

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA

Kultuurhariduse osakond
Kultuurikorralduse õppekava

Mihkel Laanemaa

**MERILI VARIKU DEBÜÜTSOLOALBUMI „KAS TÕESTI“
VÄLJAANDMINE**

Lõputöö

Juhendaja: Piret Aus, MA (kultuurikorraldus)

Kaitsmisele lubatud.....
(juhendaja allkiri)

Viljandi 2014

SISUKORD

SISSEJUHATUS	4
1. PLAADI TEGEMISE EELLUGU	7
2. PLAADI VÄLJAANDMINE	9
2.1 Eelplaneerimine	9
2.2 Ajakava	11
2.3 Plaadi väljaandmise protsessi tehniline kirjeldus	13
2.3.1 Tootja õigused	14
2.3.2 ISR-koodid	16
2.4 Eelarve	16
2.4.1 Kulud	16
2.4.2 Tulud	17
2.4.3 Sponsor	17
2.5 Disain ning plaadiümbris	18
2.6 Helitöötlus	19
2.7 Tootmine	20
2.8 Plaadi levitamine	21
2.9 Pressiteade	22
2.10 Turundus ja projekti käekäik	22
2.11 Esitluskontserdid	25
3. ALBUMI KÄEKÄIK JA EDASISED PLAANID	27
4. ENESEREFLEKSIION	28
KOKKUVÕTE	30
KASUTATUD KIRJANDUS	31
LISAD	32
Lisa 1 – Merili Variku tutvustus	32
Lisa 2 – Eelarve	33
Lisa 3 – Merili Variku debüütalbumi „Kas Tõesti“ esikaane kujundus	34
Lisa 4 – Digipaki pinnalaotus	35

Lisa 5 – CD ketta kujunduse näidis	36
Lisa 6 – Plaadipoodide reklaamposter	37
Lisa 7 – Plaat värskest tehasesest tulnuna ja Laseringi vaateaknal	38
Lisa 8 – Fotod plaadiesitluskontserdist Tallinna Kaubamajas 14. detsember 2012.....	39
Lisa 9 – Fotod plaadiesitluskontserdist Genialistide klubi kontsertlaval 28. detsember 2012.	40
Lisa 10 – Tartu kontserdi soendusbänd Arles Kangus & Udu	41
Lisa 11 – Pressiteade albumi ilmumise kohta	42
Lisa 12 – EAÜ ja EFÜ audio-infokaart taotluse A osa lühendatud versioon.....	44
Lisa 13 – EAÜ Tasuta koopiad.....	45
SUMMARY	46

SISSEJUHATUS

Minu lõputöö projektiks on Eesti lauljatar Merili Variku debüütsooloalbumi väljaandmine. Merili Varik oli 6 aastat ansambli Agent M lauljatar ning laiemalt teatakse teda ka ansambli Sõpruse Puiestee teise vokalistina Allan Vainola kõrval. Oma artistikarjääri jooksul omab Merili mitmeid märkimisväärseid saavutusi ning on Eesti muusikamaastikul väga põnev ja omanäoline lauljatar. Täpsem artisti tutvustus Lisas 1. Album sisaldab kaheksat lugu ning põhiprodutsentideks ja lugude autoriteks on kaks silmapaistvat nime Eesti *rock*muusikas – Alar Aigro ning Mait Vaik. Alar Aigro on peamiselt tuntuks saanud ansambliga The Tuberkuloited ning Mait Vaik väga paljude erinevate koostöödega. 25 aasta vältel on ta lugusid ja tekste kirjutanud ansamblitele Metro Luminal, Sõpruse Puiestee, Vennaskond, Kosmikud ja Unenäopüüdjad, millistest paljud on omandanud kultuslugude staatuse nagu Metro Luminali „Isa tuli koju“, Sõpruse Puiestee „Ma olen õnnelik, et inimesed on nii ilusad ja head“ ja „1905“ või Vennaskonna „Disko“. Kokku on lauludeks saanud ligikaudu 150 Mait Vaigu teksti, välja on antud ka tema sooloalbum. Antud plaadil on esindatud kaks tema teksti ning tegev on ta olnud ka plaadi salvestamisel, nimelt kaks lugu on sündinud tema kodustuudios. Alar Aigro on plaadil viie laulu autoriks või kaasautoriks ning valdav osa ülejäänud muusikast on salvestatud tema isiklikus kodustuudios. Ka Merili ise on oma sooloalbumil nii sõnade kui muusika autorina osaline, seega võib öelda, et plaat on selle võrra veel eriti tema nägu saanud. Plaadi laulude ja autorite nimekiri on EAÜ ning EFÜ audio infokaart-taotluse väljavõtte näol esitatud töö Lisas 12. Minu lõputöö kajastabki albumi väljaandmise protsessi. Käin läbi väljaandmise etapid, räägin saadud kogemustest ja kirjeldan projekti kulgu ja tegevusi.

Plaadi andsin välja oma ettevõttega MBMA EST MUSIC, mis on loodud 2011. aastal ning see ei olnud esimene selle ettevõtte alt ilmunud album. Julguse oma ettevõtte teoks teha sain peale meie kooli õppejõu Tõnis Metsa loenguid ettevõtlusest ning tema nõuanded ja toetus aitasid firma teoks saamisele palju kaasa. Mind köitis ka loomemajanduse idee üldiselt – ühendada professionaalselt majandus ja kultuur ning kunst. „Loomemajanduse südames asuvad klassikalised kunstialad ehk *core creative fields* (kunst, kirjandus, muusika jt). Sellest kasvab välja nn kultuuritööstus ehk *cultural industries* (nt muusikatööstus, filmitööstus, kirjastamine jt),

kus väljundi (nii toode kui teenus) näol on tegemist kultuuritootega. Eelmisest veelgi laiem on loovtööstus ehk *creative industries* (nt disain, arhitektuur, reklaamindus), mis seob ühelt poolt kultuurilise sisendi ja teisalt muude ettevõtlusharude vajadused. Kõik see aga seostub ülejäänud majandusega ja ettevõtlusega.“ (Loov Eesti kodulehekülg 2014) Seega plaatide väljaandmine on loomemajandus kõige ehedamal kujul, loomemajanduse kodulehel väljatoodud termin kultuuritoode iseloomustab suurepärast plaati kui minu tegevusala objekti – muusikute ühistest jõupingutustest korraldajatega sündinud terviklahendust.

Juba ettevõtte loomise hetkel oli mul olemas konkreetne projekt, mida ellu viia. Seega peaagu kohe peale ettevõtte sündi sündis ka esimene plaat, milleks oli Allan Vainola & Unenäopüüdjate kauaoodatud teine album „Igavene suvi“. Kuna artist oli mastaapne andis projektiga tegelemine ka palju kogemusi alates meediaga suhtlemisest kuni sponsorkokkulepete tegemiseni. Seega käesoleva plaadi, mis oli ettevõttele teiseks väljaantavaks albumiks, väljaandmise hetkeks oli mul juba eelnev ja päris põhjalik kogemus valdkonnast olemas. Kuid alati on midagi juurde õppida. Selle ettevõtte peategevusalaks ongi hetkel kujunenud muusika väljaandmine ning artistide esindamine, missioon ja visioon olid alguses pisut teistsugused ja ehk veidi lennukamad, kuid kujunesid ajapikku ümber, sest väike ettevõtte siiski päris kõigega tegeleda ei jõua. Idee oli tegeleda pisut rohkemate teenuste pakkumisega, kui tegelikult välja kujunes, kuid sisuliselt on säilinud algselt planeeritud 360 ° agentuuri funktsioon, mis on minu jaoks olulisim. Ettevõtte, mis pakub kõike artistile vajalikku alates näiteks abist karjääri planeerimisel kuni promotsioonini, sest plaadi väljaandmine sisaldabki tegelikult kõiki protsesse alates kujundamisest, promotsiooni ja kontserditeni välja. Paljud plaadifirmad ka välismaal on seda teed läinud, et sellist täisteenusust pakuvad, sest see on artistile mugavaim võimalus ning ettevõttele parim lahendus, sest on võimalik mitte vaid plaadiloomes, vaid terves protsessis osaleda ja seda nii majanduslikult kui loominguliselt. „Plaadifirma kontseptsioon on viimasel kümnendil drastiliselt edasi arenenud ja plaatide väljaandmise kõrval tegeleb plaadifirma tänapäeval paljude teiste valdkondadega: näiteks „360° leping“ väljendab artisti ja plaadifirma ärilist suhet, mille järgi tegeleb plaadifirma nüüd ka artisti promotsiooni, kontserttegevuse, muusika kirjastamise ja meenemüügiga, jagades samal ajal artisti genereeritud tulu nendest valdkondadest“ (Juko-Mart Kõlar 2012). Samuti managerime meie artiste, mis tähendab ka abi karjääriplaneerimisel – idee ongi esindada eelkõige neid artiste, kelle muusikat välja anname. Loobusin hetkel ainult mõttest pakkuda ettevõttega eraldi teenustena disaini, kontsertvisuaale jmt, ühesõnaga keskendume selle ettevõttega praegu ainult enda artistidele ja nendega tegelemisele. Võib öelda, et ettevõtte on hetkel keskendunud plaatide väljaandmisele, missioon on anda välja vähemalt ühe tugeva Eesti

artisti plaat aastas ning ka teda võimalusel esindada, visioon kasvada kümne aastaga tasemele vähemalt 5 kvaliteetset plaati aastas, et Eesti muusikaturgu rikastada ning pakkuda eelkõige muusikat, mis omaks ka püsivat väärtust.

Töö esimeses peatükis kirjeldan, kuidas jõudsime antud koostööni, ehk albumi „Kas Tõesti“ väljaandmiseni ning mis staadiumis projekt minu liitumise hetkeks oli. Teises peatükis kirjeldan lähemalt kogu väljaandmise protsessi, alates planeerimisest ja väljaandmise õiguslikust poolest kuni tootmise ja levitamiseni. Alapeatükkidena on välja toodud tähtsamad protsessi osad. Kolmandas peatükis peatun põgusalt sellel, kuidas plaadil on läinud ning mis on hetke plaanid antud kultuuritootega. Neljandas peatükis hindan sündmuse ladusust ning teostan eneseanalüüsi. Plaadi ametlikuks ilmumiskuupäevaks oli esimene esitluskontsert 14. detsembril 2012, kuid poodides oli plaat müügil juba novembri lõpust alates.

1. PLAADI TEGEMISE EELLUGU

Iga artist tahab endast isiklikku jälge jätta. Tihti mängitakse või lauldakse teiste artistide bändides, aga oma isikliku sooloalbumi unistus on siiski väga paljudel. Olen oma töös aru saanud, et plaat on nagu visiitkaart, mis muusikut identifitseerib. Keskne toode, mis presenteerib tema võimekust, kus mängib samavõrd rolli nii materjali enda kunstiline väärtus, mainekus, kellega bändiliidrina koostööd tehakse kui lõpuks ka plaadi majanduslik edukus. See kõik on väga arusaadav, eriti kui tugineda C. Michael Brae seisukohale, kus ta toob välja plaadi kestva väärtuse tarbijale. „Samal ajal, kui mitmed meelelahutusvormid on vaid ühekordne elamus, saab CD-plaati korduvalt nautida ning kasutada veel aastaid“ (Brae 2009, lk 24). Ja olgu see plaat ükskõik, mis meedia kujul, CD või vinüülplaat või midagi muud, siiski jääb keskseks mõte, et tegu on jääva väärtusega, mis paneb artisti kaardile, vormistab ära artisti mingi ajahetke loomingulise potentsiaali ja on karjääri seisukohast oluline, sest inimesed mitte ainult ei tarbi seda ja ei taga sellega artistile lississetulekut vaid võivad veel aastaid artisti selle plaadi järgi defineerida ja seda nii heas kui halvas mõttes. „On selge, et korduvkuulamine aitab muusikat kuulaja jaoks kinnistada“ (Ojasild 2010, lk 12). Seepärast ei tohiks albumi väljaandmisele sugugi kergekäeliselt suhtuda.

