

**TEOSTO**

# **MUSIIKKI ON VOIMA**

Brändikäsikirja 2023

**MITÄ**

**MITEN**

**MIKSI**

2.2.

## Bränditarina

Olemme voittoa tavoittelematon tekijänoikeusjärjestö, joka mahdollistaa musiikin ammattimaisen tekemisen ja sen vastuullisen käyttämisen.

Rakennamme musiikille parempaa tulevaisuutta. Tunnetta musiikin tekijät ja käyttäjät ja toimimme linkkinä heidän välillään. Palvelumme tekee musiikkialasta helpompaa.

Jotta jokainen voi kokea musiikin voiman.

## 2.3. Slogan

# MUSIIKKI ON VOIMA

Music is Power | Musik är kraft

Sloganiimme kiteytyy Teoston henki ja tekeminen eri näkökulmista: Musiikin tekijälle musiikin voima merkitsee luovuutta, ilmaisua, elämäntapaa ja parhaimmillaan ammattia, kun taas kokijalle se syventää hetkiä, inspiroi, luo muistoja ja auttaa eteenpäin. Musiikin käyttäjä taas hyödyntää musiikin voimaa rakentaessaan musiikin kokijalle elämyksiä - mitäpä olisivat radio- ja televisio-ohjelmat, elokuvat, mainokset tai konsertit ilman musiikkia?

Teosto on ollut yli yhdeksänkymmenen vuoden ajan vaikuttamassa yhteiskuntaan, jotta musiikin arvo ja merkitys ymmärrettäisiin. Olemme mahdollistamassa ihmisille tärkeän asian syntymistä, kehittymistä ja käyttämistä. Sloganimme toimii näin erinomaisesti myös edunvalvonnallisissa yhteyksissä - musiikin puolesta kannatta pitää ääntään niin että tuntuu.

### 3. Brändipersoona

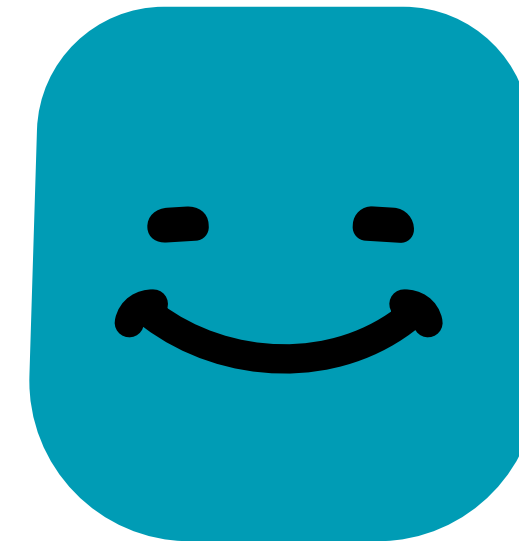
**Brändipersoona kuvastaa, millainen Teosto olisi, jos se olisi ihminen. Miten toimimme jokapäiväisessä arjessamme ja miten suhtaudumme meitä ympäröivään maailmaan. Brändipersoona kiteytyy, miten brändin ydin näkyy ulospäin**



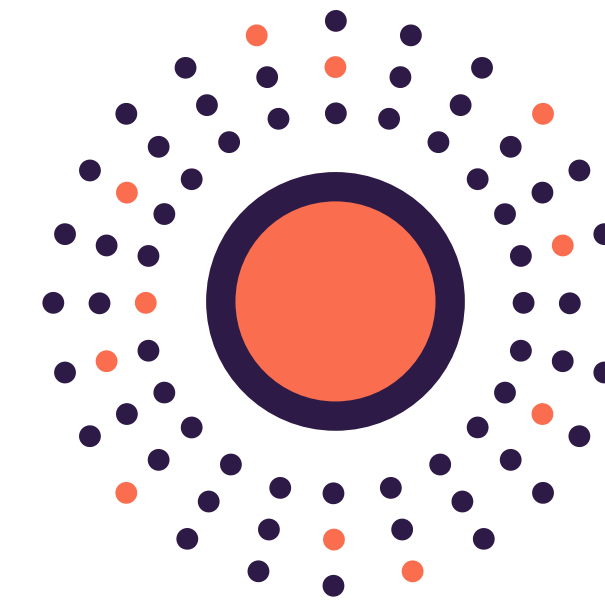
**Olemme olemassa asiakkaitamme varten.** Arvostamme asiakkaitamme ja asetamme heidän etunsa ensimmäiseksi. Löydämme asiakkaillemme vaihtoehdot hoitaa asioitaan. Sovitamme asiakkaan oikeudet alati muuttuvaan pelikenttään niin, että toiminnalla on tulevaisuutta ja peli pysyy reiluna.



**Puhumme kotimaisen musiikkikulttuurin puolesta.** Vaikutamme yhteiskunnallisesti ja osallistumme keskusteluun musiikin merkitystä ja arvoa esiin nostaen. Pidämme ääntä vastuullisen musiikin käytön sekä monimuotoisen musiikkikulttuurin edistämiseksi.



**Olemme helposti lähestyttäviä** – meidän kanssamme ihminen tulee kuulluksi ja huomioituksi. Olemme seurallisia, kiinnostuneita asiakkaistamme ja kohtelemme kaikkia tasapuolisen ystävällisesti ja empaattisesti – oli kyseessä sitten suuri tai pieni toimija.



**Olemme uudistuva ja kansainvälinen.** Olemme kiinnostuneita siitä mitä musiikkialalla tapahtuu meillä ja maailmalla. Seuraamme aikaamme ja pohdintamme johtavat konkreettisiin tekoihin.



**Tuomme turvaa ja selkeyttä.** Olemme alamme asiantuntija, jolla on uusin tieto ja modernit ratkaisut – ja joka pitää myös asiakkaansa ajan tasalla. Ratkaisumme ovat aina harkittuja ja perusteltuja. Selkeytämme monimutkaisia asioita ja opastamme asiakkaitamme kohti oikeaa ratkaisua. Asiakas voi luottaa, että hän on hyvissä käsissä.

3.1.

# Tone-of-voice

## Teosto on hyvien puolella

Teosto on kotimaisen musiikkikulttuurin puolestapuhuja sekä kestävemmän ja monimuotoisen musiikkialan edistäjä. Emme säästele näkemyksiämme, kun on kysymys musiikin tulevaisuudesta ja tekijöiden turvasta. Emme kuitenkaan syyllistä tai asettaudu kenenkään yläpuolelle – olemme aina valmiita ystävälliseen dialogiin ja kuuntelemaan uusia näkemyksiä.

## Auttaen ja opastaen

Meitä on helppo lähestyä ja otamme asiakkaan vastaan ystävällisesti. Tiedämme, miten systeemi toimii, ja olemme aina valmiita auttamaan. Opastamme asiakasta eteenpäin kaikissa vaiheissa emmekä koskaan jätä häntä yksin.

## Ymmärrettävästi, ihmisten kielellä

Käytämme aina selkeää kieltä asiakaspalvelussa, emmekä tarpeettomasti hämmennä asiakasta alan jargonilla. Avaamme vaikeat termit saman tien ja varmistamme, että kumpikin osapuoli on kartalla siitä mistä puhutaan.

## Ytimekkäästi asiaan

Hyvä otsikko koskettaa ja kertoo olennaisen – maalaileviin, asianavoimeksi jättäviin sekä huomiota kerjääviin klikkiotsikoihin emme sorru. Alkuun pitää aina saada perustiedot lyhyesti – olennaisen pitää selvitä jo muutamasta ensimmäisestä lauseesta.

## Aktiivisesti ratkaisuja tarjoten

Olemme viestinnässämme aktiivinen osapuoli – tarjoamme musiikista kiinnostuneille aina jotain uutta ja kiinnostavaa. Asiat eivät jää kanssamme kesken ja ohjaamme selkeästi eteenpäin – tiedät aina mitä tehdä seuraavaksi.

# BRÄNDI- IDENTITEETTI

4. Logo
5. Värit
6. Typografia
7. Kuvituselementit ja infografiikka
8. Kuvamaailma
9. Käytännön esimerkkejä

4.

# Logo

Teoston logon ensisijainen väritys on tahdinsininen tai teok-senvihreä, toissijaisina väriverzioina hyväksytään musta ja valkoinen.

Logon ja sloganin yhteiskäyttöä varten on luotu käyttöval-miit pysty- ja vaakamuotoiset vakio muodot.

# TEOSTO



Logon laadukkaan luettavuuden takaamiseksi sille on määritelty suoja-alue, jonka sisälle ei saa sijoittaa muita elementtejä. Suoja-alue määrittyy logon s-kirjaimen korkeuden mukaan.



## 4.1.

## Logo käyttö

Johdonmukainen käytös herättää luottamusta, niin ihmisten kuin yritystenkin kohdalla. On ensisijaisen tärkeää, että kaikki Teostoon liittyvät toimet ja toimijat näyttäytyvät yhteinäisinä ja tunnustavat samaa visuaalista perimää.

Suhtaudumme logoomme kuin arvostettuun uniformuun, jonka kantajalta voidaan odottaa johdonmukaista ja arvostettavaa käyttäytymistä.

