



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

Biisit rahaksi

Laulaja-lauluntekijän lyhyt oppimäärä

Samuli Koivulahti

Kulttuurituotannon koulutusohjelma (240 op)

Arvioitavaksi jättämisaika 9 / 2016

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Koulutusohjelman nimi

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Samuli Koivulahti	Sivumäärä 37 ja 0 liitesivua
Työn nimi Biisit rahaksi: Laulaja-Lauluntekijän lyhyt oppimäärä	
Ohjaava(t) opettaja(t) Minna Hautio	
Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja Madmix	
Tiivistelmä <p>Tässä opinnäytetyössäni kerron millaisista tulovirroista esiintyvän lauluntekijän taloudellinen toimeentulo rakentuu ja kartoitan keinoja, joilla noita tulovirtoja voidaan kasvattaa.</p> <p>Case-esimerkkinä on laulaja-lauluntekijä Jari Uutela, jonka toimintaa lähdin tutkimaan ja kehittämään veltailusanalyysin avulla. Uutelan toimintatapoja peilattiin kuuden muun suomen kielellä esiintyvän laulaja-lauluntekijän toimintamalleihin.</p> <p>Pyhimyksen, Anssi Kelan, Sannin, Antti Tuiskun, Cheekin ja Paula Vesalan toimintamalleista etsittiin eroavaisuuksia ja yhtymäkohtia suhteessa Jari Uutelan toimintaan ja niiden pohjalta laadittiin Uutelalle kehitysehdotukset, jotka soveltuvien osin voivat auttaa muitakin samankaltaisessa tilanteessa olevia laulaja-lauluntekijöitä toimintansa kehittämisessä.</p> <p>Opinnäytetyö on pyritty kirjoittamaan sillä tavalla helppotajuisesti, että se välittäisi mahdollisimman paljon tietoa laulaja-lauluntekijän ansaintamekanismeista myös alaan vihkiytymättömälle lukijalle.</p>	
Asiasanat laulaja-lauluntekijät, säveltäjät, sanoittajat, managerit, liiketoiminta, tekijänoikeus, benchmarking	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Name of the Degree Programme

ABSTRACT

Author Samuli Koivulahti	Number of Pages 37
Title Biisit rahaksi: Laulaja-Lauluntekijän lyhyt oppimäärä	
Supervisor(s) Minna Hautio	
Subscriber and/or Mentor Madmix	
Abstract <p>In my thesis I am going through what kind of income flows to a performing song writer and in which ways they can be increased.</p> <p>As a case example I had the singer-songwriter Jari Uutela who's activity I followed. I used comparing analysis by comparing Uutela's ways of acting in the business with other Finnish performing artists in the field: I was looking for similarities and differences between Uutila and Pyhimys, Anssi Kela, Sanni, Antti Tuisku, Cheek and Paula Vesala. By the results of the research development suggestions were made for Uutela. The idea is that the same suggestions can be used by other similar performing artists.</p> <p>The thesis has been written in a way to be easily understood for also those, who do not have experience in the music industry.</p>	
Keywords singer-songwriters, lyricists, composers, managers, business, copyright, benchmarking	

SISÄLLYS

[TIIVISTELMÄ](#)

[ABSTRACT](#)

[SISÄLLYS](#)

[1 JOHDANTO](#)

[2 CASE JARI UUTELA](#)

[2.1 Uran alkuvaiheet](#)

[2.2 Suunnanmuutos vuonna 2012](#)

[3 LAULAJA-LAULUNTEKIJÄN TULONLÄHTEET](#)

[3.1 Esiintymispalkkiot](#)

[3.1.1 Keikkamyynnin ulkoistaminen](#)

[3.1.2 Keikkojen myyminen ja laskuttaminen itse](#)

[3.2 Tekijänoikeustulot](#)

[3.2.1 Käyttökorvaukset keikoista](#)

[3.2.2 Käyttökorvaukset TV- ja radiosoitosta](#)

[3.3 Merchandise- ja levymyyntituotot](#)

[4 BENCHMARKKAUS MENETELMÄNÄ](#)

[4.1 Vertailuanalyysin kohteet](#)

[4.2 Benchmarkkauksen tavoite](#)

[5 ANALYYSIÄ](#)

[5.1 Kaikkia nimekkäitä laulaja-lauluntekijöitä yhdistävät tekijät](#)

[5.2 Erittäin yleistä menestyneiden laulaja-lauluntekijöiden toiminnassa](#)

[5.3 Erikoisuudet laulaja-lauluntekijöiden toiminnassa](#)

[6 YHTEENVETO](#)

[LÄHTEET](#)

1 JOHDANTO

Populaarimusiikin alueella menestyminen on harvojen etuoikeus. Suomessa on vain muutamia tuhansia esiintyjä, jotka tienaa elantonsa kokonaan musiikilla (lauluntekijöistä puhumattakaan). Näennäisesti suurikaan menestys ja/tai näkyvyys eri medioissa ei automaattisesti takaa taloudellista toimeentuloa, vaikka siitä kiistämättä onkin apua markkinoinnissa.

Musiikkialan verotettavat mediaanitulot musiikinteosta ovat osapuilleen 1120 euroa kuussa (13 455 euroa vuodessa). Tähän sisältyvät tekijänoikeuskorvaukset. Monet musiikki-ihmiset joutuvat tekemään lisäksi jotain muuta työtä, kuten Lissun isä taksikuskina. Näiden lisätöiden verotettava mediaanitulo on noin 940 euroa kuussa. (Lyhty 2016)

Suomessa on paljon esiintyjä, jotka ovat saaneet runsaasti näkyvyyttä, mutta eivät elä musiikilla, ja toisaalta myös esiintyjä, jotka kyllä saavat päätoimeentulonsa musiikista, mutta eivät juurikaan näy medioissa. Tämä johtuu siitä, että Suomessa esiintyjien tuloista valtaosa muodostuu keikkapalkkioista (YLE 2008), eikä useampikaan radiohitti suoraan kerrytä esiintyjän kassaa ellei esiintyjä itse ole myös kappaleen tekijä (säveltäjä ja/tai sanoittaja).

Hyötyäkseen radiosoitosta ja medianäkyvyydestään myös taloudellisesti esiintyjän tulisikin siis pystyä muuttamaan saamansa huomio keikkamyyniksi, levymyyniksi tai oheistuotekaupaksi.

Tässä opinnäytetyössä tarkastelen esiintyjän ja lauluntekijän ansaintalogiikkaa case-esimerkin kautta. Kerron millaisista osasista esiintyjän ja lauluntekijän tulonmuodostus rakentuu sekä pyrin benchmarkkauksen eli vertailuanalyysin keinoin selvittämään millaisilla toimintamalleilla taloudellisesti epävarmaksi mielletyllä musiikkialalla voisi varmimmin muodostaa itselleen toimeentulon, ja kuinka jo olemassa olevia tulovirtoja voidaan kasvattaa.

Case-esimerkkinä toimii laulaja-lauluntekijä Jari Uutela, jonka musiikillista uraa olen seurannut eräänlaisen neuvonantajan roolissa sen alkuajoista lähtien.

Opinnäytetyön tietoperusta pohjautuu alan kirjallisuuteen, erilaisiin internet-lähteisiin (mm. www.teosto.fi ja www.gramex.fi), mediaosumiin, omiin havaintoihini ja kokemuksiini lauluntekijä-managerina sekä Uutelan kanssa käytyihin puhelin- ja pikaviestikeskusteluihin ja aikavälillä 2009-2016.

Tutustuin Uutelaan vuonna 2009, jolloin olin tehnyt yhdessä laulaja-säveltäjä Aki Hietalan kanssa Suomen Parkinson Liitto Ry:n julkaisemalle äänitteelle kaksi laulua. Uutelan kappale *Autiomaa-ajat* päätyi niin ikään levyille, minkä seurauksena tapasimme Helsingissä Elämässä mukana -levyn julkistamistilaisuudessa.

Sittemmin olemme tehneet Uutelan kanssa yhteistyötä monin eri tavoin: Olemme tehneet yhdessä biisejä muille esiintyjille, kuten Marika K:lle ja Iina Kangasharjulle, minkä lisäksi olen toiminut Uutelan Road Managerina hänen keikkaillessaan Turussa ja väliaikaisena tiedottajana vuoden 2012 Talent-kilpailujen aikana. Olen tehnyt hänelle myös käyntikortteja ja kotisivuja sekä auttanut suunnittelemaan markkinointiviestintää ylipäätään.

Uutelan ohella olen tehnyt samankaltaista työtä myös muutamien muiden esiintyjien taustavaikuttajana, joten tämän opinnäytetyön tarkoituksena on osaltaan myös löytää uusia työkaluja näiden projektien kehittämiseen sekä selvittää, millaisia asioita olemme mahdollisesti niissä jättäneet huomiotta.

Tämän opinnäytetyön varsinainen tilaaja on Jari Uutelan tuotantoyhtiö MadMix, jolla on oma intressinsä tukea Uutelan uraa kaikin mahdollisin tavoin. MadMixin taholta olen saanut tämän opinnäytetyön laatimiseen melko vapaat kädet, joten kiitokset siitä.

2 CASE JARI UUTELA

Vuonna 2011 keskustelimme laulaja-lauluntekijä Jari Uutelan kanssa hänen tulevaisuuden keikkakuvioistaan ja tavoitteistaan Facebookin chatissa. Jari oli tuolloin juuri ruvennut koostamaan ensimmäistä ns. "trubasettiään" eli "mies ja kitara" -tyyppistä keikkaohjelmistoa.

Jos nyt alkais panostamaan tähän juttuun, ni about viiden vuoden päästä saattais jopa elää sillä, että kiertelis kuppiloita (Uutela 2011).

Nyt tätä opinnäytetyötä kirjoittaessani on vuosi 2016. Jari Uutela on elättänyt itsensä musiikilla jo yli kahden vuoden ajan. Keikoilla hän esiintyy edelleen yksin, ilman bändiä.

Uutelan keikkatahti on ollut varsin kohtuullinen, keskimäärin vajaa sata keikkaa vuodessa. Tämän lisäksi artisti on kyennyt kasvattamaan myös tunnettuuttaan siinä määrin, että hänen kappaleensa ovat saaneet yhä enemmän radiosoittoa.

Esikoisalbumi ilmestyi vuonna 2012, samoihin aikoihin kun Uutelan keikkaohjelmisto alkoi hiljalleen olla esityskelpoisessa kunnossa. Tämä mahdollisti sen, että hän saattoi aloittaa myös systemaattisen keikkailun. Vuosina 2013-2015 Uutela teki jo keskimäärin 100 keikkaa vuodessa eli kaksi keikkaa viikossa. Tämä on jo verrattaen paljon, jos otetaan huomioon, että elävän musiikin tilaisuuksia on pääasiassa juuri viikonloppuisin ja yhteen vuoteen mahtuu keskimäärin 52 viikonloppua. (Uutela 2016a.)

