

LUOVA RAHA

Näkökulmia luovien alojen
rahoitukseen



4 / 2011



LUOVA RAHA

Näkökulmia luovien alojen
rahoitukseen

Hermia Oy:n julkaisuja
ISSN 1799-4292
ISBN 978-952-5376-18-0
(pdf)

SISÄLLYSLUETTELO

Julkaisun tavoitteet, rajaukset ja kiitokset	4
1.0 JOHDANTO: KOKONAISUUS, TAUSTA JA TARVE	
Alkusanat	6
1.1 TEM:n Luovan talouden strateginen hanke 2011	7
1.2 Julkaisun viitekehys ja työprosessi.	9
2.0 LUOVIENTALOJEN EKOSYSTEEMI	
<i>Luovat alat. Nousu ja uho</i>	<i>13</i>
3.0 ALKAVA KLUSTERI - COMPUTER GENERATED IMAGERY	
<i>CGI-työ yhdistää montaa eri toimialaa.</i>	<i>19</i>
4.0 RAHOITUSINSTRUMENTIT JA TOIMIJAT LUOVILLA ALOILLA	
4.1 Julkiset ja yksityiset rahoittajat Suomessa	
<i>Yhteenveto</i>	<i>23</i>
4.2 IP:n säilyminen tekijäyhtiöllä	
<i>Tuoteoikeuksien säilyminen tekijäyhtiössä rahoituksen avulla</i>	<i>29</i>
<i>Case: Housemarque Oy</i>	<i>32</i>
4.3 Joukkorahoitusmallit perinteisten rinnalle	
<i>Crowdfunding kasvuyrityksen työkaluna.</i>	<i>37</i>
<i>Case: Blind Spot Pictures Oy</i>	<i>40</i>
4.4 Julkinen pääomasijoittaminen ja nopeasti kasvavat kv-yritykset	
<i>Finnveran rahoitusinstrumenteilla ja pääomasijoituksilla kiihdytyskaistalle</i>	<i>45</i>
4.5 Yksityinen pääomasijoitustoiminta ja luovat alat	
<i>Venture capital - kasvuyritysten pääomasijoitustoiminta luovien alojen rahoituksessa</i>	<i>49</i>
<i>Case: Steam Republic Oy.</i>	<i>52</i>
4.6 Bisnesenkelit ja luova talous	
<i>Bisnesenkelitoiminta Suomessa</i>	<i>57</i>
<i>Case: Undo Oy.</i>	<i>60</i>

4.7 Palveluprosessien kehittäminen kansainväliselle markkinalle	
<i>Luovista aloista Suomelle menestystekijä?</i>	65
<i>Case: Produx Network</i>	68
<i>Case: Tero Saarinen Company</i>	72
4.8 Tulorahalla kasvaminen	
<i>Case: Golla Oy</i>	77
4.9 Avustusta mikroyrittäjän liiketoiminnan kehittämiseen	
<i>Siemenrahaa luovien alojen pienyrittäjille</i>	81
5.0 TOIMIALOJEN NÄKÖKULMA RAHOITUKSEEN	
5.1 Mitä jää Suomeen?	
<i>Audiovisuaalisten tuotantojen ja kannustimien vaikutukset kansantaloudelle</i>	85
5.2 Animaatioalan näkökulma	
<i>Animaatioalan näkökulma elokuvien, sarjojen ja pelien rahoitukseen</i>	89
5.3 TV-tuotannon näkökulma	
<i>Televisio-ohjelmien tuotannon rahoitus ja kasvu</i>	93
5.4 Kotimaisen elokuvan rahoitus	
<i>Kotimaisella elokuvalla menee hyvin - vai meneekö?</i>	99
5.5 Musiikkialan näkökulma	
<i>Musiikin rahoitus ja kv-potentiaali</i>	103
5.6 Esittävien taiteiden näkökulma	
<i>Esittävien taiteiden rahoitus ja asema luovassa taloudessa</i>	109
5.7 Graafisen suunnittelun näkökulma	
<i>Graafisen suunnittelualueen yritysrahoitus</i>	117
5.8 Kuvataiteen näkökulma	
<i>Kuvataiteen rahoitus</i>	121
6.0 YHTEENVETO. JOHTOPÄÄTÖKSET JA EHDOTUKSET	
6.1 Rahoituksen tulevaisuus	
<i>Edellytysten parantamisesta toiminnan ja tuotteen tukemiseen</i>	125
6.2 Lähitulevaisuuden näkymiä	
<i>Luova talous - uudistuva talous</i>	129
7.0 LISÄTIETOJA RAHOITUKSESTA	
<i>Lisätietoja, julkaisuja ja yhteystietoja</i>	133

JULKAISUN TAVOITTEET, RAJAUKSET JA KIITOKSET

Tavoitteet

Tämän julkaisun tavoitteena on edistää julkista keskustelua luovien toimialojen rahoituksesta. Julkaisussa pyrimme tarjoamaan useita eri näkökulmia aiheeseen: yritysten, rahoittajien ja toimialajärjestöjen. Pää tavoitteena on keskustelun herättäminen sekä toimialoilla että julkisten ja yksityisten rahoittajaorganisaatioiden parissa. Julkaisu on keskustelun alku, ei sen loppulausuma.

Keskeisiksi asioiksi tämän julkaisun artikkeleissa nousevat seuraavat seikat:

- Luovilla aloilla IP-oikeudet ovat yrityksen tärkein pääoma, joka pitäisi arvottaa myös taseessa. IP-oikeuksien taloudellinen merkitys tulisi huomioida myös julkisissa yritysrahoitusmalleissa.
- IP-oikeuksien omistaminen mahdollistaa yritykselle pitkäaikaisemmat tuotot nk. pitkän hännän periaatteen mukaan. Lisäksi ne mahdollistavat digitaalisissa tuotteissa tuotantoyrityksen oman jakelutoiminnan ja siten riippumattomuuden ulkopuolisista jakelijoista.
- Omistamalla IP-oikeudet yrityksen arvoketjuasema paranee ja Luovalla toimialalla arvoketjuosition parantaminen on useimmiten luontevin tapa parantaa myös tuotteen jalostusarvoa.
- Luovan alan kasvuyritykset kaipaavat rahoituksen hankintaan ja liiketoiminnan suunnitteluun mentorointia, yhden luukun periaatetta sekä rahoitusjärjestelmän nopeuttamista, yksinkertaistamista ja selkeyttämistä.
- Moni luovan talouden liiketoiminta on lähtökohtaisesti kansainvälistä, moni rahoitusjärjestelmän osa ei ole.
- Monelle yritykselle oman toiminnan lokeroiminen perinteiseen toimialajaotteluun on hankalaa, jollei mahdotonta. Tarve uudentylaiselle toimialajaottelulle on olemassa.

Tämän projektin ohjausryhmässä virinnyt keskustelu on ollut monialaista ja moniarvoista, toisinaan jopa lennokasta. Keskustelua on käyty luovan talouden määrittelyistä, kulttuurin ja taiteen alkutuotannosta sekä yritysten ja rahoittajatahojen tarpeista. Nämä keskustelut ovat ruokkineet myös julkaisun artikkelien sisältöjä.

Rajaukset

Tiiviin toteutusaikataulun ja resurssien vuoksi tässä julkaisussa ei käsitellä kaikkia rahoitukseen liittyviä aihepiirejä mm. veroinsentivejä. Kaikkia luoviksi aloiksi luokiteltuja toimialoja ei ole otettu mukaan, vaan artikkelivalikoimassa on pyritty esittelemään riittävä määrä erilaisia näkökulmia. Aikataulusyistä myöskään kaikilta toimialoilta, joilta artikkeleita pyydettiin, ei ollut mahdollista saada mukaan näkökulma-artikkeleja.

Mukana olevat alat edustavat sekä luovan teollisuuden aloja (mm. peliteollisuus) että luovia kulttuurialoja (esittävät taiteet ja kuvataide). Lisäksi mukana on monen eri toimialan läpileikkaavia palvelutuotannollisia aloja (mm. CGI ja graafinen suunnittelualue).

Tässä julkaisussa on keskitytty yritysrahoitukseen. Siksi kaikkia Luovien alojen merkittäviä kehittäjäorganisaatioita, kuten opetus- ja kulttuuriministeriön laajaa tukitoimintaa sekä alueellisia kehittämissuohjelmia ja -hankkeita, ei käsitellä erikseen. Muutamissa yritysrahoitus- ja toimialojen näkökulma-artikkeleissa ne luonnollisesti ovat esillä.

Kiitokset

Kaikille kirjoittajille kuuluvat isot kiitokset heidän käyttämästään ajasta ja innostuneesta aiheeseen paneutumisesta.

Kiitokset erityisesti seuraaville tahoille:

- Kasvuyritysten kiireisille toimitusjohtajille, jotka järjestivät varsin täysistä kalentereistaan aikaa haastatteluun ja kommentointiin yritystarinoiden kokoamisprosessin aikana.

- Työ- ja elinkeinoministeriön Luovan talouden strategisen hankkeen hankepäällikölle Petra Tarjanteelle rohkeasta ja ennakkoluulottomasta asenteesta julkaisun tilaajana sekä hankesuunnittelija Juho Jokiselle auliista ja nopeasta avusta organisatorisissa kysymyksissä ja käytännön järjestelyissä.

Lukijalle toivomme kiinnostavia ja ajatuksia herättäviä lukuhetkiä tämän julkaisun parissa.

Helsingissä ja Tampereella
30.3.2011

Ohjausryhmä:

Keith Bonnici, Finnvera, Pääomasijoitukset

KooPee Hiltunen, Neogames

Mikko Huuskonen, TEM

Mari Isbom, Tekes

Irmeli Lamberg, Hermia Oy

Jari Pasanen, Sitra

Sanna Rekola, Tanssin tiedotuskeskus

Artturi Tarjanne, Suomen Pääomasijoitusyhdistys ry

Nyrki Tuominen, Helsingin kaupunki, elinkeinopalvelu

Tanu-Matti Tuominen, Mediatonic Fund

Jukka Viitasaari, Teknologiateollisuus ry

koordinaattorina ja kirjan päätoimittajana Ulla Lukkari, B105 Oy

Julkaisun tilaaja: työ- ja elinkeinoministeriö, Luovan talouden strateginen hanke

Julkaisusarja: Hermia Oy:n julkaisu

Päätoimittaja: Ulla Lukkari, Mediatonic B105 Oy

Ulkoasu ja taitto: Mediatonic B105 Oy

Piirroskuvitus: Jari Majanen, Mediatonic B105 Oy

Tekijänoikeudet kirjan materiaaleihin ovat artikkelien yhteydessä mainitulla kirjoittajalla, ellei muita lähteitä mainita.

Mikäli haluat lainata julkaisun materiaaleja, kannustamme siihen yleisen sitaattioikeuden ja hyvän lähdeviittaustavan puitteissa.

Julkaisua jaellaan sekä painettuna että sähköisessä muodossa (.pdf).

1.0 JOHDANTO: KOKONAISUUS, TAUSTA JA TARVE

ALKUSANAT

Luovien alojen merkitys maailmantaloudessa on viime vuosina lisääntynyt nopeasti. Tällä hetkellä alat muodostavat noin 7 % maailman bruttokansantuotteesta, ja niiden kasvu on jopa yleistä talouskasvua nopeampaa.

Suomessa luovien alojen ja niiden ytimen muodostavien tekijänoikeustoimialojen tuottama arvonlisäys vuonna 2008 oli noin 5,1 miljardia euroa. Se oli suurempi kuin matkailun, alkutuotannon toimialojen, majoitus- ja ravitsemustoiminnan sekä paperiteollisuuden.

Valtioneuvosto on 2009 tehnyt periaatepäätöksen vuoteen 2015 ulottuvasta aineettomien oikeuksien strategiasta (IPR-strategia). Sen mukaan Suomessa on vuonna 2015 innovaatiotoimintaa ja luovaa työtä tehokkaasti tukeva IPR-toimintaympäristö. Strategia korostaa, että aineettomien oikeuksien yhteiskunnallisesti tehokas hyödyntäminen vaatii lisää sekä oikeudellista, taloudellista että teknologista osaamista ja parannuksia lainsäädäntöön. Teollisen Suomen palvelut ja toimintatavat on päivitettävä toimimaan luovan talouden ajassa.

Luovien alojen yritysten arvo muodostuu pääosin aineettomista oikeuksista. Siksi aineettomien oikeuksien säilyminen suomalaisilla yrityksillä on niiden kasvun kannalta tärkeää. IPR:n hyvä hoito ja säilyminen suomalaisyrittäjillä on yhtälailla tärkeää esittävien taiteiden toiminnassa kuin luovissa teollisuusaloissa kuten vaikka peliteollisuudessa ja koko av-alalla. Kansainvälistymisen mahdollisuudet ovat laajat, mutta hyöty suomalaiselle yhteiskunnalle koituu vain oikeuksien säilyttämisen ja niiden osaavan käytön kautta.

Anni Sinnemäki
työministeri

1.1 TEM:N LUOVAN TALouden STRATEGINEN HANKE 2011

*Artikkelin kirjoittaja **Irmeli Lamberg**, Hermia Oy, toimii työ- ja elinkeinoministeriön Luovan talouden strategisessa hankkeessa ohjelmajohtajana, ja myös tämän projektin ohjausryhmässä. Hän tarkastelee aitiopaikalta luovien alojen kehitystä. Artikkelin taustamateriaalin koostamisessa aktiivinen rooli on ollut **Marianne Toiskalliolla**, joka PKT-säätiön projektisuunnittelijana koostaa myös koko Luovan talouden hankkeen loppuraportointia.
irmeli.lamberg@hermia.fi*

TEM:N LUOVAN TALouden STRATEGINEN HANKE 2011

Luova talous tarkoittaa luovuuden ja talouden uutta suhdetta, jossa luoviin sisältöihin ja työtapoihin liittyvä taloudellinen toimeliaisuus lisääntyy ja vahvistuu yhteiskunnassamme. Muutoksia tapahtuu työelämän muodoissa sekä luovan kentän yritystoiminnassa. Samalla kulttuuri- ja mediasisältöihin sekä muotoiluun liittyvät prosessit leviävät yhä laajemmalti talouteen. Meneillään oleva murros mahdollistaa elämänlaatua ja hyvinvointia luovan palvelu- ja tuoteympäristön rikastumisen muutoksien haastaessa talouden nykyisiä rakenteita.

