomen musiikkivienti	3
2.1	Lähtökohdat viennille	4
2.2	Musex	5
2.3	Musiikkiviennin tulevaisuuden näkymiä	6
3	Kohdemaana Yhdysvallat	7
3.1	Yhdysvaltain musiikkimarkkinat	9
4	Amerikan viisumibyrokraatia	10
4.1	Erilaiset artistiviisumityypit ja yleistä viisumikäsitteistöä	11
4.1.1	O1B –viisumi	11
4.1.2	P-1B –viisumi	12
4.1.3	P-2 –viisumi	14
4.1.4	Green Card	14
4.2	Sponsori	15
4.3	Yleisimmät haasteet viisumin saamiselle	16
5	Musiikkiviennin haasteet	16
6	Tapaustutkimus osana toimintatutkimusta	17
7	Suomalaisen musiikin vieminen Yhdysvaltoihin	19
7.1	Yhdysvaltoihin kohdistuvan musiikkivientihankkeen SWOT	19
7.2	Musiikkiviennin ammattilaisten teemahaastattelut	20
8	Suomalaisyhtyeen Yhdysvaltain-kiertueen toteuttaminen	22
8.1	Kiertueen ja työryhmän lähtötilanne	22
8.2	Kiertuetuotannon aikataulus	23
8.3	Kiertueen toteutus- ja kustannussuunnitelma	23
8.3.1	Viisumikustannukset	24
8.3.2	Lennot, majoitus- ja matkajärjestelyt	25
8.3.3	Backline	26
8.3.4	Muut mahdolliset kustannukset (äänentoisto, valot, vakuutukset)	26
8.4	Kiertueen omarahoitusvaihtoehdot	27
8.4.1	Keikkapalkkiot	27

8.4.2	Oheistuotemyynti	27
8.5	Kiertueen julkiset rahoitusvaihtoehdot	27
8.5.1	Musex	28
8.5.2	Luses	28
8.5.3	ESEK	29
8.5.4	Taiteen keskustoimikunta	30
8.5.5	Muut rahoitusvaihtoehdot	30
9	Vaihtoehtoja viennin kehittämiseksi	30
9.1	Media ja medianäkyvyys	31
9.2	Yhteistyökuviot ja managerikulttuuri	32
9.3	Muutokset rahoituksessa	32
10	Pohdinta	34

#### Lähteet

#### Liitteet

Liite 1. Opinnäytetyön haastattelurunko

Liite 2. Tarjous kiertuepakettiautosta

Liite 3. Tarjous vuokra-backlinesta

Liite 4. Budjettisuunnitelma kiertueelle

Liite 5. P-1 –viisumihakemukseen tarvittavat dokumentit

Liite 6. Kiertueen reittisuunnitelma välimatkoineen

## 1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön pyrkimyksenä on kartoittaa Yhdysvaltojen ja Suomen välisten musiikkivientihankkeiden edellytyksiä viisumiprosessien, kustannusten sekä kokonaisaikatauluttamisen näkökulmasta. Yleisten vientiedellytysten tarkastelun lisäksi tapausesittelynä työssä on kuvitteellinen suomalainen 4-henkinen yhtye, joka on lähdössä Yhdysvaltoihin kahden viikon kiertueelle. Tapausesittely kuvaa yhtyeen kiertueen toteutumisen edellytyksiä viisumiprosessien, kokonaistuotannon ja kiertueesta aiheutuvien kustannusten näkökulmasta. Lähtökohtana tapausesittelyssä on se, että Yhdysvaltain viisumiprosessi on yksi maailman monimutkaisimmista ja ajallisesti haasteellisimmista toimenpiteistä (Penrith 2005, s. 41).

Viisumikäytäntöjen painottamisessa perusteena on se, että aiheesta on olemassa erittäin vähän suomenkielistä aineistoa, joka olettamuksena vaikuttaa Yhdysvaltoihin kohdistuvien musiikkivientihankkeiden tuotantoaikatauluihin ja -kustannuksiin. Yleisen tason tavoite tässä opinnäytetyössä on selkeyttää Yhdysvaltoihin suuntautuvia esiintymismatkoja edeltäviä tuotantovaiheita ja niihin liittyviä käytännön toimenpiteitä. Pyrkimyksenä on, että opinnäytetyö hyödyttäisi Yhdysvaltoihin suuntautuvan kulttuuriviennin aloittamista suunnittelevia kulttuuri- ja musiikkialan ammattilaisia, sekä eri taiteenalojen artisteja ja artistiryhmiä.

Tämä työ on saanut alkunsa kiinnostuksestani musiikkivientiin, sekä kokemuksistani Yhdysvaltain ja Suomen musiikkialasta muusikkona, kulttuurituottajaopiskelijana ja musiikin kuluttajana. Työhön osittain sovellettavat taustat ovat kahdesta erillisestä Yhdysvaltoihin kohdistuneesta viisumiprosessista välillä 2009–2012. Ensimmäinen tapaus liittyy esiintymismatkaan vuoden 2010 [South By Southwest](#) (SXSW) –musiikki- ja elokuva-alan showcase-festivaalilla, ja toinen tapaus keväällä 2012 Los Angelesissa tekemääni työharjoitteluun.

SXSW on yksi maailman suurimmista musiikkialan ammattilaistapahtumista, joka järjestetään vuosittain Austinissa, Texasissa. Ulkomaisille yhtyeille esiintymisen SXSW:ssä tekee haastavaksi se, että esiintyminen käsitellään viisumibyrokraatiassa (taiteellisena) työnä, huolimatta siitä maksetaanko esiintymisestä palkkiota. Näin ollen esiintymisestä varten tulee aina hankkia artistiviisumi. Prosessina artistiviisumin hakeminen yhtä palkatonta keikkaa varten on työmäärältään yhtä laaja kuin useita palkallisia keikkoja sisältävän kiertueen kohdalla, jonka takia ulkomaiset yhtyeet usein esiinty-

vät SXSW:ssä osana laajempaa Pohjois-Amerikan kiertuetta. Monille yhtyeille SXSW on kuitenkin kansainvälisen merkittävyytensä ja promootioarvonsa takia myös yksittäisenä esiintymismatkana viisumiprosessin arvoinen.

Saimme yhtyeeni kanssa kutsun syksyllä 2009 esiintymään vuoden 2010 SXSW-festivaalille. Matka kuitenkin lopulta peruuntui kahdesta syystä; viisumin saamiseen liittyvien aikataulullisten epävarmuuksien sekä viisumiprosessin kustannusten takia. Muutama vuosi myöhemmin päädyin töihin kyseiselle SXSW-festivaalille osana työharjoitteluani, jonka tein Los Angelesissa keväällä 2012. Ensimmäisen tapauksen tavoin myös työharjoitteluni oli lähellä peruuntua viisumiprosessin aikataulujen venymisen takia, mutta toteutui lopulta hieman yli kuukauden alkuperäistä aikataulua myöhemmin.

Vaikka mainituissa tapauksissa motiivit matkustamiseen olivat lähtökohdiltaan erilaiset, tapauksen viisumiprosessit muistuttivat monilta osin toisiaan. Huolimatta siitä, onko kyse yhtyeen esiintymismatkasta tai opintoihin kuuluvan työharjoittelun tekemisestä, on molemmissa tapauksissa lukuisilla erinäisillä liitteillä pystyttävä vakuuttamaan Yhdysvaltain viranomaiset matkan tarkoitusperästä, tavoitteista ja etenkin siitä, ettei pyrkimyksenä ole jäädä maahan laittomasti.

Pyrin tässä työssä kartoittamaan Yhdysvaltoihin suuntautuvien musiikkivientihankkeiden aikataulullisia ja taloudellisia kustannuksia. Toisekseen pyrin pohtimaan sitä, millä toimilla ja valmisteluilla vientihankkeiden toteuttamiskynnystä voisi mahdollisesti laskea, jonka jälkeen pyrin arvioimaan viennissä mahdollisesti tapahtuvia muutoksia tulevaisuudessa. Näiden lisäksi pyrin mallintamaan Yhdysvaltoihin tarvittavan viisumiprosessin kulun ja kustannukset sekä yleisimmät ongelmakohdat Yhdysvaltoihin liittyvissä tuotannoissa.

Työn laajuuden takia musiikkivientiä käsitellään tässä työssä teorian ja käytännön näkökulmasta, mutta työssä ei paneuduta esimerkiksi Yhdysvaltojen harjoittamaan ulkomaalaispolitiikkaan tai siihen liittyviin muutoksiin viimeisten vuosikymmenien aikana. Näin ollen tässä työssä ei paneuduta yksittäisten organisaatioiden, kuten 9/11-iskujen jälkeen perustetun Department Of Homeland Security (DHS 2012, luettu 17.7.2012) toiminnan poliittisiin taustoihin tai mahdollisiin vaikutuksiin Yhdysvaltain maahanmuuttopolitiikassa, vaan huomio on vientitoiminnan käytännössä.

Tämä työ on luonteeltaan kehittämishanke, jonka yhtenä pyrkimyksenä on selkeyttää Yhdysvaltoihin suuntautuvaan musiikkivientiin liittyviä toimenpiteitä musiikkialan eri toimijoille. Työaineistoja ovat kahden viisumiprosessin aikana kerätyt muistiinpanot ja sähköpostit sekä myöhemmin aiheen tiimoilta tehdyt asiantuntijoiden teemahaastattelut. Työn teoreettinen viitekehys pohjautuu kulttuurivientiin liittyviin tilastoihin, aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen sekä aiheeseen liittyviin verkkomateriaaleihin.

Työn ensimmäisissä luvuissa käsitellään Yhdysvaltoihin kohdistuvan kulttuuriviennin erityispiirteitä sekä tarkennetaan kulttuuriviennissä käytettävää käsitteistöä. Käytännön prosessiesittelyn näkökulmasta käsittelen työssäni erilaisia artisteille tai artistiryhmille sopivia viisumityyppejä, joita on tarkemmin eritelty luvussa 4, ja joiden käsittelyä jatketaan prosessihallinnan näkökulmasta luvussa 8.3.1. Luvussa 5 esitellään työhön liittyvät tutkimusongelmat, sekä luvussa 6 toimenpiteet, joilla tutkimusongelmiin pyritään vastaamaan. Luvussa 7 esitellään Yhdysvaltoihin kohdistuvan musiikkivientihankkeen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat sekä esitellään tätä työtä varten haastatellut musiikkialan ammattilaiset. Luvussa 8 kuvataan Yhdysvaltoihin kohdistuvan kiertueen tuotantoa viisumiprosesseista eri rahoitusvaihtoehtojen esittelemiseen käytännön näkökulmasta ja luvussa 9 esitellään vaihtoehtoja viennin kehittämiseksi. Luvussa 10 pohditaan työssä esiteltyjä näkökulmia ja viennin tulevaisuutta.

## **2 Suomen musiikkivienti**

Musiikkiviennillä tarkoitetaan suomalaisen musiikin ja musiikintekijöiden tunnettuuden edistämistä Suomen rajojen ulkopuolella pääasiassa äänitteiden, yksittäisten teosten tai live-toiminnan kautta.

Äänitepuolella suomalaisen musiikin vientitoimintaa tehdään ulkomailla pääasiassa joko jakelusopimuksilla tai lisenseillä suomalaisten ja ulkomaisten levy-yhtiöiden välillä, tai suoraan yhtyeiden ja ulkomaisten levy-yhtiöiden välillä. Yleisen tason erona on se, että tuotanto- ja julkaisusopimukset liittyvät äänitteiden tekemis- ja julkaisuprosesseihin, ja jakelusopimukset musiikin saatavuutta edistäviin toimintoihin, kuten musiikin toimittamista jälleenmyyjille ja edelleen kuluttajille. Albumien lisensoinnilla tarkoitetaan valmiiden teosten monistamis- ja myyntioikeuksien luovuttamista lisenssillä ulkomaisille julkaisijoille.



Teosmyynti sen sijaan liittyy musiikkialan kustannustoimintaan ja pitää sisällään teosten myymisen esimerkiksi elokuviin, muille artisteille jne.

## 2.1 Lähtökohdat viennille

Musiikkialan pienyritysten vientivalmiuksien lisäämistä käsittelevän Menestystä maailmalta –raportin (Strandman 2009, s. 7) mukaan musiikin vienti on yksi musiikkiyrittäjän potentiaalisista tulovirroista musiikki- ja etenkin äänitealaan liittyvien merkittävien uudistusten aikakaudella. Musiikkivientiin liittyvään potentiaaliin on viime vuosina Suomessa kiinnitetty enemmän huomiota valtionhallintoa myöden ainakin vientiin liittyvien tutkimusten määrällisen lisääntymisen, erilaisten kansainvälistymispalkintojen ja kannustusten, sekä vientiin liittyvän poliittisen keskustelun lisääntymisen perusteella. Hannele Koivunen totesi jo vuonna 2004 Opetusministeriön teettämässä "Onko kulttuurilla vientiä?" -selvitysraportissa Suomen taiteen ja kulttuurin tuotteilla olevan kansainvälistä kysyntää, jonka odotetaan erilaisten mittareiden perusteella kasvavan tulevaisuudessa. Kuitenkin, suomalainen musiikkivienti on esimerkiksi pohjoismaisessa vertailussa kohdallaisen nuori viennin muoto, jossa on löydettävissä paljon kehityskohtia. Opetusministeriölle tehdyssä raportissa yleisinä kulttuuriviennin kehityskohtina mainitaan esimerkiksi tuotteistus, promootio ja markkinointi. (Opetusministeriö 2004, luettu 10.8.2012).

Viime vuosikymmenen aikana tapahtunut lasku fyysisessä äänitemyyntissä on aiheuttanut paljon muutoksia musiikki- ja etenkin ääniteteollisuudessa. Yksi suurista muutoksista on perinteisessä levy-yhtiöiden ansaintalogiikassa ja sitä kautta niiden toimintaan vaikuttaneissa muutoksissa. Ahti Vänttinen arvioi äänitealan murrosta käsittelevässä verkkolehden artikkelissa (2010), että fyysisten levyjen nykyisenkaltainen myynti loppuisi vuoteen 2015 mennessä, mikäli jotain muutosta ei tapahdu. Muutokset äänitealalla tuntuvat koskeneen eniten suuria monikansallisia levy-yhtiöitä, jotka ovat viime vuosina muokanneet toimintonsa yhdistämällä saman yhtiön sisälle äänite-, kustannus-, ja live-puolen toimintoja, sekä ostamalla aiempia kilpailijoitaan tai fuusioitumalla niiden kanssa.

Suurten yhtiöiden lisäksi vaikutukset ääniteteollisuudessa ovat luonnollisesti yltäneet myös keskisuuriin ja pienempiin äänitteitä julkaiseviin musiikkialan yhtiöihin tai levymerkkeihin. Rakennemuutosten takia vaihtoehtoisten rahoitusmallien ja tukimuotojen voisi jatkossa kuvitella kiinnostavan entistä enemmän myös pieniä ja keskisuuria levy-

ja musiikkiyhtiöitä, joiden mahdollisuudet kiertuetukiennakoiden jakamiseen artisteille ovat muuttuneet ääniteteollisuuden muutosten seurauksena.