Arvestades füüsiliste kandjate müükide vähenemist ning inimeste tendentsi pigem muusika digitaalse tarbimise suunas liikuda, on muusikute jaoks album ka füüsilisel kujul välja anda siiski kuidagi märgiliselt oluline. See konstateerib mingit fakti, on käegakatsutav, olemas. Füüsilisele kandjale on siiski säilinud ka turg ja ostja. Niisis antaksegi muusika tavaliselt välja kombineerituna – füüsilis(t)ele kandja(te)le lisaks ka digilevi kanalid. Juko Mart Kõlar vahendas 2012. aasta lõpus, perioodil kui albumit välja andmas olime ajakirjas Sirp, et Muusikaajakirja NME andmetel kukkus CDalbumite müük 2012. aasta esimestel kuudel XXI sajandi kõige madalamale tasemele ja aastaseks languseks võivat taas prognoosida hinnanguliselt 15%. Lisaks kirjutas ta, et Šveitsis registreeritud mittetulundusliku ühingu IFPI, mis esindab salvestatud muusika tööstuse huve üle kogu maailma, andmetel vähenes plaadimüük 1999–2010 absoluutväärtuses suisa 45% ja prognoositi, et see trend jätkub kiirenevas tempos. (Juko-Mart Kõlar 2012) Ei olnud just julgustavaimad prognoosid, et plaate füüsilisel kujul välja anda.

Meriliga olin tuttav juba varasemast, kuna olin olnud nagu ka eelpool mainitud Allan Vainola plaadi väljaandjaks, samuti olin kontsertkorralduslikult kokku puutunud bändiga Sõpruse Puiestee, Allan on ju ka Sõpruse Puiestee *frontman* ja Merili on sama bändi ning sõpruskonna inimene, seega teadsime üksteist põgusalt. Ühel Sõpruse Puiestee kontserdil tuligi jutuks soov teha oma isiklik sooloalbum. Nagu ka paljudel teistel artistidel nii oli ka Merilil – olles läbi aastate teiste bändides kaasa teinud, küpses ka temas unistus anda välja päris isiklik sooloalbum ning see mõte võttis üha sihikindlamat vormi – luua toimiv sooloprojekt ja plaat kindlasti sama aastanumbri sees ka ära teha. Plaani lõpliku vormistamise teoks saamise takistuseks oli ajapuudus, vahendite leidmise keerukus ning keskse juhtimise puudumine, oli nõ puudus inimesest, kes protsessi juhtida oskaks ning valdkonda tunneks ja omaks teadmisi, et projekt professionaalselt läbi viia. Samas olid olemas eeldused, et projekti asjatundliku juhendamisega kiirelt käivitada. Olemas oli tuumik, ehk bändi koosseis ning sellega juba proove tehtud, mis tähendas, et võimalik oli kiirelt esitluskontserditeks vajalik vorm saavutada. Aasta jooksul oli salvestatud ja välja lastud kaks singlit, millest üks ka edetabelitesse jõudnud, mis oli heaks indikaatoriks võimaliku publiku- ja meediahuvi prognoosimise plaanis ning sellega oli tehtud projektile ka väike eeltuvustus meedias – isutekitajaks, millelegi rohkemale. Singel „Jää alati mu kätte“ oli väljatulekule järgnevatel kuudel sees Õhtulehe koostatavas Eesti enimmängitud lugude TOP10’s – edetabelis, mis on koostatud raadiote Elmar, R2, Uuno ja Sky Plus enimmängitud Eesti laulude põhjal. Salvestatud oli ka must materjal, mis tähendas kokkuhoidu salvestamise seisukohalt. Selle poolest siis eelarve rea võrra lihtsam kui Unenäopüüdjate projekti puhul, kus tuli külastada ka salvestusstuudiot. Materjal oli vaid korralikult miksimata ning masterdamata, mis tähendas lisakulu vaid materjali töötlemise produktsioonis. Olemas oli ka ideeline kuupäev üheks võimalikuks plaadiesitluskontserdiks 14. detsembril Tallinna Kaubamaja Naistemaailmas Jõulurituste sarjas „Jõulumuusika Pärlid Kaubamajas“. Tegelikult omajagu materjali alustuseks, ainult vähe aega projekti teostamiseks. Juttu rääkisime 12. oktoobril 2012, plaat ilmus juba sama aasta 14. detsembril. Seega oli kogu projekti teostumise jaoks aega sisuliselt kaks kuud, mis tähendas endas väga intensiivset ja kontsentreeritud projekti, kuid ma ei kartnud, sest teadsin, et kui asjad hästi planeerida ja kiired kokkulepped vajalike osapooltega saavutada, on see võimalik. Mis muretsema pani oli see, et samal ajal oli vaja ka koolis käia. Võtsin kiire paaripäevalise mõtlemisaja, et kaalutleda läbi esialgne võimalik ajakava. See mõttetöö tehtud võtsin seisukoha, et tuleb teha üldine eelarve (vt. Lisa 2) ning peale seda, kui leian kiirelt ka rahastuse, siis teeme projekti ära. Leppisime nii kokku ning asusin tegutsema, mis nagu minu lõputööst nähtub viis välja ka reaalse tulemuseni.

2. PLAADI VÄLJAANDMINE

2.1 Eelplaneerimine

Niisis peale esimest vestlust võtsin kiire paaripäevalise mõtlemisaja, kus kaalutlesin läbi esialgse võimaliku ajakava, puhtalt oma kogemuse baasilt. Teades keskmisi plaatide tootmise tarneaegu, mis on 1-14 tööpäeva, helitöötuse ning disaini valmimiseks võimalikke ajaraame ning ka seda, mis hetkel vahendajafirmaga, kellega minu ettevõttel oli juba leping sõlmitud ühendust peaks võtma, et plaadid õigeaks ajaks, ehk siis enne jõule poodidesse jõuaksid. Olin juba planeerinud, et parim aeg poodidesse jõudmiseks ongi just jõulueelne aeg. Näiteks tootjatehaste tarneajad võivad aasta lõpus olla oluliselt pikemad, seepärast on tähtis ka kokkulepped pisut varem ära teha, sest jõuluperioodil on tehastel siis iseäranis palju tööd ning hiljaks jäädes ei pruugi neil lihtsalt sinule vajalikuks kuupäevaks olla enam võimalik tellimust täita, sest tellimusi on juba liiga palju sisse võetud. Samuti peab sobiv aeg olema vahendajal, sest nad peavad arvestama suurte kaubanduskettide süsteemidega kauba sissevõtmisel, väljapanekul ning ka ajalisel raamil, et tooted üle Eesti kõikjale jõuaksid. Näiteks peavad nad aegsasti poodi toote triipkoodi saatma, sest suurte kaubakettide süsteem on uusi koode sisse võtta umbes 2 korda kuus ning toote kõigisse levikohtadesse jõudmine võtab aega umbes 2 nädalat. Kui on kiire peab sellega arvestama, et toote müügile võtmisega sellise asja puhul probleemi ei tekiks. Olgu juba etteruttavalt öeldud, et kõik toimiski suhteliselt nõ kella pealt, et tootmisest lettidele jõuda ja jõudsimeni kenasti. Samuti teadsin, et projekti promotsioon peab algama juba siis, kui tootmine veel käib, et kõik ajaliselt klapiks. Kui toode jõuab müügile on rahvas juba teadlik. Aga olen isikliku kogemuse najalt tähele pannud, et see on väga sage näht, et promotakse plaati, mis veel tehases tootmisliinil või vahel pole sootuks tootmisse jõudnudki. Aga selleks ei olnud muret, sest teadsin et vajaliku uue singli, mida raadiotesse paisata saab miksiija/masterdaja valmistada prioriteedina ning kui see juba plaati tutvustavana raadioeetrid vallutab, rahulikult ülejäänud projekti töötusega tegeleda. See mõttetöö tehtud võtsin seisukoha, et tuleb teha üldine eelarve (vt. Lisa 2) ning peale seda, kui leian kiirelt ka rahastuse, siis teeme projekti ära. Eelarve koostamise ning taustade väljaselgitamisega tegelesin umbes nädala jooksul. Rahastuse taotlemise osas olid ka konkreetsed ideed olemas, soodustavaks teguriks oli see, et olin ühe

koostööpartneiga just väga viljakat projekti lõpetamas – Unenäopüüdjate plaadiga seonduv koostöö ettevõttega Saku Õlletehas. Sel perioodil hakati nimelt aasta tagasi sõlmitud sponsorkokkuleppe järgi, mis võimaldas ettevõttel soovi korral oma reklaamis koostöös ilmunud albumilt üht vabalt valitud laulu kasutada, välja valitud loole reklaamklippi valmistama, millele juba suvel materjal valmis filmitud oli. Tegelesime sellega seonduvaga. Neile meeldis minu ettevõtte töö, sest koostöö oli väga tulemuslik ning viljakas ja toimis nende hinnagul hästi. See andis soodsa pinnase ehk ka võimalikuks edasiseks koostööks. Küsisin ka artistilt, kas talle sobiks selline toetaja. Merili oli nõus, kui tingimused on sobivad ja ettevõttel huvi. Seega võtsin asja käsile. Ülevaade võimalikust ajalisest raamist oli olemas, tegin esialgse eelarve mõeldes autoritasudele, keskmisele helitöötluse kulule, plaadi tiraažile ning toote vormile ja võtsin peale seda kiired hinnapakumised suurematelt plaaditootmistehastelt, keda on Eestis kolm. Tootmine pidi saama selle projekti juures suurimaks kulutuseks ning soovisin saada võimalikult soodsa lahenduse. Nendeks tehasteks on Eesti suurim plaaditootja Baltic Disc, kelle kodulehe andmetel moodustab nende toodang 75-80% kodumaisest CD/DVD-plaatide kogutoodangust (Baltic Disc AS koduleht 2014), Tartumaal asuv Digibox ning CDLahendused. Kõige soodsama pakkumise tegi Baltic Disc, minu koostööpartner ka eelmisest plaadiprojektist, millega tegime lisaks esimesele kogusele ka lisatiraaži ning kuna nad on turu suurim ettevõtte, mis tähendab ka suurt vastustust oma maine osas, ollakse ka punktuaalsed ja oma töös väga kvaliteetsed, sest see on nii spetsiifiline valdkond, et keegi ei taha oma kliente kaotada, eriti arvestades eelpoolmainitud füüsiliste kandjate müükide, mis tähendab ju ka tootmisnumbrite vähenemist. Tegu oli ka minu kogemuse järgi väga usaldusväärne ettevõttega, kus olid väga vastutulelikud inimesed, nii soovitude jagamise kui ka kiire operatiivse tegutsemise osas, nii otsustasingi nende kasuks. Mida pean nende puhul silmas operatiivse tegutsemise all, räägin tootmise alapeatükis 2.7. Tegelesin ka ülejäänud kulude väljaselgitamisega ning 25. oktoobril võtsin projekti osas ühendust oma koostööpartneri Sakuga. Õnnestus kokku leppida kiire kohtumine Saku esindajaga, kes oli parajasti sobivalt tööasjus Tartusse saabumas. Kohtusimegi kaks päeva hiljem ühes hubases kesklinna kohvikus. Olin kohtumiseks valmistunud ja kaasas olid tutvustavad materjalid, mida juba kasutada oli võimalik. Esimese asjana oli olemas kaanefoto. Tutvustasin põgusalt salvestatud musta materjali, tutvustasin kaanefotot ning rääksin oma väljamõeldud kujunduskontseptsioonist, millisel kujul plaat füüsiliselt valmima peaks, milline oleks pakendi formaat jmt. Esialgu oli tunda skepsist, sest kui juttu tuli kuupäevadest, et plaat peab nii ruttu valmima koos disaini ja helitöötlusega ning veel enne jõule poodidesse jõudma, arvas ta, et nii ei jõua seda ära teha. Selgitasin ajakava baasil, et see on täiesti võimalik ning olen nõus selle riski võtma ja garanteerin, et kõik läheb planeeritult. Kuna talle kontseptsioon ja artist väga meeldisid