Tässä esitellyt esimerkit antavat tarvittavat reunaehdot tunnustemme oikeille käyttötavoille. Yksi nyrkkisääntö on yli muiden: **käytä aina tunnusten originaalitiedostoja**, älä yritä itse luoda tai muokata Teoston tunnusta – vaikka olisi kuinka kiire tai asia tuntuisi vähäpätöiseltä.



- Käytä logoa rohkeasti valokuvien päällä – kunhan logo säilyttää hyvän luettavuutensa. Kiinnitä huomiota tunnuksen suoja-alueeseen ja riittävään kontrastieroon kuvan kanssa.



- Voimakkaiden väripintojen tai kuvioiden päälle logoa sijoittaessa tulee pitää huolta logon riittävästä värikontrastista. Valkoinen negatiivilogo toimisi mallikuvan kohdalla erinomaisesti.



- Esimerkin kuva on kaikin puolin mielenkiintoinen mutta logon tausta on liian levoton. Sommittelua muuttamalla tämänkaltaiset ongelma yleensä korjaantuu.



- Logoon ei tule milloinkaan tehdä minkäänlaisia tehostuksia, kuten varjostuksia tai kiiltoja. Myös tunnuksen kääntely ja vääntely on ehdottomasti kielletty.



5.

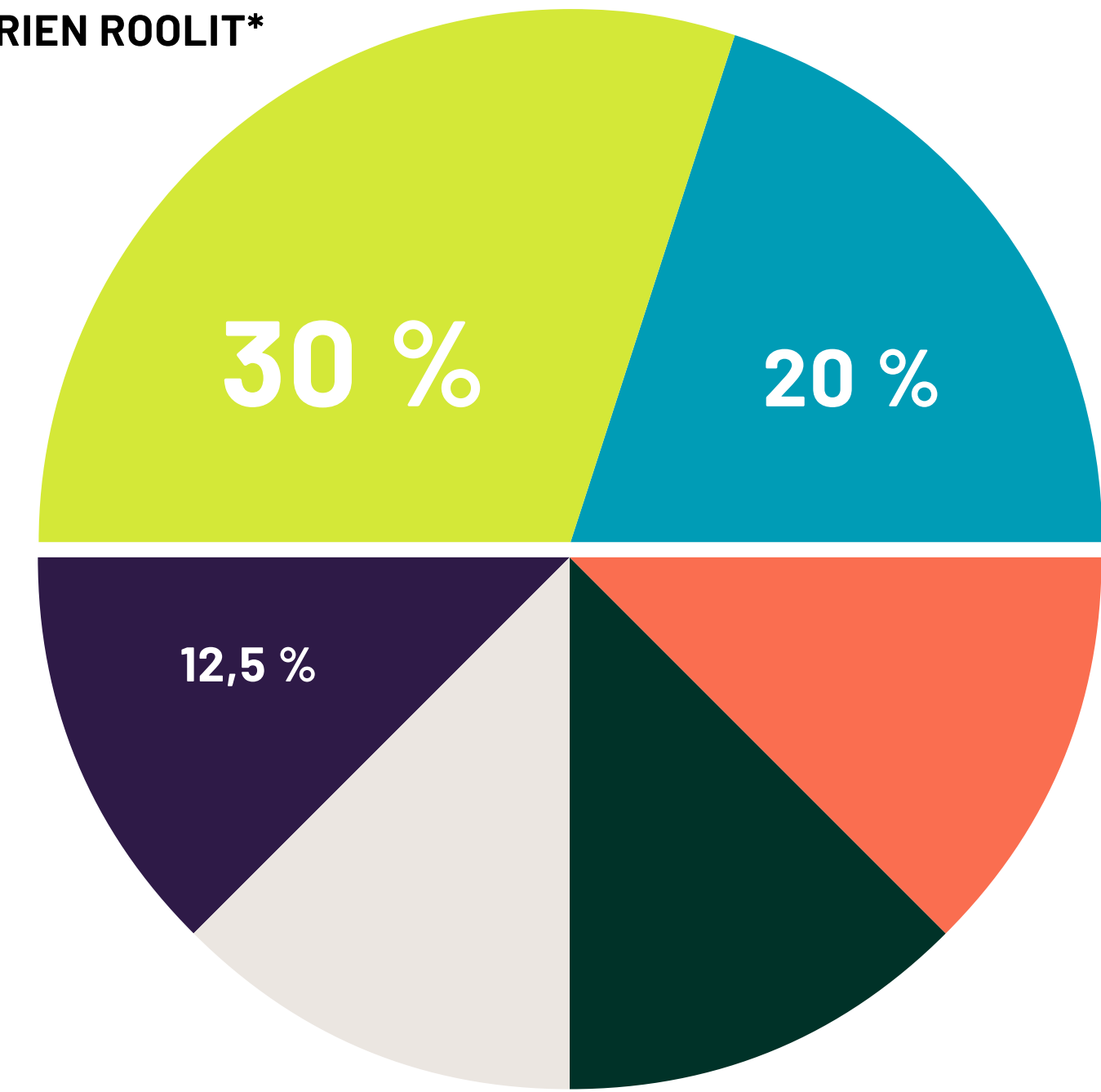
# Värit

## Moderni viestintä vaatii entistä laajempaa väripalettia

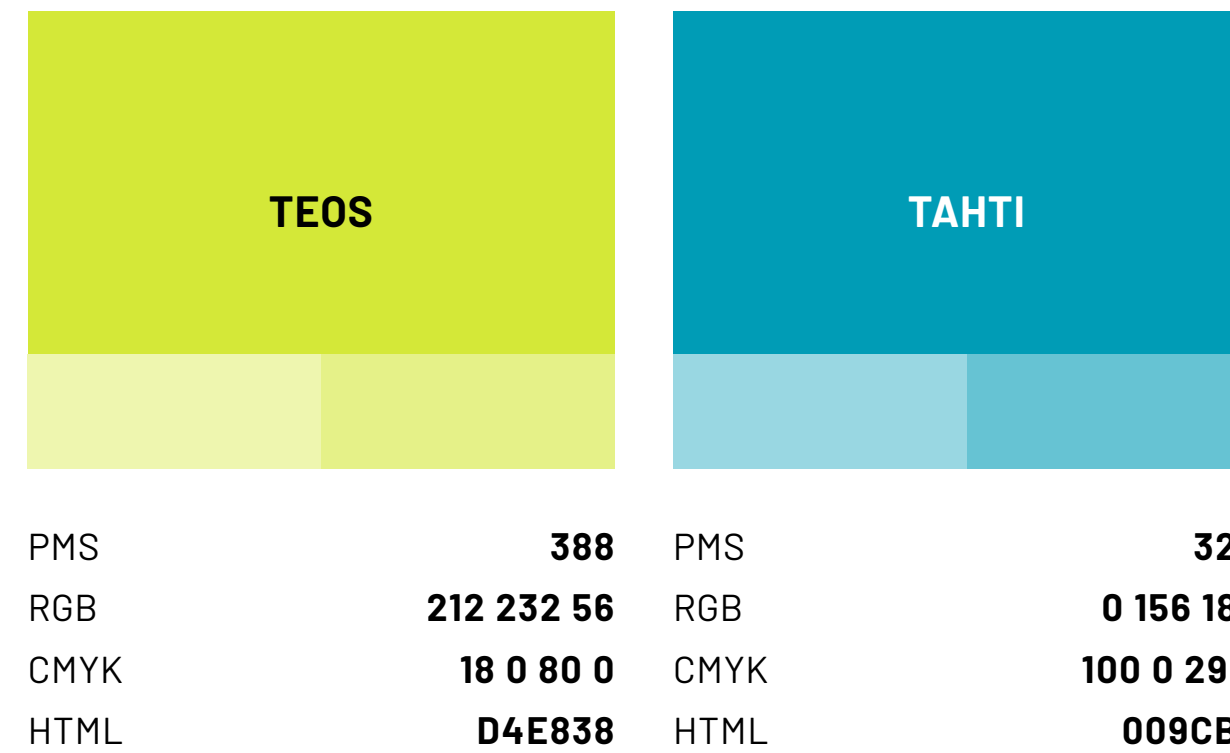
Päävärit on tuttuja, tunnistettavia Teoston värejä. Värien nimeäminen helpottaa sisäistä kommunikointia ja syventää niiden merkityksiä. \*Julkisissa ulostuloissa suositetaan päävärejä. Tukivärit syventävät ja vahvistavat vaikutusta – ja toimivat tarvittaessa iskevinä pääväreinä sopivissa tilanteissa.

Ohessa Teoston väripaletti virallisina väriarvoina. Kuvattujen värien lisäksi voidaan käyttää mustaa ja harmaan eri sävyjä. Eri sävyasteita käyttämällä saadaan luotua visuaalisia hierarkioita, esim. käyttöliittymien tai infografiikoiden yhteydessä. Suosituksia värien käyttöön seuraavalla sivulla.