Tilanteeseen pääseminen otti kuitenkin aikansa eikä suinkaan tapahtunut vahingossa. Vaikka lahjakkuus tunnustettiinkin jo varhain, oli taitavasta laulajasta elävän musiikin ammattilaiseksi vielä pitkä taival.

2.1 Uran alkuvaiheet

Ensimmäistä kertaa Jari Uutelan nimi ponnahti hetken ajaksi yleisempään tietoisuuteen vuonna 2003 jolloin hän osallistui Idols-kykyjenetsintäkilpailuun. Idols-tuomari Asko Kallonen antoi laulajakokelaalle lempinimen "Hangon Keksi", koska mies oli esiintyessään yhtä hymyä ja Uutela eteni kilpailussa lopulta semifinaalivaiheeseen asti.

Tuolloin Jarilla oli jo hieman kokemusta musiikkialasta ja mm. Ambrosia-nimisen yhtyeen kanssa oli tehty jonkin verran keikkaa.

Ambrosia oli ensimmäinen iso juttu jonka kanssa tehtiin paljon keikkaa olin silloin armeijassa eli 19 v. Tämän jälkeen no:status, joka on ollut se isoin bändi. Käytiin ihan suorassa livehaastattelussa. Meillä oli promoottori joka meitä työnsi tommosiin, no:statuksella oli näennäinen soppari joka kyl raukesi ku bändi hajosi. Levy oli valmiina, mutta sitä ei julkaistu. (Uutela 2016a.)

no:status-yhtye starttasi siis melko lupaavasti Idols-kilpailujen jälkimainingeissa, mutta ehti hajota ennen debyyttialbumin julkaisua. Bändin hajottua Uutela keskittyi hiomaan taitojaan säveltämisen, sanoittamisen ja kitaransoiton saralla, ja teki paljon töitä saadakseen itse tekemänsä folk-kappaleet toimimaan yksin esitettynä, jolloin esiintyminen ei olisi jatkossa niin riippuvaista muista muusikoista.

Vuonna 2009 Jari Uutela osallistui kitaran ja omien biisiensä kanssa Talent Suomi -kykyjenetsintäkilpailuun. Tuolloin olin jo tutustunut Uutelaan ja päätimme kokeilumielessä katsoa, voisimmeko vaikuttaa ohjelman ympärillä vellovaan mediapeliin ja yleisön äänestysaktiivisuuteen tiedotteiden avulla. Kirjoitin kilpailun tiimellyksessä tiedotteita Jarin menestymisestä, ja seurasimme sitten jännityksellä, kuinka muutamat lehdet julkaisivat tiedotteet lähes sanasta sanaan sellaisenaan. Erityisen hyvin tiedotteet menivät läpi paikallislehdissä, sillä etenkin Kouvolan Sanomat tiedotti mielellään "oman kylän pojan" menestymisestä kilpailussa. Lopulta Uutela putosi kuitenkin kilpailusta

semifinaalivaiheessa (aivan kuten oli käynyt myös vuoden 2003 Idols-kilpailussa).

Vaikka molemmat kokemukset osaltaan vahvistivat uskoa siihen, että esiintymis- ja laulutaidot voisivat riittää musiikkialalla pärjäämiseen, niin pelkkä näkyvyys kummallakaan kerralla ei vielä tehnyt Uutelasta ammattimuusikkoa. Suosio ei ilmennyt automaattisena, itsestään tapahtuvana keikkamyynninä, eivätkä Uutelan suosion jälkimainingeissa julkaisemat omakustannesingletkään saaneet kovin suurta huomiota radioissa, vaikka ne muutamalla yksittäisellä radioaistokerroilla palkittiinkin.

2.2 Suunnanmuutos vuonna 2012

Varsinainen suunnanmuutos tapahtui vuonna 2012, kun Uutela osallistui Ikaalisten artistivalmennukseen ja alkoi myydä systemaattisesti omia keikkojaan ympäri Suomea.

Konkreettisin muutos oli, että lähdin artisivalmennukseen ja tapasin ihmisiä jotka myyvät eläkkeeseen ja ovat ammattilaisia. Oma itsevarmuus nousi ja sitä kautta myynti lähti kulkemaan. (Uutela 2016b.)

Keikkamyynnin onnistumiseen vaikutti osaltaan myös se, että aiemmasta linjasta poiketen Uutela esitti nyt keikoillaan noin 70%:sti cover-kappaleita. Voidaan siis sanoa että tuotetta hieman muokattiin, jotta se vastasi paremmin keikkapaikkojen (lähinnä ravintolayrittäjien) vaatimuksiin.

Samalla Uutela huomasi, että coverkappaleet oli mahdollista sijoittaa keikkasettiin siten, että ne tukevat myös omaa itse tehtyä materiaalia.

Nyt kun teen omanlaisia sovituksia tunnetuista biiseistä ja vaikka joka kolmas biisi on oma, toimii paremmin (Uutela 2011).

Keikkojen lisääntyessä myös keikkasettiin kuuluvat biisit ovat välillä vaihdelleet. Kun omia biisejä oli vielä verrattaen vähän, coverkappaleilla oli mahdollista

vaikuttaa myös keikkasetin yleistunnelmaan, ja niillä on voitu mukauttaa ohjelmistoa kunkin paikan mieltymysten mukaan. Välillä mukautuminen saattoi jopa mennä hieman liian pitkälle.

Tuote on hakenut muotoaan. Jossain vaiheessa olin pelkkiä omia biisejä esittävä artisti, jossain vaiheessa jo aika jukebox (esim. laivoilla en vetänyt omaa musaa ollenkaan), jolloin oma identiteetti hävisi ehkä hetkeksi. (Uutela 2016a.)

Tunnettuuden kasvaessa omat biisit ovat kuitenkin alkaneet näytellä jälleen yhä suurempaa roolia keikkasetissä. Saadun huomion ja radiosoiton myötä osa yleisöstä tulee kuuntelemaan Uutelan keikoille nimenomaisesti hänen omaa materiaaliaan ja kaukaa tulleelle fanille voisi olla suuri pettymys, jos esiintyjä esittäisikin yksinomaisesti pelkkiä covereita.

Mul alkaa olee jo joitain aika spesiaaleja faneja kun kiertelevät eri paikkakunnissa jo. Se on jotenkin outoo :D (Uutela 2016c.)

Covereilla on ja tulee kyllä jatkossakin olemaan Uutelan keikkasetissä oma paikkansa, mutta ne eivät enää ole pääasia. Coverit ovat yleensä kappaleita, joihin Uutelalla itsellään on vahva tunneside.

Noh nyt taas palannut siihen omaan juttuun, mutta soitan toki covereitakin paljon, mutta enemmänkin semmoisia biisejä, joista itse tykkään. Silti pääpaino on joka setissä omalla musalla. (Uutela 2016a.)

Nyt vuonna 2016 saadun radiosoiton perusteella voidaan olettaa, että Jarin omat biisit ovat löytäneet tiensä yleisön sydämiin siinä määrin, että pääpainon kuuluukin olla omalla musiikilla. Uusimmalta *Henkilökohtaista*-albumilta lohkaistut singlejulkaisut: *Muistijäljet*, *Kerjäläinen* ja *Tuulisille teille* saivat kaikki soittoa Radio SuomiPopin Top10-ohjelmassa minkä lisäksi uusin itsenäinen singlejulkaisu *Moottoritie oli kuuma (feat Samson)* nostettiin ilmestyessään YLEn Radio Suomen levyuutuuksiin (yle.fi 2016).

3 LAULAJA-LAULUNTEKIJÄN TULONLÄHTEET

Rap-artisti ja nykyinen Johanna Kustannuksen tuotantopäällikkö Pyhimys (Mikko Kuoppala) jakaa 5.8.2012 julkaisemassaan blogikirjoituksessa *Kuinka elättää itsensä musiikilla ilman ainoatakaan hittiä* mahdolliset musiikilla tienaamisen tulonansaintamallit seitsemään eri vaihtoehtoon. Näitä ovat julkaisut, keikat, levy-yhtiö, keikkamyynti, merchandise (fanituotemyynti), sanoittaminen ja "julkishuoraaminen". (Kuoppala 2012.)

Artikkelin loppupuolella Pyhimys toteaa, että elossa pysyy, kun tekee vähän kaikkea. Tämä edustaakin hyvin biisejä tekevän artisti-yrittäjän mahdollisuuksia ja sitä, kuinka toimeentulo koostuu usein monista pienistä rahavirroista.

Teoksessa *Musiikki liiketoimintana* jaetaan musiikkialan tienaamismallit niinikään seitsemään osaan, jotka tässä tapauksessa ovat esiintymisten välittäminen (agentit ja ohjelmatoimistot), esiintymiset (artistit), musiikkikustannus (musiikkikustantajat), levymyynti (levy-yhtiöt), merchandise-myynti, management, tekniikkapalvelut ja studiot. (Karhumaa, Lehtinen & Nikula 2010, 215-216.)

Yhden artistin tulospäiväkirjiksi teoksessa mainitaan esiintymiset, äänitemyynti, tekijänoikeuskorvaukset, sekä ulkomusiikillisen toiminnan sektorit, kuten mainossopimukset, sponsorit sekä markkina-arvon mukainen oheismyynti. (Karhumaa ym. 2010, 114.) Koska levykin on tavallaan fanituote (Mattila 2016, 135.) ja digitaaliset julkaisutekniikat ovat syrjäyttämässä/syrjäyttäneet CD-levyt (Romero 2015 ja Heikkilä 2016), käsittelen tässä opinnäytetyössäni merchandise- ja levymyyntituottoja yhteisenä tulovirtana.

Jari Uutelan tapauksessa pääasiallisia tulonlähteitä on siis kolme:

1. esiintymispalkkiot
2. tekijänoikeustulot
3. merchandise- ja levymyyntituotot

Näistä kolmesta taiteilijan tulonlähteestä jokaiseen liittyy mahdollisuus toimia joko "tee se itse" -mallilla tai ulkoistaa kyseinen liiketoiminnan osa-alue jonkun toisen tahon hoidettavaksi provisiota tai muuta korvausta vastaan osittain tai kokonaan.

Esimerkiksi keikkojen myynnistä ohjelmatoimistolle jäävä proviisio keikkapalkkiosta on tyypillisesti 15-20% luokkaa (Lehtinen 2012, 106.). Tekijänoikeustuloista kustantajalle menevä osuus on yleisimmin kappaleesta 33,3% (Lehtinen 2012).

Merchandise- ja levymyyntituotot toimivat kuitenkin tässä suhteessa päinvastoin, sillä pääosa tuotoista menee yleensä levy-yhtiölle ja artistin osuus voi olla esimerkiksi vain 8-20% (Lehtinen 2012, 155-162, 209), ellei artisti hoida merchandise-myyntiä itse ja julkaise levyjään omakustanteena.