Kuitenkin samanaikaisesti - seurauksena äänitemyynnin laskulle tai ei - kiertuetoiminnan volyyymi ja markkina-arvo ainakin tarjonnan perusteella vaikuttaa osoittavan edelleen vain kasvamisen merkkejä. Live-puolella tapahtunut markkinaosuuksien kasvu on alalla vaikuttanut ainakin siihen, että levy-yhtiöiden toiminta- ja sopimusmallit ovat muuttuneet entistä enemmän ns. 360-sopimusten suuntaan, jossa yhtiöt ovat julkaisu-toiminnan lisäksi osana artistien keikkamyynti-, kustannus- ja oheistuotemyyntitoimintaa.

Äänitemyynnin määrällisestä laskusta huolimatta, tai juuri sen takia, suomalaisessa musiikkivientitoiminnassa on viime vuosina aktivoitunut huomattava määrä musiikkivientiin panostavia pienempiä ja keskisuuria musiikkialan yrityksiä. Vientitoiminnassa on mahdollisesti Suomen musiikkimarkkinoiden rajallisuuden takia havaittu olevan suurempien kustannusten ja riskien ohella paljon mahdollisuuksia etenkin live-puolella.

Osana musiikkialan muutoksia 2000-luvun suomalainen musiikkivienti on nuoresta iästä huolimatta vähitellen vakiinnuttanut asemansa suomalaisessa vientitoiminnassa. Erinäisten menestystarinoiden sekä muiden vientiponnistelujen avulla musiikkiviennin osuus ja markkina-arvo on suomalaisessa musiikkiteollisuudessa kasvanut merkittävästi viime vuosikymmenen aikana, jolloin siihen alettiin virallisesti panostaa. Suomen musiikkivientiin liittyvien tilastojen ja selvitysten tekemisestä vastaa pääasiassa Music Export Finland ry, Musex.

## 2.2 Musex

Suomessa julkisena musiikkiviennistä vastaavana tahona toimii vuonna 2002 perustettu Music Export Finland ry, Musex. Vuonna 2005 Musexin toiminta muutettiin yhdistyspohjaiseksi, joka laajensi sen jäsenpohjan alkuperäisestä yhdeksästä suomalaisesta musiikkialan yrityksestä koko suomalaisen musiikkikentän kokoavaksi edustajaksi, jonka tehtävänä on edesauttaa suomalaista musiikkiteollisuutta kasvattamaan vientitulojaan.

Musexin mukaan sen toiminnassa on kolme päätehtävää: 1) ulkomainen markkinointiviestintä 2) kotimainen markkinointiviestintä, sekä 3) rahoitukseen ja investointeihin liittyvät palvelut.

Musexin mukaan tavoitteiden onnistumisen arvioinnissa olennaisena mittarina on musiikkivientiin liittyvien toimintojen raportointi ja tilastointi. Siitä johtuen Musex kerää aktiivisesti musiikkivientiin liittyvää aineistoa yksittäisistä showcase-tapahtumista sen koko toimintaa arvioiviin tutkimuksiin. Esimerkkinä jälkimmäisestä on Musexin vuosittain tilaama suomalaisen musiikkiviennin Goodwill -markkina-arvotutkimus, jolla selvitetään Music Export Finlandin aineetonta arvoa laajan sidosryhmäverkoston näkökulmasta, mitataan vienninedistämisen tavoitteita, joita ei ole huomioitu hankekyselyissä ja markkina-arvotutkimuksessa, sekä selvitetään suomalaisen musiikin mahdollisuuksia ja tunnettua maailmalla.

Opetusministeriön raportin ohella musiikkiviennin potentiaali on havaittavissa myös Musexin teettämien Goodwill -markkina-arvoselvitysten perusteella, joiden mukaan suomalaisen musiikkiviennin kokonaismarkkina-arvossa on huomattavissa selvää vuosittaista kasvua. Esimerkiksi vuoden 2009 Goodwill -tutkimuksessa suomalaisen musiikkiviennin kokonaismarkkina-arvo oli yhteensä 32 091 772 €:a, joka oli lähes yhdeksän miljoonaa euroa edellisvuoden (2008) markkina-arvoa enemmän (Musex 2012, luettu 3.8.2012.) Vuonna 1999 musiikkiviennin vastaava markkina-arvo oli 3,8 m€:a (Ailamo 2009, s. 16).

Tilastollisesti on todettavissa, että suomalainen musiikkivienti kehittyy ja kasvattaa markkina-arvoaan vuosittain, vaikka on edelleen erittäin kaukana esimerkiksi Ruotsista, jossa musiikkiviennin kokonaismarkkina-arvo vuonna 2008 oli n. 700 m€:a (Yle uutiset 2012, luettu 2.10.2012).

Musiikkiviennin laaja-alaisuuden takia musiikkivientiä käsitellään tässä työssä Yhdysvaltoihin suuntautuvan musiikkiviennin kontekstissa, sekä erityisesti osana tulevaisuuden musiikkiviennin näkymiä. Musiikkiviennin kautta työssä kartoitetaan myös Yhdysvaltoihin kohdistuvaan vientiin liittyvää käytäntöä ja esitellään toimenpiteitä käytännön vientitoiminnan kehittämiseen.

### 2.3 Musiikkiviennin tulevaisuuden näkymiä

Vaikka suomalainen musiikkivienti on esimerkiksi muihin pohjoismaihin nähden nuori käsite, niin Musexin markkina-arvotilastojen vuosittaisen kasvun perusteella suomalaisen musiikkiviennin tulevaisuus näyttää ainakin tällä hetkellä lupaavalta. Viennin potentiaalista ja siihen panostamisesta kertoo myös muutokset asenteissa vientiin liittyen; lähes poikkeuksetta etenkin uudet levy-yhtiöt kertovat olevansa kiinnostuneita kansainvälisistä markkinoista, vaikka kilpailu ulkomaan markkinoilla on kovaa ja bändejä sekä paikallisia toimijoita tärkeissä vientimaissa on erittäin paljon (Ailamo 2009, s. 16).

Poikkeuksen viennin lisäämiseen tekee Suomessa operoivat monikansalliset levy-yhtiöt (Sony BMG, Warner, Universal, EMI), jotka etenkin pop- ja rock -musiikin puolella tuntuvat keskittyvän suomalaisen ja ulkomaisen musiikin julkaisemiseen, ja yhä vähemmän vientiin. Syinä siihen saattaa olla esimerkiksi Suomen kielialueen perinteisesti vahva rooli kotimaan musiikkimarkkinoissa, vientitoimintaan liittyvät kustannukselliset riskit ja ajalliset panostukset, tai kotimaan markkinoiden ulkopuolinen kansainvälinen kilpailu.

Suomessa operoivien suurten levy-yhtiöiden vähäisistä vientiponnisteluista huolimatta suomalainen musiikkivienti on vähitellen alkanut nostamaan päätään ja herättämään kiinnostusta ulkomaisissa musiikkimedioissa, ja etenkin kuuntelijoissa, josta esimerkkinä on suomalaisyhtyeiden kasvava osallistuminen ulkomaisille kiertueille ja festivaaleille.

Vuosina 2012–2014 Musexin kärkihankemaana on Iso-Britannia, jota on yleisesti pidetty haastavana musiikkimarkkina-alueena ulkomaisille yhtyeille. Kärkihankkeen seurauksena suomalaisen musiikin mahdollisuuksia alueella on kartoitettu ministeritasoa myöden (Kauppalehti 20.9.2012, luettu 2.10.2012). Vaikka musiikkiteollisuus ja –vienti on edelleen vain mikro-osia monien muiden suomalaisten teollisuuden alojen vientiarvoista, on musiikkialan tulevaisuus kasvavana viennin muotona noteerattu yhä merkittävämmiin viime vuosikymmenen aikana.

Tosin yhtenä muuttumattomana tekijänä musiikkivientitilanteeseen vaikuttaa Suomen maantieteellinen sijainti, joka kustannusten lisääntymisen ohella vaikuttaa tuotantojen toteuttamiseen aikataulullisesti etenkin Euroopan sisällä.

### **3 Kohdemaana Yhdysvallat**

Amerikan Yhdysvallat on noin 310:lla miljoonalla asukkaallaan maailman kolmanneksi suurin valtio Kiinan ja Intian jälkeen. Asukasluvultaan Yhdysvaltain neljä suurinta kaupunkia ovat New York (n. 8,4 miljoonaa asukasta), Los Angeles (n. 3,8 miljoonaa asukasta), Chicago (n. 2,9 miljoonaa asukasta) sekä Houston (n. 2,2 miljoonaa asukasta) (Hampshire & Rizvi 2010, s. 68.) Yhdysvallat on muiden teollisuuden alojen ohella erityisen tunnettu viihdeteollisuudesta, jonka vaikutukset on huomattavissa kaikkialla maailmassa.

Mika Karhunaan (2006) mukaan Yhdysvaltain viihdeteollisuuden syntyminen ulottuu 1800- ja 1900 lukujen vaihteeseen. Silloin maahan perustettiin yökerhoja ja klubeja, joissa soitettiin live-musiikkia. Siitä alkaen Yhdysvalloissa on ollut musiikkibisnestä, joka myöhemmin muuttui yhä merkityksellisemmäksi osaksi viihdeteollisuutta elokuvateollisuuden rinnalla. Kysyntä musiikille kasvoi voimakkaasti, joka vaikutti musiikin ja esitysten nopeaan ammattimaistumiseen etenkin radioiden ja televisioiden yleistyttyä.

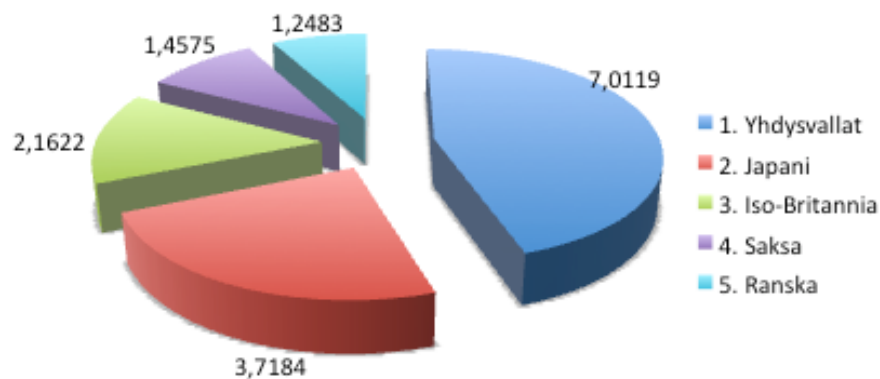
Kysynnän seurauksena Yhdysvaltoihin syntyi koko maan kattavia ohjelmalveluja ja ensimmäisiä ”musiikkikustantamoja”, joiden kautta esiintyjien oli mahdollista ostaa nuotteja esityksiään varten. Samoin äänitystekniikan kehittymisen kautta tuli mahdolliseksi tehdä yhtyeistä äänitteitä, joka mahdollisti musiikin sarjatuotannon ja siten synnytti ääniteteollisuuden (Karhumaa 2000, 26–29.)

Yhdysvallat on teollisuuden aloja esittelevän SelectUSA (2012) –verkkosivun mukaan edelleen maailman johtava valtio elokuva- ja musiikkiteollisuuden liikevaihdossa. Yhdysvaltojen elokuva- ja musiikkiteollisuuden liikevaihdon määrä vuonna 2010 oli yhteensä 95,4 miljardia dollaria. Lukema sisältää yritykset jotka tuottavat ja jakelevat elokuvia, televisio-ohjelmia, mainoksia ja musiikki- ja audio-äänitteitä. Sivuston mukaan vuoden 2009 vastaava lukema jakaantui siten, että 84% liikevaihdosta tuli elokuvateollisuudesta ja 16% musiikkiteollisuudesta (SelectUSA 2012, luettu 3.12.2012.)

### 3.1 Yhdysvaltain musiikkimarkkinat

Maailman viisi suurinta musiikkimarkkina-aluetta ovat järjestyksessään Yhdysvallat, Japani, Iso-Britannia, Saksa ja Ranska (Bernstein, Sekine & Weissman 2007, s. 13).

## Äänitemyynti vuonna 2007



Kuvio 1. "Comparison of record sales trade value in millions of US \$" (Bernstein, Sekine & Weissman 2007, s. 13).

Vuonna 2011 Yhdysvalloissa albumien kokonaisyhteismyynti ylitti uutislehti Reutersin (2012) mukaan ensimmäistä kertaa vuoden 2004 lukeman. Yhdysvalloissa albumeita myytiin vuonna 2011 yhteensä 330,6 miljoonaa kappaletta, joka on 1,4% edellisvuotta korkeampi. Useimpien muiden maiden tavoin fyysisten albumien myyntilukemat jatkoivat Reutersin mukaan laskua Yhdysvalloissa, kun taas digitaalisen musiikin myynti kasvoi 20%. Yhtä lailla yksittäisten digitaalisten kappaleiden myynti kasvoi 8,5%, yhteensä 1,27 miljardiin lataukseen. Myös vinyylilevyjen myynti kasvoi Reutersin mukaan 1,1 miljoonaa yksikköä yhteensä 3,9 miljoonaan yksikköön (Reuters 2012, luettu 15.10.2012.) Äänitemyynnillisesti Yhdysvaltain markkina-alue on vuosittain selkeästi maailman suurin, ja oli vuonna 2007 lähes kaksi kertaa suurempi kuin sitä seuraava Japani (ks. kuvio 1).

Yhdysvallat on mahdollisesti viihdeteollisuutensa kausaliteettina median ja formaattiradioiden syntyipaikka, jossa erilaiset promootio- ja sponsorointiyhteistyöt ovat huomattavasti yleisempiä kuin vaikka Suomessa. Yhdysvalloissa on 2000-luvulla kevennetty radioasemien omistusrajoituksia huomattavasti, jonka seurauksena muutamat yritykset, kuten Clear Channel, Infinity Broadcasting ja Cox, alkoivat osaa yhä suurempia osuuksia maan radioasemista. Radioiden lisäksi muiden media- ja viihdealan yhteyksien omistusoikeusyhteyksien kautta tietyistä yrityksistä on syntynyt yhä merkittävämpiä viestintä- ja viihdealan konglomeraatteja. Esimerkiksi julkisten tilojen mainonnasta tunnettu Clear Channel –yhtiö omistaa pelkästään Yhdysvalloissa yli 1200 radioasemaa, ja on samalla osa maailman suurinta tapahtumajärjestäjää, Live Nationia, ja omistaa huomattavan määrän konserttisaleja Yhdysvalloissa (Bernstein, Sekine & Weissman 2007, s. 38, 42.)

Live-puolen on jo pidempään arvioitu olevan yhä merkittävämpi osa musiikkiteollisuuden liikevaihtoa tulevaisuudessa. Yhdysvalloissa myytiin vuonna 2009 Billboardin mukaan pääsylippuja konsertteihin yhteensä 2,8 miljardilla dollarilla, joita osti yhteensä 50 miljoonaa asiakasta (Billboard 2012, luettu 27.11.2012). Näin ollen jokainen maksanut asiakas käytti rahaa konserttilippuihin vuoden aikana keskimäärin 53,8 dollaria.