Luovilla aloilla on Suomen kilpailukyvyn kannalta paljon innovaatio-, kasvu- ja kansainvälistymismahdollisuuksia. Hallitus on asettanut tavoitteekseen, että luovien alojen yritykset harjoittavat tulevaisuudessa nykyistä laajempaa ja kannattavampaa liiketoimintaa, niin Suomessa kuin kansainvälisillä markkinoilla. Työ- ja elinkeinoministeriö perusti tavoitteen saavuttamiseksi Luovan talouden strategisen hankkeen 2008–2010, jonka tehtävänä oli

- luovien alojen yritysten toimintaympäristön kehittäminen
- luovan työn ja osaamisen tehokkaampi hyödyntäminen työmarkkinoilla
- uusien tuotekehitys- ja rahoitusmallien kehittäminen
- tutkimuksellisen ja visionäärisen tulevaisuustiedon tuottaminen

Luovan talouden strategisen kehittämishankkeen toimikautta jatkettiin 1.1.2011 lukien 30.9.2011 asti. Luovan talouden strategisen kehittämishankkeen lähtökohtana oli kansainvälistyvän suomalaisen elinkeinoelämän tarve aikaansaada uudenlaista edelläkävijäryrittäjyyttä myös hyödyntäen luovien alojen potentiaalia.

Luovan talouden strategisen hankkeen organisointi

Luovan talouden strategisessa hankkeessa edistettiin luovaa taloutta neljän tavoitealueen kautta. Hanketta johti ylitarkastaja Petra Tarjanne, työ- ja elinkeinoministeriö, sen neljää tavoitealuetta vetivät alansa asiantuntijat. Uudet toimintamallit tavoitealuetta veti ohjelmajohtaja Irmeli Lamberg, Hermia Oy, Työelämäkysymysten tavoitealuetta veti johtava asiantuntija Riitta Ylätalo, PKT-säätiö, Yrittäjyyden kehittämisen tavoitealueesta vastasi johtava asiantuntija Leena Hoppania 31.3.2010 asti, PKT-säätiö, 1.4.2010 alkaen Saira Pulkkinen, Keski-Suomen elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus ja Ennakoinnin ja tutkimuksen tavoitealuetta koordinoi professori Saara Taalas, Turun kauppakorkeakoulu. Hankkeessa toteutettiin eri kehittäjätoimijoiden ja yli hallinnonalojen ulottuvaa verkostomaista toimintamallia.

Ekosysteemi ja rahoitus

Luovien alojen toimintaympäristö on rakennemuutoksen tilassa¹. Toimintaedellytysten kehittämisessä monet tekijät, kuten esimerkiksi yritysrahoituksen vaikuttavuus, ovat tärkeitä uudistuvan liiketoiminnan aikaansaamiseksi.

Yrityksen alkuvaiheeseen ja itse tuotekehitykseen rahoitusta on saatavilla runsaasti ja eri lähteistä esim. Tekes, ELY-keskus jne. Haasteellisiksi yritykset kokevat tuotekehityksen jälkeisen rahoituksen². Siten yritykset kaipaavat joustavampia rahoitusinstrumentteja, jotka voisivat mahdollistaa myös mahdollisen t & k-vaiheen jälkeisen tuotteen tai palvelun testaamisen markkinoilla sekä konseptoinnin. Rahoituksen osalta tarkoituksenmukaista on luoda edellytyksiä Public Private -rahoitukseen. Public-Private-Partnership -mallilla (PPP) tarkoitetaan yksityisrahoitusmallia, jossa yksityistä rahoitusta käytetään julkisessa palvelutuotannossa.

Yritysrahoitus on keskeinen väline, kiihdyttävä ekosysteemin kehitykselle, joka synnyttää menestyviä yrityksiä. Digitaalisuus, verkostoituneet mallit ja uudet liiketoimintamallit vaativat rahoitukselta uusia, ketteriä instrumentteja. Rahoitus ei ole ainoastaan väline vaan muuttuva maailma vaatii myös rahoituksen toimijoilta uusia toimintamalleja. Menestyvä, uudistuva ja kansainvälinen liiketoiminta on toteutusten palapeliä, jossa tarvitaan monen alan osaamista ja yrityspalvelujärjestelmän eri osien saumatonta yhteensovitusta.

Ennen käsillä olevaa rahoitusjulkaisua on julkaistu tiiviit ja informatiiviset luovien alojen toimialaperus selvitykset neljästätoista toimialasta, jotka antavat omalta osaltaan hyvän perustan ekosysteemi kehitykselle. Lisätietoja luovien alojen toimialaperus selvityksistä (fact sheeteistä) työ- ja elinkeinoministeriön Luovan talouden strategisen hankkeen www-sivuilta www.tem.fi/luovatalous

Tässä julkaisussa kuvataan yritysrahoituksen tulevaisuutta esittelemällä monenlaisia esimerkkejä, case- ja sekä uusia konsepteja rahoituksen eri näkökulmista.

¹) Opetusministeriön valtakunnallinen ESR-kehittämisohjelma 2007-2013

²) Pekkarinen Helena. 100 solmua

Lähteet:

- Fact Sheets - Luovat alat. Hermia Oy:n julkaisuja. Kopio Niini Oy, Tampere 2010.

ISBN 978-952-5376-16-6 (nid.)

- Opetusministeriön valtakunnallinen ESR-kehittämisohjelma 2007-2013. Luovien alojen yritystoiminnan kasvun ja kansainvälistymisien kehittämisohjelma

- Pekkarinen Helena (2008). 100 solmua. Kartoitus luovien alojen kehittämisen haasteista ja esteistä. Diges ry.

1.2 JULKAISUN VIITEKEHYS JA TYÖPROSESSI

*Kirjoittaja **Ulla Lukkari** on Mediatyhtiö B105 Oy:n perustajaosakas sekä luovien toimialojen jaotteluun ja ilmiöihin perehtynyt viestintätyöläinen, joka seuraa eri aloja työkseen ja huvikseen.*
ulla.lukkari@b105.fi

VIITEKEHYS

TEM:n Luovan talouden strategisen hankkeen kokonaisuus jakaantuu neljään osa-alueeseen: työelämäkysymykset, yrittäjyyden kehittäminen, tuotekehitys sekä ennakointi ja tutkimus. Hankkeen puitteissa on työstetty useita kehitysehdotuksia sisältäviä raportteja, joista viimeisimpänä ”Luovan talouden ja kulttuuriyrittäjyyden tulevaisuustyöryhmän loppuraportti” maaliskuussa 2011. Tässä raportissa esitellään toimintamalli luovan talouden ja kulttuuriyrittäjyyden kehittämiseksi. Raportin koonneen työryhmän vetäjänä toimi tuottaja Saku Tuominen.

Luovien alojen koulutuksen tarpeita ja näkökulmia on koottu julkaisuun, jonka työnimenä oli ”Puheen- vuoro luovan alan opiskelijoiden työllistymisen puolesta”. Tämä koulutusraportti julkaistaan TEM:n muiden julkaisujen julkaisusarjassa keväällä 2011 ja sen on toimittaja on Vikki Leroux, Vile Consulting.

Näiden luovien alojen keskeisiä kehitystarpeita käsittelevien julkaisujen lisäksi alalta on koottu perustietoja toimijoista ja toimialan tunnusluvuista. Julkaisu ”Fact sheets Luovat alat” on luovan talouden toimialojen perustietopaketti, joka tehtiin yhteishankkeena työ- ja elinkeinoministeriön, opetus- ja kulttuuriministeriön ja Luova Suomi -hankkeen kanssa ja julkaistiin joulukuussa 2010. Toimialatiedon kehittämis- ja kokoamisprojekti jatkuu vuoden 2011 aikana mm. opetus- ja kulttuuriministeriön rahoittamalla arvopohjaisten mittareiden pilottiprojektilla tanssin toimialalla.

Tämä rahoitusjulkaisu on koottu työ- ja elinkeinoministeriön toimeksiannosta, osana Luovan talouden strategista hanketta, joulukuun 2010 ja huhtikuun 2011 välisenä aikana. Julkaisun päätoimittajana on toiminut Ulla Lukkari, B105 Oy:stä. Luovan talouden hankkeen ohjelmajohtaja Irmeli Lambergilla Hermia Oy:stä on ollut merkittävä rooli työprosessin suunnittelussa, ohjauksessa ja läpiviennissä. Julkaisun ensisijaisena tavoitteena on toimia keskustelun käynnistäjänä, väitteiden esittäjänä ja konkreettisten toimintaehdotusten julkittajana. Julkaisu on siis keskustelun alku, ei sen päätös.

Työprosessin kuvaus

Kirjallinen julkaisu on kuitenkin vain yksi osa kokonaisuutta, jossa hyödynnettiin aikaisemmin kehitettyä työprosessia. Kokonaisuutena työprosessi koostui seuraavista osatekijöistä:

1. kirjallinen julkaisu painettuna ja sähköisenä versiona (.pdf)
2. kolme iltapäivän mittaista kutsuworkshopia
3. workshop-esitysten ja työryhmätuotosten jakelu sähköpostitse osallistujille ja viiteryhmälle
4. pienimuotoiset kyselyt kahdessa toimialajärjestössä jäsenyrityksille rahoitustarpeista ja -suunnitelmista
5. projektin ohjausryhmän tapaamiset ja työskentely verkossa
6. tavoitteellinen verkottava koordinaatio eri osallistujatahojen suuntaan
7. suljettu projektisivusto julkaisun artikkelien ennakkotyöstöön ja kommentointiin

Kirjallinen julkaisu

Painettua versiota julkaisusta tullaan jakelemaan tilaajan eli työ- ja elinkeinoministeriön toimesta. Sähköistä versiota jakavat ministeriön lisäksi myös muutamat ohjausryhmään kuuluvien henkilöiden edustamat organisaatiot omilla sivustoillaan.

Julkisten ja yksityisten rahoittajien artikkelien aiheet on koottu ohjausryhmän keskustelujen sekä muuhun aiheesta julkaistuun aineistoon perehtymisen pohjalta. Artikkelit ovat eri organisaatioiden asiantuntijoiden kirjoittamia.

Yritysten rahoitus- ja kehittämisjärjestelmä on maassamme varsin monimutkainen ja laaja. Tämä todettiin myös TEM:n Luovan talouden ja kulttuuriyrittäjyyden tulevaisuustyöryhmän 23.3.2011 julkistetussa loppuraportissa. Järjestelmän käsittely kaikenkattavasti ei olisi ollut tämän julkaisun resurssien puitteissa mahdollista eikä edes tarkoituksenmukaista. Luovien alojen rahoituksen kannalta keskeisimmät rahoittajatahot valittiin mukaan. Muutamilta rahoittajatahoilta ei aikataulusyistä ollut mahdollista saada asiantuntija-artikkeliä. Nämä tahot on kuitenkin esitelty perustasolla rahoitus-luvun johdannossa. Lisäksi julkaisun loppuun on koottu erilliseksi kokonaisuudeksi "Lisätietoja rahoituksesta" -kooste, johon on koottu alaan liittyvien organisaatioiden yhteystietoja.

Toimialajärjestöjen näkökulma-artikkelit tuovat luovien alojen rahoitusaiheeseen yksittäisen toimialan näkemyksen. Artikkelit ovat järjestöjen toiminnanjohtajien kirjoittamia ja niiden tavoitteena on tarkastella toimialan lähitulevaisuuden tavoitteita ja mahdollisuuksia kokonaisuutena ja suhteessa muihin toimialoihin. Artikkelit sisältävät konkreettisia ehdotuksia ja toimintamalleja rahoituksen kehittämisestä vastaamaan nykyistä paremmin alojen yritysten tarpeisiin. Oman toimialan kehittämisen lisäksi artikkeleissa paneudutaan myös koko kansantalouden kehittämiseen.

Koska kyseessä on julkaisu, jonka tarkoituksena on käynnistää keskustelua ja esittää muutamia näkökulmia aiheeseen, kaikkia luoviksi aloiksi luokiteltuja toimialoja ei ole mukana järjestönäkökulmien osuudessa. AV-alan muodostamista toimialoista on otettu mukaan kaikki kolme alaa (animaatio-, televisio- ja elokuvatuotanto). Toimintatapojensa erilaisista tuotannollisista piirteistä huolimatta alat muodostavat tiiviin kokonaisuuden, jonka käsittely olisi jäänyt ilman jotain osa-aluetta vajavaiseksi.

Esittäviin taiteisiin kuuluvien toimialojen kohdalla yritysmuotoinen liiketoiminta on vielä varsin pienimuotoista ja vasta hakee omaa uomaansa osana luovan talouden ja kulttuurituotannon ekosysteemiä. Esittävien taiteiden osalta on käsitelty yhtenä kokonaisuutena keskenään hyvin samankaltaiset, teatterin, tanssin ja sirkuksen alojen näkökulmat sekä erillisenä artikkelina kuvataiteen rahoitus.

Toimitetun sisällön lisäksi julkaisua varten on tehty seitsemän yrityshaastattelua, joiden pohjalta luvussa 4 olevat yrityscaset on kirjoitettu. Haastateltavat olivat yritysten toimitusjohtajia, omistajia ja perustajia. Jokaisessa haastattelussa käytettiin yhtenäistä teemahaastattelurunkoa. Keskeisiä aiheita olivat: yrityksen nykytila ja lähitulevaisuus, toimialan tilanne, liiketoiminnan riskit, yrityksen kasvutarina vaihteittain, rahoituksen puutteet ja konkreettiset ehdotukset rahoituksen kehittämiseksi. Haastattelun pohjalta päätoimittaja kirjoitti yrityscaset, jotka sisältävät perustietojen lisäksi yritysten kasvutarinat ja rahoituksen osuuden yrityksen eri vaiheissa. Haastateltavat kommentoivat ja täydensivät tarvittaessa kirjoituksia.