Musiikkialan ansaintamallit perustuvat siis pääsääntöisesti joko musiikin julkaisemiseen, esittämiseen tai oheistuotteiden myymiseen itse, tai sitten jonkinlaiseen provisiomalliin artisteille ja/tai lauluntekijälle suuntautuvista rahavirroista. Näin ollen ainakin artistin tekemä toiminta, mikä johtaa niiden kolmen tulovirran kasvattamiseen, on siten liiketoiminnallisesti järkevää.

Omia kappaleitaan esittävän laulaja-lauluntekijän tapauksessa kaikkien kolmen päätulonlähteen välillä vallitsee myös vahva synergia:

1. Äänitteet tekevät mahdolliseksi radiosoiton, joka tuottaa tekijänoikeustuloa ja kasvattaa tunnettuutta
2. Tunnettuus helpottaa keikkamyntiä ja mahdollistaa esiintymispalkkiot
3. Keikat kerryttävät live-esityksistä koostuvia tekijänoikeustuloja ja tarjoavat hyvän tilaisuuden myydä faneille levyjä ja merchandisetuotteita.

3.1 Esiintymispalkkiot

While sales of recorded music have diminished since early 2000s, revenues from live music have grown rapidly (Wikström 2013).

Livemusiikin esittämisestä saatavat palkkiot ovat musiikkibisneksen vanhin osa, ja jo kauan ennen äänilevyjen aikakautta tunnettiin monia, nykyään suurina säveltäjinä pidettyjä esiintyjiä (Karhumaa 2000, 23-25), joista esim. Mozart toimi isänsä tavoin hovimuusikkona jo 1700-luvun alussa (Peda.net 2014). Vastaavasti Bach oli kuuluisa urkuri ja myöhemmin kapellimestari jo 1600-luvun alussa (Jyväskylän yliopisto 2016).

Keikoista saatavat esiintymispalkkiot ovat edelleen tänä päivänä esiintyvän lauluntekijän varmin tulonlähde, sillä tehtyjen keikkojen lukumäärä ja ansioiden suuruus ovat suorassa suhteessa toisiinsa. Lisäksi musiikkialan aaltoliikkeissä äänitemyynnin lasku näkyy livemusiikin kasvuna ja päinvastoin. (Wikström 2013.)

Keikkailusta on nykyisen tekijänoikeusjärjestelmän ansiosta suoraa synergiaetua: Jos artisti esittää keikoillaan myös itse tekemiään kappaleita ja on Teoston asiakas, tulee hän samalla tienanneeksi myös tekijänoikeustuloja (tästä lisää luvussa 3.2).

Esiintyjillä on muutamia eri tapoja hoitaa keikkojen myynti ja laskutus. He voivat joko tehdä kaiken itse tai antaa joko keikkojen myynnin, laskutuksen tai molemmat jonkun muun tahon, kuten ohjelmatoimiston tai laskutusyhtiön hoidettavaksi. Joskus näitä toimia saattaa hoitaa yksityishenkilönä tai pienyrityksenä myös manageri tai keikkamyynnin.

3.1.1 Keikkamyynnin ulkoistaminen

Jos keikkamyynti ulkoistetaan, esiintyjä antaa keikkamyynnin kokonaisuudessaan tai osittain jonkun muun tahon, kuten ohjelmatoimiston,

keikkamyynnin tai managerin hoidettavaksi tyypillisimmillään n. 15-20% provisiota vastaan (Karhumaa 2000, 178; Lehtinen 2012, 106-107).

Mikäli proviisio on korkea ja/tai kyse on ns. yksinoikeussopimuksesta, jolloin yhtiö laskuttaa kaikki esiintyjän keikat, kyseillä taholla on yleensä myös lupa ja velvollisuus panostaa artistin markkinointiin. Tällaisen keikkamyynnin sopimuksen etuna on se, että esiintyjä voi keskittyä omaan leipälajiinsa eli esiintymiseen. (Lehtinen 2012, 102-103.)

Hyvän keikkamyynnin kanssa esiintyjän elämä on helppoa niin kauan kuin keikkamyynnin kykenee pitämään keikkojen lukumäärän ja hintatason tarpeeksi korkeana siten, että se turvaa esiintyjän toimeentulon. Ongelmaksi yksinoikeussopimus muodostuu silloin, jos tämä ei onnistu.

Artistiuran eri vaiheissa eri tyyppisten keikkamyynnin sopimusten edut ja haitat avautuvat hieman eri näkökulmista. Uran alkuvaiheessa on tyypillistä, että esiintyjältä itseltään puuttuu vielä kontaktit eri keikkapaikkoihin, eikä nimi vielä ole niin tuttu, että keikat myisivät ns. itse itsensä. Keikkojen myyminen on tällöin myös keikkamyynnintaholle vaikeampaa, ja keikkamyynin saattaa edellyttää joskus mittaviakin panostuksia esiintyjän brändäykseen ja markkinointiviestintään. Mikäli näin on, keikkamyynnin proviisio on yleensä myös korkeampi kuin muissa malleissa. Yksinoikeusmallilla yleensä pyritään nimenomaan varmistamaan, että nuo markkinointipanostukset, kotiutuvat ns. "talolle". Muuten voisi käydä niin, että joku muu taho, kuten vaikkapa kilpaileva ohjelmatoimisto tai artisti itse, korjaa sadon hyvin hoidetusta markkinoinnista myymällä keikkoja markkinoinnin hoitaneen ohjelmatoimiston ohi.

Uransa aallonharjalla olevalla esiintyjällä kysyntää taas voi olla jo niin paljon, että keikkojen laskutukseen ja varaamiseen liittyvä työ on työmääränsä vuoksi hyvä antaa muiden hoidettavaksi. Tällöin myös keikkamyynnin proviisio on keikkamyynnin helppouden ja mitättömien markkinointikulujen vuoksi yleensä sovittavissa normaalia alhaisemmaksi.

3.1.2 Keikkojen myyminen ja laskuttaminen itse

Moni esiintyjä kuitenkin myy ja markkinoi Jari Uutelan tavoin itse keikkansa ja laskuttaa ne asiakkaalta joko oman toiminimen tai laskutusyhtiön kautta. Haittana tässä toimintatavassa on artistin näkökulmasta suurempi työmäärä ja usein etenkin uransa alkuvaiheessa olevilla artisteilla vielä vähäiset kontaktit keikkapaikkoihin, minkä vuoksi keikkakalenteria voi olla vaikea saada täyteen.

Keskeisenä etuna on se, että hankkiessaan ja laskuttaessaan keikkansa itse, esiintyjä saa myös pitää koko laskuttamansa summan. Lisäksi hän tulee samalla luoneeksi suorat kontaktit laskutettaviin, minkä ansiosta keikkapyynnöt vanhoista keikkapaikoista tulevat jatkossakin suoraan artistille, eivätkä keikat pääse valumaan esimerkiksi ohjelmatoimiston muille esiintyjille.

Keikkojen myyminen ja laskuttaminen itse on siis yksi tapa maksimoida jokaisesta yksittäisestä keikasta saatava tuotto, sillä tällaisessa DIY-mallissa esiintyjän ei tarvitse maksaa provisioita kenellekään, ja jos työmäärä keikkatarjonnan vuoksi uhkaa kasvaa liian suureksi, voi hän pienentää kysyntää nostamalla keikkapalkkiota. Näin esiintyjä voi tienata keikkapalkkioiden muodossa vuositasolla enemmän kuin toinen esiintyjä, joka ehkä tekee tuplasti enemmän keikkoja alhaisemmalla hintatasolla.

Alalla toimii monia laskutusyhtiöitä, jotka toimivat itsepalveluperusteisesti siten, että esiintyjä kirjoittaa yhtiön intranetissä asiakkaalleen laskun, jonka yhtiö sitten perii asiakkaalta. Ennen tuloutusta esiintyjälle summasta vähennetään lakisääteiset työnantajakulut, ja esiintyjä saa rahansa yleensä palkkana. Tällaisella mallilla toimivat mm. Suomen Palkkiopalvelu Oy, Ukko.fi sekä Eezy Osk, ja se on pienen palveluprosentin vuoksi (4-12%) jo nykyisin suhtellisen kestävä tapa hoitaa keikkojen laskutus.

Esimerkiksi Jari Uutela käyttää keikkojensa laskuttamiseen edelleen laskutusyhtiötä, vaikka liikevaihdollisesti toiminimen pyörittäminen tai

osakeyhtiön perustaminen voisi olla jo kannattavaa. Syynä on helppous suhteessa palveluprosenttiin, kun paperityöt eivät niin kiinnosta.

3.2 Tekijänoikeustulot

Tekijänoikeuden voidaan katsoa syntyneen piratismiin kanssa samoihin aikoihin muinaisessa 1600-luvun Englannissa, jolloin käytiin oikeustaistelua siitä, minkälaista omaisuutta kirjat ovat. Alkuaan alueellisten hallitsijoiden luoma monopolijärjestelmä oli kaadettu/kaatumassa, ja hengentuotteiden kopioiminen, painaminen ja myyminen edelleen oli jäänyt paperilla muutamien kirjapainojen yksinoikeudeksi. Alalla kuitenkin kilpailivat jo muutkin toimijat. Oikeustaistelut päättyivät lopulta lopputulemaan, jonka mukaan tekstin kirjoittajalla olisi moraalinen oikeus itse päättää siitä, kenellä on oikeus painaa ja myydä hänen tuottamaansa hengentuotetta. Tämä ratkaisu muodosti lopulta perustan koko nykyiselle tekijänoikeusajattelulle ja tekijänoikeuslaille (Lehtonen, Valaskivi, Kuusela 2014, 174-175.).

3.2.1 Käyttökorvaukset keikoista

Laulaja-lauluntekijän tapauksessa omien kappaleiden esittäminen livekeikoilla tuottaa lauluntekijälle teostokorvausta, mikäli hän on Teoston asiakas ja hän raportoi keikkansa Teostolle.

Teostokorvaus on korvausta sisällön eli teosten käytöstä. Keikkajärjestäjät ja ravintolayrittäjät maksavat Teostolle musiikin käytöstä lisenssimaksua, josta sitten jyvitetään teosten tekijöille rahaa teosten todellisen käytön mukaisessa suhteessa. (Teosto ry 2016.)

Myös ilmaiskeikat tuottavat tekijänoikeustuloa lauluntekijälle, sillä niistäkin keikkajärjestäjä joutuu maksamaan lisenssimaksua Teostolle. Lisenssimaksun suuruus määräytyy pääsymaksuttomissa tapahtumissa kuulijapääluvun mukaan

ja pääsymaksullisissa saatujen lipputulojen mukaan. (Teosto ry 2016.) Toisin sanoen; mitä isompi tapahtuma ja mitä kalliimmat liput, sitä enemmän tilaisuus tuottaa lauluntekijälle teostotuloa.