#### **4 Amerikan viisumibyrokraatia**

Vuonna 2011 Yhdysvaltoihin myönnettiin yhteensä 7 507 939 viisumia (Bureau of Consular Affairs, 2012, luettu 3.8.2012). Tämän lisäksi Yhdysvalloissa vieraili NBC-uutisten mukaan arviolta yhteensä 62 miljoonaa turistia vuonna 2011 (NBC News 2012, luettu 3.8.2012).

Vuosittaisen korkean turistilukema johtuu ainakin osittain todennäköisesti siitä, että Yhdysvallat ovat mukana Visa Waiver Program:issa, joka helpottaa Yhdysvaltoihin suuntaavien turisti- ja liikematkalaisten maahanpääsyä. Visa Waiver Programin takia maahan pyrkivien turisti- ja liikematkalaisten ei pääsääntöisesti tarvitse hakea erillistä viisumia maksimissaan 90 päivää kestäville matkoilleen. Kyseisissä tapauksissa, jolloin Visa Waiver Programin yleiset ehdot täyttyvät, viisumin hankkimista ei myöskään suositella (Yhdysvaltain Suomen suurlähetystö 2012, luettu 3.8.2012).

Muissa tapauksissa, kuten esimerkiksi esiintymismatkoissa, Yhdysvallat kuuluu viisumipakollisiin maihin, jolloin maahan pyrkivän tulee lähes poikkeuksetta pystyä esittä-

mään matkan tarkoitusta vastaava viisumi. Esiintymistarkoituksessa Yhdysvaltoihin pyrkivät henkilöt tarvitsevat viisumin siitä huolimatta, maksetaanko esiintymisestä korvauksesta vai ei. Maahanmuuttoviranomaiset käsittelevät esiintymismatkoja aina siitä lähtökohdista, että kyse on ammatin harjoittamisesta, josta ainakin periaatteessa voisi olla mahdollista saada korvaus. Esimerkiksi brittiläisen The Guardian -lehden artikkelissa Iso-Britannian managerit ja musiikkialan ammattilaiset ovat Yhdysvaltoihin suuntautuvien kiertueiden viisumiprosessien hitauden ja korkeiden kustannusten takia ryhtyneet pohtimaan toimenpiteitä asian muuttamiseksi. Brittiläisten managerien muutoshakuisuuden taustalla on yhä useampien heidän luotsaamien yhtyeiden Yhdysvaltain kiertueiden peruuntumiset, jotka pääosin johtuvat nimenomaan viisumiaikataulujen venymisestä. Viisumiaikataulujen venyminen vastaavasti johtaa kiertueiden siirtämiseen tai kokonaan peruuttamiseen, jolla on merkittävät taloudelliset yksittäis- ja kerrannaisvaikutukset (The Guardian 2011, luettu 16.10.2012.)

#### 4.1 Erilaiset artistiviisumityypit ja yleistä viisumikäsitteistöä

Yhdysvalloissa on yhteensä yli 70 erilaista viisumityyppiä, joista useimmat ovat jaoteltu omiin kategorioihinsa ja edelleen näiden alakategorioihin (Penrith 2005, s. 41). Viisumityyppimäärän takia käsitelen tässä työssä ainoastaan niitä viisumityyppejä, jotka koskevat Yhdysvaltoihin työskentelemään pyrkiviä taiteilijoita tai taiteilijaryhmiä.

Koska suomenkielistä aineistoa viisumiprosesseihin liittyen on löydettävissä erittäin vähän, on seuraavissa luvuissa käsitellyt yleiset artistiviisumityypit ja niille asetetut vaatimukset suomennettu mainituista englanninkielisistä lähteistä tämän työn tekijän toimesta.

##### 4.1.1 O-1B –viisumi

O-1B –viisumia voi hakea henkilöt, joilla on näyttöä erityisestä lahjakkuudesta taiteen, elokuvan tai elokuvateollisuuden alalla. Vaatimukset O-1B –viisumille ovat muita artistiviisumityyppejä tiukemmat. Mikäli hakija ei ole palkittu kansallisesti tai kansainvälisesti merkittäville palkinnoilla tai tunnustuksilla, kuten Grammy,- tai Emmy-palkinnolla, Oscarella tai vastaavalla, Yhdysvaltain maahanmuuttoviraston USCIS:in, mukaan O-1B –viisumin hakukelpoisuus edellyttää ainakin kolmen kohdan toteutumista seuraavista:



- 1) Hakija on esiintynyt ja tulee esiintymään pääesiintyjänä tapahtumissa tai tuotannoissa, joiden ansioitunut maine on todennettavissa arvioilla, julkaisuilla, julkisilla tiedotteilla, mainoksilla, sopimuksilla tai muilla vastaavilla tavoilla.
- 2) Hakijalla on merkittävää kansallista tai kansainvälistä tunnustusta, joka on todennettavissa merkittävien sanomalehtien, ammattialan julkaisujen tai muiden merkittävien tiedostusvälineiden tekemien arvioiden tai muiden julkaisujen kautta.
- 3) Hakija on esiintynyt ja tulee esiintymään pääesiintyjänä organisaatioiden ja laitosten tapahtumissa, joiden ansioitunut maine on todennettavissa arvioilla, julkaisuilla, julkisilla tiedotteilla, mainoksilla, sopimuksilla tai muilla vastaavilla tavoilla.
- 4) Hakijalla on merkittävää kaupallista tai kritiikkiin perustuvaa menestystä, joka on mahdollista osoittaa toteen esimerkiksi levymyynnin, yleisömäärien, katsojalukujen ja muiden ammatillisten saavutusten perusteella, jotka on todennettavissa merkittävien sanomalehtien, ammattialan julkaisujen tai muiden merkittävien julkaisujen kautta.
- 5) Hakija on saanut saavutuksistaan alan organisaatioiden, kritiikkien, valtion virastojen tai muiden asiantuntijoiden toimesta tunnustusta, joka osoittaa hakijan asiantuntijuutta, vaikutusvaltaa ja taitoa alalla.
- 6) Hakijalla on osoittaa saatuja palkkioita tai muita korvauksia, jotka ovat huomattavia muiden alalla työskenteleviin toimijoiden palkkioihin ja korvauksiin verrattuna. Saadut palkkiot tai korvaukset tulee pystyä osoittamaan sopimuksilla tai muilla luotettavilla lähteillä. O-1B –viisumi voidaan myöntää enintään kolmeksi vuodeksi, jonka jälkeen se on mahdollista uusiksi yhdeksi vuodeksi kerrallaan. Kansainvälisille viihdealan ryhmille tarkoitettu viisumityyppi on P-1B (Uscis 2012, luettu 20.7.2012.)

#### 4.1.2 P-1B –viisumi

P-1 –viisumityypit on tarkoitettu Yhdysvaltoihin pyrkiville ulkomaalaisille taide-, urheilu- ja viihdealan kansainvälisesti tunnustetuille ammattilaisille tiettyä esitystä, kiertuetta tai kilpailua varten, jonka keston mukaan viisumin voimassaoloaika määritellään.

P1A –viisumi on tarkoitettu ammattilaisurheilijoille, ja vastaavasti P1B –viisumi on suunnattu kansainvälisille viihdealan ryhmille, joihin kuuluu vähintään kaksi henkilöä (Penrith 2005, 51.)

Viisumityyppejä ja –prosesseja käsittelevän verkkosivun, immihelp.com:in (2012) mukaan kansainvälisen tunnettavuuden määritelmänä P-1B –viisumiprosessissa käytetään ryhmän saamia tunnustuksia tai tunnettavuutta kotimaansa ulkopuolella. Esimerkiksi yhtyeiden kohdalla kansainvälistä tunnettavuutta mitataan ulkomaisilla albumi- tai konserttiarvioiden määrällä, joista tulee esittää kopiot viisumia haettaessa.

Vaatuksina P-1B –viisumille on Immihelp:in mukaan myös todisteet siitä, että  $\frac{3}{4}$  viisumia hakevasta ryhmästä tai yhtyeestä on ollut kasassa samalla nimellä vähintään yhden vuoden ajan. Sen lisäksi taiteilijaryhmän tai yhtyeen tulee pystyä osoittamaan saaneensa merkittävää huomiota ulkomaisilla markkinoilla, ja että se erottuu yhdysvaltalaisista ryhmistä tai yhtyeistä (Immihelp 2012, luettu 3.8.2012.)

Yhdysvaltain maahanmuuttoasioista vastaavan viraston, Uscis:in mukaan P-1B –viisumin edellytyksenä on edellisten lisäksi se, että yhtyeen tulee olla voittanut kansainvälisesti noteerattuja palkintoja, tai ainakin saanut ehdokkuuksia vastaavissa palkinnoissa. Lisäksi P-1 –viisumissa edellytetään, että yhtyeen tulee pystyä todentamaan matkansa tarkoitus erilaisin sopimuksin yhdysvaltalaisen ammattilaisten kanssa.

Näiden lisäksi, P-1B –viisumin hakijan tulee täyttää vähintään kolme kohta seuraavista:

- 1) Ryhmä on esiintynyt ja tulee esiintymään pääesiintyjänä tapahtumissa tai tuotannoissa, joiden ansiotunut maine on todennettavissa arvioilla, julkaisuilla, julkisilla tiedotteilla, mainoksilla, sopimuksilla tai muilla vastaavilla tavoilla.
- 2) Ryhmällä on osoittaa merkittävää kansallista tai kansainvälistä tunnustusta merkittävien sanomalehtien, ammattialan julkaisujen tai muiden merkittävien tiedostusvälineiden tekemien arvioiden kautta.

- 3) Ryhmä on esiintynyt ja tulee esiintymään pääesiintyjänä organisaatioiden tai laitosten tapahtumissa, joiden ansioitunut maine on todennettavissa arvioilla, julkaisuilla, julkisilla tiedotteilla, mainoksilla, sopimuksilla tai muilla vastaavilla tavoilla.
- 4) Ryhmällä on merkittävää kaupallista tai kritiikkiin perustuvaa menestystä, joka on mahdollista todentaa arvioiden, levymyyntien, lipunmyynnin, yleisömäärien tai muiden saavutusten perusteella, joita on julkaistu ammattialan lehdissä, merkittävässä sanomalehdissä tai muissa vastaavissa julkaisuissa.
- 5) Ryhmällä on osoittaa alallaan erityistä lahjakkuutta tai erityisosaamista saatujen kritiikkien perusteella, tai eri organisaatioilta, valtion virastoista tai vastaavilta asiantuntijoilta saatujen tunnustusten perusteella.
- 6) Ryhmällä on osoittaa saatuja palkkioita tai muita korvauksia, jotka ovat huomattavia muiden alalla työskenteleviin toimijoiden palkkioihin ja korvauksiin verrattuna. Saadut palkkiot tai korvaukset tulee pystyä osoittamaan sopimuksilla tai muilla luotettavilla lähteillä (Uscis 2012, luettu 25.7.2012.)

#### 4.1.3 P-2 –viisumi

P-2 –viisumi on tarkoitettu Suomen ja Yhdysvaltojen välisiin vastavuorosiin taiteilijavaihtoihin. Viisumin edellytyksenä on, että molempien maiden artistit tai artistiryhmät osallistuvat johonkin valtion tunnustamaan projektiin. Ehtona on myös se, että osallistuvat taiteilijat tai taiteilijaryhmät ovat ammattitaitoisesti tasavertaisia. P-2 –viisumi on lähtökohtaisesti voimassa yhden vuoden (Uscis 2012, luettu 20.7.2012.)

#### 4.1.4 Green Card

Green Card, eli pysyvä työluupa on Yhdysvaltain maahanmuuttoviraston, Uscis:in mukaan mahdollista saada pääsääntöisesti seuraavilla tavoilla; pysyvän työpaikan kautta, perheen kautta (lapsi, avioliitto Yhdysvaltojen kansalaisen kanssa, lähisukulaisuus jne.), pakolaisuuden kautta, investointien ja työllistämisen kautta tai Green Card -arvonnan kautta. Green Card poikkeaa huomattavasti tämän työn kontekstissa muista viisumityypeistä hakuedellytystensä ja –tapojensa takia, joten siihen liittyviä hakuprosesseja ei tässä työssä käsitellä tämän enempää (Uscis 2012, luettu 14.10.2012.)

## 4.2 Sponsori

Monista hakuprosessiin ja vaatimuksiin liittyvistä eroista huolimatta yhteistä artistiviisumeille on esimerkiksi se, että viisumeilla tulee olla sponsori koko niiden voimassaolon ajan. Sponsori-käsitteellä tarkoitetaan viisumiprosessissa pääasiassa joko Yhdysvalloissa olevaa työnantajaa tai valtion hyväksymää organisaatiota, jotka ovat erikoistuneet viisumeihin ja viisumisponsorointiin. Musiikkiviennin kontekstissa sponsorin roolin voisi jaotella esimerkiksi seuraavasti:

- a) Artisti/yhtye lähtee Yhdysvaltoihin kiertueelle, jonka yhteistyökumppanina on yhdysvaltalainen agenttuuri. Yleensä kyseinen agenttuuri on yhtyeen viisumiprosessin sponsorina vastaten tarvittavan dokumentoinnin kuten kiertuesopimusten, kiertueaikataulujen, sekä muista kappaleessa 4.1. eriteltujen viisumikohtaisten selvitysten ja hakemusten toimittamisesta Yhdysvaltain viisumihakemuksia kontrolloivalle Uscis:lle.
- b) Artisti/yhtye on saanut kutsun esiintymään Yhdysvaltoihin esimerkiksi SXSW – showcase-festivaalille. Artistilla/yhtyeellä ei kuitenkaan ole paikallista yhteistyökumppania, keikkamyymälää tai muuta virallista sponsoriksi sopivaa tahoa. Tällöin artistin/yhtyeen tulee hankkia sponsoriksi jokin kyseistä palvelua maksullisesti tarjoava organisaatio tai yritys, joita maassa on lukuisia.

Yhdysvaltoihin kohdistuva kysyntä on vuosittaisten viisumimäärien perusteella pysynyt jo vuosikymmeniä korkeana maan taloustilanteiden heilahteluista huolimatta. Kysyntä viisumeille on selvästi tarjontaa suurempaa, jonka seurauksena esimerkiksi sponsorointia ja maahanmuuttoon liittyvä palvelujen tarjonta on muodostunut maassa merkittäväksi liiketoiminnaksi. Viisumi- ja sponsoripalveluja tarjoavien yritysten hinnoitteluperiaatteet ja osaaminen vaihtelevat tapaamieni ihmisten mukaan huomattavasti, jonka voi olettaa hankaloittavan viisumin hakuprosessia entisestään.

Artistiviisumin kustannusarviota ja viisumiprosessin kestoa käsitellään luvussa 8.3.1.

#### 4.3 Yleisimmät haasteet viisumin saamiselle

Viisumityyppiä esittelevän verkkosivun immihelp.com:in mukaan (Immihelp 2012, luetu 10.10.2012) yleisimpiä syitä viisumihakemuksen hylkäämiseen tai hakukelpoisuuden toteutumattomuuteen viisumityyppien omien yleisten ohjeiden lisäksi ovat esimerkiksi: aiemmat kielteiseen viisumipäätökseen johtaneet syyt, aiemmat karkotukset, aiemmat viisumirikkeet, pidätykset tai tuomiot, rikosrekisterimerkinnät tai terveydentilaan liittyvät perusteet. Pekka Johansson (haastattelu 27.11.2012) toteaa: ”Olenaisempaa on aina kuitenkin tuoda esiin mahdolliset aiemmat merkinnät rikosrekisterissä kuin yrittää peittää niitä, sillä peittely-yritykset tulevat aina esiin ja ovat paljon haitallisempia maahanpääsyn kannalta”.