ning ka minu tutvustus sisendas enesekindlust, et kõik võiks tõepoolest niimoodi toimida, oli ta juba pisut huvitatud ning võttis nädalapikkuse mõtlemisaja. Kuna olin sellega arvestanud, et see võib nii minna, siis olin loomulikult nõus. Pisut alla nädala hiljem tuli positiivne vastus ja nii jõuamegi plaadi tegemiseni. Rahastuse saamise hetkest tekkis ka idee plaat muuhulgas oma lõputööna vormistada. Koostas in kiirelt nüüd juba pädeva ajakava, kus sisaldusid siduvad kokkulepped kõigi projektis osalevate inimestega, planeerisin esitluskontserdid ning alustasime tegevustega. Tallinna kontsert oli vaja esialgu vaid kinnitada ning Tartus kasutasin üht juba eelnevalt *bookitud* juhuse tahtel sobivat kuupäeva Genialistide klubis. Niisis see projekt on kindlasti eriline planeerimise kiiruse poolest, millega see teostatud sai!

2.2 Ajakava

Algis Perens käsitleb oma raamatus projektijuhtimine ka tähtaegade planeerimist. Tema sõnul eristatakse kahte tähtaegade kindlaksmääramise meetodit:

1. Algustähtajast lähtuv plaanimine, kus projekti kavandamist alustatakse projekti algustähtajast ja liigutakse edasi, kuni on leitud projekti lõppemise tähtaeg, mis peabki selguma plaanimise lõpptulemusena.
2. Lõpptähtajast lähtuv plaanimine, mida kasutatakse kui kõige olulisem kriteerium on projekti õigeaegne lõpetamine: projekti kavandamist alustatakse projekti lõpust ja plaanides jõutakse projekti algustähtajani. (Perens 1999, lk 94-95)

Minu puhul oli tegemist kindlasti lõpptähtajast lähtuva planeerimisega, sest seadsin tähtsaks 14. detsembril toimuva plaadiesitluse Tallinna Kaubamajas – nende pakutav tundus hea promotsioonivõimalusena. Pealegi plaat jõuludeks välja anda on igaljuhul soodsaim aeg. Allolevalt esitan tabelina (*Tabel 1 Ajakava*) oma eelplaneeritud üldise ajakava. Arvestasin alguses plaadi võimaliku varaseima valmimisajaga (mis tähendab, et esimeseks esitluskontserdiks on plaadid kindlasti üle Eesti müügikohtades olemas) ning hilisemaga võimalikest, mis oleks olnud juba halb, sest plaadid ei oleks saanud piisavalt kaua enne jõule müügil olla, ehk isegi ei oleks kõigi müügikohtade väljapanekusse jõudnud. Sellest lähtuvalt panin paika ka muud tegevused. Õnneks saime varasema ajaga tehtud ja 30. novembriks olid juba kaetud Apollo raamatupoed ning kauplused Lasering, 12. detsembriks olid plaadid saadaval üle Eesti ka kõigis teistes müügikohtades nagu supermarketid, kaubamajad jt ning muusika

allalaaditav ka iTunes'is. Ka iTunes'iga vedas, sest sellega tegelemine jäi natuke hilisema aja peale ning kui viiendal detsembril vahendaja ettevõttega ühendust võtsin, selgus et iTunes'i meeskond on just teada andnud, et muusika üles laadimises tuleb detsembris pühade tõttu veidi pikem paus. Seega, kes vähegi tahtis oma muusikat selle aastanumbri sees iTunes'i müügile panna, pidi selle üles laadima hiljemalt 7. detsembriks. Aga tegutsesime operatiivselt, edastasin kõik vajaliku ja saime korda. Keerukas oli see, et see oli minu jaoks esmakordne koostöö selle firmaga ning pidime ka lepingu sõlmimise formaalsustega tegelema. Esialgne ajakava tegelikust suuresti ei erinenud, püsisin graafikus. Küll aga tekkis ajakavasse asju juurde. Näiteks tekkis idee trükkida suured 500 x 700 mm värvilised reklaamplakatid, lisaiega kulus nende disainile, trükkimisega tegelemisele ning nende eraldi saatmisele Tallinnasse, milleks kasutasin ELS kulleri teenust, kus nende edastamisega poodidesse tegeles plaadivahendaja.

Tabel 1 Ajakava

13 – 15. oktoober	Esialgne ajakava planeerimine ning tootmise hinnapakkumised
15. – 25. oktoober	Eelarve tegemine ning miksija ja <i>masterdaja</i> ning sobivate kujundajakandidaatide leidmine
25. oktoober – 10. november	Toetaja leidmine
20. november	Raha on üle kantud
1. november – 14. november	Muusikalise materjali miksimine ja <i>mastering</i>
1. november – 14. november	Plaadidisaini tegemine; võimalikud toetajalogod jms paigas
23. november – hiljemalt 3. detsember	Plaatide tootmine lõpeb
23. november – hiljemalt 3. detsember	Plaadid vahendaja käes ja väljapanekul
Hiljemalt 19. november	Triipkood saada ning levitaja edastab müügikohtadesse
29. – 30. november	Ilmub uus singel ja sellekohane pressiteade
10. detsember	Ilmub plaadi ilmumise pressiteade
Hiljemalt 7. detsember	Digimüüjaga leping sõlmida
Hiljemalt 15. november	EAÜ ja EFÜ audio infokaart-taotlused esitatud ning autoritasud makstud

Lisaks veel, et ka EAÜ ehk Eesti Autorite Ühinguga läks seekord rahulikult, saime arve makstud ning loa plaatide trükki minekuks lausa 2 päeva enne tootmise algust. On olnud ka olukord, kus tehases reaalselt oodati kinnitust, et selle saamisel kohe nõ nuppu vajutada. See oli Allan Vainola esimese tiraaži puhul, kui oli väga kiire ja kõik tuli teha ühekorraga. Seekord oskasin ka lühikese ajaga juba asjad sobivalt planeerida. Ainus probleem ajakavas oli see, et pidin helirežissööriga kokku leppima veel enne seda, kui toetusotsus oli selgunud. Tal oli ainus vaba aeg 30. oktoobrist – 14. novembrini ja ta oli kindel, et kaks nädalat asjaga tegeleda oleks rahulikult paras. Tegemist on ühe Eesti parima *masterdajaga* ja ma tahtsin hea tulemuse nimel igal juhul just temaga koostööd teha. Ka hind oli väga soodne, sest tegu minu hea tuttavaga, kuid aeg tuli ära planeerida kohe, sest muidu ei oleks jõudnud. Siis otsustasin, et lepime kokku ära ja isegi juhul kui rahastust ei saa ning projekti kohe ei õnnestu käivitada, siis teeme selle materjaliga hiljem miskit edasi. Vähemalt on korralik töödeldud plaadimaterjal käes. See oli esimene mõte.

2.3 Plaadi väljaandmise protsessi tehniline kirjeldus

Plaadi väljaandmise protsessi põhisammud:

1. Esimese sammuna luuakse OÜ või MTÜ;
2. Leida sobivaim plaaditehas;
3. Võtta ilmuv plaat arvele Eesti Autorite Ühingus. Ojasild soovitab plaat teha autoriplaadina, sest siis on võimalik plaadi tasuta ehk ilma salvestustasu maksmata tiražeerimine kuni 1000 plaadini. Ka sel juhul peab vastavalt 999 plaadi täitumisel iga järgneva pealt maksma salvestustasusid;
4. Muretseda plaatidele triipkood, sest ilma ei saa poed seda müügile võtta;
5. Plaadi levitamine. (Ojasild 2010, lk 32)

Omaltpoolt lisaksin täienduseks, et Ojasild räägib eelkõige plaadi väljaandja kui autori seisukohast. Kui plaadi annab välja kolmas osapool ja autorid väljaantaval plaadil on ühingus registreeritud tuleb salvestustasu maksta igal juhul, võimalus on ainult saada soodsama tariifiga promotsooniks mõeldud tasuta jagatavad plaadid. Täiesti tasuta on võimalik saada veel täiendavad kuni 100 tasuta jaotatavat CD plaati, kui on täidetud vastavad tingimused (vt Lisa 13). Arvel kajastuv raha läheb omakorda organisatsioonis registreeritud autoritele ning EAÜ tegevuskuludeks. Salvestustasusid maksin ka mina, mis kajastuvad eelarves Lisas 2. Lisaksin ka, et tema kirjutatud sammudes kajastub esimese sammuna organisatsiooni loomine, see ei ole

mitte alati nii – tegu on juhendmaterjaliga esmakordsele autorist väljaandjale. Samuti on tänaseks aegunud info autoriplaadi osas, juba 2012. aastast kehtestas EAÜ autoriplaadi alla 1000 ühiku suuruse tiraaži puhul 20 euro suuruse registreerimistasu ning tootmisel üle selle tuleb maksta salvestustasu kümme protsenti autoritasudest, mis organisatsioon esitaks tavalise plaadi puhul.

Salvestus ehk reprodutseerimistasusid arvutatakse järgneval põhimõttel:

1. iga tasuta jagatava plaadi eest, mis ei sobi tingimustega (vt Lisa 13) kogutakse autoritasusid 0,4 EUR plaadi kohta
2. iga hulгимüüki mineva plaadi eest on tasu suurus tiraazh X ühingu registreeritud autorite esindatuse protsent plaadil X 9,009%
3. jaemüügi puhul tiraazh X ühingu registreeritud autorite esindatuse protsent plaadil X 7,4%.

„Kui helikandjat müüakse erinevate hindadega, arvestatakse autoritasu alati kõrgeimast hinnast lähtudes“ (Eesti Autorite Ühingu kodulehekülg 2014).

„Muusikateoste kasutajate poolt EAÜ-le laekunud autoritasude jaotamisel lähtub EAÜ kasutajate poolt esitatud andmetest ja esituse kestvusest (või kui see ei ole teada, siis EAÜ-s registreeritud teose kestvusest)“ (Eesti Autorite Ühingu kodulehekülg 2014).

Salvetustasude arve peab olema makstud hetkeks, kui tellimus plaaditootmistehasesse sisse antakse.

2.3.1 Tootja õigused

Asi mida Ojasild ei puuduta on plaadifirma kontekst. Olles plaadileibel on väga oluline teada, et lisaks salvetustasude maksmisele autoritele, keda esindab autorikaitseorganisatsioon Eesti Autorite Ühing pead sa ka ise oma väljaantava plaadi õiguslikku konteksti teadma. Nimelt tekivad plaadi õiguslikul väljaandjal lepingu kaudu esitajaga samuti autoriõigused, fonogrammiõigused oma plaadile. Teadaolevalt on lisaks autoriõigustele ka autoriõigustega kaasnevad õigused. „Autoriõigusega kaasnevad õigused kitsamas tähenduses hõlmavad kolme õiguste omajate rühma õigusi, kelleks on esitajad, fonogrammitootjad ning ringhäälinguorganisatsioonid“ (autor.ee koduleht 2014).