Keikkajärjestäjän velvollisuus on raportoida Teostolle lippujen hinnat ja tilaisuuden koko. Esiintyjän velvollisuus taas on raportoida Teostoon mitä biisejä kyseisessä tilaisuudessa on esitetty. Näin Teosto pystyy yhdistämään tiedot toisiinsa. Mikäli esiintyjä itse on myös tehnyt esittämänsä kappaleet, tuloutuu teostokorvaus hänelle. Mikäli hän esittää covereita, menevät teostokorvaukset jollekin muulle. (Teosto 2016)

Musiikkialalla onkin myös sellaisia lauluntekijöitä, jotka eivät itse esiinny lainkaan. He elävät sillä, että muut esittävät heidän kappaleitaan.

3.2.2 Käyttökorvaukset TV- ja radiosoitosta

Tekijänoikeustuloja karttuu myös silloin kun lauluntekijän tekemää kappaletta esitetään televisiossa tai radiossa. Koska tällöin kyse on useimmiten äänitemusiikista, kerryttävät soittokerrat radiossa ja tv:ssä teostotulon ohella myös Gramex-tuloa.

Gramex edustaa äänitteillä esiintyviä muusikoita ja äänilevytuottajia, kun taas Teosto edustaa sisällön tekijöitä. (Gramex ry 2016c)

Teostotuloihin verrattuna Gramex-korvaukset ovat laulaja-lauluntekijälle verrattaen pieni osuus. Kuitenkin esimerkiksi laulajalle ja muille bändin jäsenille, jotka eivät ole kappaleen tekijöitä, se on usein ainoa tekijänoikeustulon muoto, jota he saavat.

Toisin kuin sisältöä ja teostotuloa koskevissa kustannussopimuksissa, joissa kustantajan osuus on yleensä 33.33%, on Gramex-korvauksiin oikeutetun tuottajan (julkaisijan) osuus Gramex-korvauksista yleensä 50% ja loput menevät

muusikoille. Näin ollen kunkin muusikon osuus on keskimäärin tuottajan osuuteen verrattuna melko vähäinen, koska jakajia on yleensä monta. (Gramex ry 2016a.)

Muusikoiden osuudesta puolet menee solistille ja loput jaetaan rivimuusikoiden kesken (Gramex ry 2016b).

Jos vertaillaan Gramexin ja Teoston maksamia korvauksia sellaisten muusikoiden osalta, jotka ovat soittaneet äänitteillään valtaosan radoista itse ja ovat ehkä myös levynsä Gramex-tuottajia, voidaan todeta, että kokonaissummiensa osalta Gramex-korvauksetkin voivat olla varsin merkittävä tulonlähde.

Tästä esimerkkinä Anssi Kela kerrytti *Levoton tyttö* -biisin radiosoitosta vuoden 2013 aikana teostokorvauksia 37 769 euroa ja Gramex-korvauksia 20 944 euroa. Anssi Kela on kyseisen kappaleen ainoa tekijä, hän on sekä säveltänyt, sanoittanut että sovittanut biisin. Lisäksi hän on myös sen ainoa esittäjä, sillä hän on laulanut kappaleen levyille ja myös soittanut levyille kaikki instrumenttiraidat. *Levoton tyttö* -kappaleen radiosoitokorvauksista siis jo yli kolmasosa oli Gramex-korvausta. (Fono 2016a; Kela 2014.)

3.3 Merchandise- ja levymyyntituotot

Erja Lyytisen sanoin: Oikeastaan levykin on tietyssä mielessä fanituote, vaikka se on myös taideteos. (Mattila 2016, 135.)

Äänilevy on verrattain tuore keksintö, sillä ensimmäiset savikiekot tulivat käyttöön vasta vuonna 1887. Niiden alkuperäinen tarkoitus oli vauhdittaa gramofonien myyntiä, mutta lopulta ne muuttivat koko musiikkialaa (Wikman 2016).

Ennen tätä ainoa tapa nauttia musiikista oli siis joko soittaa ja laulaa sitä itse tai mennä keikalle (Karhumaa 2000, 23-25). Äänilevy mahdollisti musiikkialan

teollistumisen, jonka seurauksena levymyynnistä tuli etenkin kansainvälisessä musiikkiliiketoiminnassa jopa livekeikkoja tärkeämpi tulonlähde. Mekaaninen musiikki ja sen myynti ja jakelu olikin juuri tästä historiallisesta syystä pitkään laiteollisuuden hallussa. (Musasto 2010.)

Koska äänilevyjen painaminen oli savikiekkojen ja vielä vinyylilevyjenkin aikakaudella hyvin kallista ja teknisesti vaikeaa (Wikman 2016), ei omakustanteiden julkaiseminen sekä myyminen ole ollut esiintyjille ja lauluntekijöille todellinen vaihtoehto ennen CD-levyjen aikakautta.

Nyt vuonna 2016 tyhjä CD-levy on kappalehinnaltaan niin edullinen ja musiikin tallentaminen äänitteelle niin halpaa, että kun Jari Uutela painatti Läpikulkumatkalla-debyyttialbumistaan 3500 kopiota, olivat painokulut koko levyprojektissa enää häviävän pieni kuluerä. Ajatus levyn jakamisesta ilmaiseksi lähtikin aikanaan juuri siitä, että totesimme levyn painotuotteena olevan valmistushinnaltaan samaa luokkaa kuin kalliista kiiltopahvista painatetut käyntikortit, ja tuntemattoman laulaja-lauluntekijän tapauksessa pitkäsoitto on ennen kaikkea erinomainen käyntikortti. Samalla Uutelalta säästyivät kokonaisuudessaan jakelukustannukset ja ihmiset tulivat keikoille. Levyttä vain yksi kappale sai hieman radiosoittoa, mutta koska CD:tä jaettiin ilmaiseksi, se soi monien ihmisten kotistereoissa. Jarin saapuessa uudestaan paikkakunnalle, muutamat saattoivatkin jo osata levyllä olleiden biisien sanat ulkoa. (Uutela 2016c.)

Hintaa levyntekoprojektissa syntyy tänä päivänä lähinnä sisällön tekemisestä, mahdollisten soittajien palkoista, studiokuluista, miksauksesta ja masteroinnista. (Uutela 2016d.)

Nykyisin levykin on siis yhä enemmän fanituote, joka sopii paremmin myytäväksi muistoesineenä keikoille kuin kaupiteltavaksi marketteihin. Olen havainnut, että etenkin tuoreiden artistien kohdalla tyypillinen levyn ostaja keikoilla on henkilö, joka ei ole koskaan kuullutkaan esiintyjästä, mutta vaikuttuu live-esiintymisestä niin paljon, että haluaa fiilistellä sitä vielä kotonakin. Juuri

tällaisessa käytössä CD-levy vielä toistaiseksi pitää pintansa, etenkin jos siihen on mahdollisuus samalla saada esiintyjän nimikirjoitus.

Samankaltaista muistoarvoa kuulijoille tarjoavat artistin kuvalla tai logolla painatetut paidat, pinssit ja monet muut merchandisetuotteet, joiden myynti on osoittautunut monille artisteille yllättävän hyväksi tulonlähteeksi. Toisin kuin levymyynnin kohdalla oheistuotemyynnin hoitaminen itse ja/tai rajaaminen levytyssopimuksen ulkopuolelle on kuitenkin hyvin tavallista. (Lehtinen 2012, 209.)

Uutelan toiminnassa merchandise on toistaiseksi jätetty täysin huomiotta. Vastaavasti levyjen myymättä jättäminen on ollut tiedostettu valinta, sillä vuoden 2012 jälkeen Uutela ei ole julkaissut uutta levyä ennen uusinta *Henkilökohtaista* -albumia ja vanhat levyt on jo kokonaisuudessaan jaettu pois. Tämä ei tietenkään olisi millään tavalla estänyt muiden merchandise-tuotteiden myyntiä, joskin oletusarvo on ollut, että fanituotteet menevät paremmin kaupaksi sitten kun nimeä on tarpeeksi. Ehkä nyt vuonna 2016 saadun radiosoiton ja näkyvyyden myötä saattaisi siis olla jo liiketaloudellisesti hyvä aika fanituotemyynnin aloittamiselle

4 BENCHMARKKAUS MENETELMÄNÄ

Benchmarking on oivallus olla tarpeeksi nöyrä sen havaitsemiseksi, että joku muu on parempi jollakin osa-alueella, ja olla tarpeeksi viisas sen oppimiseksi, kuinka saavuttaa sama taso ja jopa ylittää se (Niva & Tuominen 2005).

Lähdin tutkimaan Jari Uutelan toimintaa vertailuanalyysin eli benchmarkkauksen keinoin. Koin tämän luontevimmaksi lähestymistavaksi, koska musiikkialalla suomenkielistä bisneskirjallisuutta on olemassa verrattaen rajoitetusti, vaikka kokemukseni mukaan hiljaista tietoa alan vaikuttajilla ja menestyjillä on hyvin runsaasti. Lisäksi esimerkiksi Anssi Kela on tehnyt viime

vuosina muutamia ulostuloja, joissa on avannut musiikkialan tulorakenteita erityisesti tekijänoikeustulojen osalta.

Tarkastelin ulkoa päin muutamien tunnettujen ja menestyneinä pitämiemme laulaja-lauluntekijöiden toimintaa selvittääkseni, mitä sellaista he tekevät mitä Uutela ei tee.

4.1 Vertailuanalyysin kohteet

Benchmarkkauksen kohteeksi valikoituivat ensimmäisinä Anssi Kela ja Pyhimys (oikealta nimeltään Mikko Kuoppala), jotka molemmat ovat Uutelan tavoin esiintyviä lauluntekijöitä. Valintaan vaikutti myös se, että he molemmat ovat myös jossain määrin avanneet julkisuuteen musiikkiuraansa liittyvää numerodataa.

Kelaa, Pyhimystä ja Uutelaa yhdistää myös se, että heistä kukaan ei ainakaan tällä hetkellä tavoittele kansainvälistä uraa ja he esittävät musiikkia Jarin tavoin suomen kielellä.

Näiden lisäksi tarkkailin löyhemmin myös muita suomenkielisen musiikkikentän isoja nimiä ja analyysiin valikoituivat tätä kautta edelleen Cheek, Sanni, Antti Tuisku ja Paula Vesala. Näistä Cheek edusti meille erinomaista esimerkkiä siitä miten asioita voi tehdä isosti kun taas Sanni edustaa erittäin onnistuneesti toteutettua ”kaikki julkisuus on hyvästä” -toimintamallia. Palaan näihin vielä erikseen analysointivaiheessa.

4.2 Benchmarkkauksen tavoite

Jotta vertailuanalyysin tekemisessä on ylipäättään järkeä, pitää ensin määritellä benchmarkkauksen kehityskohde (Niva/Tuominen 2005, 35).

Jari Uutelan tapauksessa toimintaa on alusta asti kehitetty osittain myös benchmarkkauksen keinoin ja etenkin keikkamyyntipuoli on saatu osittain juuri sen ansiosta toimimaan varsin hyvin. Neuvoja on kysytty ja saatu keikkamyynnin ammattilaisilta, ja neuvoista on otettu opiksi. Samalla joitain yleisimpiä käytäntöjä on kopioitu muilta esiintyjiltä suoraan, minkä lisäksi toimintamallia on täydennetty omilla innovatiivisilla toimintamalleilla.