Kutsuworkshopit

Projektin aikana järjestettiin kolme iltapäivän mittaista kutsuworkshopia yhteistyössä Teknologiateollisuus ry:n kanssa. Workshoppeihin kutsuttiin luovien alojen järjestötoimijoita, yksityisiä ja julkisia rahoittajia, ELY-keskusten ja maakuntaliittojen yrityskehityksen, strategisen suunnittelun ja elinkeino-osaston virkamiehiä ja asiantuntijoita sekä ministeriöiden virkamiehiä, joiden vastuualueet liittyvät luovien toimialojen kehittämiseen. Tilojen ja työtapojen (pienryhmäkeskustelut) vuoksi kutsuttujen määrä pidettiin rajallisena. Workshoppeihin osallistui noin 50 henkeä per tilaisuus.

Kutsuworkshopien tavoitteet olivat kahtaalla: toisaalta niillä tarjottiin keskustelufoorumi luovien toimialojen järjestöjen edustajille ja alojen yrityksiä rahoittaville tahoille. Toisaalta workshopien tuotoksina pyrittiin pienryhmätyöskentelyssä konkretisoimaan niitä tarpeita, joita toimialoilla rahoituksen suhteen on. Työryhmien keskusteluista koottiin workshopin lopuksi tiiviit suulliset yhteenvedot ja kirjallinen tiivistelmä jaettiin sekä osallistujille että viiteryhmälle sähköpostitse. Viiteryhmään kuului n. 100 henkeä toimialajärjestöjen, ELY-keskusten, maakuntaliittojen sekä ministeriöiden TEM ja OKM edustajia.

Pienimuotoiset yrityskyselyt

Kahden toimialajärjestön toimesta tehtiin projektin osana myös pienimuotoinen kysely järjestöjen omille jäsenyrityksille. Kyselyssä kysyttiin yritysten mahdollisia rahoitukseen liittyviä lisätietotarpeita ja lähitulevaisuuden suunnitelmia rahoituksen suhteen. Vastausten määrä oli pieni, mutta sisällöltään vastauksia voitiin käyttää suuntaa antavana lisätietona.

Ohjausryhmätyö

Projektin ohjausryhmään kuuluivat seuraavat jäsenet:

- Keith Bonnici, Veraventure
- KooPee Hiltunen, Neogames
- Mikko Huuskonen, TEM
- Mari Isbom, Tekes
- Irmeli Lamberg, Hermia Oy
- Jari Pasanen, Sitra
- Sanna Rekola, Tanssin tiedotuskeskus
- Artturi Tarjanne, Suomen pääomasijoitusyhdistys
- Nyrki Tuominen, Helsingin kaupungin elinkeinotoimi
- Tanu-Matti Tuominen, Mediatonic Fund
- Jukka Viitasaari, Teknologiateollisuus

Ohjausryhmän kokoonpanossa oli edustajia toimialajärjestöistä, yksityisistä ja julkisista rahoittajista, Helsingin kaupungin elinkeinotoimesta sekä työ- ja elinkeinoministeriöstä. Ohjausryhmän tapaamisissa sihteerinä ja asioiden esittelijänä toimi tämän julkaisun päätoimittaja.

Ohjausryhmä kokoontui projektin aikana noin kerran kuukaudessa ja sen jäsenet osallistuivat tapaamiin kukin omien aikatauluresurssiensa puitteissa. Ryhmän panos julkaisun sisältöön, lähtökohtiin ja tavoitteisiin oli merkittävä. Myös kutsuworkshopien alustuksissa ja työryhmätöissä ohjausryhmän jäsenten panos oli keskeisessä osassa.

Koko projektin työprosessiin sisältyi myös aloitteellista ja tavoitteellista eri toimijoiden verkottamista, tiedonvaihtoa ja koordinoitua. Verkottava koordinoitua keskittyi painetun julkaisun koostoprosessiin, mutta toimi myös muilla tasoilla.

Projektisivusto

Julkaisun työstämistä varten päätoimittaja perusti suljetun projektisivuston (www.luovarahoitus.net) ohjausryhmän käyttöön. Sivustolle koottiin artikkelit kaikkien ohjausryhmäläisten nähtävillä ennen lopullisen julkaisun koostamista. Artikkeleja oli mahdollista kommentoida sekä projektisivuston osio-kohtaisella kommenttipalstalla että sähköpostitse. Projektisivustolle koottiin myös workshoppeissa pidettyjen esitysten kalvot ja seminaarimuistiot. Myöhemmässä vaiheessa sivusto on mahdollista avata laajempaan käyttöön tai yhdistää osaksi jotain muuta sivustoa. Sivuston alusta, Moodle-järjestelmä, on avoimen lähdekoodin ohjelmisto ja se on alunperin tarkoitettu verkkokoulutuskäyttöön.

Prosessin jatko

Projektiin kuuluva toinen workshop ajoittuu tämän painetun julkaisun julkistusajankohtaan. Tilaisuuden tavoitteena on laajentaa keskustelua luovien alojen rahoituksesta ja nostaa prosessin aikana esiin nousseita ajatuksia ja konkreettisia kehitysideoita ja -malleja julkiseen, kansalliseen keskusteluun. Asiaa tiedotetaan myös medialle ja nostetaan keskustelu toimialajärjestöjen, virkamiesten ja rahoittaja-ammatilaisten parista myös kansalliselle tasolle. Tässä projektissa toimiviksi havaittuja työtapoja tullaan hyödyntämään jatkossakin toimialojen kehitykseen liittyvissä hankkeissa ja projekteissa.

2.0 LUOVIEN ALOJEN EKOSYSTEEMI

*Artikkelin kirjoittaja **KooPee Hiltunen** on Suomen pelialan keskuksen, Neogamesin, johtaja ja Suomen pelinkehittäjät ry:n asiamies. Hän tarkastelee luovien alojen kehitystä ja toimintaa kansainvälisen pelitoimialan tarjoamien kokemusten valossa.*
koopee@neogames.fi

LUOVAT ALAT. NOUSU JA UHO

Luovien toimialojen mahdollisuudet ja niiden kansantaloudellinen arvo ovat viimeisen parin vuoden aikana olleet suuren kiinnostuksen kohteena. Osaltaan tähän kiinnostukseen on ollut synnä luovien toimialojen, varsinkin pelien, mutta myös elokuvan ja musiikin, saama mediahuomio ja menestys. Osaltaan tilanteeseen on vaikuttanut perinteisen teollisuuden supistuminen ja tuotannollisen toiminnan siirtyminen pois Suomesta, halvemman työvoiman ja keveämmän säätelyn maihin. Teollisesti taantuvassa todellisuudessa luovia toimialoja on kaavailtu paikkaamaan mm. metsäteollisuuden, laivanrakennuksen ja nyttemmin myös Nokian ja sen alihankkijoiden jättämää aukkoa kansantaloudessa.

Keskustelu luovista toimialoista on kuitenkin kulkenut jossain määrin sosialistisen realismin toiveikkaassa hengessä. Luoviin toimialoihin liittyvä potentiaali ja luovien toimialojen mekanismit ovat hyvin harvoin olleet analyysin tai keskustelun kohteena. Luovia toimialoja ja luovuutta on käsitelty joko hyvin korkealentoisesti, maailmaa muuttavana ja mullistavana ilmiönä tai sitten eräänlaisena "Deus ex Machinae"-ilmiönä, sellaisena, joka toimii reaali maailman lainalaisuuksista riippumatta.

Ensin mainittua luovat toimialat kaikkine niihin liittyvine ilmiöineen voivat toki ollakin. Maailman mullistuksen aikajänne on kuitenkin liian pitkä, jotta sen varaan voitaisiin laskea lähitulevaisuuden kansantalouden toivoa. Jälkimmäinen taas on puolestaan puhdasta toiveajattelua, jonka taustalta paistaa toisaalta yltiöpäinen optimismi, toisaalta pelko tulevaisuuden kilpailukyvyistä.

Keskustelun sävyyn on oman vivahteensa tuonut myös ikiaikainen kulttuurin ja talouden vastakkainasettelu. Monet luovista toimialoista saavat suuren osan julkisesta rahoituksestaan nimenomaan kulttuuritukien muodossa ja niiden ansaintamekanismit ovat suhteellisen kehittymättömiä. Kulttuurialoilla "kaupallisuus" siinä muodossa, kuin se yleensä käsitetään, on nähty uhkana taiteen vapaudelle. Samasta syystä kaikki kulttuurialoja jollain tavalla arvottava analyysi on ollut vähäistä. Jo ajatus siitä, että luovien alojen kehittämisessä tulisi huomioida myös alojen suorat tai epäsuorat taloudelliset vaikutukset on herättänyt vastustusta.

Luovien alojen kehittäminen. Tarina tähän asti

Kaikesta edellä mainitusta johtuen, tai kenties siitä huolimatta, luovien toimialojen kehittäminen on kuitenkin nähty tärkeäksi useammankin ministeriön näkökulmasta. Opetus- ja kulttuuriministeriö on omalta osaltaan keskittynyt normaalin kulttuuritukiroolinsa lisäksi myös kulttuuriennin tukemiseen ja luovien alojen toimialatiedon kartoittamiseen. Työ- ja elinkeinoministeriö on puolestaan panostanut mm. luovien alojen liiketoiminnan kehittämiseen. Myös muutamat muut ministeriöt ovat olleet aiheesta kiinnostuneita. Viennin ja taloudellisen toiminnan kehittämisen kannalta luovat toimialat ovat kuitenkin hankala kohde. Tähän on useita syitä:

- Suomessa käytettävä luovien toimialojen määrittely sisältää hyvin heterogeenisen joukon toimialoja. Yhtenäisten toimien kohdentaminen näin voimakkaasti jakautuneeseen toimialojen joukkoon on vaikeaa.
- Luovien toimialojen rakenne poikkeaa usein perinteisten toimialojen rakenteesta, sillä luovien toimialojen yritystoiminta on useimmiten pienimuotoista. Yrityskoot ovat keskimäärin pieniä ja merkittävä osa toimialan toiminnasta voi olla esimerkiksi yhdistysmuotoista. Tämä nk. "vapaaan kentän toiminta" on etenkin esittävien taiteiden alalla merkittävä ja sen tarkasteluun perinteinen, liiketaloudellinen ajattelu sopii huonosti.
- Useimmilla luovilla toimialoilla arvomittarointi-menetelmät ovat kehittymättömiä. Toimialojen itsearvioinnissa on suuria eroja.
- Luovien toimialojen yritysten sekä taloudelliset että liiketoiminnalliset resurssit ovat suhteellisen heikot. Yritysten pienen koon ja huonon taseen vuoksi yritykset eivät ole käytännössä esim. yksityisen tai julkisen pääomarahoitukseen suhteen mahdollisia investointikohteita. Liiketoiminnallisten edellytysten puute puolestaan vaikeuttaa mm. yritysten laajentumista ja kansainvälistymistä.

Edellä olevien seikkojen vuoksi on ilmeistä, että luovien toimialojen valjastaminen Suomen kansantalouden vetureiksi on toistaiseksi varsin alkuvaiheessa.

Tässä kirjassa tullaan seuraavissa luvuissa käsittelemään kaikkia edellä mainittuja sekä myös muita luovien toimialojen erityisluonteen kannalta olennaisia ilmiöitä monelta eri näkökannalta. Omalta osaltani pureudun tiukemmin kahteen ensimmäiseen kohtaan, eli luoviksi aloiksi katsottavien toimialojen määrittelyn ja luokittelun terävöittämiseen sekä toimialojen rakenteeseen.

Luovien toimialojen jaottelu

Kuten aiemmin on mainittu, luovien toimialojen määrittely ei varsinaisesti helpota luovien toimialojen hahmottamista tai kehittämistä. Nykyinen määrittely lähtee siitä, että luovia toimialoja on, jaottelusta riippuen 12 – 15 kappaletta. Ohessa yksi käytössä olevista listauksista. Lista perustuu TEM:n käyttämään määrittelyyn.

- Animaatiotuotanto
- AV-viestintä (elokuvat, TV)
- Musiikki
- Peliteollisuus
- Kirjallisuus
- Arkkitehtuuri
- Tanssi, sirkus ja teatteri
- Taide- ja antiikkikauppa
- Kuvataide
- Design
- Viestintä
- Markkinointi ja mainonta

Myös muita vastaavia, hieman eri tavalla jaoteltuja, mutta sisällöltään saman luonteisia listauksia on olemassa.

Toiminnan suunnittelun ja toimialojen kehittämisen kannalta määrittelyn ongelma on ilmeinen. Määrittely perustuu luovuuden ja luovan ajattelun arvioituun rooliin toimialan toiminnassa. Mekanismiensa ja dynamiikkansa suhteen alat ovat kuitenkin hyvin erilaisia. Listaan sisältyy niin esittäviä taiteita (esim. tanssi, teatteri), puhtaasti palveluita (esim. mainonta- ja markkinointiviestintä) kuin taloudellisesti orientoituneita vientialojakin (pelit, kevyt musiikki). Näinkin heterogeenisessä joukossa on vielä anomaliana mukana taide- ja antiikkikauppa, joka on melko puhtaasti kaupankäyntiä, sillä varsinaisen luovan työn osuus vanhojen esineiden kunnostuksessa myyntikuntoon on käytännössä varsin vähäinen.

Puhdas ”listapohjainen” ajattelu tarjoaa hyvin vähän, jos ollenkaan, lähtökohtia siihen, miten toimialoja tulisi ja voisi kehittää. Puhtaan luovuuden ja luovan ajattelun kehittäminen on osoittautunut hyvin vaikeaksi. Richard Floridan jalostama luovuusajattelu näyttää juurtuvan heikosti karuihin pohjolan olosuhteisiin. Näyttää ilmeiseltä, että luovuus itsessään, ilman riittävää talouden tukea, on huono kauppatavara. Toisaalta on naiivia ajatella, että luova ajattelu rajautuu ainoastaan näille luoville toimialoille. Kun valmiiksi mutkikkaaseen yhtälöön lisätään vielä toiminnan taloudelliset ominaispiirteet, ansaintamallit, jakelukanavat, kansainväliset markkinat, tuotteiden monistettavuus ja niin edelleen, ongelma on valmis.