„Kui toimub esituste esmakordne salvestamine või reprodutseerimine on esitaja ja esituse kasutaja (nt. fonogrammitootja) vahel vajalik sõlmida eelnev kirjalik leping. (...) Nagu eelpool märgitud, võib esitusi salvestada ainult Teie eelneval kirjalikul nõusolekul. Tavapäraselt sõlmitakse esituste salvestamiseks fonogrammitootja ja esitaja vahel litsentsileping, mille kohaselt esitaja annab fonogrammitootjale õiguse (loa/litsentsi) salvestada tema (seni) fikseerimata esitusi (salvestatavad esitused on tavaliselt kirjas lepingu lisas) ja neid siis levitada mingitel kandjatel (heli- või videokandja jne).“ (Eesti Esitajate Liidu kodulehekülg 2014)

„Fonogrammitootjatele kuulub õigus lubada ja keelata fonogrammi või selle koopia:

- otsest või kaudset ning ajutist või alalist, osalist või täielikku mis tahes vormis ja mis tahes viisil reprodutseerimist ehk kopeerimist
- importimist
- üldsusele levitamist
- rentimist ja laenutamist
- üldsusele kättesaadavaks tegemist sellisel viisil, et isikud saavad fonogrammi kasutada nende poolt individuaalselt valitud kohas ja ajal“ (Eesti Fonogrammitootjate Ühingu kodulehekülg 2014).

Et saada fonogrammitootjana oma väljaantud plaatide pealt autoritasusid analoogselt autoritele ja esitajatele, tuleks ennast ühingu liikmeks teha, kes osasid fonogrammitootja õigusi organisatsioonina teostada aitab ning kogub tasusid muuhulgas fonogrammi kasutamisel ja selle üldsusele suunamisel (raadio, televisiooni või satelliidi kaudu edastamisel, taasedastamisel kaabellevivõrgu kaudu, avalikul esitamisel ja muul viisil üldsusele suunamisel), üldsusele suunamise eesmärgil reprodutseerimisel, kasutamisel isiklikeks vajadusteks ja laenutamisel. Muidugi võib ennast alati ka täielikult ise esindada, kuid see on nende õiguste puhul üpris keeruline. Ühingusse kuulumine ei tähenda, et ühing esindaks kõiki tootja õigusi, nt reklaamis kasutada soovitava muusika kasutusõiguse otsustab tootja isiklikult ka ühingusse kuulumisel, samuti mõnele kogumikule mineku üle. Ka minu ettevõtte on EFÜ liige ning ka Merili Variku plaat on organisatsioonis registreeritud. Selleks tuleb esmalt sõlmida leping ning peale seda iga albumi puhul täita analoogne infokaart-taotlus nagu EAÜ puhul salvestustasude maksmise korral täita tuleb, mis sisaldab plaadi infot ning loovutada nende arhiivi tasuta plaadi koopia, täpselt nagu EAÜ puhulgi toimida tuleb.

2.3.2 ISR-koodid

„Alates 2001. aasta sügisest on eesti muusika lülitatud ülemaailmsesse ISO 3901 standardile vastavasse fonogrammidele ja muusikavideotele salvestatud muusika kodeerimissüsteemi. ISO 3901 standardile vastavate koodide ametlikuks väljastajaks kõikidele fonogrammide ja muusikavideote tootjatele Eestis on EFÜ, kes 19. septembril 2001 nimetati ISR-koodi Eesti Rahvuslikuks Agentuuriks. EFÜ väljastab 12-kohalisi koode taotluse alusel ning annab tootjale riigi koodi (2 kohta), tootja koodi (3 kohta) ning aasta koodi (2 kohta). Konkreetse fonogrammi või muusikavideo koodi (5 kohta) määrab tootja ise. ISR-kood (ISRC – *International Standard Recording Code*) võimaldab rahvusvahelisel tasandil ilma raskema vaevata tuvastada konkreetset fonogrammi või muusikavideot. Koodi abil on autorite, esitajate ja tootjate ühingutel, kirjastustel, ringhäälingujaamadel ning teistel fonogramme kasutataval organisatsioonidel ja ettevõtetel võimalik oluliselt lihtsamalt opereerida oma andmebaasides oleva informatsiooniga.“ (Eesti Fonogrammitootjate Ühingu koduleht 2014) ISR-koodi lisamine albumi lugudele ei ole kohustuslik, kuid on vajalik digitaalsete müükide teostamise puhul nt keskkonnas iTunes, kus üheks nõudeks on lugudel antud koodi olemasolu.

2.4 Eelarve

„Eelarve on osakonna või organisatsiooni finantsplaan. See kujutab strateegilisi plaane mõõdetavade kulude ja oodatavate tuludena mingi kindla aja jooksul.“ (Narayanan 2010, lk 12) Merili Variku albumi väljaandmise puhul olid tulud ja kulud võrdlemisi kontrolli all ning eelarve väga konkreetset planeeritud. Olid ka mõned ootamatud ettenägematud kulutused, kuid märgatavat kõrvalekallet eelarve lõplikus kulupooles ei olnud. Albumi väljaandmine läks maksma 1508, 7 eurot ning tulude poolel oli 1500 eurot. Projekti eelarve on esitatud töö Lisas 2.

2.4.1 Kulud

Peamisteks kulutusteks olid planeeritud plaadi tiražeerimine, helitöötlus, EAÜ'le makstavad salvestustasud ning projektijuhi tasu. Olin ette näinud väikse summa ka ettenägematuteks kuludeks, mis ennast ära tasus, sest plaadi väljaandmise jooksul tekkis selline kulutus, mis oli küll kokku pisut suurem, kuid ei viinud eelarvet märgatavalt tasakaalust välja. Selleks oli kümne

värvilise 500 x 700 mm reklaamplakati trükkimine suurematesse plaadi müügiga tegelevatesse poodidesse ning ELS kulleriga nende transport Tallinnasse. Samuti oli pisut suurem postikulu postiga laiali saadetud plaatide eest, mis olid vaja saata EAÜ'le, EFÜ'le, sponsorile ning kolme raadiojaama. Suurem osa plaate sai edasi antud ilma postikulu kandmata. Need kulud jätsid antud eelarve lõpuks kaheksa euro ja 70 sendiga miinusesse. Kuid see oli väike mõjur. Soodsate asjaolude kokkulangemisel saime endaga koostöösse väga toreid plaadikujundajaid, kes juba suhteliselt projekti alguses oli nõus meid ilma tasuta aitama. See oli tänuväärseks kokkuhoiduks eelarves, sest plaadi disainile oleks minu teiste disainerite puhul kulunud vähemalt 200 eurot lisaks. Samuti oli kodulehega, mis Merilile tasuta plaadi välja andmise ajaks valmis tehti. Ka sündmuste kontsertfotode tegemine oli tasuta. Tartus tegi pilti minu hea sõber ja fotograaf Jaak Asser ning Tallinnas võttis pildistamise enda peale Kaubamaja turundusspetsialist Esme Kassak. Tartu plaadiesitluskontserdi eelarve oli plaadieelarvest sõltumatu ja iseseisev. Tallinna esitluskontsert toimus koostöös Tallinna Kaubamajaga ning korralduskulud tasuti nende poolt.

2.4.2 Tulud

Kõik projekti läbiviimiseks vajalikud vahendid tulid projekti peasponsorilt Saku Õlletehaselt. Juba ajaline piiritletus takistanuks toetusi fondidest taotleda ning selle projektiga ei oleks mul see ka plaanis olnud. Mulle endale meeldib võimalusel koostööd teha just teiste ettevõtetega, sest see on palju põnevam ning rikastavam kogemus mõlemale poolele ning ära jääb ka keerukas etteantud tähtaegadest sõltuv planeerimine ning aruandlus, mida riiklikud rahastusallikad tihti nõuavad. Minu enda kogemus ütleb, et *rock*muusika puhul ei ole toetuse saamine riiklikelt institutsioonidelt ka kõige kindlam kaart, millele panustada. „Kuna finantstoetust saada on üha raskem, ei otsi kultuuriorganisatsioonid enam abi ainult valitsuselt. Teiseks rahastamisallikaks on muutunud korporatiivne sponsorlus. Kultuuriorganisatsioon pakub ettevõtte nime eksponeerimist ja meelelahutusvõimalusi ettevõtte töötajatele ning külalistele, samal ajal kui ettevõtte rahastab kultuuriorganisatsiooni ja pakub talle muulgi moel toetust.“ (Kolb 2005, lk 152)

2.4.3 Sponsor

Sponsoriks oli Saku Õlletehas ning tingimusteks oli paigutada plaadi ümbrise kujundusse Saku Õlletehase logo ning teiseks anda kasutusõigused ilma täiendava tasuta ühele vabalt valitud laulule väljaantavalt albumilt mõnes Saku reklaamikampanias kasutamiseks (kanalid: TV, raadio, internet). Valiku õigus kehtib igavesti, aga kui laul ükskord kasutusele võetud, siis sellest hetkest alates ühe aasta vältel.

2.5 Disain ning plaadiümbris

Plaat ise on mati laminaatkattega kahepoolne digipakk, ehk kartongpakend mitte plastkarp. Kogu plaadi idee on olla maitsekalt ning õhuliselt tagasihoidlik ning minuarust on see hästi õnnestunud. Me ei soovinud läikivat laminaati ega UV ja offset lakkidega kaetavat versiooni just selle pärast, et tahtsime kena ja võimalikult tagasihoidlikku lahendust, mis liialt ei klantsi. Plaadi pinnalaotus ning näidis CD ketta kujundusest on ära toodud Lisades 4 ja 5. Plaati füüsiliselt ning vaateaknal näeb Lisas 7. Plaadi kujunduse aluseks oli plaadi kaanepilt ning disainilahenduse idee töötasime välja Merili Varikuga kahekesi. Idee oli, et plaat oleks võimalikult puhas, hele ja värske – minimalistlikult maitsekas. Arvan, et jõudsime koos disaineriga nädala jooksul ideaalse lahenduseni, mulle endale meeldib isiklikult selle plaadi kujundus väga. Huvitav moment oli plaadikaanega. Plaadi esikaane kujundus on ära toodud Lisas 3 ning foto autoriks Jordi Martinez Baldovi. Kindlasti on märgata, et seal ei ole kirjas artisti nime ega ka albumi nime. See oli taotluslik ning sõdisime päris palju vahendusfirmaga, kes arvas, et niimoodi plaati ei osteta. Sooviti plaadi kilele kleepida vähemalt kleebis välja antud singlite pealkirjade, mida album sisaldab ning artisti nimega või siis lihtsalt albumi ning artisti nimega. Või soovitati kaanele suurt äratuntavat näopilti. Olin juba disainimise perioodil vahendajafirmaga suhtluses. Näiteks kleebis oleks tähendanud lisakaulu, kuid lisaks sellele artisti eemaldumist oma suurest soovist teha plaat just sellisel kujul. Öeldi, et aga kleeps on ju kilel, kui ära võtta on kaan ikka puhas, kuid ka sellisel kujul oleks ikkagi pakendi kaanel olnud asi, mis oleks muutunud kontseptsioonis koormavaks ja artistile lausa häirivaks. See oleks läinud tema ideega vastuollu, ideega kus artist soovis, et inimene plaadi ja sellele eelnevaga suhestuks ja siis selle enda jaoks leiaks, olla teismoodi, õrn, esteetiline, raamist väljas – kogu plaadi kujundus annab ka seda edasi, et puudub selline punnitatus. Kleeps kaanel oleks loonud ohu, et plaadile võib tekkida lausa kitsilik kõrvalmaik, mida me kindlasti ei soovinud. Kaanel on ka tugev seos selle minimalismiga