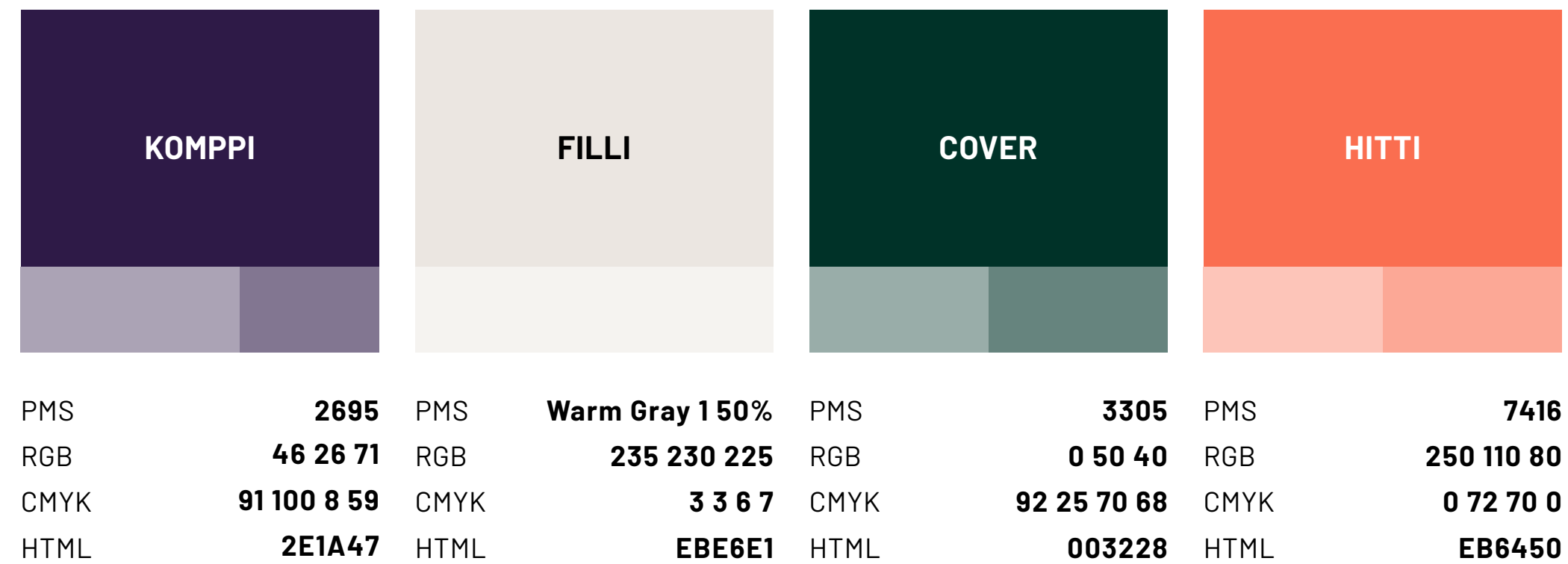
### VÄRIEN ROOLIT\*



### PÄÄVÄRIT



### TUKIVÄRIT



PMS ja CMYK määritykset perustuvat Pantone Color Bridge -viuhkaan (08/2014)




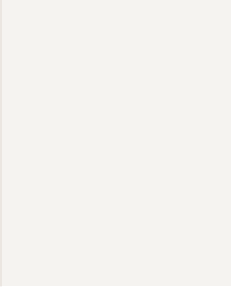
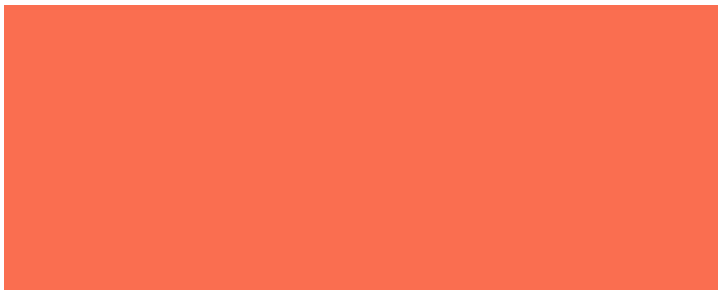



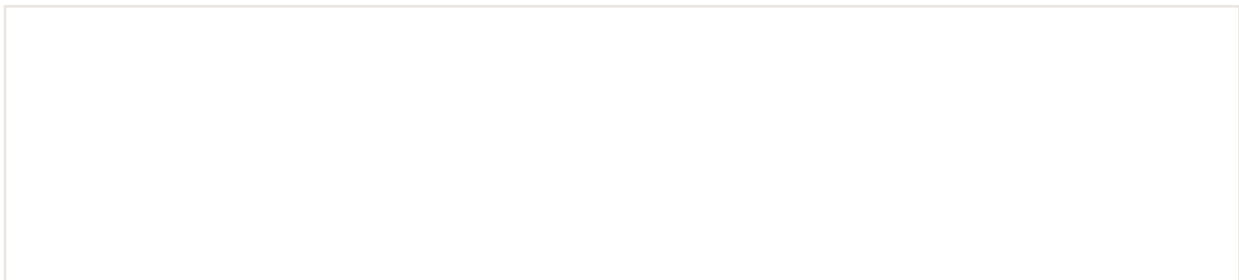
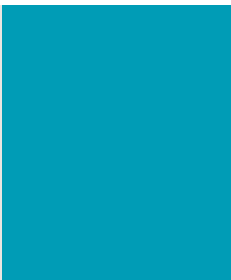
5.1.

# Värien käyttö

**Värien yhdistelyssä maltti on valttia. Laajentunut palettimme avaa monipuolisia mahdollisuuksia värien käyttöön mutta Teoston ilmeen ei ole tarkoitus olla levottoman räikeä.**

Valitse vain yksi pääväri per julkaisu tai mediapinta. Valitse päävärisi kanssa yhteen sopiva tukiväri, mikäli konteksti ja viesti sitä vaatii. Voit myös laajentaa spektriä käyttämällä värien eri sävyasteita. Musta ja harmaan eri sävyt ovat aina luotettavia kumppaneita.

Anna arvoa myös valkoiselle: tarkoitus ei ole täyttää tyhjyyttä väreillä vaan hengitystilan jättäminen on Teoston ilmeessä ensisijaisen tärkeää. Lähtökohtaisesti emme kiellä mitään väriyhdistelmää – muuttuuhan maailmakin koko ajan! Ohessa muutama esimerkki potentiaalisista väriyhdistelmistä.

KONTEKSTI	PÄÄVÄRI	TUKIVÄRI
<b>Neutraali</b> A		
B		
<b>Eloisa</b> A		
B		
<b>Rauhallinen</b>		

6.

# Typografia

**Typografialla viestimme osaamista ja asian ymmärrystä. Vakiintuneiden tunnusten ja värimaailman jälkeen tärkein osatekijä tunnistettavassa yritysilmeessä on johdonmukainen typografia.**

Pääkirjasintyyppinämme toimiva Barlow on selkeästi artikuloiva, uskottava ja moderni faktojen esittäjä. Lora on tuotyylikirjoomme ajatonta asiantuntijuutta.

Roolijako näiden kirjasintyyppien välillä on hyvin selkeä: Barlow on suvereeni ykkösvalinta lähes kaikissa sovelluksissa, Lora pääsee esille lähinnä pieninä nostoina, sekä leipätekstinä toimituksellisessa sisällössä.

**Barlow ja Lora ovat vapaasti saatavilla Google Fonts -palvelusta.** Standardikirjasimisita Barlowin korvaajana käytetään Arialia, Loran korvaajana Georgiaa.

**BARLOW** is a slightly rounded, low-contrast, grotesk font **superfamily** designed by Jeremy Tribby.

123456789€%£©ÄäÖöÅå

“The overall typographic voice of *Lora* perfectly conveys the mood of a modern-day story, or an art essay. Technically Lora is **optimised for screen appearance**, and works equally well in print”, she said firmly.

6.1.

# Perustyyli

	TYYLI	KIRJAINKOKO	RIVIVÄLI	KIRJAINVÄLISTYS	MARGINAALI	JÄLKEEN RIVIREKISTERISSÄ
META	medium + all caps	1.0	1.3	+20	1	○
PÄÄOTSIKKO	regular	3.4	3.6	-5	1	●
INGRESSI	bold	1.2	2.0	0	1	◐
VÄLIOTSIKKO	bold	1.0	1.3	+15	0	◐
LEIPÄTEKSTI	regular	1.0	1.8	0	1	●
ALAOTSIKKO	medium	1.6	1.8	-5	1	○
ERIKOISNOSTO	Lora regular	1.7	2.9	0	0	○

Oheiset esimerkit eivät ole ohjekokoja kaikkiin sovelluksiin. Annetut mitat ovat suhteellisia ja sovellettavissa ns. asiakirjayhteyksissä, kuten Word-tekstidokumenteissa.

RIVIREKISTERI 1.8

META APUOTSIKKO ON OPTIONAALINEN

PÄÄOTSIKKO

# Pääotsikon tulisi herättää mielenkiinto

INGRESSI

Ingressi johdattaa syvemmälle aiheeseen muutamalla lauseella. Tämä ingressi on ladottu Barlow Bold -leikkauksella.