Ilman selkeämpää alojen jaottelua uhkana on, että luovien toimialojen kehittäminen ajautuu hyödyttömään kinasteluun siitä, kuinka voidaan kehittää yhteistä pohjaa, luovuutta, kaikille näille toimialoille. Yhtä konkreettinen uhka on se, että kehitystoimenpiteet pyritään puristamaan muottiin, joka soveltuu kaikille luoville toimialoille yhtäläisesti ts. yhtäläisen huonosti.

Luovan talouden ulottuvuudet ja liiketoimintamallit

Luova teollisuus:

- Tuotteen monistettavuus hyvä
- Tuotteen skaalautuvuus hyvä
- Tuotteen räätälöinti markkina-kohtaisesti helppoa
- Kaupallinen jakelu- ja markkinointikanava olemassa
- Tuotannon monistettavuus hyvä (tuotannon osittelu ja siirto)
- Volyymituotantoa, yleisö laaja ja hyvin tunnistettu
- Yleisön ostovoima kohtuullinen

Luova kulttuuritoimiala:

- Tuotteen monistettavuus heikko tai monistaminen mahdotonta
- Tuotteen skaalautuvuus heikko
- Tuotteen räätälöinti markkina-kohtaisesti vaikeaa/kallista
- Kaupallinen jakelu- ja markkinointikanava olemassa
- Tuotannon monistettavuus huono (tuotannon osittelu ja siirto)
- Uniikkituotantoa, yleisö suppea ja hyvin tunnistettu
- Yleisön ostovoima hyvä



Pääosin tukipalveluina animaatio, design, viestintä ja mainonta

Ongelman ratkaisemiseksi tarvitaan toimialojen jaottelun tarkentamista. Oheisessa kaaviossa on esitetty yksi malli siitä, kuinka luovien toimialojen dynamiikkaa ja mahdollisuuksia voidaan arvioida.

Taulukon jaottelun pohjalta on helppo tehdä seuraavat johtopäätökset :

- Luovat teollisuustoimialat soveltuvat dynamiikkansa, rakenteensa ja ansaintamallinsa puolesta siihen ajatukseen, joka meillä yleensä kasvukykyisestä elinkeinotoiminnasta on. Jakelukanavat, markkinat ja ansaintamallit ovat kehittyneitä. Voidaan siis arvioida, että niiden liiketoimintaa voitaisiin kehittää saman tyyppisillä menetelmillä, kuin perinteistenkin toimialojen.
- Luovat kulttuuritoimialat puolestaan toimivat toisten lainalaisuuksien kautta. Ansaintamekanismit ovat kehittymättömiä ja markkinat hajanaisia. Jakelukanavien puute tai kehittymättömyys rajoittaa kasvun mahdollisuuksia. Toimialojen laajamittainen suora taloudellinen hyödyntäminen vaatisi nimenomaan talouden mekanismien suunnittelua tai muodostamista. Näitä aloja tulisi arvioida ja arvottaa ensisijaisesti muista kuin liiketaloudellisista lähtökohdista.
- Tukipalvelut ovat kokonaan tai osittain riippuvaisia muista toimialoista.

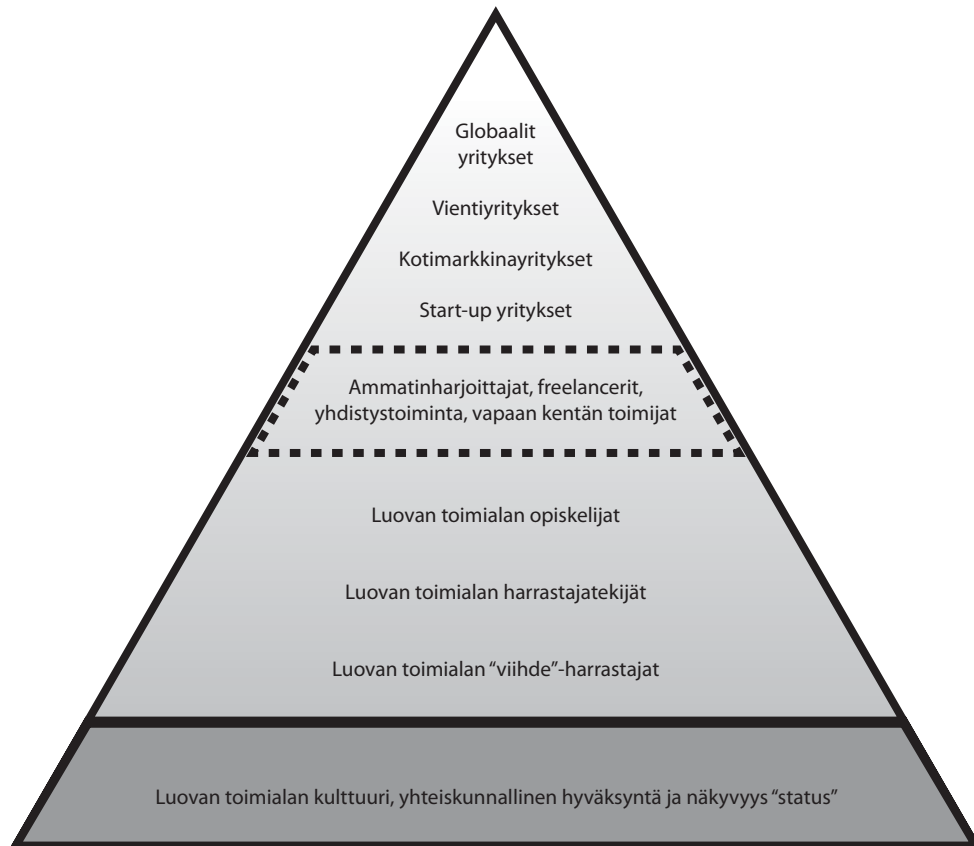
Talouden näkökulmasta eri toimialojen kehittäminen vaatii eri suuruisia ja erilaisia panostuksia. On selvää, että toimialoilla, joilla talouden perusmekanismit ovat jo valmiina, suora taloudellinen panos-tuotos suhde on potentiaalisesti parempi. Suomi ja sen luovat toimialat ovat pieni toimija kansainvälisessä mittakaavassa. On vaikea nähdä, että globaalin talouden luovien kulttuuritoimialojen ansaintamekanismien kehityksessä Suomi voisi olla kovinkaan merkittävä peluri.

Tämä ei kuitenkaan vähennä luovien kulttuuritoimialojen arvoa. Niiden perusarvo on sama kuin aiemmin ja niiden vaikutusmekanismit, myös taloudelliset, ovat välillisen hyödyn mekanismeja. Mitä tuo välillinen taloudellinen hyöty voisi esimerkiksi luovien alojen ja perinteisten toimialojen välisestä yhteistyöstä olla? Aiheesta on esitetty paljon ajatuksia, mutta hyvin vähän konkreettisia esimerkkejä. Kenties designia lukuun ottamatta luovien toimialojen vaikutus esimerkiksi perinteisten toimialojen kilpailukykyyn tai kilpailuetuun on toistaiseksi ollut vähäinen. Myös mittareita ja mekanismeja vaikutusten todentamiseen on esitetty vähän, jos lainkaan.

Kaikkiaankin välillisen hyödyn, oli se sitten yhteiskunnallista, taloudellista tai kulttuurista, arvioinnin menetelmät ovat Suomessa vielä hyvin kehittymättömät.

Luovien toimialojen rakenne

Kuten jo alussa todettiin, luovat toimialat poikkeavat myös rakenteensa puolesta perinteisistä toimialoista. Yksi tapa hahmottaa luovia toimialoja, niiden rakennetta ja toimijoiden suhdetta toisiinsa, on oheinen malli, joka on ”luovasti” nimetty kolmiomalliksi:



Kolmiomallin mukainen ekosysteemi lienee lähes kaikkien luovien toimialojen suurin yhteinen tekijä.

Suurin poikkeavuus luovien- ja perinteisten alojen ekosysteemissä on se, että luovat alat ovat hyvin riippuvaisia sosiaalisesta hyväksymisestä, statuksesta, alan harrastuksen laajuudesta ja harrastajatekijöistä. Luovat toimialat ja myös niiden yritystoiminta perustuvat ihmisten omaehtoiseen tekemiseen, jonka ensisijaisena tarkoituksena, ainakaan alan kehityksen alkuvaiheessa, ei ole ansaita rahaa. Luova toiminta on tekijälleen ”intohimon hämärä kohde”. Suuri osa suomalaisesta kevyestä musiikista on saanut alkunsa harrastajabändeistä. Koko pelitoimialan juuret ovat pelien harrastajatekijöissä ja nk. demoskenessä. Jokainen julkaissut kirjailija on alkuvaiheessa kirjoittanut pöytälaatikkoon. Esimerkkejä on lukemattomia. Luovat alat, paitsi että ne tarjoavat elannon jatkossa yhä useammalle suomalaiselle, ovat edelleenkin myös monien harrastus ja luovat sitä kautta arvokasta kulttuurista pohjaa.

Ilman koulutusta harrastustoiminta jää monen osalta harrastustoiminnaksi. Tämän vuoksi luovien toimialojen koulutus on toimialojen kehittymisen kannalta ratkaisevassa roolissa. Luovien toimialojen koulutuspolitiikka on kuitenkin monimutkainen tieteenlaji. Sekä määrällinen ali- että ylikouluttaminen vaikuttavat negatiivisesti toimialan kehitykseen. Tämän lisäksi myös koulutuksessa joudutaan usein tekemään kompromisseja kulttuurin ja talouden välillä. Suomalaisen koulutusjärjestelmän jäähmydestä johtuen näiden kompromissien vaikutukset jäävät usein pitkäaikaisiksi.

Luovien alojen yritystoiminta puolestaan on ytimeltään samanlaista kuin suurin osa muustakin yritystoiminnasta. Perinteisestä savupiipputeollisuudesta sen erottaa oikeastaan vain kaksi asiaa. Asiakas on lähes aina loppukäyttäjä ja luova panos on välttämätön tuotannon tai tuotteen menestymiselle.

Näiden asioiden vuoksi luovien alojen kehittämistoiminnan tulisi ulottua paljon laajemmalle alueelle, kuin kolmion yläpään kolmannekseen. Tällaiseen kehittämistoimintaan meillä ei vielä ole riittävästi valmiutta. Kiristyvän valtiontalouden myötä on olemassa suuri riski siihen, että myös luovilla toimialoilla kaikki panokset pannaan yritystoiminnan kehittämiseen. Pelkkä yritystoiminnan kehittäminen johtaa kuitenkin helposti tilanteeseen, jossa toimialan rakenne vääristyy. Molemmista päistään suippeneva kolmio ei pysy pystyssä.

Summa summarum

Edellä olevan nojalla, tässä vaiheessa tarvitsemme seuraavia toimia:

- Olemassa olevan ajattelun konkretisointi ja selkeyttäminen. Mitä luovilta aloilta voidaan realistisesti odottaa? Millä aikajänteellä?
- Pelkät luovien alojen potentiaaliin kohdistuvat hurskaat toiveet eivät ratkaise yhtään ongelmaa. Jos keisarin vaatteet on tehty näkymättömästä kankaasta, on syytä kysyä palvelevatko ne tarkoitustaan.
- Selvityksen, miten luovat alat voivat hyödyttää taloudellisesti. Mitkä luovat alat kykenevät suoraan taloudelliseen hyödyttämiseen omien mekanismiensä kautta? Mitkä luovat alat puolestaan hyödyttävät epäsuorasti tai välillisesti? Kaikkia luovia tai sellaiseksi luokiteltuja toimialoja ei voi kehittää samanlaisin menetelmin. Luovien alojen tasa-arvoinen kohtelu ei tarkoita sitä, että kaikkien luovien alojen tulisi sopeutua samaan muottiin, vaan pikemminkin sitä, että kaikille luoville aloille annetaan mahdollisuus kehittyä oman parhaan potentiaalinsa suuntaan.
- Epäsuoran tai välillisen hyödyttämisen mekanismien analysointi. Onko niitä? Voidaanko niitä kehittää? Miten? Onko kehitystyön panos-tuotos-suhde riittävän hyvä?
- Taloudellisesti asia on yksinkertainen. Jos ansaintamallia ei voida selkeästi kuvata, se ei todennäköisesti toimi. Vanha tuottajien hokema "jos se ei toimi excelissä, se ei toimi tosielämässä" pitää tässäkin kohtaa paikkansa.
- Luovien alojen ekosysteemin huomioiminen toimialojen kehitystyössä. Miten hyödyntää luovien toimialojen harrastajien innostus ja kuinka harrastusta tukevia mekanismeja tulisi kehittää?
- Talouden ja kulttuurin vastakkainasettelun purkaminen. Kulttuuri voi olla taloutta ja talous kulttuuria. Molemmat ovat arvokkaita.

Suomi on väestöpohjaltaan ja kansantaloudeltaan pieni maa. Kylmä, kallis ja kaukana. Suomen voimavarat piilevät korkeasti koulutetun ja luovaan ajatteluun kykenevien ihmisten potentiaalisissa tuottaa jalostusarvoltaan korkealla tasolla olevia, kansainvälisesti tunnettuja aineettomia hyödykkeitä. Tämän vuoksi luovat toimialat ovat tulevaisuuden hyvinvoinnin kannalta erikoisen kiinnostavia. Luovien alojen tarjoamien ratkaisujen löytäminen kuitenkin vaatii innostuksen ja näkemyksen lisäksi myös realistista analyysiä ja toimialaerojen hyväksymistä. Toivottavasti näitä analyysejä ja ratkaisuja kyetään tekemään jo ennen tilanteen kurjistumista. Siperia on hyvä opettaja, mutta sen menetelmät eivät ole lempeimmistä päistä.