üldiselt, mis seal kujunduses tugevalt mõju avaldab. Pealegi minu hinnagul on see vastupidi just silmatorkav lahendus, mis selle plaadi eriliseks teeb, kui plaadipoodides kõndida. Teist sellise, vaid kaanefotoga Eesti plaati ei ole. See kutsub vaatama ja plaati kätte võtma, millega või kellega tegu. Plaadiümbrist avades või albumit tagantpoolt silmitsedes, näed kohe ka artisti- ning albumi nime. Lõpuks jäi nii nagu artisti soov oli ja tegime kaanekujunduse ilma kirjade või kleebisteta. EAN koodi sain samalt vahendajafirmalt Pedrobeat, millest disainer vastava programmiga joonkoodi ehk triipkoodi saab genereerida, mida meie kujundaja ka tegi. Väiketootjana on see lahendus, kood kolmandalt osapoolelt hankida mõistlik, sest vastasel juhul peaks liituma organisatsiooniga, kes EAN koodi jaoks vastavaid numbripõhju väljastab, millest on võimalik oma tootele unikaalne numbrikombinatsioon luua. Sel juhul tuleks maksta liitumistasu ja aastamaksu, mis ei ole nii vähese koodide kasutusvajaduse juures mõistlik. Kasulik on kood näiteks oma hulгимüügifirma käest võtta nagu mina seda teen.

Üks väike probleem oli ka plaadipoodidesse minevate postrite kujundamisega. Nimelt tuli see idee siis, kui plaadikujundus oli valmis ning disaineril ei olnud enam selle projekti jaoks aega. Kuid plaadimaterjalide toorfailid olid olemas ning nende põhjal lasin ühel oma tuttavatel disaineril postri ära teha ja probleem lahenes.

2.6 Helitöötlus

Kuna materjal oli eelnevalt teiste inimeste poolt salvestatud ei teadnud helirežissöör esialgu, mida täpselt oodata, kuid nagu selgus ei olnud ta päriselt saadavaks valmis, ehk ta eeldas pisut paremat algmaterjali. Nagu selgus oli materjalis palju tehnilise iseloomuga defekte, krõpse ning raginaid jms ning tööd oli plaadiga rohkem kui esialgu arvatud. Töö pidi hõlmama endas kõikide lugude eraldi *masterdamist* ning plaadi lõpp*masterit*, mis tähendab kogu plaadile ühtlase, balansis ja loomulikult kõlava ning ruumilise ja mahlase helipildi andmist. Vaadatakse, et lugudes oleksid elemendid üksteise suhtes sobiva valjusega ning ka kogu materjal oleks üksteise suhtes balansis. Helirežissöör oli lõpuks pisut ka produtsendirollis, kuna pidi osaliselt lood üle miksima ehk lugusid järeltöötlemata, muutes teatud lugude ülesehituslikku kõlapilti, lisades tehnilisi efekte ning muud. Üks lugu jäi plaadilt sootuks välja, sest ei sobitunud piisavalt hästi üldtervikuga. Lugudele tuli lisada ka ISR-koodid. Lõpuks ei olnud ta ise tulemusega lõpuni rahul, kuid eks see on iga kunstniku perfektsionismi küsimus. Nii mina kui artist olime saanud tulemiga väga rahul.

2.7 Tootmine

Otsustasime teha väiksema tiraažiga fänniplaadi 350 ühikut ning formaadiks mati laminaatkattega kahepoolne digipakk, ehk kartongpakend mitte plastkarp. Tootjaks oli Baltic Disc ning kontaktisikuks müügi- ja turundusdirektor. Väga asjatundlik ettevõtte ning nendega suhtlemine on alati väga meeldiv. Seekord laabus kõik rahulikult, vaatamata sellele, et esialgu tundus projektiga vähe aega olevat. On olnud ka olukord, kus tehases reaalselt oodati EAÜ'lt kinnitust, et selle saamisel kohe nõu nappu vajutada. See oli Allan Vainola esimese tiraaži puhul, kui oli väga kiire ja kõik tuli teha ühekorraga. Sellegi poolest, et EAÜ kinnitus tuleb saada enne tellimuse sisse andmist, tehakse tellimus vahel enne ära, et oleks võimalik operatiivselt tegutseda, juhul kui tellimuse kättesaamisega on väga kiire. Kuid seekord saabus EAÜ kinnitus juba mitu päeva enne tootmise algust. Kuna olime juba vanad koostööpartenrid sai ka seekord tellimus ning materjalide edastus juba enne EAÜ poolset kinnitust ära vormistatud, et töö saaks kinnituse saabumisel kohe alata. Enne tootmise algust tuleb ettemaksuna tasuda ka plaaditehase esitatud arve. Positiivne oli ka see, et tehas andis mulle hinnaguliselt kaks nädalat tootmiseks, kuid müügi- ja turundusdirektor mainis juba enne tootmise algust, et ehk õnnestub ka kiiremini teha ning läski vaid nädal. Huvitav nüanss tootmises on veel see, et kujundaja ning helirežissöör saavad materjalid neile antavate paroolide abil otse tehase FTP serverisse üles laadida, kust tehasel on neile ligipääs. Tähtis on ka teada, et igast esmakordselt väljaantavast plaadist tuleb anda 2 sundkoopiat Eesti Rahvusraamatukogule. „Sundeksemplariseaduse kohaselt tuleb igast toodetud projektist loovutada kaks tasuta näidist Eesti Rahvusraamatukogule. Üks eksemplar jõuab Tartu Ülikooli raamatukogusse. Kliendil on võimalus valida, kas need näidised edastab Rahvusraamatukogule klient ise või teeb seda Baltic Disc. Sundeksemplare on kohustatud loovutama kõik juriidilised ja füüsilised isikud ning riigi- või kohaliku omavalitsuse asutused, kes valmistavad Eestis trükiseid, auviseid või elektroonilisi teavikuid (näiteks CD-/DVD-plaate). Sundeksemplaride kogumise eesmärk on trükiste, auviste ja elektrooniliste teavikute kui rahvuskultuuri olulise osa, täieliku kogu loomine nende bibliograafiliseks registreerimiseks, statistilise arvestuse pidamiseks ning kättesaadavaks tegemiseks teadustöös ja kunstiloomes. Sundeksemplaride kogumisega tagatakse trükiste, auviste ja elektrooniliste teavikute riiklik hoiustamine ja kaitse.“ (Baltic Disc AS koduleht 2014) Merili projekti sundeksemplarid edastasid tehase kaudu, kuid plaadid läksid tellitud tiraažist. Kuna tehas toodab plaate väikse pluss miinus tolerantsiga jääb vahel plaate üle ning mõnikord edastavad nad plaadid ülejääkidest ning tasuta, kui nendega see eelnevalt kokku leppida. Ülejääke ei teki aga

tavaliselt digipakkide tootmisest, küll jäi üle CD plaate, mida saime lisaks tellimusele veel enda tarbeks kaasa. Plaadi näol on tegu pressplaadiga, mis on kvaliteetseim CD tootmise formaat.

2.8 Plaadi levitamine

Plaadi levitamise tegeles AS Pedrobeat. Üks Eesti kolmest suurest plaate vahendavast ettevõttest, kellega olen juba varemalt koostööd teinud. Teisteks kaheks ettevõtteks on Hitivabrik ning Muusikaladu Elvis. Pedrobeat'i klientideks on kõik Eesti suuremad muusika jaemüügiga tegelevad ettevõtted, näiteks marketiketid nagu Prisma või Rimi, raamatupoed nagu Apollo või Rahva Raamat või viimasena ainult muusika ja plaatide müügile spetsialiseerunud plaadikettidest turule jäänud Lasering. Seega on nendega hea koostööd teha, kuna nende levi on väga hea. Lisaks aitab kaasa ka see, et nad avaldavad toetavalt ka ise pressiteateid ning toetavad võimalusel ning ka enda huvi korral promotsiooniga. Üks töötajatest on tuntud R2 raadio DJ Koit Raudsepp, kes saab raadios kogu uuest väljatulunud muusikast publikule stabiilselt head ülevaadet anda. Ka seekord mängis ta loomulikult Merili Variku uusi lugusid. Plaadid jõudsid levisse kiirelt ning mingeid etteheiteid selles osas ei ole. Küll panid sel korral aga poed plaatidele seletamatult suure müügikatte, mis kergitas plaadi letihinna isegi kuni paar eurot kõrgemaks, kui keskmine tavapärane hind võiks olla, kuigi plaadi omahind vastas igati tavapärasele standardile. Diskussioon kahjuks tulemusi ei andnud ning plaadid jäid selle hinnastamisega edasi müügile. Ise arvasin, et see võis nii olla, et üks kett hinnastas kõrgelt ning siis teised lähtusid tema numbritest. Plaadid jõudsid füüsilisel kujul esimesena müügile Laseringi plaadipoodides ning Apollo raamatupoodides juba 30. novembril, kus on ka suhteliselt kõrged plaadihinnad. 12. detsembriks oli plaat müügile jõudnud kogu Eestis. 6. detsembrist jõudis plaat müügile ka meie vahendaja ettevõtte Pedrobeat'i enda veebipoodi CdOnline ning 7. detsembrist digitaalkeskkonda iTunes. Selleks sõlmisin lepingu vahendajafirmaga, kes võimaldas plaadi digitaalset levi keskkonnas iTunes. Ettevõtteks oli iMuusika, mis nüüdseks on omanikku vahetanud ning kuulub Stig Rästale ja kannab nime Distrus. Leping on endiselt kehtiv ka selle ettevõttega. Idee muusika digitaalseks levitamiseks sain lugedes meediast digitaalsete müükide pealetungist ja edumeelsusest ning samuti sellest, et umbes aasta enne seda oli Apple muutnud iTunes'i teenuse kättesaadavaks ka eestlastele ning arvasin, et inimesed on juba jõudnud selle tarbimisega harjuda. Kõik teenused siiski veel kättesaadavad ei olnud, näiteks *streaming*'u teenused nagu Spotify, mis nüüdseks ka meie turule jõudnud. „Spotify on üks paljude seas, mis on tulnud, et jääda. Noorem põlvkond ei ole harjunud enam CDsid ostma ja vanem põlvkond

kuulab neid peamiselt autos.“ (Juko-Mart Kõlar 2012) Seega digitaalsete muusikateenuste osakaalu ei tohi alahinnata.