Hampshire & Rizvi toteavat hakuprosessiin liittyen, että viisumia haettaessa kaikki hakemukset käsitellään tapauskohtaisesti. Periaatteessa kielteiseen viisumipäätökseen voi vaikuttaa kaikki syyt, joiden perusteella yhdysvaltain maahanmuuttoviranomaiset saattavat päätellä hakijan olevan uhka kansalliselle turvallisuudelle. Toinen yleinen kielteiseen päätökseen johtava syy on epäilyt siitä, ettei hakijalla ole aikomusta palata kotimaahansa viisumin umpeuduttua (Hampshire & Rizvi 2012, s. 100-101.)

## 5 Musiikkiviennin haasteet

Pyrin tässä opinnäytetyössä kartoittamaan eri tapoja Yhdysvaltoihin kohdistuvan musiikkiviennin kehittämiseen kiertuetuotantojen, kiertuekustannusten, yhteistyökuvioiden kehittämisen sekä viisumibyrokraatian näkökulmasta. Tilanteen kartoittamiseksi pyrin työssäni vastaamaan seuraaviin kysymyksiin:

### 1) Millä tavoin suomalaisyhtyeiden vientiä Yhdysvaltoihin voisi kehittää?

1.1 Mitä esiintyvien taitelijaryhmien Yhdysvaltojen kiertuetuotannon suunnittelussa tulisi huomioida?

1.2 Miten suomalaisten ja yhdysvaltalaisen musiikkialan ammattilaisten välistä yhteistyötä voisi kehittää?

1.3 Mitä vaihtoehtoja kiertueiden rahoitukselle on?

1.4. Mitkä ovat vastaavien tuotantojen yleisimpiä ongelmakohtia, joihin tulisi varautua?

## 6 Tapaustutkimus osana toimintatutkimusta

Tämän työn teoreettinen viitekehys pohjautuu tapaustutkimukseen (case study research), jolle ominaista on pyrkiä tutkimaan, kuvaamaan ja selittämään tapauksia pääasiassa miten- ja miksi-kysymysten avulla (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, Yin:in 1994, 5-13 mukaan, luettu 2.8.2012).

Saaranen-Kauppinen & Puusniekan (2006) mukaan tapaustutkimuksille tyypillistä on valita tutkimuskohteeksi yksittäinen tapaus, tilanne, tapahtuma tai joukko tapauksia, jonka tarkastelussa kiinnostuksen kohteena on jokin prosessi. Samoin, Saaranen-Kauppinen & Puusniekan (mts.) mukaan yksittäistapauksien tutkiminen pyritään toteuttamaan tapausten luonnollisessa ympäristössään kuvailemalla yksityiskohtaisesti tutkittavaa ilmiötä. Näin ollen kuvailevat menetelmät eivät välttämättä pyri selittämään ilmiöiden välisiä yhteyksiä, testaamaan hypoteeseja, eikä tekemään ennusteita, vaan tavoitteena on tutkimuskohteen ominaispiirteiden systemaattinen, tarkka ja totuudenmukainen kuvailu. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, Anttilan 1996, 250; Hirsjärven ym. 2004, 125-126 mukaan, luettu 3.8.2012.)

Tyypillistä tapaustutkimuksellisuus on Saaranen-Kauppinen & Puusniekan (2006) mukaan etenkin ammattikorkeakouluopiskelijoiden opinnäytetöissä, joihin aiheet löytyvät usein opiskelijoiden työharjoittelupaikasta tai muutoin työelämästä. Opinnäytetöiden lisäksi monet projektit ja kehittämis- tai arviointitutkimukset voivat olla luonteeltaan tapaustutkimuksia. Sen takia tapaustutkimus onkin kirjava käsite, jota ei voi yksiselitteisesti pelkistää nimittämään vain tietynlaisia tutkimuksia. Yhteistä tapaustutkimuksille on kuitenkin se, että tutkimuskohde valitaan aina periaatteessa joko teoreettisen tai käytännöllisen intressin ohjaamana. Kyse on aina tietystä, yksilöllisestä tapauksesta, mutta tapaustutkimuksen onnistumisen arvioinnissa on Saaranen-Kauppinen & Puusniekan (2006) mukaan hyvä pohtia tuloksia myös laajemmassa mittakaavassa, kuten, miten saatuja tuloksia voitaisiin mahdollisesti soveltaa muuhun tai muualla, tai miten yksittäistapauksen tuloksia voi käyttää apuna suunniteltaessa aihetta koskevia laajempia tutkimuksia. Eli vaikka tapaustutkimuksen lähtökohtana on yksittäistapaus, jonka perusteella ei voi esittää yleistyksiä, niin yhdenkin tapauksen huolellinen tutkiminen voi silti tarjota yksittäistapauksen ylittävää tietoa (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Toimintatutkimuksen tavoin pyrin tapaustutkimusmetodeilla saavutettavien muutosten avulla kuvaamaan sitä, millä tavoin tutkittavat kohteet voivat muuttua. Kuitenkin, koska muutos ei ole itseisarvoinen tulos tutkimukselle, se ei myöskään ole kriteerinä sen onnistumiselle. Tapauksissa – kuten maahanmuuttopolitiikka – joissa välitöntä muutosta ei tapahdu, on tutkimuksen onnistumisen kannalta yhtä olennaista pyrkiä pystyä vastaamaan siihen, miksi muutosta ei tapahdu. Tästä syystä välittömien konkreettisten muutosten todentaminen ei ole päätavoitteena, sillä toimintatutkimuksen tavoin välittömien muutosten taustalla voi olla kognitiivisia muutoksia, muutoksia asenteissa, valtarakenteissa, työkuultuureissa jne., jotka muutoin tutkien saattaisivat jäädä ilmenemättä. Olennaista toimintatutkimuksessa on mahdollisten muutosten lisäksi tutkimuksellisen aineiston, ja sen pohjalta uuden tutkimuksellisen tiedon tuottaminen siitä huolimatta, onnistuvatko aiotut käytännön muutokset (Kuula Arja, 2012, luettu 3.8.2012.)

Teoreettisten lähtökohtien lisäksi tämän työn aineisto pohjautuu empiirisiin havaintoihin, joista olennaisimpia ovat tätä opinnäytetyötä varten tekemäni asiantuntijahaastattelut, sekä omat havaintoni suomalaisesta musiikkiviennistä ja Yhdysvaltain musiikkiteollisuudesta usean vuoden ajalta niin muusikkona, kulttuurituottajaopiskelijana kuin musiikin kuluttajana.

Konkreettisella tasolla tähän työhön on vaikuttanut 2 erillistä tapausta: 1) vuodelle 2010 suunniteltu esiintymismatka South By Southwest (SXSW) –festivaaleille, Austiniin (TX), Yhdysvaltoihin, sekä 2) keväällä 2012 tekemäni työharjoittelu Los Angelesissa, Yhdysvalloissa.

Ensimmäisessä tapauksessa South By Southwest (SXSW) –festivaalin esiintymiskutsun saamisesta oli festivaaliin aikaa noin neljä kuukautta, josta alkuvaiheessa kului suuri osa pelkästään prosessin laajuuden ja esiintymismatkan yleisten edellytysten kartoittamiseen. Prosessin alkuvaiheessa aiheeseen liittyvät tarinat viisumiprosessin kestosta, kustannuksista ja arvaamattomuudesta vahvistivat ennakkokäsityksiä prosessin laajuudesta.

Ennakkokäsityksistä huolimatta alkuvaiheessa yllättävää oli esimerkiksi artistiviisumille asetetut vaatimukset siitä huolimatta onko kyse koko maan kattavasta kiertueesta vai yksittäisestä promoesiintymisestä, josta ei makseta korvausta. Viisumiprosessissa esiintymisiä käsitellään ammatinharjoittamisena, josta on oletettavissa joko välitön kor-

vaus (esiintymispalkkio) tai myöhempi välillinen korvaus, kuten mahdollisen yhteistyösopimukset ja niistä mahdollisesti ansaittavat tulot. Näin ollen esiintyjien ja levy-yhtiöiden voidaan olettaa olevan halukkaita sijoittamaan tuhansia euroja esiintymiseensä.

## 7 Suomalaisen musiikin vieminen Yhdysvaltoihin

### 7.1 Yhdysvaltoihin kohdistuvan musiikkivientihankkeen SWOT

Kaikkien kiertueiden tavoin, kiertueen järjestäminen Yhdysvalloissa sisältää vahvuuksia, mahdollisuuksia, riskejä ja uhkia, joita alla olevassa SWOT-kaaviossa on eritelty. Wikipedian mukaan (Wikipedia 2012) SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) -nelikenttäänalyysi on Albert Humphreyn kehittämä analyysimenetelmä, jota käytetään erityisesti strategioiden laatimisessa, sekä oppimisen tai ongelmien tunnistamisessa, arvioinnissa ja kehittämisessä. Yksinkertaisuutensa ja monikäyttöisyytensä takia SWOT on yleinen työkalu yrityksen toiminnan, hankkeiden ja projektien suunnittelussa.

Tämän työn tapausesittelyn SWOT on yhdistetty yleisempään kontekstiin, jossa on samat yleiset yhtymäkohdat muihinkin Yhdysvalloissa toteutettaviin musiikkivientihankkeisiin niiden kokoluokasta huolimatta. Alla olevassa SWOT-analysissä on eritelty yleisimmät vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet, sekä uhat Yhdysvaltoihin kohdistuvan musiikkivientihankkeen toteuttamisessa:

### Yhdysvaltoihin kohdistuvan musiikkivientihankkeen SWOT:

#### **STRENGTHS:**

- 1) Uudet kuulijat
- 2) Maailman suurin musiikkimarkkina-alue
- 3) Promootioarvo

#### **WEAKNESSES:**

- 1) Kustannukset
- 2) Vaatii paljon aikaa
- 3) Pitkät välimatkat
- 4) Tarjonnan määrä

#### **OPPORTUNITIES:**

- 1) Uudet yhteistyökumppanit
- 2) Lisäkeikat-/kiertueet
- 3) Medianäkyvyys

#### **THREATS:**

- 1) Kiertueen peruuntumisesta aiheutuvat kustannukset
- 2) Kiertueen huono markkinointi
- 3) Viisumiviivästyksset



© Jaakko Suni 2012

## 7.2 Musiikkiviennin ammattilaisten teemahaastattelut

Osana tämän työn empiiristä tutkimusaineistoa ovat neljä suomalaisten musiikkialan ammattilaisten haastattelua, jotka on tehty marraskuun 2012 aikana. Kaikilla haastatelluilla henkilöillä on kokemusta erityisesti Yhdysvaltoihin kohdistuvasta musiikkiviennistä, joka oli yksi lähtökohtainen kriteeri haastateltavien valinnassa.

Haastattelun valinta tämän työn tutkimusmenetelmäksi oli mielestäni toimivin vaihtoehto sen takia, että haastattelun kautta olisi mahdollista saada tarpeeksi kattavaa ja yksityiskohtaista tietoa tutkimusongelmiini liittyen. Kuten Eskola & Suoranta (2008) toteavat, kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineiston koolla ei ole välitöntä vaikutusta eikä merkitystä tutkimuksen onnistumiseen, koska kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään kuvaamaan jotain tapahtumaa, ymmärtämään tiettyä toimintaa tai antamaan teoreettisesti mielekäs tulkinta jostakin ilmiöstä. Sen takia kvalitatiivista tutkimusta luonnehtiviin piirteisiin kuuluu Eskolan & Suorannan mukaan olennaisesti aineiston harkinnanvarainen, teoreettinen tai tarkoituksenmukainen poiminta tai harkinnanvarainen näyte (2008, 61–62.)

Eskolan & Suorannan asettamat kriteerit kvalitatiivisen tutkimuksen aineistohankinnalle olivat lähtökohtana tämän työn haastatteluvalinnoissa. Lähtökohtainen tavoitteeni oli pyrkiä saamaan haastateltavaksi musiikkialalta henkilöitä, joilla kaikilla on kokemusta Yhdysvaltoihin suuntautuvasta musiikkiviennistä, mutta jotka kaikki ovat alalla eri tehtävissä. Tavoitteena oli siten saada teemahaastattelujen kautta eri näkökulmia saman aiheen tiimoilta, joka lopulta toteutui mielestäni erittäin hyvin.

Haastateltavien kokemuksesta ja erityisosaamisesta riippuen haastatteluissa oli huomattavissa selvästi muuttuvia painopisteitä, vaikka pyrin johdattelemaan keskustelua mahdollisimman vähän. Vaikka keskustelut ajautuivat eri suuntiin ja haastateltavat painottivatkin hieman eri asioita, kaikki liitteen 1 haastattelukysymysrunгон osa-alueet käytiin läpi jokaisen haastateltavan kanssa.

Näkemyserojen ohella haastatteluissa toistui useita yhtäläisiä näkemyksiä etenkin vientiin liittyvien tavoitteiden osalta. Yhtäläisyydet vahvistivat osittain myös omia ennakkokäsityksiäni ja selkeyttivät työlle asetettuihin tutkimusongelmiin vastaamista. Näin ollen otannan koosta riippumatta mielestäni Eskolan & Suorannan (2008) asettamat kriteerit kvalitatiivisen tutkimuksen onnistumiselle toteutuivat ainakin tapahtuman kuvaamisen ja toiminnan ymmärtämisen osalta.

Tämän opinnäytetyön haastatteluaineistot koostuvat seuraavien henkilöiden haastatteluista:

#### Ville Kilpeläinen

Ville Kilpeläinen työskentelee Fullsteam Agency:llä vastaten pääasiassa vientiin ja kansainvälisyyteen liittyvistä asioista. Sen lisäksi Kilpeläinen hoitaa Fullsteamilla kustannuspuolen tehtäviä sekä toimii A&R:na yhtiön ulkomaisille yhtyeille.

#### Pekka Johansson

Artisti-tuottaja Pekka Johanssonin musiikkialan kokemus pohjautuu muusikkouden ja kansainvälisten kiertuekokemusten lisäksi oman levy-yhtiön pyörittämiseen ja levy-lisensointiin mm. Yhdysvalloissa. Kiertuekokemusta Yhdysvalloista Johanssonilla on keväältä 2012, jolloin hän esiintyi yhtyeensä kanssa Austinissa South by Southwest -festivaalilla. Johansson soittaa bassoa yhtyeessä Amoral.

#### Olavi Töyli

Olavi Töyllillä on kansainvälistä kiertuekokemusta useiden vuosien ajalta yhtyeistä Rubik sekä Underwater Sleeping Society. Rubik on tähän mennessä tehnyt Yhdysvalloissa kolme laajaa kiertuetta, joista Töyli on osallistunut vuoden 2010 kiertueelle.