VÄLIOTSIKKO LEIPÄTEKSTI

VÄLIOTSIKKO OSIOI JA SELKEYTTÄÄ

Leipäteksti on lähtökohtaisesti Barlow Regularia. Jukolan talo, eteläisessä Hämeessä, seisoo erään mäen pohjoisella rinteellä, liki Toukolan kylää.

## Alaotsikko vaihtaa aihetta

Sen läheisin ympäristö on kivinen tanner, mutta alempana alkaa pellot, joissa, ennenkuin talo oli häviöön mennyt, aaltoili teräinen vilja. Peltojen alla on niittu, apilaäyräinen, halkileikkaama monipolvisen ojan; ja runsaasti antoi se heiniä, ennenkuin joutui laitumeksi kylän karjalle.

ERIKOISNOSTO

Tämä on sitaattinoston tyyli, joka käyttää Loran regular-leikkausta.

Teosto on  
musiikin voiman  
puolesta puhuja

POWER OF MUSIC  
MUSIC POWER FOR

Selkänoja &  
kaasukahva

Yks, kaks.  
Yks, kaks.  
Rrrrraija.

Uuden tason tekijänoikeuspalvelumme tekevät meistä halutun kumppanin sekä musiikin tekijöille että käyttäjille – tunnemme tekijän ja käyttäjän tarpeet ja muodostamme sillan näiden välille.

Unleash the  
power of music.  
*In a click.....*



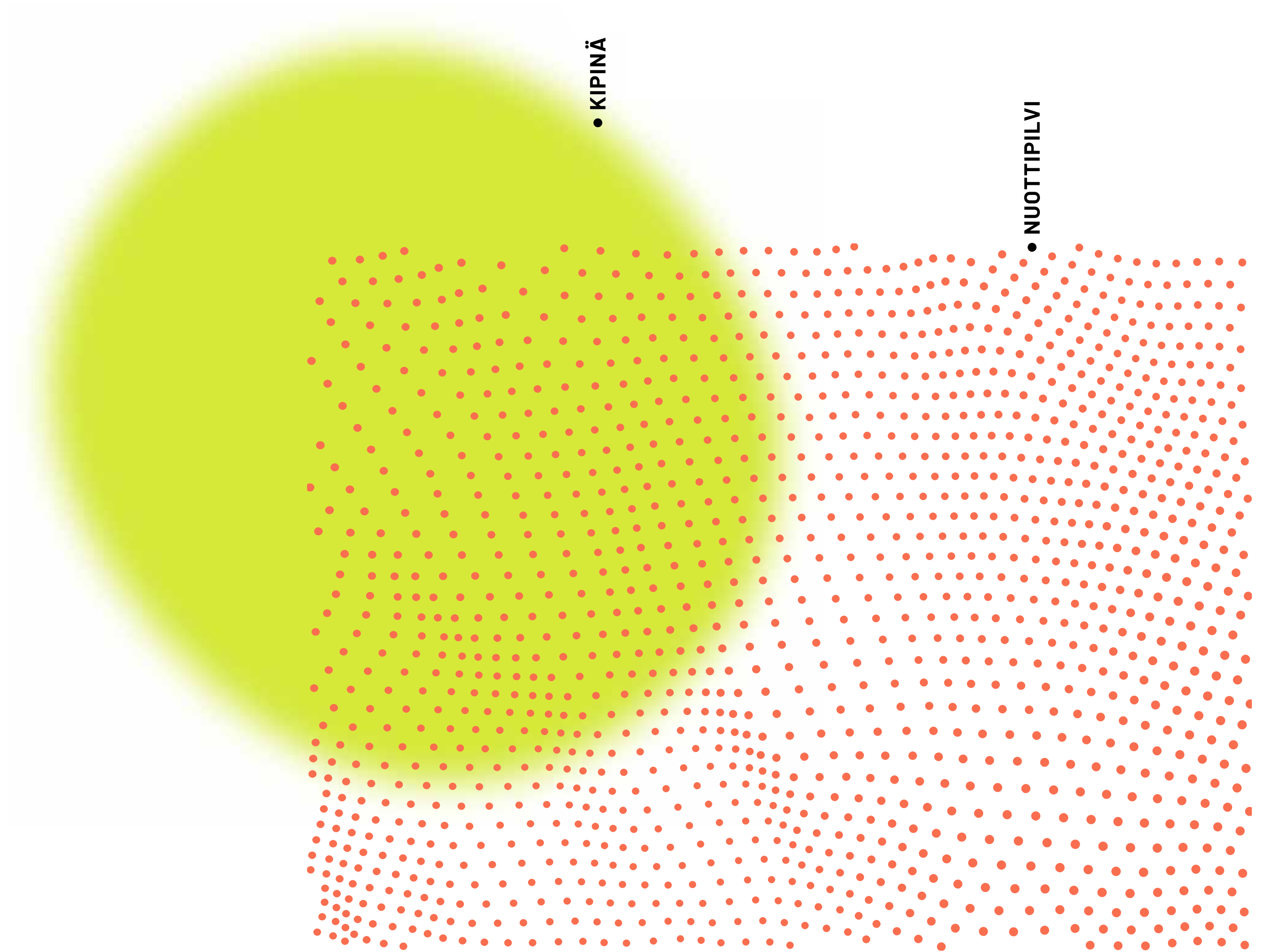
7.

# Kuvituselementit ja infografiikka

**Teosto on silta musiikin ja kuulijan – tekijän ja kokijan välillä.**

**Kipinä** ja **Nuottipilvi** visualisoivat musiikin koossa pitävää voimaa. Graafisin kuvioin teemme musiikin energian näkyväksi ja luomme tunnistettavaa, Teoston omaa kuvamaailmaa.

Kipinä ja Nuottipilvi esiintyvät kuin asemansa tuntevat maailmanluokan artistit: pääasiassa erikseen, harkiten ja kun hyvältä tuntuu. Tarkemmin kuvituselementtien käytöstä seuraavilla sivuilla.