2.9 Pressiteade

„Pressiteate koostamisel on ehk kõige olulisem küsida – mis teeb selle teate teiste jaoks oluliseks? Iga pressiteade uudisekännist ei ületa, sündmuse tekitamisest rääkimata. Asju laiemas kontekstis vaadates võib öelda, et järjekordne keskpärane muusikavideo ei ole ilmselt Veiko Õunpuu uus film ning ei pälvi samasugust tähelepanu.“ (Ojasild 2010, lk 10)

Otsustasin teha kaks pressiteadet. Esimese pressiteate väljastasin meediale 29. ja 30. novembril, kui ilmus plaadilt viimane, uusim singel „See linn“, kus sai samuti ära märkida peagi ilmuva uue plaadi uudise ning tutvustada sellega seonduvat. Tõstsin pressiteates esile Merili prestiižset ning pretensioonikat tausta ning tõin esile plaadil kaasa tegevate meeste Mait Vaigu ning Alar Aigro rolli, sest need on asjad, mis võiksid teate inimeste jaoks olulisemaks teha, kuna nii Merili kui eelmainitud meeste taust on muusikaliselt väga põnev ja läheb paljudele korda. Teise pressiteate edastasin 10. detsembril plaadi ilmumise nädalal, mis oli analoogne esimesele, kuid kus anti teada, et plaat on juba poekettides ning iTunes’is saadaval ning samal nädalal on toimumas esimene plaadipresentatsiooni kontsert ning teine 28. detsembril Tartus. Pressiteate saatis välja ka vahendajafirma Pedrobeat. Pressiteade on toodud ära töö Lisas 11.

2.10 Turundus ja projekti käekäik

„Enne kui hakkate oma tootel, hinnal, asukohal ja promotsioonil põhinevat turundusstrateegiat välja töötama, on tähtis vaadata üle oma praegune turundustegevus. Jätkata tuleks nende võtete kasutamist, mis on olnud edukad.“ (Kolb 2005, lk 69) Pressiteade ei olnud kaugelt ainuke turunduse osa. Sinna kuulus ka meediaga otsesuhtlus ning oma tutvusi kasutades sain meediasse juurde ka mitmeid intervjuusid ning lisakajastust. Samuti kasutasime sotsiaalmeedia promotsiooni, postitades stabiilselt relevantset infot, näiteks õigetest hetkedel fotosid, et inimesi kaasata ning jooksvalt projekti vastu huvi hoida. Näiteks kui plaadid tehast saabusid või esimene osa plaate Laseringi vaateakendele jõudis, postitasime sellest pildi. Kaks fotot on ära toodud Lisas 7, mis positiivse tekstiga artisti Facebook’i keskkonnas jagatud sai. Lehel on pea

700 meeldimist ning fännid on küllaltki aktiivsed – iga postitus sai märgatava tagasiside, nii mõnigi neist 30 meeldimise piiri.

Asi, mis sel korral ebaõnnestus oli, et jäin Merili Terevisiooni pakkumisega hiljaks ning kõik kuupäevad olid juba aasta lõpuni jagatud. See tegi palju meelehärmi. Varem ei ole sellist situatsiooni olnud, et pooleteise kuu jooksul ühtegi vaba kohta ei ole, olen sinna esinema viinud kokku 4 artisti. Sellega ei olnud ma arvestanud, et sellisel ajal kontakteerudes enam kohta ei saa, oleksin ma teadnud oleksin jõudnud ka paar nädalat varem ühendust võtta.

Plaadimüügi edetabelitesse kahjuks asja ei olnud, nagu Allan Vainola & Unenäopüüdjate plaadiga, millega olime R2 Eesti müügitabeli järgi plaadi väljatulekule järgneval kahel nädalal plaadimüügi TOP10's. Küll olime Meriliga aga oma toonase iTunesi vahendaja iMuusika portaali aasta kõige vaadatum album ja seda kõigest paari nädalaga! Saime uue singliga „See linn“ raadio Ring FM A listi, mis tähendas reklaamperioodil regulaarset eetriaega, singel oli ka Raadio 2 *playlist*'is ning mängiti esialgu põgusalt raadios Elmar ja sai ka lõpuks jaama *playlist*'i. R2 eetris kajastas Merili tegemisi päris palju ka Koit Raudsepp, kes mängis eetris ka tema muusikat. Toimus mitmeid raadiointervjuusid, intervjuu Elmari päevapüüdjas, intervjuu tegi Merili kodukoha Saaremaa Raadio Kadi, intervjuu ja plaadiloosid toimusid ka Pärnu Päikeseraadios. Sten Teppani saates Kuulderaadius toimus 13. detsembril ka R2 *minilive*, kus Merili tegi saatekülalisena koos kitarristiga akustiliselt *livelugusid* ning andis intervjuu. Meediaportalidest tootsin esile kahe kajastava artikliga Delfi ning ühe suure uudislooga Õhtulehe. Jällegi suunasime promotsiooni ka kodukohta, kus Saare maakonna ajaleht Meie Maa plaadist uudise kirjutas. Koostööd tegin loomulikult ka Eesti suurima muusikaportaliga Rada7, kes plaadist uudise tegi, seda oma *meilinglist*'i uudiskirjas ning Facebook'is kajastas ning ühe laulu koos tutvustusega ka oma Soundcloud'i laadis. Oli ka selliseid põnevaid kaudseid meediakajastusi, näiteks Eesti Ekspressi toidublogi artikkel, kus Merililt küsiti toidu, raamatute, filmide, muusika jmt kohta ning muuhulgas oli maitsekalt sisse pikitud ka plaadiuudis. Postimehes anti plaadile keskmised punktid, vähe üllatavaks ja liiga turvaliseks peeti. Kummalisel kombel heitis sealne kriitik ette kuvandile truuks jäämist, mis minu enda arvates küll halb ei ole, eriti Merili puhul – talle sobib see, mis ta teeb. Huvitavaks asjaks mida veel esile tuua on ehk see, et raadio Elmar loosis mitmeid plaate raadioeetris, kuid ühe ka Tallinnas Sossi klubis toimunud raadiojaama suurel 15. sünnipäevapeol.

Turundusega aitas Koit Raudsepp, kelle kaudu said promoplaadi järgnevad meediakanalid:

1. Eesti Ekspress
2. Eesti Päevaleht
3. Postimees
4. Klassikaraadio
5. Õhtuleht
6. Mood
7. Kuku raadio
8. Elmar
9. Sirp
10. Muusika
11. Pärnu Postimees
12. Äripäev
13. Naisteleht
14. Signaal
15. Vikerraadio
16. Anne-Stiil
17. ETV
18. Raadio 2
19. Sakala
20. Pärnu Postimees
21. Teater, Muusika, Kino

Ise edastasin plaadid raadiosse Ruut FM, Pärnu raadiosse Päikeseraadio ning Saaremaa raadiosse Raadio Kadi.

Suurematesse plaadi müügiga tegelevatesse poodidesse läksid kümne värvilist 180 grammisel fotopaberil 500 x 700 mm suurusega reklaamplakatit. Plakati näidis on töö Lisas 6. Kolm plakatit läksid suurematesse Laseringi kauplustesse, kolm suurematesse Apollo raamatupoodidesse ning 6 Tallinna ja Tartu Kaubamajadesse. Kaubamajaga tekkis veel pisike arusaamatus, sest levitaja kaudu tuli info, et nad ei saa neid tänu jõulukontseptsiooni üleküllusele üles panna, kuid kuna suhtlesin tihedalt Tallinna Kaubamaja turundusspetsialistiga, kes aitas organiseerida ka plaadiesitluskonserti, tuldi meile vastu ning plakatid said Kaubamajadesse kenasti üles. Toona olid Tartu ja Tallinna Kaubamajas alles veel ka plaadipoed, mis tänaseks enam ei tegutse. Plaadipoodides olid plakatid raamitud kujul, mille ees eraldi Merili plaatide väljapanek. Plakatite trükkimisega Tartus oli veel eraldi pinev hetk, ajal mil nad oli vaja kiirelt Tallinnasse edastada, et saaks aegsasti kohtade vahel välja jaotada. Nimelt trükiti plakatid praagina ning prindikoda ei tunnistanud oma ebakompetentsete töötajate tõttu oma viga. Asja selgitamisel ning juhatajaga rääkimisel mõisteti viga, vabandati ning trükiti uus tiraaž. Aega võttis see lisapäeva ning oli ka närvikuluks, kuid kuna olin ajakavas väikse päevase ajavaruga

arvestanud, klappis kõik täpselt. Probleem oli, et plakatid olid *pixelated*, esialgu süüdistati sellises tulemis minupoolset failipraaki, kuid teadsin täpselt, et nii see olla ei saa. Seega tuleb olla järjekindel ja kannatlik ning kõik on võimalik läbi rääkida. Plakatid olid piisavalt olulised, et praagina ma neid välja ei oleks panna lasknud, see oleks olnud halb reklaam minu ettevõttele. Samas olid nad ka piisavalt kallid, et teist korda ma neid samuti teha ei oleks lasknud, eriti kui oli näha, et see on puhtalt nende tehnilise vea tõttu juhtunud praak ning mul on kirjalikku taasesitamist võimalik tõend, ehk failiga *e-mail* alles, mis näitas õige asja olemasolu, millega sellist praaki toota ei ole võimalik.

2.11 Esitluskontserdid

Esitluskontserdid toimusid 14. detsembril Tallinna Kaubamajas ning 28. detsembril Tartu Genialistide klubis. Tallinna Kaubamaja plaadiesitluse kinnitasin ära peagi peale projektiga tegelema hakkamist, sest nende jõulukontseptsiooni materjalid läksid varakult trükki ning nad tahtsid meie vastust teada, kas osaleme või mitte. Teiseks artistiks, kes samuti oma plaati samal kuul Tallinna Kaubamajja esitlema valiti oli Maarja. Presentatsioon toimus Kaubamaja Naistemaailmas. Esitlus algas kell 17.00 ning esitluse ajaks toodi Naistemaailmase müügile ka plaate. Plaadid olid lavalt vaadates vastaskassas, et nad hästi nähtavad oleksid, samuti lava kõrval asuvas kassas. Plaatide juures oli kiri plaadi ja esitaja kohta ning lava kõrvale pandi esinemise ajaks üles suured plakatid Merili esitlust kajastava infoga ning ka meie toodetud reklaamplakatid. Kaubamaja siseraudios jooksis samal nädalal info koos Merili lühitutvustusega ning esitlusõhtul kanti kontserti üle kogu Kaubamaja kõlarisüsteemis. Kaubamaja Facebookilehel loositi esitlusnädalal välja ka autogrammiga plaat – mäng sai väga head vastukaja ja huvi oli märgatav. Infot edastati ka Kaubamaja uudiskirjas ning veebiküljel. Kontserdil viibisid plaadi autorid ning produtsendid ning kohale oli tulnud ka mitmeid muid tuntud muusikuid. Kohale oli tulnud ka Merili pereliikmeid ning peale kontserti kingiti lilli ja küsiti autogramme. Õhkkond oli väga soe ja kontsert tore. Peale esinemist oli Kaubamaja poolt plaadi väljaandmisega seotud inimestele korraldatud väike koosviibimine, mis toimus ettevõtte tagaruumides asuvas konverentsisaalis. Pakuti suupisteid ja löödi kokku šampuseklaase. Plaat oli ju valmis saanud ja võis pisut tähistada. Teine esitluskontsert toimus 28. detsembril Tartu Genialistide klubis, mis oli aastavahetuse eelse peo kohta külastatavuselt väga hea – kokku umbes 100 huvilist. Tartu esitluskontserdi eelarve oli plaadieelarvest eraldiseisev. Soendama kutsusin toona veel minuga alles värskest koostööd alustanud artisti Arles Kangus & Udu, kes on

peale seda viimase aasta jooksul märkmisväärsed kontsertedu näidanud ning kellega tuleval sügisel plaati tegema hakkame. Pilt ansamblist Arles Kangus & Udu eelmise aasta lõpus toimunud Rakvere *rock*festivali Green Christmas laval on Lisas 10. Pildid esitluskontserditest on ära toodud lõputöö Lisades 8 ja 9 ning nende autoriteks on Jaak Asser ning Esme Kassak.