3.0 ALKAVA KLUSTERI - COMPUTER GENERATED IMAGERY

*Artikkelin pohjana on käytetty **Juha Huhdan** kanssa käytyjä keskusteluja ja hänen tekemäänsä koostetta CGI-alan määrittelemisestä. Artikkelin kirjoittaja **Ulla Lukkari** on Mediayhtiö B105 Oy:n perustajaosakas sekä luovien toimialojen jaotteluun ja ilmiöihin perehtynyt viestintätyöläinen, joka seuraa eri aloja työkseen ja huvikseen.*
ulla.lukkari@b105.fi

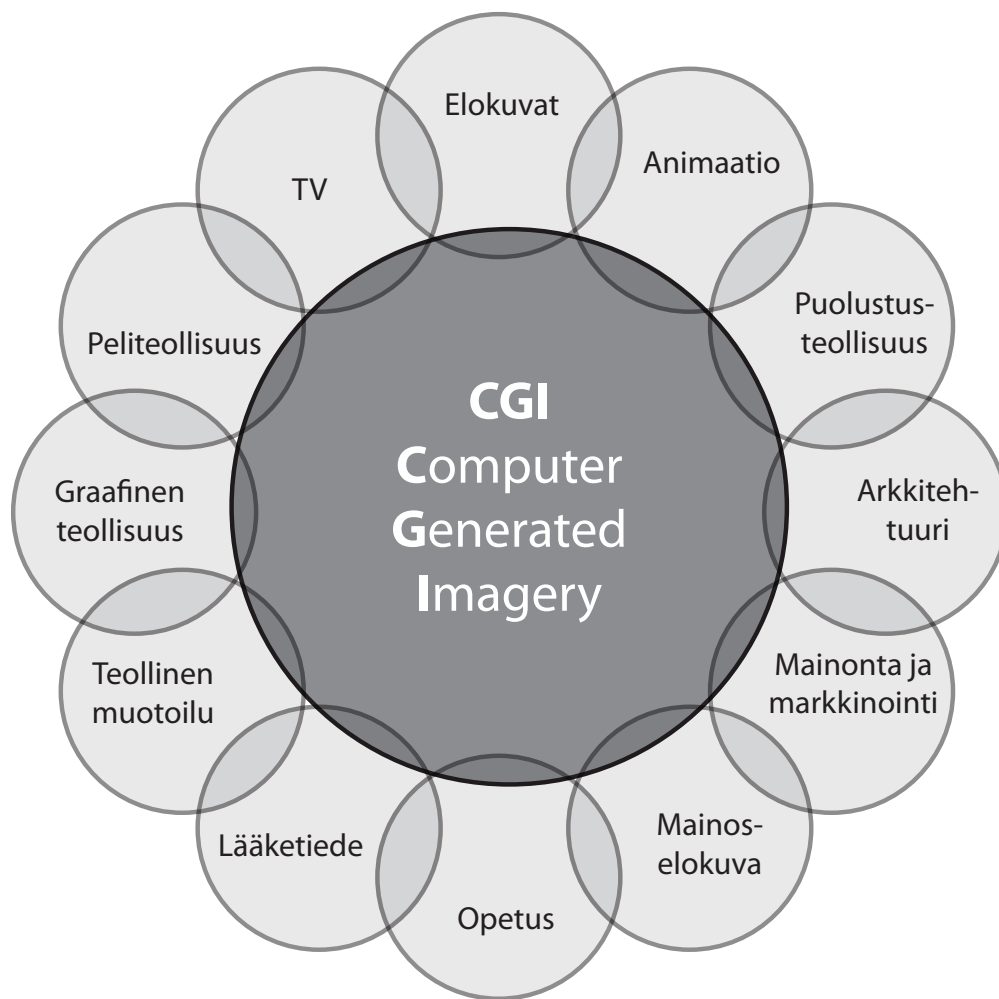
CGI-työ yhdistää montaa eri toimialaa

Computer Generated Imagery, CGI on erittäin laaja tietokonegrafikan käyttösovellusalue, jossa käsitellään digitaalisessa muodossa olevaa visuaalista materiaalia hyvin erilaisiin käyttötarkoituksiin. Se on ala, joka yhdistää rikospoliisin kuolemansyöntutkijaa, meriteollisuuden potkurisuunnittelijaa, aikakauslehtien taittajaa, elokuvaohjaajaa ja puolustusteollisuuden suunnitteluinsinööriä.

CGI-työtä käytetään varsin monella eri toimialalla ja siihen liittyy paljon teknologista, tiedollista ja taidollista osaamista. Se on visuaalisen median alueella nopeimmin kasvava kokonaisuus. Media-alan lisäksi CGI-työtä tehdään mm. lääketieteessä, arkkitehtuurissa, puolustusteollisuudessa ja muilla perinteisen teollisuuden aloilla ml. esimerkiksi paperi- ja koneenrakennusteollisuus. Sen kokonaisvaltainen osaaminen on entistä keskeisemmässä roolissa kilpailukykyisten tuotteiden, palvelujen, prosessien sekä liiketoiminnan kehittämisessä.

Digitaalisen kuvankäsittelyn käyttökohteita ovat mm.

- mainos- ja pitkien elokuvien erikoistehosteet
- television säätiedotuksen digitaalinen sääkartta
- stereoskooppinen animaatioelokuva
- uuden kulutuselektronikkatuotteen valokuvantarkka näköismalli
- paperikoneen virtuaalinen mallinnus huoltotoimenpiteiden harjoittelemiseksi
- tietokonepelien taustamaisemat
- visualisoitu havaintomalli lääketieteen opetuksen apuna viruksien kiinnittymisestä verenkiertoon
- arkkitehdin suunnitelmien yksityiskohtien testaaminen liikkumalla virtuaalisessa 3D-rakennuksessa
- kaikki painetun median tuotantoprosessiin kuuluva kuvankäsittely sivunvalmistuksesta alkaen



kuva: Juha Huhta 2010

Osaamiskeskittymien tunnistaminen on kehittämisen edellytyksenä

Maassamme on varmasti lukuisia muitakin CGI-alan kaltaisia heikosti tunnistettuja osaamiskeskittymiä. Keskeinen kansallisen tason haaste onkin, kuinka ne tunnistetaan, jotta niitä voitaisiin systemaattisesti kehittää.

Tunnistamatonta osaamisalaa on vaikea kehittää kokonaisvaltaisesti ja koordinoitusti. Tunnistamisen kautta voidaan yhdellä alalla syntyvä osaaminen ja ideat levittää muillekin toimialoille. Parhaimmillaan vältettäisiin monella alalla pyörän uudelleen keksimisen vaiva.

Nykytilanteessa CGI-alan osaajat ovat alihankintaketjujen päässä hajallaan. Samanlaista työtä digitaalisten kuvien käsittelyssä tehdään usealla eri toimialalla, jotka perinteisesti eivät ole olleet tekemisissä toistensa kanssa. Yksittäisten toimialojen kehityspotentiaali sekä uudet työtavat ja tuotantoprosessien osaaminen jäävät hyödyntämättä.

Osaamisen koordinoituun kasvuun tarvitaan oma toimiala

Esimerkiksi CGI-toimialan perustamiseen liittyvät keskeiset kysymykset ovat:

- Mitä ja millaisia ovat alaan liittyvät erilaiset työt?
- Mitä ja millaisia ovat ne yritykset, joissa alan töitä tehdään?
- Mikä on alan yritysten yhteenlaskettu liikevaihtopotentiali?
- Kuinka paljon alalla on työpaikkoja ja freelancereita?
- Mikä on alan kansallinen kasvupotentiaali ja mitkä ovat uhkakuvat?
- Mikä on alan yhteiskunnallinen merkittävyys ja arvонуontimekanismit?
- Minkälaiset rahoitusmallit toimivat alalla parhaiten?

Kokonaisuuden hahmottamiseksi on tarkasteltava myös alan koulutusta yhtenä kokonaisuutena. Koulutuksessa tulee tunnistaa mahdollisia päällekkäisyyksiä, etsiä synergioita eri koulutusohjelmien välille ja kehittää koulutusta kokonaisuutena vastaamaan yritysten ja tutkimuslaitosten tarpeita.

CGI-ala yhdistää käytännössä kaikkia luovan talouden toimialoja ja toimijoita. Alan työ on osaamisintensiivistä ja digitaalisen olomuotonsa vuoksi sillä on lähtökohtaisesti kansainväliset markkinat. Kansallisen kilpailuedun saamiseksi Suomessa tehtävälle työlle on etsittävä ja löydettävä lisäarvoa. Tämä voisi hyvin syntyä yhdistämällä pitkään erillään olleet insinööriosaaminen sekä visuaalinen ja taiteellinen toiminta.

Toimialan muodostumisen vaiheet ja rahoitus

Toimiala muodostuu riittävän suuresta joukosta tekijöitä ja yrityksiä, joilla on riittävän samankaltaiset intressit. Tässä alkuvaiheessa yksittäiset yritykset rahoittavat toimintansa kuten parhaaksi näkevät. Alkuvan yrityksen kohdalla tämä tarkoittaa joko erilaisten rahoitus- ja tukiohjelmien selvittämistä ja hyödyntämistä tai puhtaasti omalla tulorahalla toimimista.

Kun alan toimijat ovat kyenneet identifioimaan itsensä ja toisensa voi ala alkaa järjestäytyä ja tehdä itseään näkyväksi ulospäin. Järjestäytymisessä yleinen vaihe on oman toimialajärjestön perustaminen tai sellaisen irtaannuttaminen jostain aiemmasta, suuremmasta järjestöstä. Järjestäytymisen, ulkoisen viestinnän ja ulkoisen näkyvyyden vakiinnuttua tulee alan saada vielä näkyvyys valtionhallinnossa ja poliittisessa päätöksenteossa.

Käytännössä vasta vakiintuneessa vaiheessa oleva toimialajärjestö voi edesauttaa koko alan rahoitusinstrumenttien synnyttämistä ja kehittämistä. Ilman aktiivista osallistumista julkiseen keskusteluun ei toimialasta voi muodostua teollisuutta.

Suomessa CGI-toimialan synnyttämisen puolesta on aktiivisesti toiminut Aalto-yliopiston tutkija ja AV-alan pitkänlinjan ammattilainen Juha Huhta (juha.huhta@aalto.fi). Käytännön haasteena toimialan muodostamiselle on ilmennyt se, että digitaalisen kuvankäsittelyn ja sen käyttökohteiden selvittäminen ja kehittäminen ei tällä hetkellä kuulu minkään maamme kehittäjäorganisaation strategiaan. Kyseessä on siis suuri määrä erilaisia digitaaliseen kuvaan liittyviä töitä, jotka ovat hajallaan monella eri toimialalla. Ala kaipaa pikaisesti muutamaa aktiivista veturiyritystä sekä tunnistautumista julkishallinnon kansallista kilpailukykyä kehittämissä toimielimissä potentiaalisiksi työllistäjäksi yhä osaamisintensiivisemmäksi muuttuvassa kansantaloudessamme.

4.0 RAHOITUSINSTRUMENTIT JA TOIMIJAT LUOVILLA ALOILLA



4.1 JULKISET JA YKSITYISET RAHOITTAJAT SUOMESSA

YHTEENVETO

Rahoituksen kokoaminen on yritykselle ”palapeli”. Julkinen rahoitus Suomessa keskittyy pääsääntöisesti liiketoiminnan rahoittamiseen, IP-oikeudet ovat jääneet julkisessa keskustelussakin toistaiseksi vähälle huomiolle. Luovilla aloilla IP-oikeudet ovat kuitenkin yrityksen tärkein pääoma, joka tulisi huomioida myös julkisissa yritysrahoitusmalleissa. Yksityisen ja julkisen rahoituksen yhteistyömuodoista on hyviä alkuja mm. Tekesin ja Finnveran käynnistämä Vigo-yrityskiihdyttämöohjelma sekä viimeaikaiset peliteollisuuden yritysten saamat kansainväliset pääomasijoitukset. Nopeasti muuttuvassa digitaalisen talouden ympäristössä on kuitenkin tilaa ja tarvetta aktiivisemmalle yritysten ja rahoittajien väliselle vuoropuhelulle. Jäykän ylhäältä ohjaamisen sijaan tarvitaan keskustelua ja aktiivista yhteispeliä.

Miksi IP-oikeuksien huomioiminen on tärkeää?

- Luovilla aloilla IP-oikeudet ovat yrityksen tärkein pääoma, joka pitäisi arvottaa myös taseessa.
- IP-oikeuksien omistaminen mahdollistaa yritykselle pitkäaikaisemmat tuotot nk. pitkän hännän periaatteen mukaan. Lisäksi ne mahdollistavat digitaalisissa tuotteissa tuotantoyrityksen oman jakelutoiminnan ja siten riippumattomuuden ulkopuolisista jakelijoista.
- Omistamalla IP-oikeudet yrityksen arvoketjuasema paranee ja Luovalla toimialalla arvoketjuosition parantaminen on useimmiten luontevin tapa parantaa myös tuotteen jalostusarvoa.

Yrityscaseista käy selkeästi ilmi, että monet luovan alan kasvuyritykset kaipaavat rahoituksen hankintaan ja liiketoiminnan suunnitteluun mentorointia ja yhden luukun periaatetta sekä rahoitusjärjestelmän nopeuttamista, yksinkertaistamista ja selkeyttämistä. Lisäksi moni luovan talouden liiketoiminta on lähtökohtaisesti kansainvälistä, mutta moni rahoitusjärjestelmän instrumenteista ei ole. Monelle yritykselle myös oman toiminnan lokeroiminen perinteiseen toimialajaotteluun on hankalaa, jollei mahdollontta. Tarve uudelleenlaiselle, joustavammalle toimialajaottelulle on olemassa.

Julkiset rahoittajat: ELY-keskukset, Finnvera, Keksintösäätiö, Sitra, Tekes ja mikroryrittäjien siemenrahoitusmalli

ELY-keskukset

ELY-keskukset ovat alueellisia julkisia toimijoita, jotka tukevat pk-yritysten perustamista, kasvua ja kehittymistä tarjoamalla neuvonta-, koulutus- ja kehittämispalveluja sekä rahoitusta. ELY-keskuksesta saa neuvoja yrityksen perustamiseen, apua liikeidean arviointiin sekä koulutusta yritystoiminnan aloittamiseen ja hallintaan. Myös yrityksen rekisteröintiin liittyvät asiat voi hoitaa joko ELY-keskuksessa tai alueen yrityspalveluverkoston yhteisessä neuvontapisteessä. ELY-keskukset tekevät usein tiivistä yhteistyötä paikallisten uusyrittäjäkeskusten kanssa.