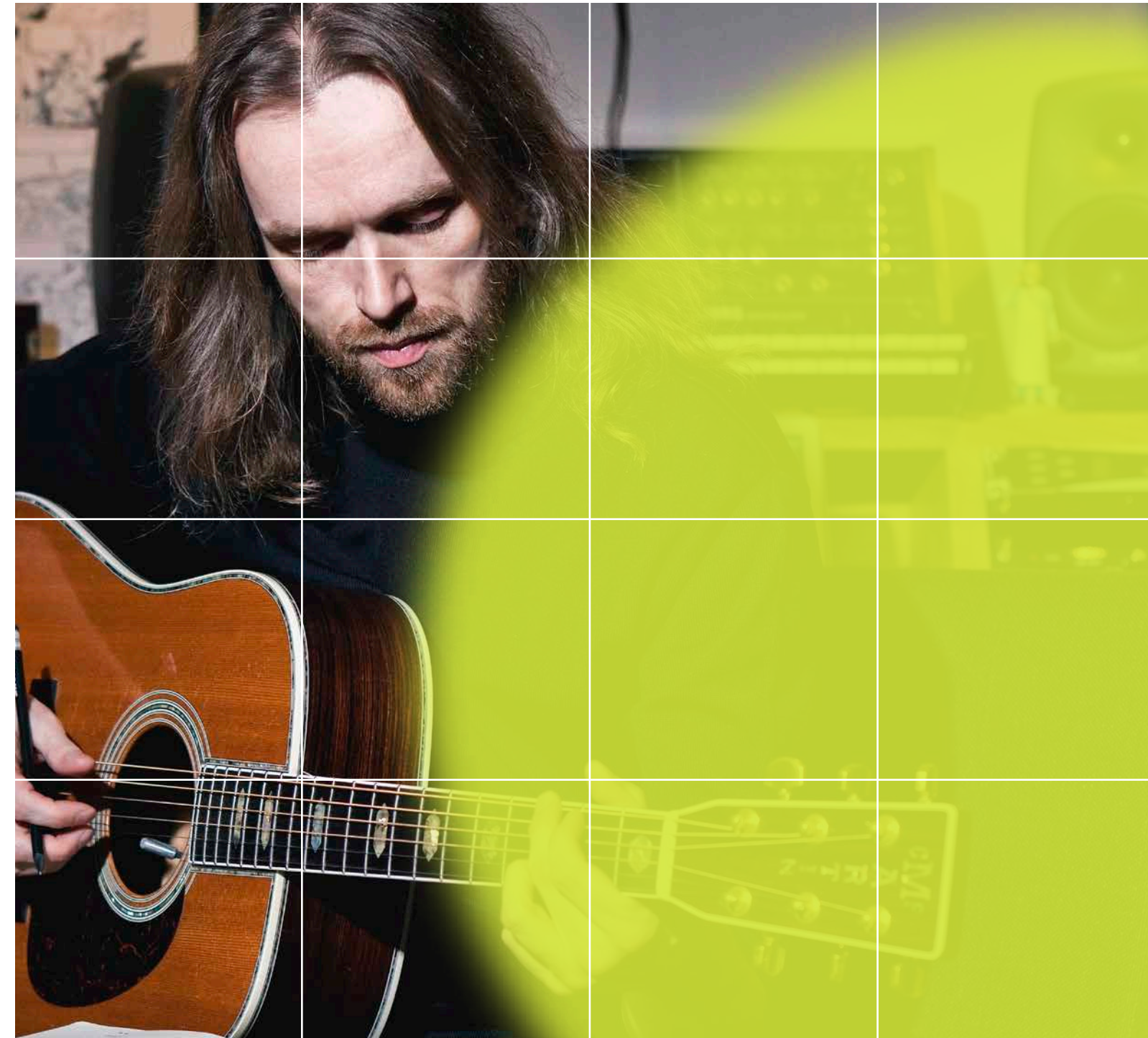


## 7.1.

# Kipinä

**Kipinä kuvaa keskuudessamme alati leijailevaa yhteisen kokemuksen, ajatuksen ja tunteen mahdollisuutta.**

- Kipinän avulla saadaan kuvien päälle tilaa tekstile. Huomaa tiputtaa Kipinän peittävyttä 90–92 %:iin.
- Samassa näkymässä saa esiintyä maksimissaan kaksi Kipinää, mutta vain jos yksi on selkeästi isompi ja näkyvämpi.
- Kipinän muotoa ei saa muuttaa mutta sen kokoa ja rajausta saa.
- Kun kuva- tai sivuala jaetaan 4x4-ruudukkoon, Kipinän tulee olla näkyvissä aina **vähintään neljässä mutta maksimissaan 12:ssa** ruudussa.
- Nuottipilven kanssa samassa näkymässä voi olla korkeintaan yksi Kipinä.



- Kipinä on selvästi läsnä, antaa mahdollisuuksia taitollisen sisällön lisäämiselle kuvan yhteyteen mutta ei peitä kuvan pääesiintyjää.



- Kaksi samanarvoista Kipinää kuvan päällä lipsahtaa koristelun puolelle – vältä tätä.

- ! Kipinä voi esiintyä kaikissa Teoston paletin väreissä. Valitse sopiva väritys kontekstin mukaan – vinkkejä värien yhteiskäyttöön sivulla 17.



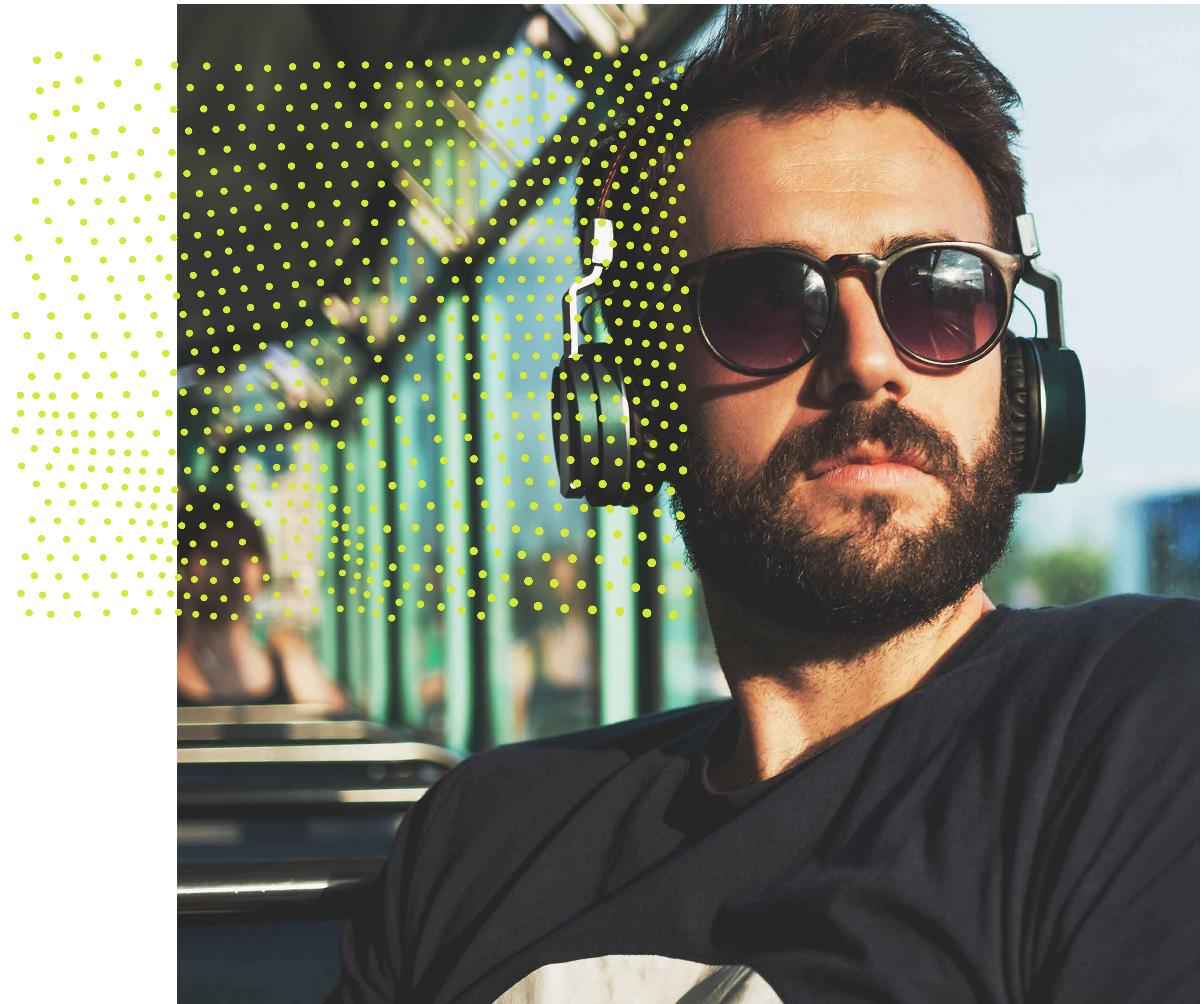


7.2.

# Nuottipilvi

**Nuottipilvi on nimensä mukaisesti ryöppy ääniä ja säveliä, jotka liikkuvat ihmisten – kuulijoiden ja muusikin tekijöiden – välillä.**

- Asettamalla Nuottipilvi “vuotamaan” ulos kuvapinnasta, voidaan vahvistaa kuvan ja tekstin yhteyttä.
- Vain yksi Nuottipilvi voi olla kerralla esillä.
- Kipinän ja Nuottipilven esiintyminen yhdessä ei ole kiellettyä mutta hyvin harvinaislaatuinen tehokeino – kuten reunion-konsertti tai ekan demon uudelleen masterointi.
- Nuottipilveä voi rajata ja käänellä vapaasti, kunhan se tunnistetaan Nuottipilveksi. Rajatessasi Nuottipilve, poista vajaiksi leikkaantuvat yksittäiset pisteet.
- Nuottipilveä voi käyttää kaikissa Teoston paletin väreissä. Valitse sopiva väritys kontekstin mukaan – vinkkejä värien yhteiskäyttöön sivulla 17.





7.3.

# Infografiikka

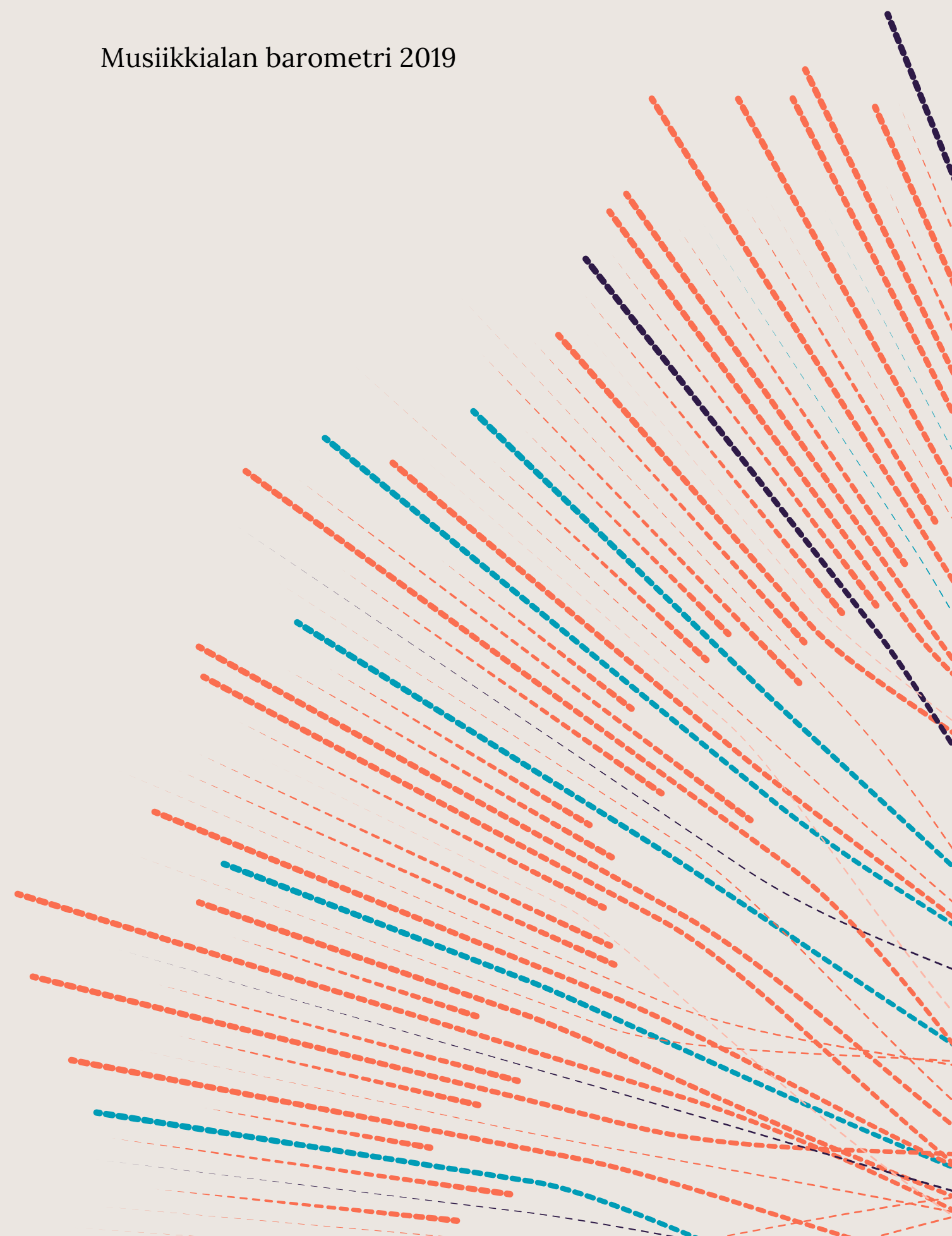
**Ensiarvoisen tärkeää on infografiikoiden selkeä luettavuus, tiedon ilmava esittely ja sitä kautta saavutettava luottamus.**