#### Tuomo Tähtinen

Tuomo Tähtinen on ollut Music Finlandin (Musex) toiminnanjohtajana helmikuusta 2012 lähtien. Sitä ennen Tähtinen on työskennellyt Musexissa vuodesta 2008 Ison-Britannian ja Pohjois-Amerikan markkinoista sekä viestinnästä vastaavana projektipäällikkönä ja marraskuusta 2011 alkaen yhdistyksen virkaatekevänä toiminnanjohtajana. Ennen siirtymistä Musexiin Tähtinen on työskennellyt muun muassa Warner Music Finlandilla promootio- ja vientitehtävissä.

Haastatteluista kaksi (Kilpeläinen & Tähtinen) tehtiin puhelimitse ja toiset kaksi (Töyli & Johansson) kasvotusten. Kaikki puhelut nauhoitettiin, josta haastateltavia informoitiin ennen haastattelujen alkamista. Kaikkia haastateltavia informoitiin etukäteen sähköpostilla opinnäytetyön aiheesta ja haastattelun teemoista.

## **8 Suomalaisyhtyeen Yhdysvaltain-kiertueen toteuttaminen**

Tässä opinnäytetyössä esitetty tapaus pyrkii kuvaamaan prosessia, joka suomalaisyhtyeen tulee huomioida ja käydä läpi lähteäkseen Yhdysvaltoihin kiertueelle. Työssä esitetty yhtye on kutsuttu yhdysvaltalaisyhtyeen länsirannikon kiertueen avauskokoonpanoksi. Suomalaisyhtyeelle kyse on promokiertueesta, josta ei makseta esiintymispalkkioita, vaan yhtye sidosryhmineen vastaa kiertuekulujen kattamisesta.

Työlle välttämättömien rajausten takia tässä työssä ei ole huomioitu kiertuetoiminnan tulo- ja menopuolen henkilö- tai yhtyeikohtaisia muuttuvia tekijöitä, kuten sopimuskoh-  
taisia keikkapalkkioita kansainvälisine verotuskäytäntöineen, sopimuskohtaisia pro-  
moottorien ja kiertuemanagerien palkkioita, matka- ja majoitushintaluokkien omavalin-  
taisia korotuksia, eikä yhtyeen aiempaan suosioon tai taloudelliseen ennakkotilantee-  
seen vaikuttavia tekijöitä.

### **8.1 Kiertueen ja työryhmän lähtötilanne**

Tämän työn tapausesittely pohjautuu 4-henkiseen suomalaiseen yhtyeeseen, joka on lähdössä Yhdysvaltoihin kahden viikon länsirannikon kiertueelle. Yhtyeen seuraava albumi julkaistaan Yhdysvalloissa paikallisen levymerkin kautta puolen vuoden päästä kiertueesta. Kiertue on yhtyeen ensimmäinen promokiertue Yhdysvalloissa.

Kiertueelle lähtevä työryhmä koostuu yhteensä kuudesta henkilöstä, johon 4-henkisen yhtyeen lisäksi kuuluu Yhdysvalloista palkatut ääniteknikko ja kiertuemanageri. Kiertuemanageri vastaa normaalien tehtäviensä ohella yhtyeen oheistuotteiden myynnistä keikkapaikoilla sekä ajaa yhtyeen kiertuepakettiautoa jaetusti ääniteknikon ja yhtyeen jäsenten kanssa.

Yhtye kutsuttiin kiertueelle neljä kuukautta ennen sen alkamisajankohtaa ja kiertue toteutetaan yhteistyössä yhtyeen kotimaisen ja yhdysvaltalaisen agentuurin välillä. Yhtyeen yhdysvaltalainen agentuuri toimii sponsorina yhtyeen viisumiprosessissa, mutta

kulut ja kiertueeseen liittyvät taloudelliset riskit ovat sovitusti yhtyeen ja sen kotimaisen agenttuurin vastuulla. Yleisen käytännön mukaisesti agenttuurien kesken on sovittu pyrkimyksistä järjestää vastaava kiertue viisumien voimassaoloaikojen sisällä, mikäli kiertue jouduttaisiin perumaan force majeure –systä.

## 8.2 Kiertuetuotannon aikataulut

Viisumiprosessin takia Yhdysvaltoihin suuntautuvan kiertueen tuotantoon kehoitetaan varaamaan aikaa useita kuukausia mikäli mahdollista. Viisumiprosessi myös sanelee tuotannon aikataulutusta sen takia, että pitkä hakuprosessi voidaan aloittaa vasta kun kiertueelle on paikallisen yhteistyökumppanin/sponsorin vahvistus. Olavi Töylin (haastattelu 27.11.2012) mukaan on kuitenkin yleistä, että tiedot kiertueesta saattavat usein tulla hyvin lyhyellä aikataululla, jonka takia tuotantovaiheita tehdään useimmiten päällekkäin. Viisumiprosessin aikataulutuksessa Töyli painottaa hakemusten ohjeiden mahdollisimman tarkkaa noudattamisesta, sillä pienienkin lisäselvitysten tekeminen venyttää prosessia huomattavasti, jolla vastaavasti voi olla vaikutusta kaikkiin muihin tuotantovaiheisiin.

Suppean tuotantovaihejärjestyksen voi kuitenkin karkeasti yksinkertaistaa seuraavasti:

- 1) Kiertueen vahvistaminen
- 2) Viisumiprosessin aloittaminen
- 3) Matka- majoitus- ja kuljetusjärjestelyjen tekeminen
- 4) Backline-varaukset

Töylin mukaan haastavimmat vaiheet Yhdysvaltojen kiertueen tuotannossa liittyvät esituotantovaiheisiin. Muut asiat, kuten hotellien ja backline-vuokrausten hoitaminen onnistuu Yhdysvalloissa helposti vaikka vasta paikan päällä. Hyvän kiertueen managerin palkkaaminen on Töylin mukaan kuitenkin olennaista, sillä Yhdysvalloissa kiertueen managerin palkkaaminen on huomattavasti edullisempaa kuin esimerkiksi Suomessa, ja hyvä kiertueen manageri voi lopulta maksaa itsensä helposti takaisin (haastattelu 27.11.2012.)

## 8.3 Kiertueen toteutus- ja kustannussuunnitelma

Kiertueen järjestäminen Yhdysvalloissa vaatii poikkeuksetta suuria taloudellisia panostuksia, joista tässä tapauksessa merkittävimmät yksittäiset kustannukset muodostuvat viisumeista, logistiikasta sekä kalustovuokrista.

### 8.3.1 Viisumikustannukset

Yhdysvaltoihin tarvittavan artistiviisumin pakolliset kustannukset koostuvat useista erilaisista, pääasiassa palvelu- ja toimenpidemaksuista Yhdysvaltain maahanmuuttoviranomaisille ja Suomen ja Yhdysvaltain suurlähetystöille. Näiden maksujen lisäksi viisumikustannuksiin vaikuttaa se, kuinka paljon erilaisia ulkopuolisia palveluntarjoajia tai kiireellisistä aikatauluista johtuvia lisäpalveluja joudutaan käyttämään. Yhdysvalloissa on paljon maksullisia viisumipalveluihin erikoistuneita yrityksiä, joiden hyödyntäminen on omien kokemuksieni perusteella yleistä etenkin kriteereiltään tiukemmissa viisumityypeissä, kuten O –viisumissa.

Näin ollen viisumikustannukset vaihtelevat tapauskohtaisesti sadoista dollareista useisiin tuhansiin dollareihin riippuen palvelujen määrästä sekä siitä kuinka kiireellisenä viisumikäsittely halutaan. Kiireellisissä tapauksissa Yhdysvaltain maahanmuuttovirasto, Uscis tarjoaa myös lisämaksullista palvelua, joka takaa viisumiprosessin käsittelyajaksi 15 työpäivää tai hakija saa rahansa takaisin. Lisäpalvelun hinta Uscis:ssa on 1225\$ marraskuussa 2012 (Uscis, luettu 27.11.2012).

Mikään edellytys ulkopuolisten asianajajapalvelujen ostaminen ei normaalitapauksissa ole, vaan palvelujen suosio perustuu kiireellisiin aikatauluihin, ajallisiin takuisiin sekä haku edellytysten parantamiseen. Useimmissa viisumiprosessissa käsitelävissä verkkolähteissä korostetaan prosessiin tarvittavan ajan, liitteiden ja hakemusten huolellisen täyttämisen merkitystä

Tämän työn esimerkkiryhtyeen viisumiprosessi on aloitettu välittömästi kiertueen vahvistumisen jälkeen, jolloin kiertueen alkamiseen oli aikaa 4 kk. Uscis:in (luettu 10.10.2012) yleisen ohjeen mukaan viisumiprosessiin tulisi normaaliaikataululla varata 90 päivää (Uscis 2012).

Seuraavassa erittelyssä on suuntaa antava kustannusarvio tässä työssä esitellylle kuvitteelliselle ryhtyeelle, jotka hakevat luvussa 4.1.2 esiteltyä P-1B –viisumia. Viisumikustannusarvio ei sisällä viisumilisäpalveluja.

Muihin artistiviisumeiksi lueteltuihin viisumiluokkiin kuuluvien viisumityyppien hinta-arvioita löytyy esimerkiksi oheiselta ”Artists From Abroad” –sivustolta:

<http://www.artistsfromabroad.org/immigration-procedures/where-and-how-to-file-the-petition/premium-processing/> (luettu 16.10.2012)

### 8.3.2 Lennot, majoitus- ja matkajärjestelyt

Yleissääntönä matka- ja majoitus ja kiertuejärjestelyjen kulupuoleen voi vaikuttaa sitä enemmän, mitä kauempana matkustusajankohta on matkan varaamisesta.

Lento- majoitus- ja matkavaraukset tämän työn tapausesittelystä on varattu siitä lähtökohdasta, että yhtye on maassa ainoastaan kiertueen ajan saapumis- ja lähtöpäivä lukuun ottamatta. Näin ollen budjetissa huomioitu arvio lento-, majoitus- ja matkakulujen osalta sisältää ainoastaan kiertueen toteuttamisen kannalta olennaiset kulut.

Tämän työn esimerkkitapauksessa kiertue toteutetaan siten, että yhtye saapuu Los Angelesiin, josta se matkustaa muun työryhmän ja backlinen kanssa ensimmäiselle keikkapaikalle San Diegoon. Tämän jälkeen kiertue jatkuu seuraavat kaksi viikkoa ympäri länsirannikkoa päättyen lopulta Los Angelesiin, josta yhtyeen paluulento lähtee takaisin Suomeen. Näin ollen yhtyeen lennot on varattu Hki-Los Angeles-Hki (liite 3: tarjous lennoista).

Majoituskulut perustuvat keskiarvohintaan kahden tähden motelleissa. Hotellivaroituksia ei kuitenkaan ole tehty ensimmäistä yötä lukuun ottamatta etukäteen, koska niiden varaaminen ja muuttaminen tarvittaessa on Yhdysvalloissa erittäin helppoa.

Muilla matkakuluilla tässä tapauksessa tarkoitetaan pääasiassa kiertuepakettiautosta ja polttoaineesta aiheutuvia kuluja. Pakettiauto on varattu kiertueen ajaksi etukäteen (liite 2). Arvio polttoainekuluista perustuu liitteenä esitettyyn kiertuereittiin, jotka on laskettu arvioidun polttoainekulutuksen ja polttoaineen keskiarvoisen markkinahinnan (marraskuu 2012) mukaan.

Muut tässä kiertueessa huomioitujen matkakulujen sisältävät esimerkkitapauksen 4-henkisen yhtyeen henkilökohtaisten soittimien rahtikulut, joita lentoyhtiöt perivät vaihtelevilla tarifeilla. Kyseinen rahtikulu perustuu arvioon kahdeksasta ylimenevästä laukus-

ta (2 x pedaallilaukku, 2 x basso, 2 x kitara, virveli, symbaalilaukku), jotka painavat yhteensä 120 kg.

### 8.3.3 Backline

Englanninkielinen sana "backline" on Suomessa vakiintunut termi, jolla tarkoitetaan esiintymistilanteessa tarvittavia välineitä kuten esimerkiksi kitara- ja bassovahvistimet ja rummut. Kuljetuskustannusten takia backline on usein edullisempaa vuokrata kohdemaasta, kuin lennättää se kohdemaahan Suomesta. Yhdysvalloissa on lukuisia kiertue tuotantoihin erikoistuneita yrityksiä, joista backlinen lisäksi on mahdollista vuokrata lisäksi valokalustoja, äänentoisto, teknikoita, sekä tarvittaessa logistisia palveluja kyseisiä laitteita varten.

Tämän työn esimerkkiyhtye tuo maahan ainoastaan soittajakohtaiset henkilökohtaiset instrumenttinsa (laulumikrofoni, kitarat, basso, mahdolliset pedaalit, virveli), mutta muuten kaikki kiertueelle tarvittava backline vuokrataan paikan päältä. Kiertueelle tehty kustannusarvio perustuu paikallisen palvelutarjoajan tarjoukseen (liitteenä) 4-henkisen yhtyeen backlinesta. Vaikka backline-vuokraamiseen erikoistuneita firmoja on Los Angelesissa huomattavan paljon, kyseisen yrityksen tarjousta voi sen hintatakuun perusteella pitää suuntaa antavana. Tarjous on tehty yhtyeelle, johon kuuluu laulaja, kitaristi, basisti ja rumpali.

### 8.3.4 Muut mahdolliset kustannukset (äänentoisto, valot, vakuutukset)

Tämä työn esimerkkitapauksessa erillisille äänentoisto- valo- tai videokalustoille ei ole tarvetta vaan ne sisältyvät kiertueen keikkapaikkoihin. Siltä osin kiertueen kokonaisbudjetti eroaa jopa merkittävästi tapauksista, joissa kyseistä kalustoa joudutaan vuokraamaan.

Lisäkaluston ohella kiertueen budjettiin saattaa vaikuttaa henkilö-, tapaturma- ja matkavakuutukset, joita Yhdysvaltoihin suuntaaville matkustajille suositellaan maan kalliin terveydenhuollon takia. Henkilövakuutuksien lisäksi erilliset vakuutukset soittimille ja muille matkatavaroille ovat suositeltuja mahdollisten vastuuvakuutuksien ohella. Kuitenkin, vakuutusten henkilökohtaisten erojen takia niitä ei huomioida tämän työn kustannusarviossa.

## 8.4 Kiertueen omarahoitusvaihtoehdot

Usein kiertueiden tekemiseen liittyviä päätöksiä tehtäessä ei ole selvillä onko kiertueelle mahdollista saada esimerkiksi luvussa 8.5. esitettävää julkista tukea. Tämän työn esimerkkitapauksen promokiertueen toteuttaminen edellyttää mahdollisista julkisista tuista huolimatta tiettyä omarahoitusosuutta. Vastaavissa tapauksissa omarahoitusvaihtoehtoja voivat olla esimerkiksi aiemmat esiintymispalkkiot, albumirojaltit, teostokorvaukset tai oheistuotemyynnistä kertyneet tuotot.

### 8.4.1 Keikkapalkkiot

Tässä työssä esitetty kiertue on promokiertue, josta ei makseta esiintymiskorvausta. Sen takia kiertue rahoitetaan osittain yhtyeen aiemmillä keikkapalkkioilla. Yksi vaihtoehto kiertueen rahoittamiseksi olisi lisäkeikkojen tekeminen varsinaisen kiertueen palkkottomien keikkojen ulkopuolella, mutta sitä ei ole huomioitu tämän työn tuotantosuunnitelmissa.