3. ALBUMI KÄEKÄIK JA EDASISED PLAANID

Plaat ei ole siiski kahjuks füüsiliste kandjate müügiedult kõige parem olnud ja on oodatust pisut kehvemaid tulemusi näidanud - müüdnud on umbes pool tiraažist. Küll aga on põnevaid tulemusi andnud albumi digimüük, mille edukuse kohta ei osanud esialgu midagi arvata. Albumit ning üksiklugusid on alla laetud kokku paarisajal korral, ning minu hinnagul on see päris hea näitaja. Kuid tõsiasi on see, et müügiedu on väga keeruline prognoosida. Esimene singel oli aasta tagasi küll Õhtulehe koostatavas Eesti enimmängitud lugude Top10's – edetabelis, mis on koostatud raadiote Elmar, R2, Uuno ja Sky Plus enimmängitud Eesti laulude põhjal, kuid see ei pruugi tagada veel tema väga head müügiedu. Samas olen selle projektiga rahul, kuna Merili on oma soolokarjääriga siiski veel alguses ning inimesed on harjunud teda seostama rohkem muude bändidega ning mul on hea meel, et sain talle anda tõe ning alguspunkti ennast ja oma loomingut rohkem esile tõsta. Ta on tõesti tore ja omanäoline laulja. Kuna digimüügid on näidanud parimaid tulemusi on plaanis lähiajal laiendada albumi kättesaadavust lisaks iTunes'ile ka keskkondadesse nagu Spotify, Amazon, Deezer, Rdio ja Google Play. Selleks on ka soodsad võimalused, kuna meie digimüüki haldav ettevõtte asub ka nendesse teenustesse muusikat vahendama.

4. ENESEREFLEKSIOON

Kogu projekt möödus nagu linnulennul. Nii mahukat projekti nii lühikese aja jooksul ei olnud ma varem ette võtnud. Vastutus oli suur. Ometi möödus kõik suuremate vahejuhtumiteta ning projekti võib lugeda kordaläinuks. Välja sai antud ühe toredea Eesti lauljataride debüütalbum, tehtud esitluskontserdid ning saadud päris palju meediakajastust. Eks meedia huvi on iga artisti kontekstis erinev. Merili varasema tausta ning albumi tuntud produtsentide valguses oleksin tegelikult oodanud suuremat meediapoolset huvi, mille vähesuse üle otseselt kurta ei saanud, kuid selle jaoks sai tehtud ka omajagu tööd. Ehk tunti pisut vähest huvi, mida ei osanud oodata. Projekti vältel ei tundnud ma ennast ebamugavalt, vastupidi asi liikus nagu ma soovisin ning juba umbes kuu möödudes kadus ka ärevus, mis esialgu sees oli, sest ei olnud üldse kindel, kuidas ja kas asi õnnestub. Inimestega oli hea suhelda ning kõik koostööd laabusid probleemideta, kui välja arvata arusaamatus reklaamplakatite trükkifirmaga, kuid ka see lahenes meeldivalt, ettevõtte poolt vabandati eksimuse pärast ning trükiti uus kogus. Päevane viivitus ei mõjutanud õnneks ka plakatite levi, kuna olingi trükkimise võimalike probleemide ennetamiseks väikse paari päevase varuga planeerinud. Esialgu oli suurim küsimärk just rahastamine, mis sisendas pisut ebakindlust, kuna ei olnud üldse kindel, kas tehtav eeltöö end ära tasub. Ka eeltöö ning vajaminev planeerimine nõudis päris palju aega ning oma aja jaotamist, et jõuaksin ka muude kohustustega tegeleda. Hiljem oli väikseks ärevuse allikaks jällegi võetud kohustus projekt lõpuni vedada, kui rahastus oli saadud ning lubadused antud. Aga olen vastutuse võtmisega harjunud ning see ärevus kadus peagi peale projekti täistuuridel käivitumist. Ajakava oli ees, kokkulepped sõlmitud ning jäänud oli vaid kõik korralikult ära teha. Kõik tegevused said tehtud nagu ajakava ette nägi, mõni asi sai isegi varem valmis. Plaadid jõudsid tehasest nädal aega varem hiliseimast ettenähtud tähtajast ning ka EAÜ autoritasude arve sai kaks päeva varem tasutud, kui olin ajakavas ette näinud. Rõõmu tegi see, et plaadid jõudsid üle Eesti poodidesse täpselt kaks päeva enne esimest plaadiesitlust ehk 12. detsembril ning olid Laseringi plaadipoodides ning raamatupoodides Apollo müügil juba novembri lõpust! Mis ma projektist sain. Õppisin ennast veel paremini distsiplineerima ning oma aega planeerima, sest sellise kontsentreeritusega projektis peab kõik liikuma õlitatult. Minu jaoks uus valdkond oli digitaalne

muusika müük, millega end põhjalikumalt kurssi viisin ning selle projekti ka iTunes'i keskkonda müügile panin. Kinnistasin veelgi paremini oma teadmisi ja oskusi plaatide väljaandmise valdkonnas ning sain end taaskord proovile panna. Enda proovile panemist erinevates situatsioonides olen alati nautinud ning selle kaudu olen avastanud ka fakti, et pingesituatsioonid toimingi kõige paremini ja suudan end parimal viisil realiseerida, seda täpsemalt oskan oma fookust sättida ning produktiivsem suudan olla. Sellist elu ei saa küll stabiilselt elada, on vaja ka puhkust, kuid pean silmas just sellist projektipõhist tegevust.

KOKKUVÕTE

Minu lõputöö projektiks oli Eesti lauljatar Merili Variku debüütsooloalbumi väljaandmine. Ettevõtteks ning plaadifirmaks oli minu plaatide välja andmisega tegelev ettevõtte MBMA EST MUSIC. Plaadi ametlikuks ilmumiskuupäevaks oli esimene esitluskontsert 14. detsembril 2012, kuid poodides müügil oli plaat juba novembri lõpust. Projekti kestuseks, et ideest valmis plaadini jõuda oli aega vaid kaks kuud ning kõik tegevused olid vastavalt projekti ajakavale ka graafikus. Plaat ilmus 350 eksemplari suuruses tiraažis ning läks müügile ka digitaalsel kujul keskkonda iTunes. Vaatamata sellele, et plaadi müügid ei ole vastanud päriselt prognoosidele olen siiski väga rahul, et selle projektiga tegelesin. Mul on väga hea meel, et sain Merilile anda tõe ning alguspunkti ennast ja oma loomingut rohkem esile tõsta. Ta on tõesti tore ja omanäoline laulja nii inimese kui muusikuna. Võtsin projektist kaasa palju ka enda arengu mõttes. Kindlasti sain järjekordselt lihvida oma suhtlemisoskust ning arendada koostöö- ja juhtimisvõimet, sest pidin kogu protsessi eest vedama ning vastu võtma kõik vajalikud otsused. Õppisin sellise mahuka, kuid suhteliselt lühikese teostusajaga projekti käigus ennast senisest veel paremini distsiplineerima ning oma aega parimal viisil planeerima, sest sellise kontsentreeritusega projektis peab kõik liikuma õlitatult, kuna ka iga väike muutus tegevuskavas võib mõjutada kogu projekti õnnestumist või siis ebaõnnestumist. Sellistel juhtudel on oluline paindlikkus ning pingetaluvus ehk hea võime probleemidega toime tulla. Alati on tarvis ka killukest vedamist, mida meil sel korral ka oli! Niisis selle projekti käigus õnneks suuri probleeme ei tekkinud ning tänu heale planeerimisele ning heale õnnele jõudsime ka eduka tulemuseni! Minu jaoks täiesti uus valdkond oli ka digitaalne muusika müük, millega end põhjalikumalt kurssi viisin ning selle projekti ka iTunes'i keskkonda müügile panin. Lisaks kinnistasin veelgi paremini oma teadmisi ja oskusi plaadi välja andmisega seotud valdkonnas üldse. Seega loeksin projekti kordaläinuks ja mul on hea meel, et selle projekti tee minu omaga ristus!

KASUTATUD KIRJANDUS

Autor.ee kodulehekülj. 2014. <http://www.autor.ee/> (12.05.14).

Baltic Disc AS kodulehekülj. 2014. <http://balticdisc.ee/> (12.05.14).

Brae, C.M. 2009. *Music Distribution: Selling Music in the New Entertainment Marketplace. (2nd Edition)*. Createspace.

EAÜ.2014. Eesti Autorite Ühingu kodulehekülj. <http://www.eau.org/> (16.05.14).

EEL. Eesti Esitajate Liidu kodulehekülj. <http://www.eel.ee/> (14.05.14).

EFÜ. 2014. Eesti Fonogrammitootjate Ühingu kodulehekülj. <http://www.efy.ee/> (14.05.14).

Kolb, B. M. 2005. Kultuuriturundus. Tartu: Atlex.

Kõlar, J-M. 2012. *Kuidas kümne aasta pärast teenida salvestatud muusika müügiga?*
http://www.sirp.ee/index.php?option=com_content&view=article&id=16184:kuidas-kuemne-aasta-paerast-teenida-salvestatud-muusika-mueuegiga&catid=5:muusika&Itemid=12&issue=3413 (10.05.14).

LE.2014. Loov Eesti kodulehekülj. <http://www.looveesti.ee/loomemajandusest/loomemajanduseestis.html> (15.05.14).

Narayanan, V.G. 2010. *Eelarve koostamine*. Tallinn: Äripäev.

Ojasild, M. 2010. *Äriasjad ehk sissejuhatus muusikaturundusse*. Tallinn: Lita.

Perens, A. 1999. *Projektijuhtimine*. Tallinn: Külim.

LISAD

Lisa 1 – Merili Variku tutvustus

Merili Varik oli 6 aastat ansambli Agent M lauljatar. Tema osalusel pälvisid sellised lood nagu „7 Surmapattu“ ning „Šokolaad“ kohalikes raadiotes palju tähelepanu. Agent M on välja andnud viis videot, millest kaks sisenesid ka MTV Balticu *playlist*'i. 2007. aasta kevadel kuulutati Agent M Balti Uue Muusika Edetabeli võitjaks (*Baltic New Music Chart*). Bändilt on ilmunud EP „Šokolaad“ (2006) ning täispikk album „Spionaaž“ (2007). 2009. aasta sügisel läks Agent M laiali. Pärast mõnda aega Šveitsis elamist ja töötamist (2010), tuli Merili tagasi Eestisse, et osaleda koos bändiga Sõpruse Puiestee „Eesti Laulu“ konkursil. Looks oli „Rahu, ainult rahu“ ja see osutus kuulajate seas väga edukaks. Pärast konkurssi sai Merilist alaliselt Sõpruse Puiestee liige. Albumi „Planeetidegi vahel kehtib raskus“ andis Sõpruse Puiestee välja 2011. aasta kevadel ning sellel plaadil võib kuulda juba ka Merili häält. Lisaks laulmisele Sõpruse Puiestees käivitas Merili 2011. aasta septembris ka omanimelise sooloprojekti (Merili Varik), milles on mõjutusi saanud oma eelnevatest muusikalistest kogemustest. Antud projekti debüütplaadi väljaandmist käsitleb ka minu lõputöö. Laiemas plaanis võib tema sooloprojekti muusika liigitada poprokiks, millele on iseloomulikud ilusad meloodiad ja naiselik elegants, samas toetudes tugevalt maitseka, enesekindla ja iseteadliku alternatiivrock'i ja indie baasile, mis on Merili tausta alati iseloomustanud. Merili ise oma muusikat liigitada pigem aga ei tahagi. Hetkel elab Merili Varik Hispaanias, kus tegutseb oma managerist elukaaslase Jordi Martinez Baldoviga Blondie trübüütbandi juures. Aeg-ajalt käib ta ka Sõpruse Puiesteega Eestis kontserte andmas. Eestikeelne sooloprojekt on hetkel puhkusel, kuid peagi soovib ta ka selle tegemise juurde naasta.