- Teoston infografiikat jaetaan kahteen ryhmään: **diagrammeihin** ja **infonostoihin**. Diagrammeilla tarkoitetaan perinteisiä tietoa havainnollistavia kaavioita (esimerkit A). Infonostot tarjoilevat lukijalle selkeän kiteytyksen, päätelmän tai tuloksen (esimerkki B).
- Infografiikoissa luotamme selkeään typografiaan, värien voimaan ja annamme tilaa lukijalle. Huomiota häiritsevä koristelu – kuten kaavioiden varjostukset tai epäolennaiset kuvituskuvat – pyritään minimoimaan. Infografiikka itsessään on kuvitus.
- Sisältöön sopivien kuvituselementtien, kuten ikoneiden, käyttö on sallittua grafiikoiden yhteydessä.
- Värien käyttöön lähtökohta on, että kerralla infografiikoissa on käytössä korkeintaan kolme väriä. Selkeyttä hierarkiaa osasävyjen avulla, älä toisilla väreillä.

42%

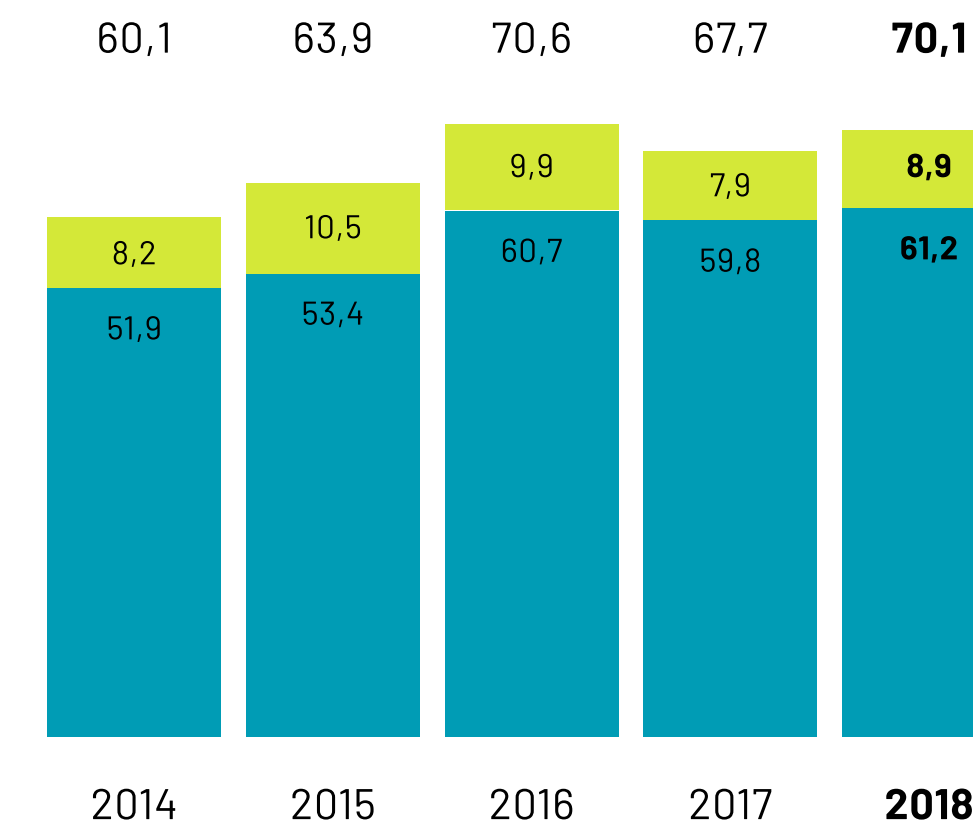
**vastaajista uskoo musiikinkulutuksen kasvuun.**

Musiikkialan barometri 2019

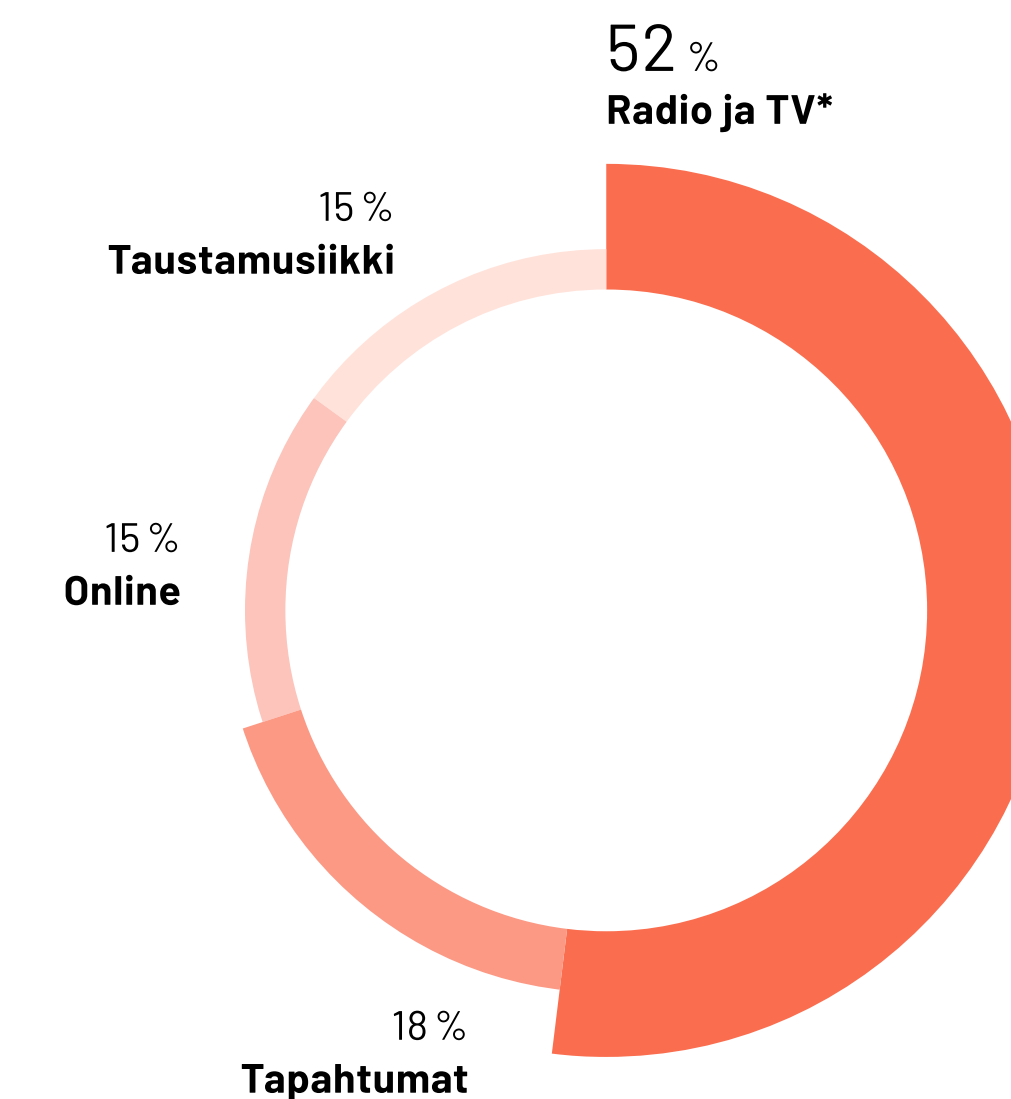


B

A



- Teoston keräämät korvaukset
- Muut tekijänoikeuskorvaukset. Mukana myös lainauskorvaus ja yksityisen kopioinnin hyvitys.