ELY-keskuksen rahoitusmuodoista käytetyimpiä ovat esim. Starttiraha, Kehittämisyavustus ensimmäisen työntekijän palkkamenoihin, Yrityksen kehittämisavustus sekä Valmistelurahoitus pk-yritysten kehityshankkeisiin. Starttiraha on uusille yrittäjille tarkoitettu rahoitusmuoto ja se on tarkoitettu turvaamaan yrittäjän toimeentulo liiketoiminnan käynnistysvaiheessa. Yrityksen kehittämisavustusta voidaan myöntää yrityksen pitkän aikavälin kilpailukykyä parantavaan hankkeeseen, jolla arvioidaan olevan merkittävä vaikutus yrityksen kasvuun, teknologiaan, kansainvälistymiseen, tuottavuuteen tai liike-toimintaosaamiseen. Yrityksen kehittämisavustusta voidaan myöntää aineellisiin ja aineettomiin investointeihin. Esimerkkinä mikroryrittäjälle suunnatusta rahoitusmuodosta on Avustus yksityisyritykselle ensimmäisen työntekijän palkkamenoihin. Myös Tekesin teknologiapalvelut ovat ELY-keskuksen asiakkaiden käytössä.

Tarkemmat tiedot ELY-keskusten sijainnista, toiminnasta ja palveluista löytyvät verkosta www.ely-keskus.fi

Finnvera

Finnvera tarjoaa tukea yritystoiminnan alkuun, kasvuun ja kansainvälistymiseen sekä viennin riskeiltä suojautumiseen. Sen päätavoitteena on vahvistaa suomalaisten yritysten toimintaedellytyksiä ja kilpailukykyä tarjoamalla lainoja, takauksia, pääomasijoituksia ja vientitakuuta. Finnvera jakaa rahoitukseen sisältyvää riskiä muiden rahoittajien kanssa.

Finnvera on valtion omistama erityisrahoittaja ja Suomen virallinen vientitakuulaitos Export Credit Agency (ECA). Finnveraan kuuluvat seuraavat toiminnot:

- Pääomasijoitukset, Veraventure Oy
- Sijoitukset aloittaviin yrityksiin, Aloitusrahasto Vera Oy
- Vientitakuut, Suomen Vientiluotto Oy
- Pääomasijoitukset matkailu- ja vapaa-ajanyrityksiin, Matkailunkehitys Nordia Oy

Finnveran pääomasijoituksista ja rahoituspalveluista sekä Vigo-ohjelmasta tarkemmin luvussa 4.4 'Finnveran rahoitusinstrumenteilla ja pääomasijoituksilla kiihdytyskaistalle! Vigo-ohjelman tavoitteena on vauhdittaa suomalaisten yritysten kasvua ja kansainvälistymistä yritystoiminnan ammattilaisten perustamien yrityskiihdyttämöiden avulla. Kokonaisesitys Finnveran toiminnasta löytyy osoitteesta www.finnvera.fi

Keksintösäätiö

Keksintösäätiö etsii ja arvioi yksityishenkilöiden ja aloittavien yritysten keksintöjä ja innovatiivisia ideoita ja auttaa kehittämään niistä liiketoimintaa. Valtakunnallinen Tuoteväylä-palvelu tarjoaa ideoille

järjestelmällisen ja yhtenäisen arvioinnin. Palvelussa jalostetaan nopeasti yritysaihoiksi sellaisia lupavia ideoita, joilla on mahdollisuuksia kasvuun ja kansainväliseen liiketoimintaan.

Tuoteväylä-palvelu on tarkoitettu sekä yksityishenkilöille että alkaville yrityksille. Palvelun tuotoksina yrittäjä saa apua liiketoiminta- ja markkinointisuunnitelmien sekä teknisten selvitysten laatimiseen ja tarvittaessa prototyypin tekoon. Tuoteväylä-palvelu auttaa selvittämään mahdollisuudet suojata idea esim. tuotemerkin rekisteröinnin tai patentoinnin avulla. Lisäksi tiimiltä saa apua rahoituksen hakemiseen. Rahoitusta voi saada myös suoraan Keksintösäätiöltä mm. prototyypin rakentamiseen, teknisen ja kaupallisen toimivuuden testaukseen, markkinaselvityksiin, patentointiin ja tuotekehitykseen.

Lisätietoja Keksintösäätiön Tuoteväylä-palvelusta

www.keksintosaatio.fi/Ideojalle

Sitra

Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra on rahasto, jonka tehtävänä on edistää Suomen vakaata ja tasapainoista kehitystä, talouden kasvua sekä Suomen kansainvälistä kilpailukykyä ja yhteistyötä. Sitran tehtävät on määritelty laissa ja toiminnan tavoitteena on kehittää ja toteuttaa uusia toimintamalleja käytännön tekemisen ja kokeilujen avulla.

Rahoittajana Sitra sijoittaa yrityksiin ja pääomarahastoihin, keskittyen muutos- ja kasvutoimialoihin. Tavoitteena on vetää mukaan myös yksityistä pääomaa ja mahdollistaa uusien alojen kasvamisen edellytyksiä. Uusilla aloilla sijoittamiseen liittyy aina myös suurin riski ja yksityinen pääoma ei siksi muuten hakeudu näille aloille.

Pääomasijoittajana Sitralla on mahdollisuus sijoittaa uudentyyppisiin rahastoihin ja tuoda uusia toimintamalleja Suomeen. Yritykset saavat tilaisuuden verkottua rahastojen kohdeyritysten kanssa ja päästä siten nopeammin kansainvälisille markkinoille. Rahastot voivat myös sijoittaa Sitran kohdeyrityksiin, jolloin ne saavat kasvunsa tueksi enemmän markkinatietoa ja näkemyksellisyyttä. Kiinnostavilla rahastokohteilla on yleensä partneriohjelma strategisille sijoittajille.

Sijoituskohteena olevilla yrityksillä pitää yleensä olla mahdollisuus, kyky ja halu kasvaa myös kansainvälisille markkinoille. Markkinaehtoisten sijoitusten tavoitteena on luoda ja kehittää kilpailukykyistä ja kannattavaa yritystoimintaa.

Sitran sijoitussalkussa on noin viisikymmentä yritystä, joihin on sijoitettu yhteensä noin 124 miljoonaa euroa. Suurin osa yrityksistä toimii lääketieteen toimialalla, seuraavina tulevat biotekniikka ja teollisuustuotanto ja -palvelut. Lisätietoja Sitran sijoitustoiminnasta ja käynnissä olevista ohjelmista löytyy osoitteesta:

www.sitra.fi/fi/Rahoitus

Tekes

Tekes on teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus, jonka päätavoitteena on rahoittaa haastavia tutkimus- ja kehitysprojekteja ja edistää yritysten kehittymistä. Se kuuluu työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalaan ja rahoittaa Suomessa toimivia yrityksiä ja julkisia tutkimusorganisaatioita. Tekesin asiakkaita voivat olla myös julkisten palvelujen kehittäjät ja kolmannen sektorin organisaatiot. Yksityishenkilöitä Tekes ei rahoita.

Tekesillä on useita eri määräaikaista rahoitusohjelmia, jotka on kohdennettu eri alojen yritys- ja tutkimustoimintaan. Teknologiakehityksen lisäksi Tekesin tavoitteena on myös edistää uudenlaista liiketoiminnan kehittämiskulttuuria, jossa haetaan rohkeasti kasvua ja kansainvälistymistä. Esimerkiksi Vapaa-ajan palvelut -ohjelma on suunnattu kuluttajapalveluja tuottaville yrityksille ja siinä rahoitetaan palvelu- ja liiketoimintakonsepteja, mukaan lukien kulttuuri- ja viihdepalvelut.

Määräaikaisten ohjelmien lisäksi Tekesin tavoitteena on rahoitustoiminnassaan vastata myös suoraan yritysten ideoihin ja tarpeisiin. Tekes varaa noin 40 prosenttia rahoituksestaan tuotto-riski-odotuksiin parhaille aloitteille riippumatta niiden alasta tai kehittämissisällöstä.

Tekesin toiminnasta ja palveluista tarkemmin tämän kirjan luvussa 4.7 'Luovista aloista Suomelle menestystekijä?'. Tarkempia tietoja Tekesin ohjelmista ja muusta palvelutarjonnasta osoitteessa: www.tekes.fi

Mikroyrittäjien siemenrahoitusmalli

Varsin suuri osa luovien alojen yrittäjistä on mikro- tai pienyrittäjiä. Yksinyrittäjille isojen julkisorganisaatioiden rahoituspalvelut soveltuvat huonosti, sillä niiden hakuprosessi ja raportoinnit ovat monimutkaisia ja erittäin aikaa vieviä. Mikroyrittäjällä kaikki byrokraatiaan menevä aika on suoraan pois tuotannollisesta työstä, joten käytännössä oma tulorahoitus on usein ainoa mahdollinen rahoitusmuoto. Tätä puutetta paikkaamaan on Keski-Suomen liitossa kehitetty maakunnallinen rahoitusmalli erityisesti luovien alojen mikroyrittäjille.

Mallissa hakuprosessin vaatima byrokraatia on kutistettu minimiin, käsittelyajat nopeita ja myönnettävät rahoitussummat ovat kooltaan mikroyrittäjien konkreettisiin, pienehköihin kehitysprojekteihin suhteutettuja. Mikroyritysten siemenrahamallista tarkemmin luvussa 4.9 'Avustusta mikroyrittäjän liiketoiminnan kehittämiseen'.

Yksityiset rahoittajat: bisnesenkelit, pankit, pääomasijoittajat, uudet sijoituspalvelut ja yksityiset sijoitusrahastot

Bisnesenkelit

Bisnesenkelillä tarkoitetaan yksityishenkilöä, joka sijoittaa omaa rahaansa yksityisiin yrityksiin. Useimmiten sijoituskohteina ovat alkavat yritykset, joiden toimintaan sijoittaja tuo myös mukaan oman toimiala-, markkina-, verkosto- ja kehitysosaamisensa. Osa bisnesenkelitoiminnasta on itsessään voittoa tavoittelevaa, osa voittoa tavoittelematonta. Useat julkisrahoitteiset yrityskehitystoimijat toimivat myös tiiviissä yhteistyössä bisnesenkeliänsä kanssa. Bisnesenkelitoiminnasta tarkemmin luvussa 4.6 'Bisnesenkelitoiminta Suomessa'.

Pankit

Pankkien rooli yksittäisen yrityksen rahoituksessa on huomattava. Pankkirahoituksessa keskeiselle sijalle nousevat yrityksen lainansaannin edellytykseksi tarvittavat vakuudet. Tarkkoja tietoja pankkien rahoituksesta ei ole pankkisalaisuuden vuoksi saatavilla. Pankkien luotonantoa tilastoi mm. Finanssialan keskusliitto, joka julkaisee katsauksia yritysten rahoitustilanteesta. Vuonna 2010 suomalaisten yritysten velat ovat olleet yhteensä n. 350 miljardia euroa. Summassa on mukana rahoituslaitosten lainojen lisäksi joukkovelkakirjalainat, muut lainat Suomesta, noteeratut osakkeet ja lainat ulkomailta.

Vuosina 2003 – 2011 rahalaitosten yritysainojen määrät ovat olleet kasvussa. Vuoden 2011 alussa lainojen kokonaismäärä oli n. 55 miljardia euroa (lähde: Suomen Pankki).

Lainoituksen lisäksi useimmat liikepankit tarjoavat yrityksille myös sijoituksiin ja vakuutuksiin liittyviä palveluja sekä erilaisia riskienhallintatuotteita.

Pääomasijoittajat

Pääomasijoittaminen on toimiala, jossa pääomasijoittamiseen erikoistuneet yhtiöt sijoittavat valikoituihin kohdeyrityksiin. Toiminnan tavoitteena on tuottaa sijoittajayritykselle voittoa ja kasvattamalla kohdeyritystä. Pääomasijoittaja on sijoitusosuuttaan vastaavalla määrällä myös kohdeyrityksen osakkeenomistaja. Kotimaisten pääomasijoittajien lisäksi Suomessa toimii monia ulkomaisia pääomasijoittajia.

Suomalaisen pääomasijoitustoiminnan kolme suurinta kohdealaa ovat:

- liiketoiminta- ja teolliset tuotteet
- life-sciences
- tietokone- ja kuluttajaelektronikka

Lisätietoa pääomasijoitustoiminnasta löytyy mm. Suomen pääomasijoitusyhdistys ry:stä, joka edustaa kattavasti suomalaisia pääomasijoittajia:

www.fvca.fi

Luovien alojen rahoitukseen pääomasijoitustoiminta soveltuu nykymuodossaan heikosti. Syinä tähän ovat mm. sijoitustoiminnan kautta kertynyt näyttö siitä, että menestys pääomasijoittajana edellyttää huomattavan laajaa ja kattavaa toimialaosaamista. Lisäksi luovien alojen yritysten kansainvälisessä vertailussa pieni koko ja heikko tase saavat aikaan sen, että yritykset eivät ole muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta pääomasijoittajan näkökulmasta kiinnostavia sijoituskohteita. Pääomasijoittamisesta tarkemmin luvussa 4.5 'Venture Capital – kasvuyritysten pääomasijoitustoiminta luovien alojen rahoituksessa'.

Uudet sijoituspalvelut

Digitaalisten palvelujen ja liiketoiminnan yleistymisen myötä on sijoitustoimintaakin tullut uusia lähinä kasvuyritysten pääomasijoitustoimintaan keskittyviä palveluja.

Venture Bonsai Oy:n kehittämä Equity Crowdfunding -palvelu on uusi palvelu sijoittajille ja kasvuvaiheen yrityksille rahoituksen keräämiseen pienistä, jopa 5 000 euron kokoisista paloista. Venture Bonsain verkkopalvelun kautta yksityishenkilöt voivat seurata kasvuvaiheen yrityksiä ja sijoittaa niihin. Yritykset voivat etsiä palvelun kautta itselleen sopivia rahoittajia yhden luukun periaatteella.