### 8.4.2 Oheistuotemyynti

Oheistuotteiden myynnillä voi olla merkittävä vaikutus kiertueiden rahoittamisessa. Mahdolliseen tuottoon vaikuttaa monet seikat kuten sopimukset, katteet, mahdolliset myyjäkomissiot ym., jonka takia tämän työn esimerkkitapauksen oheistuotemyyntilukemat perustuvat pelkästään karkeaan arvioon.

## 8.5 Kiertueen julkiset rahoitusvaihtoehdot

Suomessa musiikin vientitoimintaa, sekä yhtyeiden kiertue toimintaa tukevia julkisia rahoitusvaihtoehtoja on useita. Tukien hakuaikataulut ja myöntämisaikajankohdat vaihtelevat tapauskohtaisesti useasta hakukerrasta yhteen hakuun vuodessa. Tukikohteissa saatetaan myös painottaa eri vuosina eri markkina-alueita; esimerkiksi Musexin kärkihankekohteena vuonna 2012 on Iso-Britannia (Musex 2012, luettu 31.8.2012).

Musexin ohella markkinointi-, vienti- ja kiertueapurahoja voi hakea esimerkiksi Esittävän taiteen edistämissäätiö, Esek:stä, sekä Luovan säveltaiteen edistämissäätiö, Luses:lta, joilla on pääsääntöisesti neljä hakukierrosta kalenterivuoden aikana.



### 8.5.1 Musex

Musexilta voi hakea julkaisu- kiertue- ja showcase-tukea ulkomailla tapahtuvien yksittäisten esiintymisten, kiertuekokonaisuuksien ja koti- ja ulkomaisten showcase-keikkojen tuotantokuluihin, sekä artistien ja näiden edustajien matkakuluihin. Musex jakaa tukea vuosittain riippuen sille myönnetystä budjetista, joka koostuu suureksi osaksi valtion tuesta.

Yleisenä edellytyksenä Musexin tukitoiminnassa on se, että tuettava hanke on osa artistin ja sitä edistävän yrityksen kansainvälistymisstrategiaa ja tähtää merkittävään yhteistyökumppanuuteen tai näkyvyyden kasvattamiseen kohdemarkkinoilla. Musex myöntää tukea hakemusten perusteella, kuitenkin siten, että Musexilta saatava tuki voi olla enintään 50 % hankkeen todellisista toteutuneista kustannuksista (Musex, luettu 31.8.2012.)

### 8.5.2 Luses

Luovan säveltaiteen edistämissäätiö (Luses) tukee kotimaista luovaa säveltaidetta jakamalla avustuksia, joilla tuetaan ammattimaista luovaa työtä ja erityisesti sen esille tuomista. Kotimaisella luovalla säveltaiteella tarkoitetaan suomalaisten säveltäjien, sanoittajien ja sovittajien teoksia. Lusesin vaatimusten mukaan tuettavan hankkeen on huomattavalta osaltaan perustuttava suomalaiseen luovaan säveltaiteeseen.

Lusesilta voi hakea tukea kiertueisiin, yksittäisiin showcase-esiintymistilaisuuksien kuluihin, tai esimerkiksi ulkomaiseen promootioimintaan. Tukea myönnetään hakemusten perusteella, joita käsittelevät alan asiantuntijoista koostuvat taiteelliset toimikunnat. Lusesin hallitus nimeää asiantuntijat aina kahdeksi vuodeksi kerrallaan Suomen Musiikkikustantajat ry:n, Suomen Säveltäjät ry:n ja Säveltäjät & Sanoittajat Elvis ry:n suositusten pohjalta.

Lusesilta voi hakea tukea seuraaviin osa-alueisiin:

- Äänitetuotanto
- Äänitteiden markkinointituki
- Konserttituki
- Matka-avustus
- Markkinointi- ja vientituki
- Nuottien julkaisutuki, koulutustilaisuustuki ja musiikkikulttuurin tutkimustuki

- Työskentelytuki

(Luses, luettu 31.8.2012.)

### 8.5.3 ESEK

Esittävän säveltaiteen edistämiskeskus (ESEK) on Gramexin yhteydessä toimiva erillinen yksikkö, joka erilaisin tukitoimenpitein pyrkii edistämään kotimaista esittävää säveltaidetta.

Esekin tukitoiminta rahoitetaan pääasiassa yksityisin tekijänoikeusvaroin (hyvitysmaksuvarat ja ulkomaisten äänitteiden soittokorvaukset). Toiminnan piiriin kuuluvat kaikki musiikin lajit, ja se painottuu rahoituspohjasta johtuen ammattimaiseen tekemiseen.

Lusesin tavoin ESEKistä voi hakea tukea kiertueisiin, yksittäisiin showcase-esiintymistilaisuuksien kuluihin, tai esimerkiksi ulkomaiseen promootiotoimintaan. Tukea myönnetään hakemusten perusteella, joita käsittelevät alan asiantuntijoista koostuvat taiteelliset toimikunnat.

ESEKin kohdealueet ovat:

- äänitetuotannon tukeminen
- markkinoinnin ja viennin tukeminen
- erilaisten elävän musiikin tilaisuuksien tukeminen
- työskentelyn tukeminen esittävän säveltaiteen alalla
- audiovisuaalisten musiikkiohjelmien tuotannon tukeminen yhdessä LUSESin (Luovan säveltaiteen edistämissäätiön) kanssa
- alaan liittyvien jatko- ja täydennyskoulutustapahtumien tukeminen

Keskeisimmäksi tavoitteekseen ESEK määrittelee suomalaisen äänitetuotannon ja elävän musiikin edistämisen. ESEKin mukaan tärkein tukikriteeri on aina laatu ja tukitoiminnan pääpaino on ammatillisessa musiikin tekemisessä. Tukitoimintaan kuuluu kaikki musiikin lajit.

Tukitoiminnalle keskeisiä tavoitteita on myös kansainvälisen kilpailukyvyyn ja esiintyjien ammatillisten valmiuksien parantaminen (Esek, luettu 31.8.2012.)

Kesäkuussa 2012 Gramex ry ja Teosto ry ilmoittivat uuden Musiikin edistämissätiön perustamisesta, jonka seurauksena ESEKin ja Lusesin toiminnot tullaan yhdistämään (Yle uutiset, luettu 2.10.2012). Näin ollen Musiikin edistämissätiö vastaa Lusesin ja ESEKiin liittyvistä toiminnoista ja hakuprosesseista vuoden 2013 alusta lähtien (Luses 2012, luettu 2.10.2012).

#### 8.5.4 Taiteen keskustoimikunta

Taiteen keskustoimikunnalta (TKT) voi hakea matka-apurahaa, joka on tarkoitettu eri alojen ammattitaiteilijoille, taiteen asiantuntijoille ja työryhmille taiteellisesti merkittäviin hankkeisiin liittyvien ulkomaanmatkojen kustannuksiin.

TKT:n mukaan tuettavan matkan tulee liittyä taiteellisesti tai taiteenlajin kannalta merkittävään hankkeeseen, joka edustaa aktiivisesti Suomea esimerkiksi esittämällä tai esiintymällä, järjestämällä näyttelyä, esitelmöimällä seminaarissa (Taiteen keskustoimikunta 2012, luettu 31.8.2012.)

#### 8.5.5 Muut rahoitusvaihtoehdot

Edellä mainittujen tukea myöntävien tahojen lisäksi Suomessa on yksityisiä kulttuurirahastoja ja –säätiöitä, joista voi hakea avustusta joko suoraan tiettyyn vientihanketantoon, tai avustusta taiteilijaryhmän yleistoimintaan. Kyseisiä säätiöitä ja rahastoja on listattu laajemmin esimerkiksi Luovan työn tekijöiden ja yrittäjien (Lyhty ry:n) verkkosivuilla: [http://www.kulttuuri.net/kulttuurihakemisto/saatiot\\_ja\\_apurahat](http://www.kulttuuri.net/kulttuurihakemisto/saatiot_ja_apurahat) (luettu 18.9.2012).

## 9 Vaihtoehtoja viennin kehittämiseksi

Yhdysvaltoihin suuntautuvassa musiikkiviennissä on useita ongelmakohtia, joista lähes kaikki haastateltavat painottivat maan musiikkimarkkinoiden laajuutta, kovaa kilpailua ja tarjonnan määrää. Music Finlandin toiminnanjohtaja Tuomo Tähtinen kuvailee:

”Yhdysvallat on aika erilainen tapaus verrattuna mihinkään muuhun maailman musiikkimarkkinoihin. Se on ensinnäkin maailman suurin musiikkimarkkina-alue ja sen lisäksi se on erittäin itseriittoinen, joten sinne lähteminen ei ole mitenkään helppoa. Yhdysvallat ei periaatteessa ole yksi maa, vaan kärjistetyksi sanottuna 50 maata.” (haastattelu 28.11.2012.)

Omat haasteensa viennille lisää Tähtisen mielestä myös maidemme väliset alueelliset ja kielelliset erot sekä se, että Yhdysvaltoihin on hankala luoda ennakkoon kattavaa fanipohjaa maan laajan levittäytyneisyyden takia, etenkin jos promotoimintoihin ei ole käytettävissä riittävästi resursseja (haastattelu 28.11.2012.).

## 9.1 Media ja medianäkyvyys

Suurimpien äänitemarkkinoiden lisäksi Yhdysvalloissa on alan kansainvälisesti merkittävimpiä musiikkimediaita, joka Fullsteam Agency'n Ville Kilpeläisen mukaan on jo yksittäisenä tekijänä riittävä syy siihen, että maahan kohdistuvaan musiikkivientiin kannattaisi panostaa nykyistä enemmän. ”Yhdysvaltalaisen median kiinnostumisella voi saada erittäin paljon aikaan, vaikkei maassa pyrkisikään saamaan tunnettavuutta perinteisen kaavan mukaan keikkailemalla ja tekemällä kiertueita”, Kilpeläinen toteaa. Median vaikutuksesta Kilpeläinen lisää: ”Kiinnostus yhdysvaltalaisissa medioissa saattaa heijastua myös muualle maailmaan aika paljonkin” (haastattelu 16.11.2012).

Kilpeläisen lisäksi Pekka Johansson painottaa media- ja promopalveluihin panostamisen merkitystä etenkin uudempien yhtyeiden kohdalla. Johansson sanoo:

”Pienellä rahallisella panoksella voi saada nimeä eri tavoin esiin, jottei yhtye vain keikkaile maassa tuntemattomasti. Jenkeissä toimii paljon yksittäisiä mediapromootioon keskittyneitä yrityksiä, jotka hommaavat bändeille soittoaikaa college-radioihin, jotka ovat kuitenkin se väylä mitä kautta ihmiset monesti kuuntelevat musiikkia siellä” (haastattelu 27.11.2012.)

Johanssonin lisäksi Musexin Tuomo Tähtinen painottaa college-radioiden merkitystä Yhdysvaltojen markkinoille pyrkivien yhtyeiden promootiokanavana.

Tähtisen mukaan Musex on teettänyt näkyvyyteen liittyen kenttätutkimusta, jonka perusteella suomalainen musiikki ei yleisellä tasolla ole kovin tunnettua etenkin Yhdysvaltojen valtaviirassa. Marginaalissa monilla suomalaisyhtyeillä suosiota on enemmän, mutta niidenkin medianäkyvyys on maassa vähäistä. Tähtisen mukaan syynä vähäiseen medianäkyvyyteen on esimerkiksi se, että Yhdysvalloissa medianäkyvyyttä harvoin tapahtuu itsestään, vaan se on yleensä jonkun masinoimaa.

Sen takia Yhdysvaltojen markkinoille menoa ja suomalaisen musiikin näkyvyyden lisäämistä voisi Tähtisen mukaan vauhdittaa lisäämällä yhteistyötä paikallisten yhteisöryhmien ja pr-toimistojen kanssa, joiden avustuksella suomalaista musiikkia

pyritään saamaan esille ns. kevyempiin medioihin, kuten college-radioihin, nettimedioihin sekä musiikkialan lehtiin. Musex on Tähtisen mukaan tällä hetkellä rakentamassa työkalua, joka mahdollistaisi kyseisten markkinakokeilujen ja –tutkimusten tekemisen suomalaisille musiikkialan firmoille ja artisteille kohtalaisen pienillä kustannuksilla (haastattelu 28.11.2012.)

## 9.2 Yhteistyökuviot ja managerikulttuuri

Fullsteam Agencyn Ville Kilpeläisen mukaan (haastattelu 16.11.2012) haasteena viennille ei ole niinkään olemassa olevien yhteistyökumppaneiden puute, sillä Yhdysvalloissa on eri tapoja tehdä promoa ja paljon osaavia ammattilaisia sen tekemiseen. ”Paikalliset kyllä ovat kiinnostuneita yhteistyöstä, mikäli alkutuote on riittävän hyvä”, Kilpeläinen lisää.

Olavi Töylin mielestä suomalaisten ja yhdysvaltalaisen musiikkialan toimijoiden välisessä yhteistyössä olisi kehittämisen varaa. Töyli toteaa:

”Suomessa on paljon musiikkialan ammattilaisia, jotka ovat ammattitaitoisia ja innokkaita, ja jotka ovat kartuttaneet ammattitaitoaan paljon. Mutta kun puhutaan valtavirrasta poikkeavasta musiikista, niin Yhdysvaltojen musiikkikentän tuntemuksesta ja kontaktien luomisesta suomalaisilla musiikkialan ammattilaisilla on muutamia tahoja lukuun ottamatta kohtalaisen vähän kokemusta” (haastattelu 27.11.2012).

Yhteistyöverkostojen suhteen Töylin kanssa samoilla linjoilla on Pekka Johansson, jonka mielestä suomalaisten ja amerikkalaisten yhteistyöverkostojen kehittäminen on edelleen alkutekijöissä. Johanssonin mielestä yhtenä olennaisena syynä vähäisille yhteistyökuvioille on esimerkiksi managerikulttuurin puuttuminen Suomesta: ”Yhdysvalloissa yhtyeellä tulee olla manageri, tai jokin managerina vastaava taho hoitamassa (yhtyeen) asioita, jotta yhtye edes otetaan vakavasti” (haastattelu 27.11.2012.)

Managerikulttuurin puuttumiseen sekä vakituisen managerin palkkaamisen liittyvään resurssipulaan Johansson ehdottaa ratkaisuksi manageripalvelua, jonka kautta yhtyeiden olisi mahdollista ostaa manageripalveluja kertaluonteisesti tietyksi ajanjaksoksi, kun esimerkiksi musiikkivientihankkeiden toteuttaminen Yhdysvalloissa on ajankohtaista.