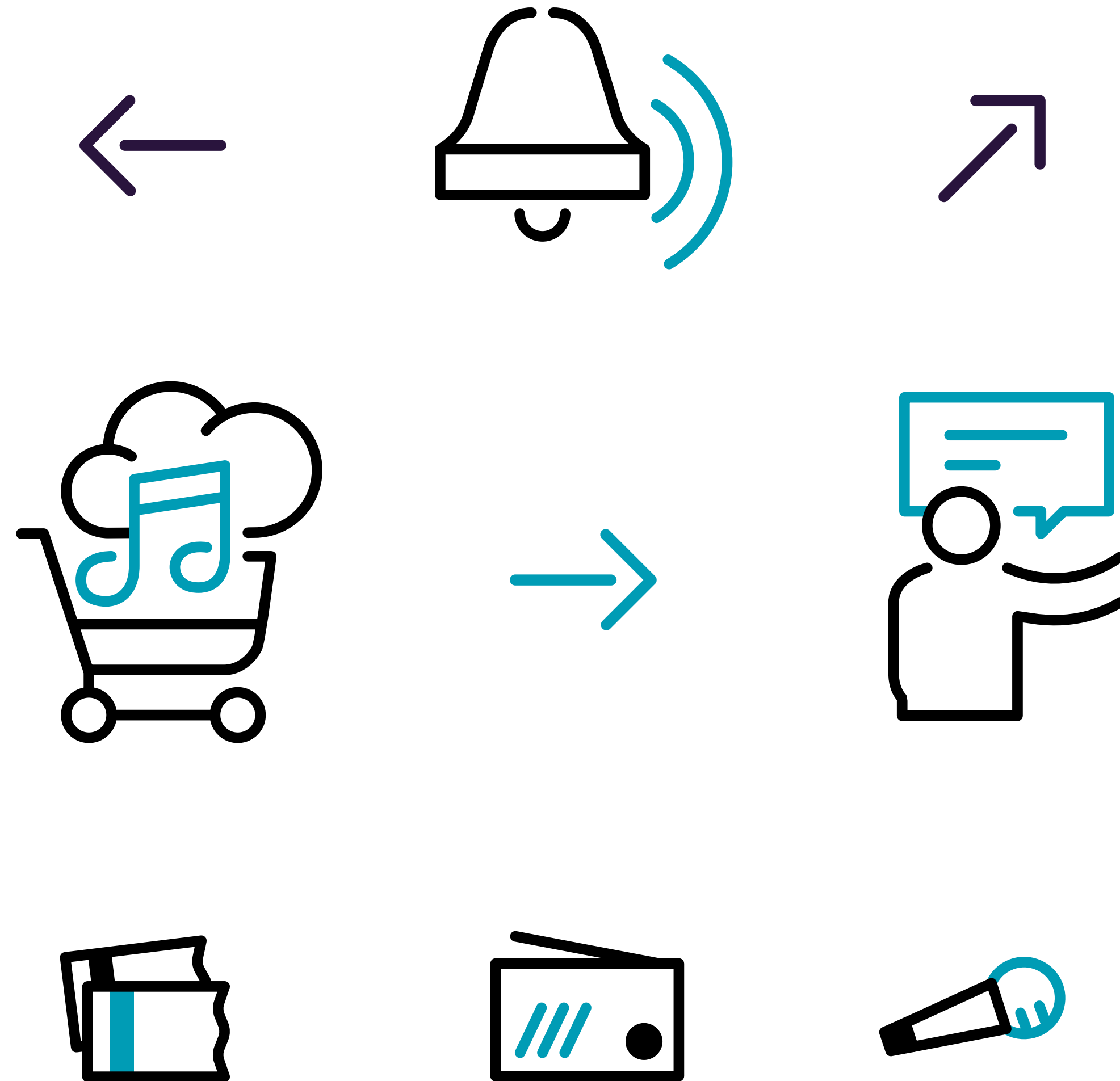


7.4.

# Ikonit

**Ikoneiden uusi sukupolvi perustuu Nuottipilvi-elementistä johdettuun pistegridiin. Ikoneiden tarkoitus on tehostaa digitaalisten palveluidemme käyttöä parantamalla käyttöliittymien silmäiltävyyttä.**

Ikoneita voidaan käyttää myös esim. infografiikoiden yhteydessä. Seuraavalla sivulla on havainnollistettu ikoneista johdettujen piirroskuvitusten mahdollisuuksia.





7.5.

# Piirroksiset

**Kun ikonit eivät riitä ja valokuvissa tapahtuu liikaa, viestin tukena voidaan käyttää piirrosgraafikoita.**

Teoston piirrostyyli on sukunäköinen ikonien kanssa, joten niitä voidaan käyttää helposti rinnakkain: piirroksissa voidaan enemmän leikitellä värien ja yksityiskohtien kanssa.





8.

# Kuvamaailma

## Kuva käyttökohteen mukaan

Teoston kuvamaailma perustuu kolmeen kategoriaan, joita kaikkia yhdistää voima ja intohimo musiikkiin. Koska kuvan voima on suuri, käytä kuvia harkiten ja tarkoituksen mukaan. Kuvan tulee aina tukea ja kuvittaa viestiä, eikä vain täyttää tyhjää tilaa. Mieti aina, voiko kuvan merkitystä ymmärtää väärin, tai voiko kuva kääntyä muuten viestiä vastaan.

Varmista, että kuvan resoluutio riittää painolaadun takaamiseksi. Mikäli kyse ei ole kuvapankkikuvista, varmista myös että kuvien käyttöön on lupa henkilöiltä, jotka kuvissa tunnistettavasti esiintyy.

**Tarkemmin kuvakategorioista seuraavilla sivuilla.**



**BRÄNDIKUVAT: VOIMA**  
S. 26

**BRÄNDIKUVAT: TEKIJÄT**  
S. 27

**HENKILÖKUVAT**  
S. 28

**KUVITUSKUVAT**  
S. 29



## 8.1

# Brändikuvat

## Voima

Teoston brändikuvissa on tärkeää tuoda esille musiikin koki- ja. Kuvissa pyritään dramatisoimaan musiikin voimaa tekijän ja kokijan välillä: hetkeä kun musiikki koskettaa. Vaikutusta voidaan alleviivata Nuottipilven avulla. Brändikuvissa tulee suosia aitoja tilanteita.

Brändikuvien sävy maailmaa tulee yhtenäistää kevyellä toonauksella. Älä käytä käsittelemättömiä, alkuperäisiä kuvia tai mustavalkoversioita. Toonausta varten on luotu psd-työpohja: kysy tiedostoa Teoston viestinnän yhteys- henkilöltäsi.





## 8.2

# Brändikuvat

### Tekijät

Teoston kuvamaailman peruspilari on tekijäkuvat. Brändikuvien sävy maailmaa tulee yhtenäistää kevyellä toonauksella. Älä käytä käsittelemättömiä, alkuperäisiä kuvia tai mustavalkoversioita. Toonausta varten on luotu psd-työpohja: kysy tiedostoa Teoston viestinnän yhteyshenkilöltäsi.

Tekijäkuvien avulla pyrimme raottamaan verhoa musiikin tekijän ammattiin ja musiikin tekemiseen. Tilanne ja ympäristö, missä musiikkia tehdään voi olla hyvinkin askeettinen ja pelkistetty verrattuna näyttävään esittämistilanteeseen. Kuvaamme säveltäjää, sanoittajaa ja sovittajaa työnsä äärellä autenttisissa ympäristöissä; juuri siellä kulissien takana, missä syntyy se ainutlaatuinen luova lisäarvo, jonka turvaamiseksi Teosto toimii.





8.3

# Henkilökuvat

Kuva viestiköön persoonasta ja luovasta asenteesta joka kuuluu meidän toimintaan. Käytä yhteystietojen henkilöku-  
vissa taustoina Teoston brändivärejä - mahdollisuuden mu-  
kaan jo kuvaustilanteessa (ei jälkikäsitellyssä). Vältä kirjavia  
vaatteita ja teennäisiä poseerauksia. Suosi ammattikuvaa-  
jaa aina kun mahdollista.





## 8.4

# Kuvituskuvat

Kuvituskuvina käytämme yksityiskohtia brändikuvien tilanteista. Kuvituskuvia voi käyttää monipuolisesti käyttökohdeissa, jotka vaatii kuvitusta. Näissäkin kuvissa pätee sama kevyt toonaus kuin brändikuvissa.





# KÄYTÄNNÖN ESIMERKKEJÄ

1. Dokumenttipohjat
2. Toimistotarpeita
3. Rollupit

9.1.