Lisa 2 – Eelarve

EELDATAV	KULUD	KOGUS	Summa EUR
	Plaadi tiražeerimine	350	641,76
	Litsentsitasud EAÜ ^{le} muusikateoste reprodutseerimise eest		150
	Plaadi miksimine ja masterdamine		120
	Plaadikujundus		0
	Koduleht		0
	Plaatide saatmisega seonduvad transpordikulud		25
	Projektijuhi tasu		500
	Ettenägematud kulutused		63,24
	Kokku		1500
TEGELIK	KULUD	KOGUS	Summa EUR
	Plaadi tiražeerimine		641,76
	Litsentsitasud EAÜ ^{le} muusikateoste reprodutseerimise eest		147
	Reklaammaterjalide trükk (suured värviplakatid muusikapoodidesse)		67,96
	Plaadi miksimine ja masterdamine		120
	Plaadikujundus		0
	Koduleht		0
	Plaatide ja reklaammaterjalide saatmisega seonduvad transpordikulud		31,98
	Projektijuhi tasu		500
	Kokku		1508,7
EELDATAV	TULUD	Summa EUR	
	Sponsorlus	1500	
TEGELIK	TULUD	Summa EUR	
	Saku Õlletehas	1500	

Lisa 3 – Merili Variku debüütalbumi „Kas Tõesti“ esikaane kujundus



Lisa 6 – Plaadipoodide reklaamposter



MERILI VARIK • **KAS TÕESTI**

Uus album siin müügil!

Kujundus: Hedi Hailand/Aleksander Sprohgis

MBMA EST RECORDS 2012

Lisa 7 – Plaat värskelt tehasesest tulnuna ja Laseringi vaateaknal



Lisa 8 – Fotod plaadiesitluskontserdist Tallinna Kaubamajas 14. detsember 2012



Lisa 9 – Fotod plaadiesitluskontserdist Genialistide klubi kontsertlaval 28. detsember 2012



Lisa 10 – Tartu kontserdi soendusbänd Arles Kangus & Udu



Lisa 11 – Pressiteade albumi ilmumise kohta

PRESSITEADE

10. detsember 2012

Meil on suur rõõm teada anda, et sellel reedel 14. detsembril ilmub lauljatar Merili Variku kauaoodatud sooloalbum „KAS TÕESTI“, mil Tallinna Kaubamaja jõulürituste sarjas „Jõulumuusika Pärlid Kaubamajas“ plaati koos *live*sinemisega esmaesitletakse. Album on selle nädala alguseks juba poekettides ning iTunes'is saadaval!

Albumilugude põhiprodutsentideks on Alar Aigro ja Mait Vaik. Helipildilt on uus plaat meeldiv ja mahe *poprock*, millele on iseloomulik ilusad meloodiad ja naiselik elegants, samas toetudes tugevalt maitseka, enesekindla ja iseteadliku alternatiivrock'i ja *indie* baasile, mis on samuti Merili tausta alati iseloomustanud.

Merili Varikut mäletate kindlasti näiteks bändist Agent M raadiohittidega nagu „7 Surmapattu“ või „Šhokolaad“. Või hoopis koos Sõpruse Puiesteelega teleekraanilt, esitamas lugu „Rahu, ainult rahu“ Eesti Laulu konkursil – peale mida muide saigi temast bändi alaline liige ja tema hää l kõlab ka 2011. aasta plaadil „Planeetidegi vahel kehtib raskus“. Albumilt varasemalt ilmunud singlid on „Jää alati mu kätte“ (2011, oktoober) ja „Sadamas“ (2012, mai), millest „Jää alati mu kätte“ oli väljatulekule järgnevatel kuudel Õhtulehe koostatavas Eesti enimmängitud lugude Top10's! Enne albumi väljatulekut ilmus ka värske raadiosingel „See linn“. Selle laulu muusika on Merili Mait Vaigu sõnadele ise loonud. Nüüd on aeg Merili sooloalbumiks – see kannab pealkirja „Kas tõesti“!

Link värskemale singlile: <https://soundcloud.com/radaseitse/merili-varik-see-linn>

<http://www.merilivarik.com/>

<https://www.facebook.com/merilivarikartistpage>

Esitlused toimuvad:

14.12.12 – 17.00 – Tallinna Kaubamaja Naistemaailmas jõuluürituste sarjas „Jõulumuusika Pärlid Kaubamajas“ – *live* & kohtumine

<http://www.kaubamaja.ee/joulumuusika>

28.12.12 – 22.00 – Tartu Genialistide klubis; kaastegev Arles Kangus & Udu

Lisainfot Merili Variku kohta:

Merili oli Agent M-i lauljatar 6 aastat. Tema osalusel pälvisid sellised lood nagu „7 Surmapattu“ ning „Šokolaad“ tähelepanu kohalikes raadiotes. Agent M on välja andnud viis videot millest kaks sisenesid ka MTV Balticu *playlist*'i. 2007. aasta kevadel kuulutati Agent M Balti Uue Muusika Edetabeli võitjaks (*Baltic New Music Chart*). Bändilt on ilmunud EP „Šokolaad“ (2006) ning täispikk album „Spionaaž“ (2007). 2009. aasta sügisel läks Agent M laiali. Pärast mõnda aega elamist ja töötamist Šveitsis (2010), tuli Merili tagasi Eestisse, et osaleda koos bändiga Sõpruse Puiestee „Eesti Laulu“ konkursil. Looks oli "Rahu, ainult rahu" ja see osutus kuulajate seas väga edukaks. Pärast konkurssi sai Merilist alaliselt Sõpruse Puiestee liige. Albumi „Planeetidegi vahel kehtib raskus“ andis Sõpruse Puiestee välja 2011. aasta kevadel ning sellel plaadil võib kuulda juba ka Merili häält. Lisaks laulmisele Sõpruse Puiestees käivitas Merili 2011. aasta septembris ka omanimelise sooloprojekti (Merili Varik), milles on mõjutusi saanud oma eelnevatest muusikalistest kogemustest. Laiemas plaanis võib tema muusika liigitada poprokiks, millele on iseloomulikud ilusad meloodiad ja naiselik elegants, samas toetudes tugevalt maitseka, enesekindla ja iseteadliku alternatiivrock'i ja *indie* baasile, mis on Merili tausta alati iseloomustanud. Merili ise oma muusikat liigitada pigem aga ei tahagi...

MBMA EST RECORDS 2012 / MBMA EST MUSIC

Pressiteate koostas ja lisainfo:

Mihkel Laanemaa

Juhatuse liige

MBMA EST OÜ

Tel +372 58335 401

e-mail: moshbookings@gmail.com

<https://www.facebook.com/MBMAEST>

Lisa 12 – EAÜ ja EFÜ audio-infokaart taotluse A osa lühendatud versioon

Nr	Muusikateose pealkiri	Muusikateose originaalpealkiri	F (fonogramm) / MV (muusikavideo)	Muusikateose pikkus (min:sek)	Esitaja(d)	Helilooja(d) (C) / arranžeerija(d) (ARR)	Teksti autor(id) (A) / eestikeelse teksti autor(id) (SA)
1.	Jää alati mu kätte	Jää alati mu kätte	F	4:07	Merili Varik	Alar Aigro	Alar Aigro
2.	See linn	See linn	F	3:09	Merili Varik	Merili Varik	Mait Vaik
3.	Kui tuled on kustu	Kui tuled on kustu	F	3:02	Merili Varik	Alar Aigro	Vallo Nuust
4.	Sadamas	Sadamas	F	3:40	Merili Varik	Alar Aigro/Merili Varik	Pamela Nuust
5.	Võõras	Võõras	F	2:57	Merili Varik	Merili Varik	Vallo Nuust
6.	On aeg	On aeg	F	4:41	Merili Varik/Sõpruse Puiestee	Margus Tammela	Mait Vaik
7.	Kas tõesti	Kas tõesti	F	2:38	Merili Varik	Alar Aigro	Vallo Nuust
8.	Believe	Believe	F	3:13	Merili Varik	Merili Varik/Alar Aigro	Merili Varik

Lisa 13 – EAÜ Tasuta koopiad

Alates 1. novembrist 2010 ei pea tootja maksma autoritasu kuni 100 tasuta jaotatava CD eest (nn. *free copies*), juhul kui on täidetud järgmised tingimused:

1. CD tiraaž on vähemalt 300 eksemplari.
2. Nimetatud koopiad peavad olema märgistatud tekstiga **TASUTA KOOPIA – MITTE MÜÜGIKS** või **FREE COPIES NOT FOR SALE** või **PROMOTION – NOT FOR SALE**, kusjuures see tekst peab paiknema vahetult CD-l, mitte ümbrisel (kaanel) või mujal.
3. Tootja kohustub esitama EAÜ/NCB-le ühe vastavalt märgistatud koopia 5 päeva jooksul pärast CD valmistamist. Vastasel juhul arvestab EAÜ/NCB tasuta koopiatelt autoritasu üldistel alustel.
4. CD peab olema valmistatud tehases, kellega NCB-l on sõlmitud omavaheline leping või kelle suhtes NCB-l pole vastuväiteid.
5. Tasuta koopiad antakse toote tutvustamise ja müügiarendamise eesmärgil raadiojaamadele, ajakirjanikele, muusikaarvustajatele, diskoritele jms, kuid mitte esitajatele, kontserdikülastajatele, tuttavatele või teistele suvalistele isikutele. EAÜ/NCB nõudmisel esitab tootja nimekirja isikute kohta, kellele tasuta koopiad on jaotatud.
6. Tegu on müügiotstarbelise tootega.
7. Kui tootja soovib lisaks tasuta koopiatele levitada ka promokoopiaid (kohandatakse miinimumtariifi; CD-sid võib jagada kontserdikülastajatele, tuttavatele jne), siis tohivad tasuta koopiad ja promokoopiad kokku moodustada kuni 50% tiraažist, sealhulgas tasuta koopiad kuni 100 eksemplari.

SUMMARY

Publishing an album „Kas Tõesti“ by Merili Varik

M.L

Mihkel Laanemaa

The project that I was involved with for my graduation was publishing the debut album of Estonian singer-songwriter Merili Varik. Company which released the CD was my own agency and record label MBMA EST MUSIC established in 2011. The official release date of the album was 14. of December when the first presentation concert were held, but the album was available in stores already from the end of November. For achieving the goal of releasing the CD I had only two months but all activities related to the project were on time precisely as the time schedule required. Record was pressed of 350 copies and also released digitally on iTunes. Despite the fact that I am not utterly satisfied with the sales of the record I am still happy that I dealt with this project. I am happy that I had a chance to give Merili a perspective to start to show more of herself as a singer from a different angle – as an individual artist and help to introduce her creation to the wider audience. I know it meant a lot to her and for me it meant aswell.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina,

Mihkel Laanemaa,
(*autori nimi*)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose
MERILI VARIKU DEBÜÜTSOOLALBUMI „KAS TÕESTI“ VÄLJAANDMINE ,
(*lõputöö pealkiri*)

mille juhendaja on

Piret Aus,
(*juhendaja nimi*)

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
 3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Viljandis, **04.06.2014**