Sijoituspalvelussa on kyse siitä, että yrityksen tarvitsemat sijoitukset saadaan kasaan pienistä puroista, jotka yhdessä muodostavat riittävän suuren massan. Prosessissa käytetään apuna yhteisöllisiä verkkopalveluelementtejä. Crowdfunding-palvelusta tarkemmin luvussa 4.3 'Crowdfunding kasvuyrityksen työkaluna – Venture Bonsai Oy'.

Yksityiset sijoitusrahastot

Sijoitusrahastotoiminnassa on kehitetty luovaa teollisuutta varten uusi toimintatapa, katalogirahasto, jossa sijoitus kohdistuu tuoteoikeuksiin, ei yrityksen omaan pääomaan. Mediatonic Fund ei tule yhtiön osakkeenomistajaksi, vaan sijoittajan tuotto muodostuu rojalteista tuotteen tulovirrasta. Ensimmäinen pilottirahasto aloitti toimintansa helmikuussa 2010. Lisätietoja Mediatonic-rahastosta ja sen toimintaperiaatteista luvussa 4.2 'Tuoteoikeuksien säilyminen tekijäyhtiössä rahoituksen avulla'.

Tähän rahoittajaorganisaatioita esittelevään lukuun on sisällytetty myös yrityscaseja, jotta eri rahoitusinstrumentit ja mallit konkretisoituvat myös yrityksen ja yrittäjän näkökulmasta. Yrityscasejen sisällöt, kasvutarinat, näkemykset toimialasta ja rahoituksesta sekä esitetyt kehitysehdotukset ovat yritysten toimitusjohtajien kertomia. Kirjalliseen muotoon ne on saattanut tämän julkaisun päätoimittaja. Rahoittajaorganisaatioiden näkökulma-artikkelit ovat organisaation asiantuntijoiden kirjoittamia. Artikkelien kirjoittajat esitellään lyhyesti artikkelien aluksi.



"Tuotteen menestymisen kannalta olennainen kysymys on: onko tuote kuluttajan mielestä ihana?"

*Tanu-Matti Tuominen, Mediatonic Fund
Näkökulmia luovien toimialojen rahoitukseen -seminaari 31.1.2011*

4.2 IP:N SÄILYMINEN TEKIJÄYHTIÖLLÄ

*Artikkelin kirjoittaja **Tanu-Matti Tuominen** (42) on pelien ja mediatuotteiden pääomarahaston Mediatonicin perustaja ja hallituksen puheenjohtaja. Hän oli Suomen ensimmäisen uusmediayhtiön Tietovalta Oy:n toinen perustaja ja luova johtaja 1988-1999. Sen myynnin jälkeen hän on toiminut tunnettuna businessenkeliä ja ja yrityskehittäjä noin 20 media- ja IT-alan yrityksessä. Tuominen on Zeeland Oyj:n osakas ja hallituksen jäsen ja Diges ry:n puheenjohtaja sekä palkittu tuottaja-käsikirjoittaja.*

tanu-matti.tuominen@mediatonic.fi

TUOTEIOKEUKSIEN SÄILYMINEN TEKIJÄYHTIÖSSÄ RAHOITUKSEN AVULLA

Mediatonic Management Oy

- Mediatonic Management Oy hallinnoi kaupallisten pelien ja mediabrandien tuoterahoituksen pääomarahastoja
- päätuotteina digitaalisen jakelun pelit ja monimediatuotteet
- uusi toimintatapa, joka on kehitetty luovaa teollisuutta varten
- sijoitus kohdistuu tuoteiokeuksiin, ei yrityksen omaan pääomaan. Mediatonic ei tule yhtiön osakkeenomistajaksi
- sijoittajan tuotto muodostuu rojalteista tuotteen tulovirrasta
- ensimmäisen pilottirahasto aloitti toimintansa helmikuussa 2010 ja on sijoittanut 2011 alkuun mennessä 1,2 M€ neljään pelituotteeseen

Mediatonic sijoittaa tuoteiokeuksiin

Suomalaiset pelialan yritykset ovat tehneet kansainvälisille kustannustaloille ja pelialustojen valmistajille satojen miljoonien eurojen liikevaihdon. Suomalaiset tekijät ovat useimmiten menettäneet oman tuotteensa tekijänoikeudet ulkomaille tuotannon palkkojen rahoitusta vastaan.

Mediatonic on projekti- ja katalogirahasto, joka sijoittaa kaupallisiin peleihin, televisioformaatteihin, monimediatuotteisiin ja verkkopalveluihin. Rahaston sijoitus tehdään tuoteiokeuksiin, ei yritysten omaan pääomaan. Mediatonicin ansaintana on rojalteista tuotteen tulovirrasta. Mediatonicin rahoitusmalli mahdollistaa IP:n omistuksen pysymisen tekijäyhtiön hallussa.

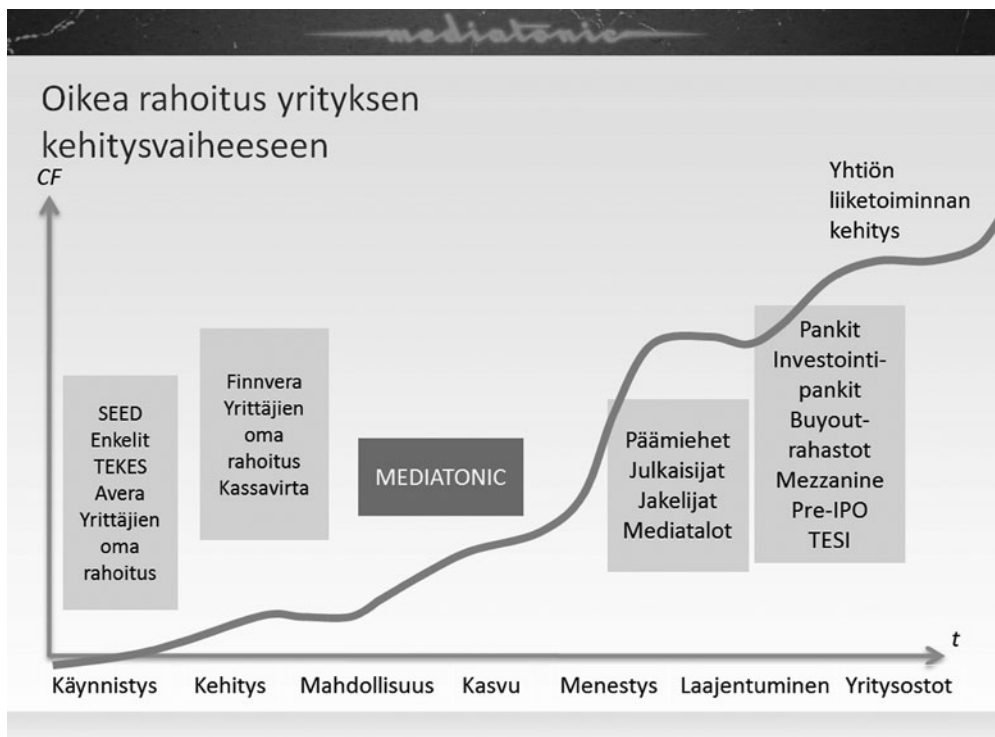
Mediatonicin sijoituskohteissa tärkeää on markkinalähtöisyys, nopea kaupallistaminen ja pitkäaikaiset tulovirrat. Mediatonic ei ole perinteinen pääomasijoittaja eikä yritysten varhaisvaiheen seed-rahoittaja. Mediatonic ei osallistu kohdeyritysten omistamiseen tai hallintoon, mutta tuo yritykselle apua tuoteprojektiin, kaupallistamiseen ja tuotelaajennuksiin.

Luovan teollisuuden yritysten arvo ei ole taseessa

Mediatonicin synnyttäminen perustuu havaintoon, että luovilla toimialoilla yritysten arvot eivät ole yrityksessä ja sen taseessa, vaan tuotteessa ja osaamisessa.

Luovien alojen yritykset ovat usein rakenteeltaan väljiä ja niitä voi verrata rockbändeihin, jotka kokoavat ihmisiä yhteisen hankkeen ja luovan työn pariin, kokevat henkilövaihdoksia, linjan vaihteluita, oikean "jutun" etsimistä ja rutkasti yrittämistä ja erehtymistä. Kun tuote on valmis, jatkaa tiimi uusiin hankkeisiin, ehkä uuden yhtiön alla tai freelancereina. Toisaalta menestynyt tuote on miljoonabisnes eikä sen synnyttäminen ja markkinointi onnistu ilman pääomia ja vakiintunutta osaamista.

Yritysrakenteisiin kohdistuneet sijoitukset ja sijoittajan ohjaus ei näillä aloilla useimmiten tunnu toimivan. Tarvittiin siis uusi kaava ja sellainen sijoituskoko, joka nyt on jäänyt enkeli- ja pääomasijoitusten kokoluokkien väliin.



Mediatonicin ja muiden rahoittajien asema yrityksen eri kehitysvaiheissa

Uusi toimintatapa, joka on kehitetty luovaa teollisuutta varten

Mediatonicin malli on rahoitusalan innovaatio, jonka toimivuutta testataan Mediatonic Fund I Ky -pilot-tirahastolla Fennia-ryhmän ja Soneran Eläkesäätiön pääomittamana sekä rahaston managerien omalla rahoituksella.

Rahaston managereilla on aiempaa kokemusta digimedia-alan pioneiryrittäjänä, bisnesenkelinä, media- ja IT-yhtiöiden kaupallistamisessa, pääomasijoittamisessa, sijoituspalveluissa sekä sisällöntuotannossa.

Mediatonic rahoittaa tekijäyhtiötä yhdessä yrityksen omistajien sekä esimerkiksi Tekesin ja Finnveran kanssa. Kun tuotteen rahoituksesta on valmiina vähintään 50 %, on edellytyksiä tuoteoikeuksien pysymiseen tekijäyrityksen hallussa.



Suomalaisen Recoil Games Oy:n Rochard oli Mediatonicin ensimmäinen kohdetuote. Sony Online Entertainment julkaisee sen keväällä 2011 Playstation-pelikonsolin digitaalisessa jakelussa.

case | Housemarque Oy

Nimi: Housemarque Oy

www.housemarque.com

Y-tunnus: 1002012-8

Toimiala: pelinkehitys ja tuotanto

Perustamisvuosi: 1995

Liikevaihto: 1.5 miljoonaa euroa (2010)

Henkilöstön määrä: 30

Johto: perustajaosakkaat Ilari Kuittinen, toimitusjohtaja ja Harri Tikkanen, luova johtaja

Omistus: perustajaosakkaat pääomistajia, PMI Venture Fundilla 15% sijoittajaosuus

Päätuotteet: Internetin kautta jaeltavat konsolipelit "Super Srar-dust HD", "Dead Nation" ja "Outland (tulossa)" (PlayStation 3 / Psn, Xbox 360 / Microsoft Xbox Live Arcade)

Tulevaisuus: Pelikehityksen ja -tuotannon lisäksi oma julkaisu-toiminta viihdetuotteissa digitaalisissa kanavissa

1. Yritys

Housemarque on vuonna 1995 perustettu suomalainen konsolipelejä kehittävä yritys. Se tuottaa pelejä kansainvälisille markkinoille pelialustoina mm. Microsoftin Xbox 360 ja Sony Playstation 3. Yritys on tehnyt pelejä myös PC-tietokoneille, kannettaville käsikonsoleille ja matkapuhelinalustoille. Yritystä johtavat perustajaosakkaat ja sen taustalta löytyvät perustajien aiemmat yritykset, vuonna 1993 perustetut Terramarque Oy ja Bloodhouse Oy.

Housemarque on kehittänyt useita pelejä tunnetuille isoille jakelijoille, kuten Sonylle. Tästä esimerkkinä on avaruuspeleiden genreen sijoittuva 'Super Stardust HD', jonka ensimmäinen julkaisu tapahtui vuonna 2007. 'Super Stardust HD' perustuu jo vuonna 1996 PC-tietokoneille julkaistuun 'Super Stardust' -peliin. 'Super Stardust HD' oli Playstation 3 -konsolin yksi myydyimmistä PSN-peleistä digitaalisessa jakelussa vuosina 2007 ja 2008. Pelistä on julkaistu myös 3D-versio.

Yritys työllistää 30 henkilöä ja toimii pääasiassa tulo-rahoituksen ja aiempien tuotteiden rojaltilojen avulla. Asiakkaalta tuleva raha on tällä hetkellä tärkein rahoitusmuoto, yli 90% koko rahoituksesta. Uutena rahoitusmuotona on vuonna 2010 käynnistynyt Mediatonic fundin rahoitus uuden, lanseerattavan tuotteen kanssa. Mediatonicin sijoitus kohdistuu tuotteen projektikustannuksiin ja tuotteistukseen. Tällä koko perheen nokkeluuspeleiden tuotannolla yritys laajentaa toimintaansa myös omien tuotteidensa julkaisijaksi.

2. Pelialan tilanne yrityksen näkökulmasta

Pelialan markkinat ovat lähtökohtaisesti kansainväliset. Pelkästään Suomen markkinoille ei ole kannattavaa tuottaa pelituotteita. Alan yritys rakenne Suomessa on terve ja yritysten kokojakauma on tasapainossa. Peliala on erittäin työvoimavaltainen ala, henkilöstökulut ovat n. 70% pelialan yrityksen menoista. Pelialan lähitulevaisuudessa on näkyvissä pelimäisyyden laajempi käyttöönotto eri alojen palveluprosesseissa.

3. Yrityksen kehitysvaiheet ja niiden rahoitus

Alkuvaihe 1995 – 1999:

Yrityksen alkuvaiheessa, ensimmäiset 5 vuotta pelituotantoja tehtiin julkaisijan rahoituksella ja erimuotoisilla Tekesin tuilla (keskimäärin n. 40 000 € per vuosi).

Kasvua ja selviytymistä 2000 – 2005:

Tämän vaiheen aikana rahoitus tuli pääasiallisesti peliprojekteista eli tulo-rahoituksesta.

Vuonna 2000 yritys keräsi 8 milj. markkaa yksityistä rahoitusta syntyneen spinn offin, mobiilipeleihin erikoistuneen Springtoys Oy:n, liiketoiminnan käynnistämiseen. Sijoittajina olivat Tele Finland (nyk. TeliaSonera Finland) ja pääomasijoittaja Eqvitec.