## 9.3 Muutokset rahoituksessa

Rahoitusajattelussa Johanssonin mielestä Suomessa hyödynnetään aivan liian vähän eri sponsorointiin ja yritys yhteistyöhön liittyviä mahdollisuuksia, etenkin jos vertaa tilannetta Yhdysvaltoihin, jossa sponsorointi ja yritys yhteistyökuviot myös musiikkialalla on paljon edellä Euroopan tilannetta. Johansson mainitsee julkisten tukimuotojen ja Musexin roolin alalla erittäin merkittäväksi, mutta sen ohelle Johanssonin mielestä vaihtoehtoiset yksityisen puolen rahoitusvaihtoehdot ja etenkin sponsorivaihtoehdot olisi tervetulleita kehityskohtia. Johansson sanoo: ”Tulevaisuudessa yksi vaihtoehto kiertueiden rahoittamisen tukena voisi olla esimerkiksi tiettyjen yhtyeiden ja sponsorien välisten yhteistyömuotojen kehittämisessä, mikäli pitkäaikaisesta yhteistyöstä kiinnostuneita sopivia yhteistyökumppaneita löytyy”.

Viennin tulevaisuuden takaaminen vaatii Johanssonin mukaan huomattavien ajallisten ja taloudellisten resurssien olemassaoloa etenkin kiertuetoiminnassa. Kiertueiden tekemiseen Johanssonin mielestä kannattaisi panostaa sen takia, että live-puoli on Yhdysvalloissa vielä paljon merkittävämmässä asemassa kuin Suomessa (haastattelu 27.11.2012.)

Jotain muutoksia tulevaisuuden rahoitusrakenteissa voisi kuvitella tulevan, ainakin viimeistään silloin jos julkisessa tuessa tapahtuu muutoksia suuntaan tai toiseen. Perinteisenä ongelmana vientiin panostamisessa tuntuu olevan resurssiongelmat ja kustannusten suuruus, joka Yhdysvaltojen suuren potentiaalin ohella tarkoittaa myös entistä suuria riskejä. Samoin, lähes kaikki haastatellut olivat yhtä mieltä siitä, että Yhdysvaltoihin panostaminen vaatisi huomattavia ajallisia resursseja ja jopa panostamista ainoastaan sinne. Monilla yhtyeillä ei siihen ole mahdollisuutta tai kiinnostusta, jonka takia vientiponnistelut saattavat helposti jäädä muutamien arvioiden ja lehtijuttujen varaan yhtyeiden keskittyessä Yhdysvaltojen sijaan esimerkiksi Eurooppaan. Tällä hetkellä osa ongelmaa tuntuu olevan se, että hyvin harvalla suomalaisella yhtyeellä tai yrityksellä on resursseja panostaa Yhdysvaltoihin, tai resurssit loppuvat siinä vaiheessa, kun kustannusriskit kasvavat ja olisi esimerkiksi tarvetta panostaa kaikkien haastateltavien painottamiin promopalveluihin. Ongelma on tiedossa myös Musexissa, jossa asiaa helpottavia työkaluja pyritään rakentamaan lähitulevaisuudessa. Kustannusriskeihin liittyen Tuomo Tähtinen toteaa:

”Se mihin Musexin promotoimilla pyritään, on kysynnän herättäminen ja tunnettuuden kasvattaminen ennen kuin tarvitsee tehdä mitään valtavan suuria investointeja, koska silloin se mahdollinen tie sinne menestymiseen on hieman lyhyempi ja kivuttomampi (haastattelu 28.11.2012.)

Tässä työssä pyrkimyksenä on ollut kartoittaa Yhdysvaltojen ja Suomen välisten musiikkivientihankkeiden edellytyksiä ja kehittämismahdollisuuksia viisumiprosessien, rahoitusten sekä kiertuetuotannon näkökulmasta. Viennin nykytilanteen ja yleisten vientiedellytysten tarkastelun lisäksi vientiedellytyksiä on kartoitettu tapausesittelyn kautta. Omien havaintojeni sekä haastattelemieni musiikkialan ammattilaisten mielestä Yhdysvaltoihin kohdistuvassa viennissä suurimpia yksittäisiä haittaavia tekijöitä on logististen kustannusten lisäksi maan maahanmuuttopolitiikkaan ja viisumikäytäntöihin liittyvä problematiikka. Verkkokeskustelujen ja eri foorumeiden perusteella ongelma tuntuu artisti- ja management –tasolla yleiseltä ja pyrkimys käytäntöjen muuttamiseen erilaisten vetoimuksin on aktiivista.

Vaikka viisumipolitiikka on kaikkien tätä työtä varten haastateltujen musiikkialan ammattilaisten mielestä rajoittanut Yhdysvaltoihin suuntautuvan musiikkiviennin systemaattista kehitystä, kyse on enemmän hidasteesta kuin esteestä. Fullsteam Ville Kilpeläisen mukaan viisumibyrokralialla on vaikutuksensa Yhdysvaltoihin kohdistuvaan vientiin, mutta Fullsteamilla kiertueita ei ole jätetty tekemättä viisumiprosessin takia (haastattelu 16.11.2012).

## 10 Pohdinta

Suomalaista musiikkivientiä käsitellään mediassa pääasiassa muutamien suurempien menestystarinoiden kautta, vaikka musiikkivientiä tehdään pelkästään Musexin kiertuekupäätösten perusteella huomattavasti myös pienemmässä mittakaavassa. Mediassa esitetyt menestystarinat toimivat lippulaivoina tietoisuuden leviämässä ja luovat mielikuvia suomalaisen musiikin kansainvälisestä suosiosta, mutta ovat useimmiten ainoastaan osa totuutta. Suomalainen musiikkivienti kehittyy kovaa vauhtia ja sen tulevaisuus näyttää lupaavalta kaikin puolin. Onko kuitenkin kyse viennin nuoresta iästä, vietävistä bändeistä vai jostain muusta, mutta ala tuntuu kärsivän erityisesti muutamilla suuremmilla markkina-alueilla tietystä kokemattomuudesta, joka on havaittavissa etenkin pop- ja rock –musiikin puolella. Sama ei kuitenkaan päde suomalaiseen raskaaseen musiikkiin, jota on viety maailmalle muutamien siihen panostaneiden yhtiöiden toimesta menestyksekkäästi jo paljon ennen kuin suomalaisesta musiikkiviennistä tuli virallista. Tekijänoikeusjärjestö Gramexin asiakaslehden Gramexpressin (3/2006, luettu 3.12.2012) mukaan pelkästään neljän eniten myydyin metalliyhtyeen levyjä oli vuoteen 2006 mennessä myyty Yhdysvalloissa yhteensä arviolta 1,9 miljoonaa kappaletta.

Koska Yhdysvaltain musiikkimarkkinoilla pärjääminen on perinteisesti merkinnyt menestymistä myös muualla maailmassa, korostuu markkinoiden merkitys musiikkiteollisuudessa äänitemarkkinoiden lisäksi etenkin kiertue toiminnassa. Varjopuolena kiertue tuotantojen toteuttamisessa on se, että ne vaativat huomattavia ajallisia ja taloudellisia panostuksia. Yhdysvaltojen kiertueiden tuotantojen suunnittelu ja toteuttaminen on monia muita markkina-alueita hankalampaa pitkien välimatkojen, matkakustannusten sekä viisumien takia. Pekka Johanssonin mukaan Yhdysvalloissa pitäisi viettää jopa vuosikausia aikaa menestyäkseen (haastattelu 27.11.2012).

Kuten jo aiemmin todettiin, Yhdysvaltain viisumiprosessi on yksi monimutkaisimmista viisumiprosesseista maailmassa (Penrith 2005, s. 41). Maahan pyrkivien määrää valvotaan tiukasti ja maassa olevien laittomien kansalaisten karkottamiseen panostetaan huomattavia resursseja. Kyse on politiikasta. Useiden keskustelupalstojen ja satunnaisien henkilöiden kanssa käytyjen keskustelujen perusteella tilanne on muuttunut radikaalisti 9/11-tapahtumien jälkeen. Totta tai ei, Yhdysvaltain viisumiasiat eivät ole olleet koskaan helppoja, etenkin poliittisesti erityisen haasteellisten aikakausien aikana.

Esimerkiksi John Lennon taisteli 1970-luvun alussa Yhdysvaltain viisuminsa puolesta yhteensä kolme ja puoli vuotta Lennonin albumin ”Imagine:n” ollessa samoihin aikoihin Yhdysvaltain albumilistojen kärjessä. Vuonna 2006 valmistuneen dokumentin mukaan rauhanliikettä tukeneen Lennonin poliittinen aktivismi koettiin Nixonin hallinnossa uhaksi, jonka ajateltiin vaimentuvan peruuttamalla Lennonin viisumi. Lopulta useiden oikeusprosessien jälkeen Lennonille myönnettiin Yhdysvaltain Green Card (Leaf & Scheinfeld, 2006.)

Muutoksia Yhdysvaltain viisumipolitiikassa on vaikea kuvitella ainakaan lähitulevaisuudessa kovasta painostuksesta huolimatta. Yhtenä syynä siihen voi olla esimerkiksi Yhdysvaltain taloustilanne, joka on ollut useita vuosia sen verran heikko, ettei kansainvälisen kilpailun lisääminen liikkuvuuden helpottamisella ole välttämättä se suunta mihin poliittisesti pyritään. Toisaalta, vaikka liikkuvuuden rajoittamisessa ei tapahtuisikaan muutoksia, saattaa Yhdysvaltoihin kohdistuva musiikkivienti lisääntyä muillakin tavoilla, kuten sävellysten viennillä. Erilaiset kansainväliset sävellysyhteistyöt saattavat muodostua suomalaisessa musiikkiviennissä yhdeksi tulevaisuuden voimistuvaksi trendiksi. Music Finlandin toiminnanjohtaja Tuomo Tähtinen (haastattelu 28.11.2012) näkee sävellyspuolen kehityksessä paljon kasvupotentiaalia etenkin sen takia, ettei sävellystoi-



minta ole Tähtisen mielestä niin kulttuurisidonnaista vaan: ”Suomalainen voi ihan hyvin tehdä biisin kenelle tahansa top 10 –jenkkartistille, kun taas kohtuullisen epätodennäköistä on se, että suomalaisartisteja mielin määrin nousisi top 10 –jenkkartisteiksi”. Sävellysviennin lisäksi Tähtisen mielestä kasvupotentiaalia Yhdysvalloissa on musiikkimarkkinoiden suuren koon takia laajemminkin musiikkigenrestä riippumatta. ”Kun jenkeistä löytää oman yleisön ja löytää kanavan viestiä tälle yleisölle, niin sillä voi tulla siellä kohtuullisen hyvin toimeen”, Tähtinen toteaa ja sanoo suomalaisten metallibändien olevan siitä erinomainen esimerkki (haastattelu 28.11.2012.)

Tähtisen kanssa samoilla linjoilla on Ville Kilpeläinen, joka toteaa: ”Tärkein asia jenkkimarkkinoilla on media, tai mikä se väline onkaan millä saavutetaan se yleisö, joka voi olla joku sun oma yhteisö tai joku keskustelupalsta-skene tai ihan mitä tahansa”. Ja vaikka Kilpeläisen mielestä perinteinen kiertueiden ja keikkojen tekeminen on edelleen tärkeää, Kilpeläinen sanoo: ”Tavallaan en hirveesti tiedä suomalaisia esimerkkejä myöskään, jotka ihan pelkästään rundaamalla olis siellä mitään tehnyt. On monia tapoja nykyään miten tehdä bisnestä siellä ihan rundaamattakin” Kilpeläinen toteaa (haastattelu 16.11.2012.)

Viennin kehityksessä voi tietysti olla muitakin vaihtoehtoja. Jää nähtäväksi miten esimerkiksi ilmastonmuutos tulee vaikuttamaan vientiin ja siihen koetaanko vientiä enää edes tarpeelliseksi muutaman kymmenen vuoden päästä. Siitä näkökulmasta ajateltuna jonkun maan viisumiprosessin monimutkaisuus tai kustannukset ei tulevaisuudessa ole enää välttämättä merkityksellistä.

Mutta ainakin toistaiseksi Yhdysvallat pysyy musiikkiviennin ristiriitaisimpana alueena, jota hyvin kuvaa HIM-yhtyeen managerin Seppo Vesterisen kiteytys: ”Amerikassa on myyty valtaosa HIMin levyistä, mutta tulevaisuuden suunnitteleminen maassa on hankalaa viisumikäytäntöjen takia” (Yle uutiset 2011, luettu 6.11.2012).

## **Lähteet**

### **Haastattelut**

Johansson Pekka, 2012. Artisti-tuottaja. Haastattelu 27.11.2012.

Kilpeläinen Ville, 2012. Kv-vastaava. Fullsteam Records & Agency. Haastattelu 16.11.2012

Tähtinen Tuomo, 2012. Toiminnanjohtaja. Music Finland. Haastattelu 28.11.2012.

Töyli Olavi, 2012. Artisti-tuottaja. Haastattelu 27.11.2012.

### **Kirjallisuus**

Ailamo, Niko 2009. Levy-yhtiöstä tuli musiikkiyhtiö. Teoksessa Strandman, Pia 2009 (toim.): Menestystä maailmalla, musiikkialan pienyritysten vientivalmiuksien kehittäminen, 2006–2009. Metropolia. Helsinki.

Anttila, Pirkko 1996: Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. Akatiimi. Helsinki.

Bernstein Arthur, Sekine Naoki & Weissman Dick 2007: The global music industry: three perspectives. Taylor & Francis Group, LLC. London, United Kingdom.

Eskola Jari & Suoranta Juha 2008: Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino. Tampere.

Hampshire David & Rizvi Sid 2010: Us Immigration Handbook. Survival Books. London, United Kingdom.

Hirsjärvi Sirkka, Remes Pirkko & Sajavaara Paula 2009: Tutki ja kirjoita. Kustannus-osakeyhtiö Tammi. Helsinki.

Karhumaa Mika 2000: Musiikkibisnes, kevyt musiikki ammattina ja liiketoimintana. Edita. Helsinki.

Penrith Deborah & Catto Susan 2005: Live and Work in The Usa & Canada. Vacation Work. Oxford, United Kingdom.

Rekiaro Ilkka & Robinson Douglas 1994: Suomi/englanti/suomi –taskusanakirja. Gummerus. Jyväskylä.

Strandman, Pia 2009 (toim.): Menestystä maailmalla, musiikkialan pienyritysten vientivalmiuksien kehittäminen, 2006–2009. Metropolia. Helsinki.

Yin, Robert K. 1994: Case study research - design and methods. Sage. Newbury Park, Ca, US.

### **Sähköiset**

Auvinen, Minna 2006. Metallimiehemme maailmalla. Raskasta rockia viedään Suomesta kaikille mantereille. Esittävien taiteilijoiden ja äänitteiden tuottajien tekijänoikeusyhdistys Gramex ry:n asiakaslehti. 04/2006. 6–9.

<http://www.gramex.fi/easydata/customers/gramex/files/gramexpress/gramexpress200603.pdf>. Tarkistettu 3.12.2012.

Bureau of Consular Affairs 2012, <http://www.travel.state.gov/pdf/FY11AnnualReport-Table%20I.pdf>. Tarkistettu 30.8.2012.

Collett-White Mike & Sinha-Roy Piya. U.S. 2011 album sales up for first time since 2004. Julkaistu Reuters –lehden verkkojulkaisussa 4.1.2012:

<http://www.reuters.com/article/2012/01/05/us-albumsales-us-idUSTRE8031NY20120105>. Tarkistettu 15.10.2012.

Department of Homeland Security (DHS) 2012, [www.dhs.gov](http://www.dhs.gov). Tarkistettu 17.7.2012.