# Dokumenttipohjat

24.2.2020 X/X TEOSTO

## Teosto on musiikintekijöiden järjestö

Mieleni minun tekevi, aivoni ajattelevi lähteäni laulamahan, saa'ani sanelemahan, sukuvirttä suoltamahan, lajivirttä laulamahan. Sanat suussani sulavat, puhe'et putoelevat, kielelleni kerkiävät, hampahilleni hajoovat.

Veli kulta, veikkoseni, kaunis kasvinkumppalini! Lähe nyt kanssa laulamahan, saa kera sanelemahan yhtehen yhyttämme, kahta'alta käytyämme! Harvoin yhtehen yhyimme, saamme toinen toisihimme näillä raukoilla rajoilla, poloisilla Pohjan mailla.

### Pohjan peltojen periltä, Kalevalan kankahilta

Lyökämme käsi kätehen, sormet sormien lomahan, lauloaksemme hyviä, parahia pannaksemme, kuulla noien kultaisten, tietä mielitehtoisien, nuorisossa nousevassa, kansassa kasuavassa: noita saamia sanoja, virsiä virittämiä vyölitä vanhan Väinämöisen, alta ahjon Ilmarisen, päästä kalvan Kaukomielen, Joukahaisen jousen tiestä, Pohjan peltojen periltä, Kalevalan kankahilta.

Niit' ennen isoni lauloi kirvesvartta vuollessansa; niit' äitini opetti vääteessänsä väärtinätä, minun lasna lattialla eessä polven pyöriessä, maitopartana pahaisna, piimäsuuna pikkaraaisna. Sampo ei puuttunut sanoja eikä Louhi luottehia: vanheni sanoihin sampo, katoi Louhi luottehisin, virsihin Vipunen kuoli, Lemminkäinen leikkiihisiin.

Mieleni minun tekevi, aivoni ajattelevi lähteäni laulamahan, saa'ani sanelemahan, sukuvirttä suoltamahan, lajivirttä laulamahan. Sanat suussani sulavat, puhe'et putoelevat, kielelleni kerkiävät, hampahilleni hajoovat.

Urho Kekkosen katu 2 C, 6 krs. tel + 358 10 808 118  
00100 Helsinki teosto@teosto.fi  
FINLAND teosto.fi

@TeostoOfficial  
Instagram Twitter YouTube Facebook

## Teosto – jotta jokainen voi kokea musiikin voiman

MUSIIKKI ON VOIMA TEOSTO

## Mikä vaikuttaa käyttöluvan hintaan?

- Musiikin arvo käyttäjälle ja tämän asiakkaalle
  - Kaikki musiikki on käyttäjälle samanhintaista lajista, laadusta tai alkuperämaasta riippumatta
- Korvaus määräytyy esim. suojatun musiikin määrän, liikevaihdon, esityspaikan yleisökapasiteetin tai lipputulojen perusteella
- Hinnat neuvotellaan eri toimialoja edustavien kattojärjestöjen sekä radio- ja tv-yhtiöiden kanssa
- Samat käyttöehdot kaikille saman alan toimijoille
  - Kilpailuvirasto valvoo, ettei Teosto käytä määräävää markkina-asemaansa väärin

TEOSTO

## Musiikin julkiseen esittämiseen tarvitaan aina lupa

**Musiikin käyttöluva tarvitaan riippumatta siitä onko:**

- musiikki elävää vai tallennettua
- musiikki koti- vai ulkomaista
- toiminta kaupallista tai ei kaupallista
- tapahtuma tai tilaisuus maksullinen vai maksuton
- musiikki toiminnan tai tapahtuman pääasiallinen sisältö (esim. radiokanava, keikka tai konsertti) vai esim. taustamusiikkia asiakastilassa

**Näihin ei tarvita lupaa:**

- Musiikin esittämiseen yksityisessä piirissä, opetuksessa tai jumalanpalveluksessa
- Vapaan teoksen käyttöön (tekijänoikeus ei enää voimassa)
- Teoksen kopiointiin yksityiseen käyttöön
- Siteeraukseen: sitaatin on tuettava, perusteltava tai valotettava omaa esitystä

**Jos olet toiminnasta vastaava tai tapahtuman järjestävä taho, vastaat tarvittavien musiikin käyttöluvien hankkimisesta**

TEOSTO

## Mistä musiikintekijän täytyy huolehtia itse?

**Teosilmoituksista**

- Teostiedot Teostolle välttämättömiä tilitysten maksamista varten

**Musiikin esitysilmoituksista**

- Esitystietojen avulla esityskorvaukset kohdistuvat teosten tekijöille

**Omien asiakastietojensa ajantasaisuudesta**

- Pankki- ja yhteystietojen päivittäminen verkkopalvelussa

TEOSTO

Teosto on aatteellinen, voittoa tavoittelematon yhdistys, jonka säveltäjät ja musiikinkustantajat perustivat vuonna 1928 valvomaan etujaan.

**30 000**  
Teosto edustaa 30 000 kotimaista ja lähes kolmea miljoonaa ulkomaista säveltäjää, sanoittajaa, sovittajaa ja musiikinkustantajaa.

**763**  
Päättövaltaa käyttävät yhdistyksen jäsenet, joita on 763.

TEOSTO

**TEOSTO**  
Urho Kekkosen katu 2 C  
00100 Helsinki

Instagram Twitter YouTube LinkedIn



9.2.

## Toimistotarpeisto



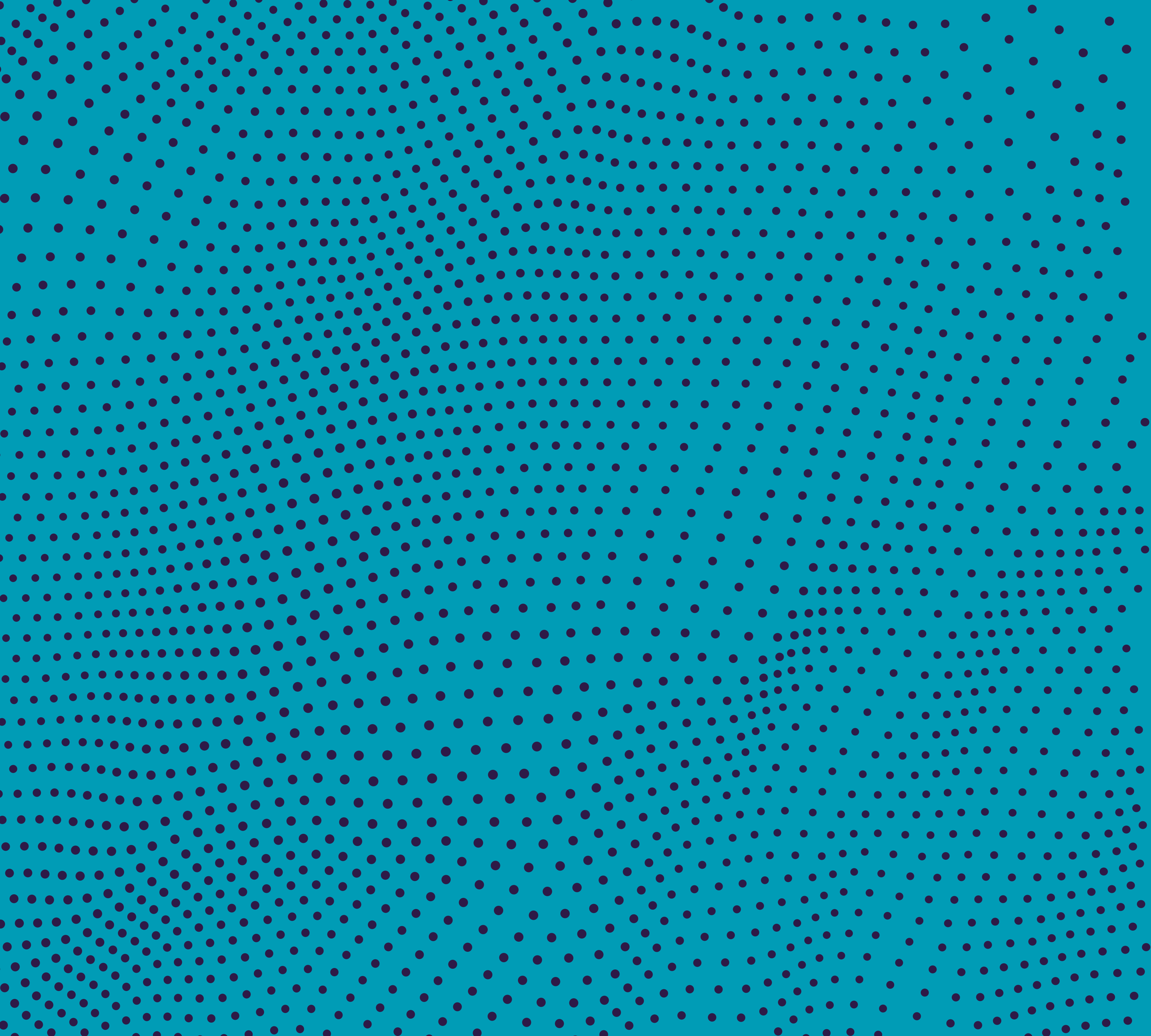


9.3.

# Rollupit







**TEOSTO**

Brändikäsikirja  
versio 6.1