Mm. vuonna 2012 Uutela jakeli esikoisalbumiaan keikoillaan ilmaiseksi, mikä vaikutti keikkojen saamiseen kahdella tapaa suotuisasti: Ensinnäkin levystä tuli keikkapalkkioon sisältyvä *give away* -tuote, joka sinällään antoi oman lisäsyynsä Jari Uutelan tilaamiseen keikalle, etenkin kun levy houkutteli monet fanit varta vasten paikalle juuri ilmaisen levyn takia. Näin levystä tuli samalla myös muistoesine. Jari otti tavakseen tiedottaa paikkakunnalle saapumisestaan ja ilmaisista levyistä myös ilmoittamalla paikallislehdille, jotka usein tarttuivat tarinaan. Joillakin paikkakunnilla se aiheutti jopa pienen yleisöryntäyksen.

Esiintymispalkkioiden kartuttamisen osalta emme siis ole kokeneet akuuttia tarvetta benchmarkkaukselle. Nytkin Uutelalla on jo se tilanne, että on järkevämpää nostaa keikkapalkkioita kuin lisätä niiden määrää, ja asiat tuntuvat menevän oikeaan suuntaan. (Uutela 2016a.) Näin ollen merchandise-tuotteet eivät toistaiseksi ole tuntuneet kovin ajankohtaisilta asioilta melko vähäisen tunnettuuden ja siten oletettavasti alhaisen menekin vuoksi.

Tämän johdosta valitsimme benchmarkkauksen kehityskohteeksi sen, joka oli mielestämme kryptisin laulaja-lauluntekijän tulovirroista eli tekijänoikeustulot. Benchmarkkauksessa kiinnitin huomiota jokaisen benchmarkattavan kohdalla erityisesti kahteen kysymykseen:

1. Mitä sellaista tämän artistin toiminnassa on, mitä Uutelalla ei ole?
2. Johtaako tämä suorasti tai epäsuorasti tekijänoikeustulojen kasvuun?

Koska on tiedossa, että eri tulovirtojen välillä vallitsee vahva synergia ja kaikki vaikuttaa kaikkeen, pidin silmäni auki myös serendipisten löydösten varalta.

Olimme myös jo tässä vaiheessa Uutelan kanssa yhtä mieltä siitä, että runsas julkisuus lisää epäsuorasti tekijänoikeustuloa, koska nyt radioissa saadun julkisuuden ja näkyvyyden myötä olemme havainneet kuuntelupiikin myös suoratoistopalvelujen kuten Spotifyn ja YouTuben puolella ja esimerkiksi viimeisin Moottoritie on kuuma -kappale keräsi Spotifyssa yli 28 000 kuuntelukertaa jo ensimmäisen kahden viikon aikana. Aiemmillä julkaisuilla tällaiseen lukemaan pääsemiseen on mennyt useampi kuukausi. (Uutela 2016c)

Itse streamauksesta eli suoratoistosta tulevat korvaukset ovat toki mitättömän pieniä (Kela 2014), mutta ne kasvattavat artistin tunnettuutta ja yhdeltä isolta radiokanavalta viestitettiin selväsanaisesti, että Uutelan musiikki kyllä jo täyttäisi kriteerit, mutta tunnettuuden puutteen vuoksi *Moottoritie oli kuuma* jäi vielä soittolistan ulkopuolelle (Uutela 2016b). Läpimurto on kuitenkin lähellä ja jokainen soittokerta tuo sitä lähemmäksi.

5 ANALYYSIÄ

Lähdin tekemään benchmarkkausta listaamalla ylös asioita, jotka leimaavat tietyn benchmarkkaukseen valitun laulaja-lauluntekijän toimintaa, ja jatkoin sen jälkeen listaamalla asioita, jotka yhdistävät useampaa vertailuanalyysin kohdetta. Lisäksi järjestin nämä taulukkoon yleisyysjärjestyksessä ja merkitsin perään, kuinka moneen kuudesta tarkastelussa olevasta lauluntekijästä tämä pätee. Taulukosta ilmenee myös se, toteutuuko tämä Uutelan toiminnassa, jonka perusteella saadaan samalla mielikuva siitä, mikä on tässä suhteessa Uutelan “positio” eli kuinka hän sijoittuu toimintakenttään.

Huomattakoon, että tässä otannassa on tarkasteltu vain esiintyvien lauluntekijöiden toimintaa, joten painopiste tuloksissa voi olla hyvin erilainen kuin jos olisi tarkasteltu vaikka henkilöitä, jotka ovat esiintyneitä mutta eivät lauluntekijöitä. Lisäksi näiden tietojen pohjalta johtamani päätelmät on laadittu ensisijaisesti hyödyttämään Jari Uutelan tämänhetkistä uraa, eivätkä kehitysehdotukset siten ole täysin yleispäteviä.

Taulukko 1: Yhtäläisyydet tunnettujen laulaja-lauluntekijöiden toiminnassa

	Pyhimys	Kela	Sanni	Tuisku	Cheek	Vesala	Yleisyys	Uutela
Aktiivinen sosiaalisissa medioissa	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	6 / 6	kyllä
Levy-yhtiö tms. tukena	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	6 / 6	ei
Feattaukset puolin tai toisin	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	6 / 6	ei
Näky muiden artistien somessa	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	6 / 6	ei
Oma yhtiö	kyllä	kyllä	ei	kyllä	kyllä	kyllä	5 / 6	ei
Kotisivut löytyvät netistä	kyllä	kyllä	ei	kyllä	kyllä	kyllä	5 / 6	kyllä
Pääosa biiseistä tiimityötä	kyllä	ei	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	5 / 6	ei
Pääosassa omat sanoitukset	kyllä	kyllä	kyllä	-	kyllä	kyllä	5 / 6	kyllä
Vain elämää julkisuus	ei	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	kyllä	5 / 6	ei
Runsaasti lapsifaneja	ei	ei	kyllä	kyllä	kyllä	ei	3 / 6	ei
Jättikonsetteja (yli 10 000 hlö)	ei	ei	ei	kyllä	kyllä	kyllä	3 / 6	ei
Tekee biisejä myös muille	kyllä	ei	ei	ei	ei	kyllä	2 / 6	kyllä
Negatiivinen kohujulkisuus	ei	ei	kyllä	ei	ei	ei	1 / 6	ei
Megakonsertteja (Yli 50 000 hlö)	ei	ei	ei	ei	kyllä	ei	1 / 6	ei
Pääosassa omat sävellykset	ei	kyllä	ei	-	ei	ei	1 / 6	kyllä

5.1 Kaikkia nimekkäitä laulaja-lauluntekijöitä yhdistävät tekijät

Vertailuanalyysin myötä kävi entistäkin selvemmäksi, että kaikki ns. isot nimet ovat erittäin aktiivisia somessa, jokaisella on tukenaan jokin levy-yhtiö, heillä on yhteislevytyksiä muiden tunnettujen esiintyjien kanssa (feat. joku) ja he näkyvät runsaasti myös toistensa someviestinnässä.

Katsomalla kunkin laulaja-lauluntekijän Instagram- ja Facebook-sivuja, huomataan, että keskinäisiä kaverikuvia jaetaan paljon.

Laulaja-lauluntekijät ovat myös tärkeitä mielipidevaikuttajia ja esimerkiksi Anssi Kela on pyrkinyt nostamaan nuoremman laulaja-lauluntekijä Sannin profiilia useammankin Facebook-statusten voimin. Yhtenä esimerkkinä mainittakoon vuoden 2015 kannanotto Sannin osallistumisesta Vain elämää -ohjelmaan. Sannin osallistumisesta nousi pieni kohu, koska Sannilla oli tuolloin

Ilta-Sanomien mukaan vain kaksi hittiä. Anssi Kela kirjoitti ylistävän Facebook-päivityksen Sannista viestittäen, että Sanni on täysin valmis artisti ja löi osaamisellaan heidät vanhemmat tekijät ällikällä. Kirjoitus sai runsaasti huomiota ja siihen viitattiin myös lehdistössä. (Makkonen 2015.)

Uutelan toiminnassa näistä neljästä kaikkia yhdistävästä tekijästä toteutuu tällä hetkellä ainoastaan someaktiivisuus, sillä levy-yhtiökumppani puuttuu, eikä ristiinviestintää muiden esiintyjien sosiaalisissa medioissa olla tultu edes ajatelleeksi. Feat.-osuuksien osalta ollaan jo menossa oikeaan suuntaan, sillä uusimmalla singlellä Moottoritie oli kuuma esiintyy Jarin lisäksi Valovuosi-yhtyeen Samson. Valovuosi sai merkittävästi radioaalloja biisillään Aurinkokuningatar nyt samana vuonna 2016. Levy-yhtiökumppanin puuttuminen on toistaiseksi osin oma valinta. Neuvotteluja käytiin vuonna 2012 Läpikulkumatkalla-albumin tiimoilta, mutta kelvollista sopimusta ei saatu aikaiseksi, jonka vuoksi Uutela päätyi lopulta julkaisemaan esikoisalbuminsa omakustanteena. (Uutela 2016b.)

KEHITYSEHDOTUS:

Ristiinviestinnästä sosiaalisissa medioissa kannattaa sopia ainakin periaatetasolla muutamien tuttujen artistien kanssa ja erilaiset yhteiskuvat kannattaa pyrkiä ottamaan someviestinnässä tavanomaiseksi osaksi sisältöä. Jakamalla päivityksiä ristiin saadaan niille moninkertainen näkyvyys täysin ilmaiseksi.

5.2 Erittäin yleistä menestyneiden laulaja-lauluntekijöiden toiminnassa

Viisi kuudesta lauluntekijästä on ammatilliselta statukseltaan yrittäjä ja heillä on joku yhtiö, jonka kautta he hallinnoivat ainakin osaa musiikillisesta liiketoiminnastaan. Lisäksi viidellä kuudesta artistista on internetistä löytyvät kotisivut. Yhteistä viidelle kuudesta tekijästä on myös se, että suurin osa ohjelmistossa olevista kappaleista on syntynyt tiimityönä ja lähes kaikki tekevät

itse sanoituksia, kun taas sävellyksistä ovat vastuussa usein ulkopuoliset säveltäjät.

Toiminnan yhtiöittäminen on tekijänoikeustulojen viitekehuksesta tarkasteltuna järkevää viimeistään siinä vaiheessa kun tekijänoikeustuloja alkaa olla niin paljon, että sen verottaminen kokonaisuudessaan ansiotulona tulee tekijälle kalliimmaksi kuin se, että sitä verotettaisiin pääomatulona. Oman yhtiön kanssa tehdyn kustannussopimuksen kautta lauluntekijä voi ohjata Suomessa 50% teostotuloistaan omalle yritykselleen. Jos näin halutaan tehdä, pitää Teoston ohjelmistotoimikunnalle tehdä erillinen pyyntö kustannusosuuden nostamisesta 33.33 prosentista 50 prosenttiin. (Flinkkilä 2015)

Siirtämällä toimintansa Ruotsiin ja liittymällä siellä Teostoa vastaavan organisaation eli STIMin asiakkaaksi lauluntekijä voi tulouttaa tekijänoikeuskorvaukset kokonaisuudessaan omalle yhtiölleen. (Rauhala 2014; Tamminen 2016; Railimo 2016.)