Esek 2012, [www.esek.fi](http://www.esek.fi). Tarkistettu 31.8.2012.

Immihelp 2012, <http://www.immihelp.com/visas/pvisa/p1-visa-entertainment-group-member.html>. Tarkistettu 15.8.2012.

Koivunen Hannele 2004. Onko kulttuurilla vientiä? Opetusministeriön selvitysraportti [http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/kulttuurivienti/kulttuuriviennin\\_kehittaminen.html?lang=fi](http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/kulttuurivienti/kulttuuriviennin_kehittaminen.html?lang=fi). Tarkistettu 10.8.2012.

Kuula Arja, 2006. Toimintatutkimus. Luku 5.4. kokonaisuudesta Anita Saaranen-Kauppinen & Anna Puusniekka. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkojulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. [http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L5\\_4.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L5_4.html). Tarkistettu 13.8.2012.

Lindvall Helienne 2011. Behind the music: the red tape that stops UK bands playing SXSW. Julkaistu The Guardian -lehden verkkojulkaisussa 21.3.2011: <http://www.guardian.co.uk/music/musicblog/2011/mar/21/uk-bands-visa-problems-sxsw>. Tarkistettu 16.10.2012.

Luses 2012: [www.luses.fi](http://www.luses.fi). Tarkistettu 2.10.2012.

Musex 2012: <http://www.musex.fi/fi/about/>. Tarkistettu 3.8.2012.

Musex 2012: [http://www.musex.fi/files/Suomalaisen\\_musiikkiviennin\\_markkina-arvo\\_2009\\_ja\\_goodwill-tutkimus\\_2011-04-13.pdf](http://www.musex.fi/files/Suomalaisen_musiikkiviennin_markkina-arvo_2009_ja_goodwill-tutkimus_2011-04-13.pdf). Tarkistettu 15.8.2012.

NBC News 2012. Foreign tourists to U.S. hit record in 2011: <http://www.msnbc.msn.com/id/46811195/ns/travel-news/t/foreign-tourists-us-hit-record/#.UBVsnRySaP4>. Tarkistettu 30.8.2012.

Saaranen-Kauppinen Anita & Puusniekka Anna 2006: Menetelmäopetuksen tietovaranto, KvaliMOTV. Kvalitatiivisten menetelmien verkko-oppikirja [pdf-verkkojulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto: [http://www.fsd.uta.fi/fi/julkaisut/motv\\_pdf/KvaliMOTV.pdf](http://www.fsd.uta.fi/fi/julkaisut/motv_pdf/KvaliMOTV.pdf). Tarkistettu 15.10.2012.

Sanakirja.org 2012. Englanti-suomi-englanti –verkkosanakirja: <http://www.sanakirja.org>. Tarkistettu 3.12.2012.

SelectUSA 2012. The Creative Media Industry in the United States: <http://selectusa.commerce.gov/industry-snapshots/creative-media-industry-united-states>. Tarkistettu 3.12.2012.

South by Southwest –festivaalin verkkosivut: [www.sxsw.com](http://www.sxsw.com). Tarkistettu 17.7.2012.

Taiteen keskustoimikunta 2012: [www.taiteenkeskustoimikunta.fi](http://www.taiteenkeskustoimikunta.fi). Tarkistettu 31.8.2012.

U.S. Citizenship and Immigration Services, Uscis, 2012:

<http://www.uscis.gov/portal/site/uscis/menuitem.eb1d4c2a3e5b9ac89243c6a7543f6d1a/?vgnextoid=b9930b89284a3210VgnVCM100000b92ca60aRCRD&vgnnextchannel=b9930b89284a3210VgnVCM100000b92ca60aRCRD>. Tarkistettu 1.8.2012.

U.S. Citizenship and Immigration Services, Uscis, 2012:

<http://www.uscis.gov/portal/site/uscis/menuitem.eb1d4c2a3e5b9ac89243c6a7543f6d1a/?vgnextoid=47e922ac5a4a3210VgnVCM100000b92ca60aRCRD&vgnnextchannel=47e922ac5a4a3210VgnVCM100000b92ca60aRCRD>. Tarkistettu 24.7.2012.

U.S. Immigration Law 2012,

<http://www.usimmigrationlaw.net/visas-aliens-extraordinary-ability.htm>.

Tarkistettu 27.11.2012.

Valpola Auli 2012. Suomalainen musiikkivienti sai vauhtia Lontoossa. Julkaistu Kauppalehden verkkosivuilla 20.9.2012:

<http://www.kauppalehti.fi/etusivu/suomalainen+musiikkivienti+sai+vauhtia+lontoossa/201209263505?ext=rss>. Tarkistettu 2.10.2012.

Visabureau 2012, [www.visabureau.com/america/p1-performance-visa-faqs.aspx](http://www.visabureau.com/america/p1-performance-visa-faqs.aspx). Tarkistettu 3.8.2012.

Vänttinen, Ahti 2010: Ääniteala murroksessa. IPRinfo-lehti 5/2010 [verkkojulkaisu]:

[http://www.iprinfo.com/lehti?action=articleDetails&a\\_id=824&id=51](http://www.iprinfo.com/lehti?action=articleDetails&a_id=824&id=51).

Tarkistettu 29.11.2012.

Waddel Ray 2009. Year-End: Global Concert Business Remains Strong In 2009. Julkaistu Billboard Magazinen verkkosivuilla 10.12.2009:

[http://www.billboard.biz/bbbiz/content\\_display/industry/news/e3i5d459dabd48db3c76bfd022f4f1f452](http://www.billboard.biz/bbbiz/content_display/industry/news/e3i5d459dabd48db3c76bfd022f4f1f452). Tarkistettu 27.11.2012.

Wikipedia 2012. SWOT-analyysi:

<http://fi.wikipedia.org/wiki/SWOT-analyysi>. Tarkistettu 11.10.2012.

Yhdysvaltain Suomen suurlähetystö 2012:

<http://finland.usembassy.gov/fi/visawaiver.html>.

Tarkistettu 30.8.2012.

Yle Uutiset 25.6.2012. Musiikin tekemistä tukemaan uusi säätö:

[http://yle.fi/uutiset/musiikin\\_tekemista\\_tukemaan\\_uusi\\_saatio/6194021](http://yle.fi/uutiset/musiikin_tekemista_tukemaan_uusi_saatio/6194021).

Tarkistettu 2.10.2012.

Yle Uutiset 11.5.2011. Musiikkivienti vain murusia verrattuna Ruotsiin:

[http://yle.fi/uutiset/suomen\\_musiikkivienti\\_vain\\_murusia\\_verrattuna\\_ruotsiin/5357807](http://yle.fi/uutiset/suomen_musiikkivienti_vain_murusia_verrattuna_ruotsiin/5357807).

Tarkistettu 2.10.2012.

Yle Uutiset 29.3.2011. HIM-manageri vakuuttaa: Bändi jatkaa diilin päättymisestä huolimatta:

[http://yle.fi/uutiset/him-manageri\\_vakuuttaa\\_bandi\\_jatkaa\\_diilin\\_paattymisesta\\_huolimatta/5334088](http://yle.fi/uutiset/him-manageri_vakuuttaa_bandi_jatkaa_diilin_paattymisesta_huolimatta/5334088).

Tarkistettu 6.11.2012.

### **Dokumenttielokuva**

The U.S. vs. John Lennon 2006. David Leaf & John Scheinfeld. Lionsgate Inc. Yhdysvallat.

Liite 1. Opinnäytetyön haastattelurunko

*ALUSSA*

- perustiedot haastateltavasta

- 1) Mikä mielestäsi on suomalaisen musiikkiviennin nykytila erityisesti Yhdysvaltoihin kohdistuvassa viennissä?
- 2) Panostetaanko Yhdysvaltoihin kohdistuvaan musiikkivientiin riittävästi?
- 3) Onko Yhdysvaltojen maahanmuuttopolitiikalla ja etenkin viisumibyrokralialla vaikutusta Yhdysvaltoihin suuntautuvaan musiikkivientiin?
- 4) Millä tavoin suomalaisyhtyeiden vientiä Yhdysvaltoihin voisi kehittää?
- 5) Miltä suomalaisen musiikkiviennin tulevaisuus näyttää Yhdysvaltoihin kohdistuvassa viennissä?
- 6) Mitä seikkoja Yhdysvaltoihin kohdistuvaa vientiä suunnitellessa olisi hyvä huomioida?

## Liite 2

Paikallisen vuokraamon tarjous kiertuepakettiautosta 14 vrk:lle (luettu 9.10.2012)

## Quote

First Name	
Last Name	
Email	
Vehicle	Sprinter
Start City	Los Angeles, CA
Pickup Date	03/08/13
Pickup Time	09:00 AM
End City	Los Angeles, CA
Dropoff Date	03/22/13
Dropoff Time	8:00 AM
Vehicle Rate	179.00
Total Number of Days	14
Rental Total	2,506.00
Miles Included	3500
Additional Miles	0.35/mile
<b>Taxable Subtotal</b>	<b>\$2,506.00</b>
Sales Tax	219.27
Vehicle Licensing Fee	12.00
<b>Grand Total</b>	<b>\$2,737.27</b>
Notes	(you can cut and paste your tour into here)
Heard about us:	Adword



## Liite 3. Tarjous vuokra-backlinesta

1 (1)

Paikallisen vuokraamon tarjous vuokra-backlinesta: yht 14 vrk, sisältäen rummut, basso- ja kitaravahvistin (haettu 9.10.2012)

Thank you for your interest in backline from MS Touring. Here is your quote. If you can find lower rates from any other company, we will beat it by 10%.

Item	Unit Price	Quantity	Rate	Days Rented	Total
Drums - Standard Pearl Export, Premier, DW, PDP etc (Up To 5 Pieces)	\$500.00 / WEEK	1	\$500.00 / WEEK	14	\$1,000.00
Ampeg SVT 6x10 Classic	\$80.00 / WEEK	1	\$80.00 / WEEK	14	\$160.00
Ampeg SVT Classic Head	\$140.00 / WEEK	1	\$140.00 / WEEK	14	\$280.00
Marshall 1960A Cab	\$80.00 / WEEK	1	\$80.00 / WEEK	14	\$160.00
Marshall JCM 2000 DSL 100	\$140.00 / WEEK	1	\$140.00 / WEEK	14	\$280.00
<b>SUBTOTAL:</b>					<b>\$1,880.00</b>
<b>LA COUNTY TAX:</b>					<b>\$183.30</b>
<b>TOTAL:</b>					<b>\$2,063.30</b>

Los Angeles, CA 90029 | USA

## **BUDJETTISUUNNITELMA / YHDYSVALTAIN-KIERTUE 2013**

### **MENOT:**

#### **Matka-ja majoituskulut**

	<b>a'</b>	<b>dollari</b>	<b>euroa</b>
1) Lennot Hki-Los Angeles-Hki, 4hlöä	€695,95		2783,80
2) Pakettiauto, 14vrk		2737,27	2217,19
3) Backline-vuokra, 14 vrk		2063,30	1671,27
4) Majoitus, 15vrk, 6 hlöä (3 x 2hh)	50,00	2250,00	1822,50
5) Polttoaine (3,78\$/gallona, eli 3,79l = 1,02 €/l)	1,02		736,53
6) Lentorahtikulut, 8 x 15kg	80,00		640,00

#### **Viisumikulut:**

	<b>a'</b>		
7) 4 henkilöä	600,00	2400,00	1920,00

#### **Muut kulut:**

	<b>a'</b>		
8) Kiertuemanagerin palkka, 15 vrk	100,00	1500,00	1200,00
9) Teknikon palkka, 14 vrk	120,00	1680,00	1344,00

---

### **MENOT YHTEENSÄ**

**14 335,29€**

### **TULOT:**

	<b>a'</b>	<b>dollari</b>	<b>euroa</b>
10) Merchandise-myynti (yht 14 keikkaa)	425,00	5950,00	4760,00

---

### **TULOT YHTEENSÄ**

**4 760,00€**

---

#### Lisätiedot:

- Kohta 1: ebookers.com:in tarjous (9.10.12) lennoista Hki-Los Angeles-Hki, 7.3-22.3.2013
- Kohta 2: Ks liite pakettiauton vuokratarkouksesta
- Kohta 3: Ks liite backlinen vuokratarkouksesta
- Kohta 4: arvio majoituskuluista
- Kohta 5: polttoaineen hinta Yhdysvalloissa 12.11.2012. Yht 5554,5 km, kulutus 13l/100 km
- Kohta 6: Finnairin hinta (27.11.2012) alle 23 kg painavasta matkatavarasta
- Kohta 7: P-1 -viisumin hinta-arvio
- Kohta 8: oma arvio kiertuemanagerin palkaksi
- Kohta 9: oma arvio ääniteknikon palkaksi
- Kohta 10: oma arvio merchandise-myyneistä

#### Lähteet:

- [www.finnair.fi](http://www.finnair.fi)
- [www.forex.fi](http://www.forex.fi)
- <http://www.eia.gov/petroleum/gasdiesel/>

## Liite 5. P-1 –artistiviisumin dokumentit ja minimikustannukset

Tarvittavat dokumentit ja minimikustannukset P1 –viisumille (marraskuu 2012):

- |                                  |     |          |
|----------------------------------|-----|----------|
| • Prosessointimaksu (MRV-maksu): | 190 | dollaria |
| • I-129 prosessointimaksu:       | 325 | dollaria |

Haastatteluun tarvittavat dokumentit:

*Kaikille viisumityypeille:*

- DS 160-yleistietolomakkeen vahvistussivu
- Voimassaoleva passi
- Kuitti MRV-maksusta
- Maksettu kirjattu kirje hakijan osoitteella

*joiden lisäksi P-1 –viisumille:*

- Alkuperäinen lomake I-797 (jonka saa kun hakemus liitteineen on hyväksytty)

Uscisi:in viimeisin hintaluettelo (23.11.2010) löytyy osoitteesta:

<http://www.uscis.gov/files/form/g-1055.pdf>

## Liite 6. Kiertueen reittisuunnitelma välimatkoineen

	Matka-aika (h)	Välimatka (km)	Matka yht (km)
07/03 - Lähtö Los Angelesista			
08/03 - San Diego, CA	1:58	194,81	194,81
09/03 - Los Angeles, CA	1:58	194,81	389,62
10/03 - Visalia, CA	2:51	302,68	692,3
11/03 - San Francisco, CA	3:32	367,08	1059,38
12/03 - Chico, CA	2:52	283,36	1342,74
13/03 - Portland, OR	7:43	790,51	2133,25
14/03 - Seattle, WA	2:44	278,53	2411,78
15/03 - Vancouver, BC	2:25	227,01	2638,79
16/03 - Spokane, Washington	6:22	668,15	3306,94
17/03 - Sacramento, California	13:23	1321,81	4628,75
18/03 - San Jose, California	1:54	193,2	4821,95
19/03 - Santa Barbara, California	4:22	449,19	5271,14
20/03 - Anaheim, California	2:04	193,2	5464,34
21/03 - Santa Monica, California	0:45	64,4	5528,74
22/03 - Paluu Los Angelesiin	0:23	25,76	5554,5
		<b>Matka yhteensä (km)</b>	<b>5554,5</b>