Oman yhtiön perustaminen ei siis välttämättä kasvata tekijänoikeustulovirtaa, mutta yhtiön avulla voi joissain tapauksissa varmistaa sen, että tuloista kotiutuu itselle suurempi prosentti.

Koska Teosto tilittää tekijänoikeuskorvauksia kahdesti vuodessa ja kaikki siihen asti kerätyt korvaukset tilitetään aina kerralla, lauluntekijä hyötyy toiminnan yhtiöittämisestä erityisesti siksi, että muuten yksittäisten hittien aiheuttamista tulopiikeistä joutuu maksamaan kohtuuttoman paljon veroa verrattuna kevyempiin vuosiin. Kun tekijä ohjaa edes osan tuloistaan yhtiölle, hän voi nostaa rahaa pienemmissä erissä palkkana tai pääomatulona tarpeen mukaan ja näin maksaa pienemmistä summista vähemmän veroa. (Heikkilä 2007.)

Yhtiön perustamiseen on toki muitakin syitä, ja usein sen kautta hoidetaan myös keikkamyyntiä ja/tai merchandise-kauppaa.

Kotisivujen merkitys esiintyjien viestinnässä on pienentynyt samalla kun

digitaalinen media on pirstaloitunut entisestään. Se että erityisesti nuoria faneja koukuttavalla Sannilla ei ole kotisivuja, mutta hän on kuitenkin hyvin aktiivinen erilaisissa sosiaalisten medioiden palveluissa, saattaa olla yhdenlainen indikaatio siitä, että etenkin nuorten parissa vuorovaikutteiset ja yhteisölliset someviestimet ovat merkityksellisempiä tiedotuskanavia kuin yksisuuntaiset kotisivut. Tekijänoikeustulojen näkökulmasta someviestimistä esim. biisien soittokerrat YouTubessa ja Spotifyssa tuottavat tekijöille tekijänoikeustuloa ja näitä suoratoistolinkkejä voidaan jakaa useilla eri sosiaalisen median alustoilla, kuten esim. Facebookissa ja Twitterissä. Kotisivujen rooli onkin yhä useammin ohjata artistin nimellä googlaavat käyttäjät sosiaalisen median profiileihin. Usein sivuilta löytyy myös blogi ja/tai merchandise-tuotteiden verkkokauppa.

Biisien tekeminen yhteistyönä eli ns. co-writing on vahvasti tätä päivää, ja sen avulla lauluntekijän on mahdollista laajentaa omaa perspektiiviään ja ilmaisuaan. Tämän benchmarkkaukseen valikoituneiden lauluntekijöiden **sanoituslähtöisyys** suhteessa sävellyksiin kertoo ehkä jotain siitä, kuinka tärkeä menestyksen elementti sanoitus on suomenkielisessä musiikissa ylipäätään. Mm. vuonna 2013 YLE:n Pop-Talk ohjelmassa levymoguli Pekka Ruuska toteaa, että sanoitusten merkitys kaikessa suomenkielisessä musiikissa on todella suuri (Laine & Haarma 2009). Tässä tarkastelussa olevista laulaja-lauluntekijöistä kaksi (Pyhimys ja Vesala) tekee sanoituksia paljon myös muille. Näistä Vesala on kuitenkin oman soolotuotantonsa osalta siirtynyt yhä vahvemmin myös säveltämään ja tuottamaan biisinsä itse. (Seppänen 2015.)

Uutelan toiminnassa näistä neljästä toteutuu kaksi. Hänellä on kotisivut, jotka on tarkoituksellisesti laadittu siten, että ne ohjaavat liikennettä Facebookiin, jossa ylläpidetään myös keikkakalenteria, ja joka toimii Uutelan pääasiallisena viestintäkanavana. Hän myös sanoittaa esittämistään kappaleista pääosan itse. Co-writingin osuus kuitenkin vielä osittain uupuu. Joitain yksittäisiä on kuitenkin tehty tiimityönä omaan esitysohjelmistoon, joten tässä mielessä ollaan menossa muiden kanssa samaan suuntaan. Yhteistyökappaleita toisten lauluntekijöiden kanssa on kyllä tehty muiden esitettäväksi paljon. Soolotuotanto on varsinkin alussa haluttu pitää muista projekteista hieman irrallaan. Tällä hetkellä

biisintekokumppaneille on uudenlainen tarve, koska aikaa niiden tekemiseen on vähemmän ja tiimissä biisit syntyvät nopeammin. On myös huolehdittava siitä, että kaiken keikkakiireen ja muun lomassa oma kynä ei pääse niin sanotusti tylstymään. (Uutela 2016d)

KEHITYSEHDOTUS:

Vain elämää -julkisuutta ei ehkä voi näin tuntemattomana artistina saavuttaa, mutta ehkäpä pienemmässä mittakaavassa voisi harjoittaa biisienvaihtoa, jonka avustuksella omalle materiaalille voisi saada lisää yleisöä. Lähes jokaisella esiintyjällä on kuitenkin omat sosiaalisen median kanavansa, joiden kautta voisi saada huomiota ja näkyvyyttä cover-versioille. Tämä olisi myös, aiempaan kehitysehdotukseen viitaten, hyvää ristiinviestintäsisältöä.

5.3 Erikoisuudet laulaja-lauluntekijöiden toiminnassa

Samalla kun tutkitaan mitä kaikki muut tekevät, on hyvä kiinnittää huomiota myös siihen mitä kukaan muu ei tee sillä usein juuri se erottaa artistin muista. Tutkimalla käänteisesti edellisen taulukon tietoja, löysin kunkin laulaja-lauluntekijän toiminnasta muutamia konkreettisia eroavaisuuksia. Ainoastaan Vesalan toiminnassa kaikki oli sellaista mitä joku muukin kuudesta tekee.

Taulukko 2: poikkeuksellista laulaja-lauluntekijän toiminnassa

Megakonsertit	Cheek
Ei omaa yhtiötä	Sanni
Ulkomusiikillinen kohujulkisuus	Sanni
Sekä sävellys että sanoitus omia	Kela
Vähän julkisuutta	Pyhimys
Ulkopuolisia sanoittajia	Tuisku

Cheekin megakonsertit Helsingin Olympiastadionilla olivat vuoden 2014 kuumimpia puheenaiheita. Cheek järjesti omistamansa Liigamusic Oy:n ja

Warner Liven kanssa kaksi loppuunmyytyä konserttia, joihin molempiin myytiin yli 40 000 lippua, jotka maksoivat n.40-60 euroa kappaleelta (Vedenpää 2013; Järvinen 2014). Cheekin omistaman Liigamusic Oy:n tulot tuona vuonna nousivat verotietojen mukaan jo lähes puoleentoista miljoonaan (STT 2015) ja henkilökohtaista tuloa Cheekille kertyi jo yli 230 000 euroa (Auvinen 2015).

KEHITYSEHDOTUS:

Vaikka Olympiastadionin saaminen täyteen ilman Cheek-tason tunnettuutta voi olla ajatuksena jo epäuskottava, niin pienemmässä mittakaavassa itse järjestetyt ja/tai organisoidut tapahtumat voisivat olla vähintäänkin hyvä lisä normaalien kiinteähintaisten baarikeikkojen rinnalle. Itse järjestetyt tapahtumat toisivat tuloja suorassa suhteessa myytyihin lippuihin. Jos tällaisen oman konsertin järjestäisi vaikka vain kaksi kertaa vuodessa, sitä voisi buffata myös baarikeikoilla ja tapahtumaa voisi tuoda eri yhteyksissä esiin pitkin vuotta. Tällöin olisi todennäköistä, että liput tekisivät pitkän markkinointikaarensa ansiosta kauppansa. Toimintamalli on sikäli myös melko riskitön, sillä kokemukseni mukaan useimmissa tapauksissa tällaiset tilavaraukset on mahdollista purkaa, mikäli näyttäisi siltä, että väkeä ei saada tarpeeksi paikalle.

Toiminnan yhtiöittämättä jättäminen voi olla Sannin tapauksessa henkilökohtainen valinta, mutta ehkä todennäköisemmin välivaihe kuin pysyvä ratkaisu. Hän on kaikista tarkastelussa olevista laulaja-lauluntekijöistä nuorin, ja jos katsotaan tässä tarkastelussa olevien muiden laulaja-lauluntekijöiden taustoja, niin levy-yhtiön kautta parrasvaloihin tiensä raivanneista tekijöistä eivät muutkaan hallinnoineet vielä 23-vuotiaana musiikillista toimintaansa oman yrityksensä kautta. (Seuraavaksi nuorin tekijä on 10 vuotta vanhempi Antti Tuisku.) Ilman omaa yritystä välttyy myös monenlaiselta ylimääräiseltä "paperinpyörittelyltä" joka monien taiteilijoiden mielestä on epämiellyttävää ajanhukkaa.

KEHITYSEHDOTUS:

Koska tämä on Uutelan ja Sannin toiminnassa yhteneväistä, en anna kehitysehdotusta tähän. Uutelan toiminnassa pidämme oman yrityksen

perustamista todennäköisenä kehityssuuntana, ja viimeistään siinä vaiheessa kun fanituotemyynti aloitetaan otetaan vaihtoehto uudelleen tarkasteluun. Lähtökohtaisesti pyritään Sannin tavoin toistaiseksi minimoimaan Uutelan oma työmäärä.

Ulkomusiikillinen kohujulkisuus on velloneut Sannin ympärillä jo uran alkuvaiheista lähtien. Sanni sai levytyssopimuksen Warnerin kanssa vuonna 2013, joten hän on melko tuore tähti musiikkitaivaalla. Lisäksi, kuten taulukosta ilmenee, hänen faneistaan huomattavan suuri osa on lapsia. Viimeaikaiset kohut ovatkin koskeneet pitkälti juuri lauluntekijän moraalista vastuuta sanoitusten sisällön osalta kun fanikunta on hyvinkin nuorta. (Siltamäki 2016) Keskustelua on kuitenkin syntynyt myös esimerkiksi Sannin seksuaalisesta suuntautumisesta (Nieminen 2016) ja laihuudesta (Juuti 2016). Alla muutamia otsikoita, jotka löysin Googlaamalla hakusanoilla “sanni” ja “kohu”:

- Miksi kahden levyn Sanni on mukana Vain elämää -ohjelmassa?
- Sanni julkaisi lomakuvan - Fanit huolestuivat hoikkuudesta
- Laulajapari Sanni ja Eveliina Rodoksella: nakuilua ja pussailua!
- Sanni Että mitähän vittua -kohusta: Ostin popcornia ja lueskelin ihmisten kommentteja
- Sannin musiikkivideolla lapset laulavat seksistä – levy-yhtiö poisti videon netistä kysymysten jälkeen

Kun etsin mediaosumia *Mitähän vittua* -kohusta, havaitsin että monissa medioissa kyllä kommentoitiin kohua, mutta niitä edeltävät kohuartikkelit puuttuivat kokonaan. Myös *Vain elämää* -kohun rakenne oli vastaavan kaltainen. Ottamatta kantaa siihen, miten tieto oikeasti on päätynyt medioille, antaa tällainen uutisointi viitteitä siitä, että illuusio kohusta on luotu itse.

Varsin todellista kuohuntaa aiheutti sen sijaan Sannin musiikkivideo-kohu. Tämä syntyi siitä kun Warner julkaisi Sannin musiikkivideon, joka oli koostettu Sanni-fanien itse kuvaamista lip sync -videopätkistä. Videolla fanit laulavat Sannin *Vahinko*-kappaletta. Kertosäkeistön kohtaan: *“Jos haluat testaa mua yhen kerran vaan, mulla on mesta mihin mennä”* oli leikattu kaikkein nuorimmat,

arviolta 8-vuotiaat fanit ja kohu oli valmis. Tässä viimeisimmässä kohussa myös monet kasvatustalon ammattilaiset astuivat esiin ja ilmaisivat mediassa mielipiteensä siitä, että tällainen toiminta ei ole ok. Sanni sai tapauksen tiimoilta jälleen todella paljon näkyvyyttä, vaikka video poistettiinkin lähes välittömästi sen jälkeen kun Helsingin Sanomien toimittaja esitti kysymyksiä videosta. (Lehmusvesi 2016; Jokiniemi 2016)

KEHITYSEHDOTUS:

Myös Uutelan kanssa huomattiin ulkomusiikillisen merkitys jo vuoden 2013 kesäkuussa kun hän joutui auto-onnettomuuteen ja Iltalehti uutisoi aiheesta välittömästi (Iltasanomat 2013). Vaikka artistin kannalta olisi mukavampaa, että musiikki itse puhuisi puolestaan, niin se ei useinkaan riitä valtakunnallisen uutiskynnyksen ylittämiseen. Sen sijaan jos biisi/julkaisu kytkeytyy tavalla tai toisella johonkin kokuun, niin sillä voi todennäköisesti "ostaa" palstatilaa. Jatkoissa näihin kytköksiin tullaan kiinnittämään enemmän huomiota, vaikka Sanni-tyyppistä negatiivista julkisuutta aiotaan jatkossakin välttää. Esim. Uutelan nyt 2016 julkaistun Moottoritie oli kuuuma -singlen intertekstuaalisesta viittauksesta Pelle Miljoonan Moottoritie on kuuma -kappaleeseen olisi voinut hyvin saada jutun juurta ja palstatilaa aikaiseksi, etenkin jos vaikka pyytäisi Pelle Miljoonalta kommentteja aiheeseen ja liittäisi ne osaksi tiedotetta. Uutelan tiedotustoiminnasta osa voitaisiin jo tässä vaiheessa myös ulkoistaa ammattilaiselle.

Biisien tekeminen kokonaan itse Anssi Kelan tapaan on ollut Uutelankin linjaus soolomateriaalin osalta. Tästä on se keskeinen hyöty, että kun biisit tekee alusta loppuun itse, saa myös pitää itse kaiken teostotulon mitä kappaleen käytöstä kerätään. Pelkistetysti, jos biisissä olisi viisi tekijää, kappale tarvitsisi viisi kertaa enemmän soittoa tuottaakseen yhdelle tekijälle saman määrän teostotuloja. Sen lisäksi, että Kela on tehnyt biisinsä itse, hän on esimerkiksi viimeisimmällä *Anssi Kela* -albumillaan myös soittanut itse lähes kaikki instrumenttiraidat, jonka lisäksi hän on myös levynsä tuottaja. (Fono 2016a) Näin ollen hän uusimman levynsä saama radiosoitto kerryttää hänelle teostotulojen lisäksi myös runsaasti Gramex-korvauksia.

KEHITYSEHDOTUS:

Koska Uutela esiintyy pääasiassa yksin kitaransa kanssa ja kappaleet toimivat sellaisenaankin erinomaisesti, voisi olla järkevää toteuttaa myös sellainen "mies ja kitara" -albumi, jossa ainoana säestyksenä olisivat Uutelan itse soittamat kitararaidat. Tällaisen julkaisun tekeminen olisi massiivisempiin produktioihin verrattuna huomattavasti edullisempaa ja sen saadessa soittoa Gramexit tuloutuisivat Uutelalle kokonaisuudessaan, jolloin hyötysuhde olisi isompi. Yksi lähestymiskulma voisi olla sellainenkin, että kaikista biiseistä julkaistaisi aina varsinaisen levyversion lisäksi myös pelkistetympi, akustinen "mies ja kitara" -versio, joka voisi olla faneille mukava lisä löydettäväksi Spotifyn soittolistoilta jne. Esim. tuplalevy, jossa toinen levy on täynnä varsinaisia versioita ja toinen levy akustisia "mies ja kirara" -versioita voisi olla varsin toimiva konsepti.

Vähäinen julkisuus ei oikeastaan vastaa Pyhimyksenkään kohdalla koko totuutta ja hänen toiminnassaan pyrkimys on selkeästi ollut sen suuntainen, että näkyvyyttä on hankittu lisää ja sitä on tuntumani mukaan pyritty myös ylläpitämään. Lisäksi uskon, että Pyhimys on melko tunnettu rap-skenessä, vaikka hän ei olekaan muiden tarkastelussa olevien laulaja-lauluntekijöiden tavoin koko kansan *Vain elämää* -julkimo.

KEHITYSEHDOTUS:

Koska näkymättömyys musiikkialalla ei käsityksemme mukaan kasvata laulaja-laulajan tulovirtoja ja Pyhimyksen on jatkuvasti yhä enemmän esillä eri medioissa ja muissa yhteyksissä, en anna kehitysehdotusta tähän, vaan totean, että pinnan alle painuminen on todennäköisemmin haitaksi kuin hyödyksi bisnekselle.

Ulkopuolisia sanoittajia käytti tässä tarkastelussa olevista laulaja-lauluntekijöistä systemaattisesti vain Antti Tuisku. Tämä ei silti tarkoita, etteikö hän kuitenkin olisi biisientekoprosesseissa vahvasti mukana, sillä esim. Fonon äänitetietokannasta selviää, että hän on monissa kappaleissa

osanoittajana tai osasäveltäjänä. Omien sanojensa mukaan hän onkin oppinut antamaan tilaa muille lauluntekijöille.

KEHITYSEHDOTUS:

Viime kädessä tärkeintä ei ole se, kuka biisit tekee, vaan se, ovatko kappaleet tarpeeksi hyviä. Artistin on toki Tuiskun tavoin hyvä olla biisintekoprosessissa mukana, jotta biisistä tulee sellainen, että esiintyjä pystyy seisomaan kappaleen takana. Usein ulkopuolinen kirjoittaja saattaa myös tehdä yksinkertaisesti parempaa tekstiä kuin mihin artisti pystyy, ja vaikka näin ei olisikaan, tuo ulkopuolinen kirjoittaja ainakin runsaasti uusia näkökulmia. Biisien tekeminen yhteistyönä on yleensä myös nopeampaa kuin kappaleiden tekeminen yksin. Uutelan tapauksessa ulkopuolisia sanoittajia voisi käyttää ainakin joissain yksittäisissä kappaleissa, jolloin niiden roolina olisi laajentaa ilmaisua.

6 YHTEENVETO

Kun kävimme Uutelan kanssa läpi vertailuanalyysia ja siitä johtamiani päätelmiä, huomasimme että muutamissa asioissa oli jo tiedostamatta otettu pieniä askeleita oikeaan suuntaan. Vertailuanalyysin myötä nämä pienet askeleet tulivat päivänvaloon ja tulevaisuudessa uskalletaan entistä vahvemmin panostaa etenkin niihin toimintamalleihin, jotka ovat linjassa muiden laulaja-lauluntekijöiden toiminnan kanssa. (Uutela 2016e.)

Esimerkiksi ristiinviestintä oli sellainen asia, mitä on jonkin verran tehty, mutta jota ei ole sen kummemmin ajateltu. Se otetaan jatkossa isompaan rooliin sosiaalisen median kanavissa. Yhteisteosten ja ns. co-writingin osalta Uutelan radioittoaikin saaneessa *Muistijäljet* -kappaleessa on toisena sanoittajana duo-kaveri Salla Flinkman, jolta haettiin co-writing-apua, koska biisi tarvitsi Uutelan mielestä uutta näkökulmaa. Tällaisia projekteja on varmasti tulossa lisää, vaikka pääpaino pysyisikin kokonaan omissa biiseissä. (Uutela 2016e.)

Vertailuanalyysissä löytyi myös Uutelan näkökulmasta kokonaan uusia toimintatapoja, joita ei aiemmin ole edes pohdittu. Tällaisia olivat esimerkiksi "mies ja kitara" -levyn tekeminen sekä biisienvaihto muiden laulaja-lauluntekijöiden kanssa. "Mies ja kitara" -levy tai levyversioiden kanssa rinnakkaiset yhden kitaran versiot voisivat Uutelan mukaan tulevaisuudessa tulla kyseeseen, joskin juuri tässä hetkessä urbaanimmat soundit kiinnostavat enemmän. Biisienvaihto kaikenkaikkiaan tuntui hyvältä ajatukselta; jos löytäisi vaikka saman tunnettuustason laulaja-lauluntekijöiltä joitakin todella hyvä biisejä, niin niitä voisi nostaa esiin jo ihan solidaarisuussyistä. (Uutela 2016e.)

Ennenkaikkea vertailuanalyysin tekemisestä jäi sellainen olo, että tällaisten taulukkoanalyysien tekeminen kannattaisi ottaa säännölliseksi tavaksi. Valitsemalla taulukkoon taiteilijoita, jotka edustavat tavalla tai toisella sellaista suuntaa, johon lauluntekijä kulloinkin haluaa toimintaansa viedä, on mahdollista kartoittaa ainakin osa niistä keinoista, joilla tilanteeseen on päästy. Silloin, kun ollaan lähellä sitä mitä tavoitellaan, on vertailuanalyysi hyvä työkalu oman position eli markkina-aseman määrittämisessä suhteessa muihin taiteilijoihin.

Saman taulukon käyttäminen uudelleen, esimerkiksi vuoden päästä, olisi yksi hyvä tapa seurata kehityksen kulkua. Perspektiiviä taas voidaan laajentaa lisäämällä taulukkoon uusia toimintatapoja ja esiintyjiä. Lisäksi hyvä tapa hyödyntää taulukon avulla toteutettua vertailuanalyysia on vertailla omaa ja muiden toimintaa pienempinä osaryhminä, kuten esimerkiksi musiikkilajeittain, kielialueittain tai vaikka sen mukaan, tekeekö esiintyjä itse biisinsä vai ei.

Vaikka perinteisesti vertailuanalyysia tehdäänkin suhteessa oman alan edustajiin, joiden toiminnassa on yhtäläisyyksiä omaan tekemiseen, niin erittäin suuria oivalluksia voi tarjota myös täysin eri alalla ja tavalla toimivien tahojen tarkasteleminen vertaisanalyysin keinoin. Mitä laulaja-lauluntekijä voisi oppia esimerkiksi stand up -koomikolta? (Kim & Mauborgne 2014.)

LÄHTEET

- Aho, Marko & Käräjä, Antti-Ville (toim.) 2007. Populaarimusiikin tutkimus. Tampere: Vastapaino
- Auvinen, Henni 2015. Cheekille taas jättitulot! Viitattu 5.9.2016.
http://www.iltalehti.fi/viihde/2015110120517443_vi.shtml
- Flinkkilä, Janne 2015. Mikä on kustannussopimus? Viitattu 26.8.2016.
<http://www.rytmimanuaali.fi/mika-on-kustannussopimus/>
- Fono 2016a. Viitattu: 26.8.2016.
<http://www.fono.fi/Dokumentti.aspx?kappale=levoton+tytt%C3%B6&ID=040e7ec4-9f75-4c2a-99f7-e719768db149>
- Fono 2016b. Viitattu: 26.8.2016.
<http://www.fono.fi/LaajennettuHakutulos.aspx?tekija=tuisku+antti>
- Gramex ry 2016a. Kuka saa korvauksia ja kuinka paljon. Viitattu 26.8.2016.
http://www.gramex.fi/fi/oikopolut/usein_kysyttya/paljonko_korvauksia_muusikot_ja_tuottajat_saavat
- Gramex ry 2016b. Gramexin tilityssännöt 1999/2008. Viitattu 26.8.2016.
http://www.gramex.fi/fi/taiteilijat_ja_tuottajat/aanittean_tuottaja/tilityssaannot/tilityssaannot_1999
- Gramex ry 2016c. Usein kysyttyä - Teoston esittely. Viitattu 26.8.2016.
http://www.gramex.fi/fi/oikopolut/usein_kysyttya/teoston_esittely
- Heikkilä, Martti 2007. Mikä mättää tekijöiden verotuksessa. Viitattu 5.9.2016.
<http://www.elvisry.fi/kolumni/mika-mattaa-tekijoiden-verotuksessa>
- Iltalehti 2013. Laulaja Jari Uutela joutui hurjaan onnettomuuteen. Viitattu 5.9.2016. http://www.iltalehti.fi/viihde/2013062317181988_vi.shtml
- Jokiniemi, Emmakaisa 2016. Lastenpsykiatri Sinkkonen Sannin musiikkivideosta: "Teinimeininki 8-vuotiaana, ihan älytöntä". YLE. Viitattu 5.9.2016.
http://yle.fi/uutiset/lastenpsykiatri_sinkkonen_sannin_musiikkivideosta_teinimeininki_8-vuotiaana_ihan_alytonta/9105723
- Juuti, Mikko 2016. Fanit huolissaan Sannin hoikkuudesta lomakuvassa: "Mitä tapahtunut?". Iltasanomat. Viitattu 5.9.2016.
<http://www.iltasanomat.fi/viihde/art-2000001186779.html>
- Jyväskylän yliopisto, Taiteiden ja kulttuurintutkimuksen laitos 2016. Johann Sebastian Bach: Mastteus passio. Viitattu 6.9.2016.
https://www.jyu.fi/hum/laitokset/taiku/taiku_opiskelu/kurssit/klassikot/materiaalia/musiikki
- Järvinen, Jami 2014. Keikkareportaasi Olympiastadionilta - Cheek, Suomen Hannah Montana. Rumba. Viitattu 5.9.2016.
<http://www.rumba.fi/live/keikkareportaasi-olympiastadionilta-cheek-suomen-hannah-montana/>
- Karhumaa, Mika 2000. Musiikkibisnes. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Karhumaa, Mika & Lehtman, Ida; Nikula, Jone 2010. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Teos

- Kela, Anssi 2014. Mitä hittibiisillä tienaa. Helsinki: Teosto ry. Viitattu 26.8.2016.
<http://www.teosto.fi/teostory/mit%C3%A4-hittibiisill%C3%A4-tienaa>
- Kim, W. Chan & Mauborgne, Renée 2014. Sinisen meren strategia. Helsinki: Talentum.
- Kuoppala, Mikko 2012. Kuinka elättää itsensä musiikilla ilman yhtään hittiä. Viitattu 26.8.2016.
<https://web.archive.org/web/20130726152120/http://www.pyhimys.com/2012/08/05/kuinka-elattaa-itsensa-musiikilla-ilman-yhtaan-hittia/>
- Laine, Pekka; Haarma, Jukka 2009. Paikan saa hyvä sanoittaja. Viitattu 6.9.2016. <http://areena.yle.fi/1-1289278>
- Lehmusvesi, Jussi 2016. Sannin musiikkivideolla lapset laulavat seksistä – levy-yhtiö poisti videon netistä kysymysten jälkeen. Viitattu 26.8.2016.
<http://www.hs.fi/kulttuuri/a1471313571493>
- Lehtinen, Lottaliina 2012. Muusikon sopimusopas. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Lehtonen, Mikko & Valaskivi, Katja & Kuusela, Hanna (toim.) 2014. Tampere: Vastapaino.
- Lyhty 2016. Taiteilijoiden tulot FAQ. Viitattu 11.9.2016.
http://www.lyhty.info/tekijanoikeus/faktapankki_ja_qa/kysymyksiä_ja_vastauksia/musiikkialan_tulot_faq
- Makkonen, Nita 2015. Ilta-Sanomat. Viitattu 26.8.2016.
<http://www.iltasanomat.fi/viihde/art-2000000945235.html>
- Mattila, Marjo 2016. Fanit. Tuusula: Marjo Mattila ja Reuna Oy.
- Musasto 2010. Äänilevyn historia. Viitattu 11.9.2016.
<https://musasto.wordpress.com/2010/10/22/aanilevyn-historia/>
- Nieminen, Juhamatti 2016. Laulajapari Sanni ja Eveliina Rodoksella: nakuilua ja pussailua! Viitattu 26.8.2016.
<http://www.seiska.fi/Viihdeuutiset/Laulajapari-Sanni-ja-Eveliina-Rodoksella-nakuilua-ja-pussailua/1105225>
- Niva, Mikael & Tuominen, Kari 2005. Benchmarking käytännössä. Oy Benchmarking Ltd
- Rauhala, Teemu 2014. Tekijänoikeustulojen verotus hiertää: "Muutto Ruotsiin käynyt mielessä". Viitattu 5.9.2016.
<http://www.ksml.fi/kotimaa/Tekij%C3%A4noikeustulojen-verotus-hiert%C3%A4-4%C3%A4-Muutto-Ruotsiin-k%C3%A4ynyt-mieless%C3%A4/257206>
- Railimo, Riikka 2016. Mitä luovien alojen menestyminen edellyttää? Viitattu 5.9.2016.
http://www.lyhty.info/blogi/riikka_railimo/?a=viewItem&itemid=338541
- Romero, Rebeca 2015. JVG:n radikaali muutos: Ei enää levyä. mtv3.fi. Viitattu 26.8.2016.
<http://www.mtv.fi/viihde/musiikki/artikkeli/jvg-n-radikaali-muutos-ei-ena-levya/5632886>

- Seppänen, Mika 2015. Paula Vesalan ensimmäinen soolobiisi ulos - uusi taiteilijanimi julki. Viitattu 5.9.2016.
<http://www.iltasanomat.fi/musiikki/art-2000001021881.html>
- Siltamäki, Tuija 2016. Ensin Sannin musiikkivideosta nostettiin kohu, sitten kohuvideon poistamisesta – mistä on kyse? Viitattu 5.9.2016.
<http://www.aamulehti.fi/kulttuuri/ensin-sannin-musiikkivideosta-nostettiin-kohu-sitten-kohuvideon-poistamisesta-mista-on-kyse/>
- Teosto ry 2016. ESITTÄJILLE Viitattu 26.8.2016.
<https://www.teosto.fi/tekijat/esittajille>
- Teosto ry 2016. Tapahtumalupa, hinnastot 2016. Viitattu 27.8.2016.
http://www.teosto.fi/sites/default/files/files/Tapahtumalupa_hinnasto%202016.pdf
- Tamminen, Jenni 2016. Osa muusikoista jätti jo suomen Teoston: “Ei ole reilua, että se on Suomessa palkkatuloa”. Viitattu 5.9.2016.
<https://www.uusisuomi.fi/raha/199004-majja-vilkkumaa-osa-muusikoista-jatti-j-o-suomen-teoston-ei-ole-reilua-etta-se-suomessa>
- Vedenpää 2013. Cheekin toinenkin stadionkonsertti varattiin loppuun. Viitattu 6.9.2016.
http://yle.fi/uutiset/cheekin_toinenkin_stadionkonsertti_varattiin_loppuun/6975035
- STT 2015. Cheekin firmalla tuloja puolitoista miljoonaa. Viitattu 5.9.2016.
http://www.iltalehti.fi/viihde/2015110220600224_vi.shtml
- STT 2016. Gramexilta ennätystilitys: 19,3 miljoonaa euroa musiikille. Viitattu 26.8.2016.
<https://www.sttinfo.fi/tiedote/gramexilta-ennatystilitys-193-miljoonaa-euroa-musiikille?publisherId=4235&releasId=42832861>
- Uutela, Jari 2011. Viesti Facebook-keskustelussa 27.07.2011
- Uutela, Jari 2016a. Viesti Facebook-keskustelussa 24.08.2016
- Uutela, Jari 2016b. Viesti Facebook-keskustelussa 25.08.2016
- Uutela, Jari 2016c. Viesti Facebook-keskustelussa 02.09.2016
- Uutela, Jari 2016d. Puhelinhaastattelu 04.09.2016.
- Uutela, Jari 2016e. Viesti Facebook-keskustelussa 10.09.2016
- Wikman, Lasse 2016. Heiluttaako häntä koiraa? Viitattu 26.8.2016.
<http://www.elvisry.fi/artikkeli/heiluttaako-hanta-koiraa>
- Wikström, Patrik 2013. The music industry. Cambridge, UK: Polity Press.
- YLE 2008. Uudet sopimusmallit arveluttavat muusikkojen etujärjestöä. Viitattu 26.8.2016.
http://yle.fi/uutiset/uudet_sopimusmallit_arveluttavat_muusikkojen_etujarjesto/5829851
- YLE 2016. Viikon 36 / 2016 Levyuutuudet. Viitattu: 2.9.2016.
http://yle.fi/radio/radiosuomi/musiikki/viikon_36_2016_levyuutuudet/9133335