Tämän viisivuotiskauden aikana yritys sai pieniä mediatukia EC:n Media-ohjelmasta (n. 20 000 €) ja Tekesin tuotekehitysavustusta 200 000 € rahoittaen noin vajaan viidenneksen yrityksen tuotekehitystoimintaan sijoitetuista rahoista. Lisäksi oli pääomasijoittajan investointirahaa 300 000 €:n sijoitus projektiin. Yritys työllisti 25 henkeä.

Vuonna 2005 yrityksen työntekijöiden määrä laski 14:ään. Syynä oli yhteistyön loppuminen pitkäaikaisen päämiehen kanssa ja murroskausi siirryttäessä konsolisukupolvesta toiseen. Kauden alku oli vakiintuneen yhteistyön aikaa, mutta loppupuoli selviytymistä.

Uusi kasvuvaihe 2006 – 2010:

Vuonna 2006 alkoi yhteistyö Sony'n kanssa uusiin konsoleihin ja digitaalisiin kanaviin. Muita isoja asiakkaita olivat peliyhtiöt Activision ja Ubisoft. Uusi konsolipelien digitaalisen jakelun mahdollistuminen on johtanut yhtiön kasvuun ja henkilöstön kaksinkertaistamiseen, yhteensä 30:een työntekijään viimeisen kolmen vuoden aikana.

Tämän vaiheen aikana Housemarque on saanut Pohjoismaisen Nordic Game Development Fundin tukea 60 000 € ROPE-pelin tekemiseen ja Media 2007 -ohjelmasta yhteensä 130 000 € kahden eri konseptin esituotantoon. Yritys sai myös Tekesin tukea mm. teknologian kehittämiseen useampana vuonna. Saatu tuki oli noin neljäs yhtiön tuotekehitystoimintaan investoimasta 1,2 miljoonasta eurosta.

Julkaisijavaihe 2011:

Julkaisu-toiminta on yhtiölle uusi strateginen liiketoiminta-alue, joka tulee mukaan yhtiön toimintaan julkaisijoiden kanssa yhteistyössä tapahtuvan pelikehitystoiminnan rinnalle.

Nyt alkanut tuotantorahoitusyhteistyö Mediatonic fundin kanssa mahdollistaa uusimman pelituotteen IP-oikeuksien säilymisen yrityksellä itsellään. Itserahoitusta yritettiin jo vuonna 2006, onnistumatta siinä. Tällä hetkellä Housemarque toimii itse myös pelituotteen julkaisijana.

4. Riskienhallinta

Yrityksen alku- ja kasvuvaiheessa perustajaosakkaat ottivat henkilökohtaisesti ison riskin asettamalla omaisuuttaan lainatakuiksi. Vakiintuneen toiminnan vaiheessa yritys on hallinnut riskejä keskittymällä digitaalisen jakelun tuotannoissa kokoluokkaan n. 500 000 – 1,5 miljoonaa euroa, jolloin tappioriski on maltillinen. Nämä projektit ovat myös olleet julkaisijarahotteisia, eli ainoa tappioriski tuotantoyritykselle tulee siitä, että se itse ei pysy tuotantobudjetissa. Julkaisija kantaa rahoitusriskin. Lisäksi tämän tyyppisissä tuotannoissa mahdollisuus tuotantobudjetin ylittäviin rojalituloihin on hyvä.

Tuotantoaikojen pysyminen suunnitellussa aikataulussa ja tuotteen saaminen markkinoille juuri oikeaan aikaan ovat koko toimialalle tyypillisiä piirteitä. Aikataulusta myöhästyminen voi vesittää erinomaisenkin pelin myynnin.

5. Lähitulevaisuuden suunta, kasvu ja toimet?

Housemarquen tavoitteena on vakaa kasvu. Vuoden 2010 liikevaihdon osalta kasvua on ollut 22% vuoteen 2009 verrattuna. Yrityksellä on muutaman uuden työntekijän rekrytointitarve.

Tämän lisäksi yritys panostaa webstrategiaan, jotta sen näkyvyys verkossa vahvistuisi erityisesti ladattavien pelien jakelun osalta.

6. Millaista rahoituksen pitäisi olla?

- Tuotantojen rahoittaminen
- Verokannustimet tuotantoihin ja tuotantorahasto

Housemarquen näkökulmasta Mediatonic fundin kaltainen malli on toimiva asemansa jo vakiinnutulle pelialan yritykselle. Mallissa yrityksen luoma IP on tuotannon rahoituksen vakuutena. Tällainen toimintamalli, jossa IP säilyy sen luoneella yrityksellä, on tärkeää koko pelitoimialan kehityksen kannalta. Parhaassa skenaariossa Suomessa olisi olemassa tuotantorahasto tai julkaisija, joka sijoittaisi lupaaviin alkaviin yrityksiin. Rahastoa voisi hallinnoida joko yksityinen tai julkinen taho. Rahoitettavilla yrityksillä olisi omarahoitusosuus sekä prosenttiosuus rojalteista. Rahoittaja ottaisi oman osuutensa myyntituloista.

Koska yksityinen riskiraha puuttuu käytännössä suomalaiselta pelialalta, voisi hedelmällinen yhdistelmä olla yksityisen ja julkisen rahan rahaston yhdistelmä. Rahasto voisi toimia myös tuotantokannustinmallin tavoin, jollainen on käytössä useissa maissa elokuvatuotantojen julkisena tukimuotona.

Pelialan yrityksille on myös tyypillistä, että tuotekehitystoiminnan kulut voivat olla jopa 15 – 25% suhteutettuna liikevaihtoon. Tuotekehityksen verovähennysoikeus olisi pelinkehittäjäyrityksille tervetullut julkinen tukimuoto.

7. Entä jos

- Jos tuotantoihin saisi rahoitusta, saataisiin lisää volyymiä hittien mahdollistumiseksi
- Jos omien tuotantojen IP:t säilyisivät peliyrityksillä arvoketjuasema paranisi
- Jos IP:stä tulisikin yritysten merkittävin omaisuuserä

Jos asemansa vakiinnuttaneen yrityksen olisi mahdollista saada tukea työntekijöiden palkkaamiseen uuteen tuotantoon sekä tuotantorahoitusta, nopeutuisivat tuotantoajat. Jos rahoitusta olisi saatavilla myös keskisuuriin tuotantoihin, saataisiin kasvatettua riittävää massaa toimialalle, ja isoja hittejäkin voisi syntyä enemmän. Myös tuotantojen riskit olivat maltillisempia pelien digitaalisessa jakelussa noin 500 000 €:n kokoluokan tuotannoissa.

Rahoittamalla tuotantoja taattaisiin oikeuksien säilyminen yrityksillä. IP:stä tulisi yrityksille merkittävä omaisuuserä, jota vastaan toimintaa voidaan myös lainoittaa. Aineettomien oikeuksien hallinnoinnilla ja lisensoinnilla maassamme eläisi muutama yritys Moomin Characters Oy:n tapaan. Tämä mahdollistaisi myös nk. 'pitkän hännän' tuotot eli pitkällä aikavälillä tasaista tulovirtaa monelta eri julkaisukanavalta. IP:n säilyminen suomalaisilla peliyrityksillä parantaisi myös yritysten asemaa toimialan arvoketjussa. Aiemman alihankkija-aseman sijaan yritysten toiminta voisi keskittyä jakeluun ja markkinoiden laajempaan hallintaan.





4.3 JOUKKORAHOITUSMALLIT PERINTEISTEN RINNALLE

*Artikkelin kirjoittaja **Antti T. Hannula** kuuluu Venture Bonsai Oy:n perustajiin ja hänellä on pitkäaikainen kokemus ICT-alalta mm. Akumiitin, Jobitan ja AppGyverin perustajana.
antti.hannula@venturebonsai.com*

CROWDFUNDING KASVUYRITYKSEN TYÖKALUNA - VENTURE BONSAI OY

Varhaisen vaiheen kasvuyritysten pääomarahoitusta on usein haastavaa sekä yrittäjille että sijoittajille. Sijoittajien näkökulmasta riskit ovat usein liian suuret ja toisaalta yrittäjien näkökulmasta vaihtoehtoja on liian vähän ja prosessi haastava. Suomalaisen Venture Bonsai Oy:n ensimmäisenä maailmassa avaama Equity Crowdfunding -palvelu tuo tarjolle uuden vaihtoehdon tyypillisesti alle puolen miljoonan euron rahoituksen keräämiseen pienistä, jopa 5 000 euron kokoisista paloista. Venture Bonsain verkkopalvelun kautta yksityishenkilöt voivat luotettavasti sijoittaa kasvuvaiheen yrityksiin.

Erilaiset joukkovoimaa hyödyntävät palvelut ovat viime vuosina kasvattaneet suosiotaan keskitettyjen, perinteisten mallien rinnalle. Wikipedia on pitkälti korvannut perinteiset tietosanakirjat ja kuponkimaailma on tullut uuteen kukoistukseen esimerkiksi Grouponin kaltaisten digitaalisten verkkokuponkipalveluiden myötä. Toisaalta, kasvuyritysten maailmassa riskirahoittajat ovat jo vuosikymmeniä vaatineet uusia innovaatioita rahoittamiltaan yrityksiltä, vaihtelevin tuloksin. Kuitenkaan rahoitusala itsellään ei suuremmin ole muuttunut, riskirahoitukset tehdään pitkälti samalla tavalla, kuin ne on tehty viimeiset 20 vuotta.

Crowdfundingia eli joukkovoimaa hyödyntävä sijoitusmalli ei sinällään ole mitään uutta, mutta uutta on sen soveltaminen kasvuyrityksiin. Kyseistä toimintamallia on pitkään sovellettu mm. musiikki- ja elokuva-alalla. Jopa New Yorkin Vapaudenpatsaan jalustan rahoitus hoidettiin aikoinaan tällä rahoitusmallilla, koska rakentajilta loppuivat rahat kesken. Kyse on siis siitä, että tarvittava rahoitus saadaan kasaan pienistä puroista, jotka yhdessä muodostavat kriittisen massan. Crowdfunding-termi sinänsä voidaan ymmärtää monella eri tavalla, raha voidaan antaa esimerkiksi lahjoituksena tai sijoituksena. Tästä syystä on syntynyt ilmaisu Equity Crowdfunding, joka korostaa sitä että kyseessä on nimenomaan sijoitus.

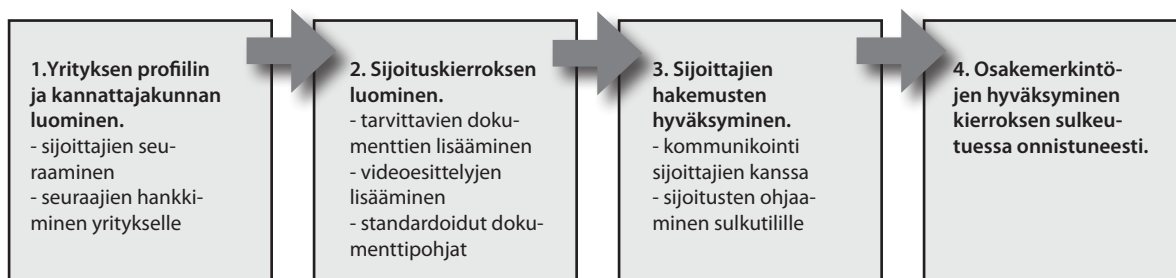
Lainsäädännölliset haasteet

Lainsäädäntö asettaa omat rajoituksensa sille, miten crowdfundingia voidaan ja miten ei voida hyödyntää. Suomen osalta rajoitukset tulevat Euroopan Unionin regulaatiosta sekä toisaalta kansallisista rajoituksista. Useimmissa Euroopan maissa tilanne on samankaltainen.

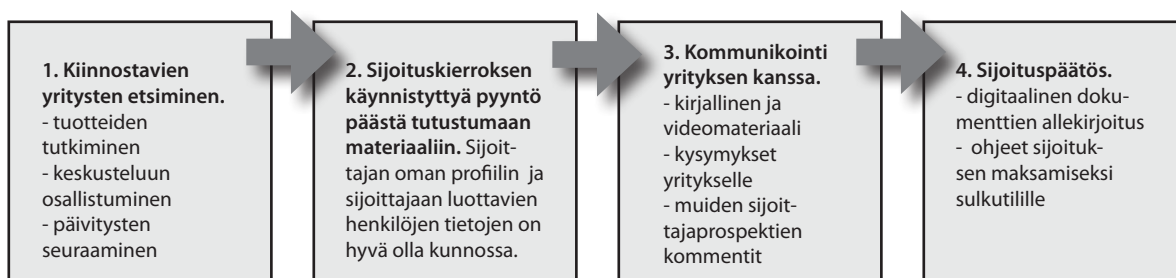
Regulaation tarkoituksena on suojella kansalaisia huonoilta sijoituksilta, ja erityisesti pörsin ulkopuoliset pääomasijoitukset nähdään lainsäätäjän näkökulmasta riskialttiina toimintana. Tästä syystä sijoituskierroksella yrityksen tarvitsee usein tehdä varsin kattava dokumentaatio, ml. Prospektus eli sijoituseseite. Lainsäädäntö mahdollistaa kuitenkin muutaman poikkeuksen, joista ryhmäsijoittamisen kannalta mielenkiintoisia ovat riittävän pienet (alle 100 000 euroa) ja riittävän suppeasti markkinoidut (alle 99:lle per maa) sijoituskierrokset. Koko Euroopan tasolla vaatimukset vaihtelevat maittain, esimerkiksi Iso-Britanniassa sijoittajan pitää täyttää tietyt varallisuus- ja tulovaatimukset saadakseen sijoittaa muihin, kuin oman lähipiiriin yrityksiin.

Miten Venture Bonsain crowdfunding sitten toimii?

Yrittäjän näkökulma



Sijoittajan näkökulma



Pääajatus on kerätä kasvuyritykselle esimerkiksi 200 000 euron sijoituskierron vaikkapa 5 000 euron paloista, jolloin tarvitaan 40 sijoittajaa. Equity Crowdfundingissa lopputuloksena kustakin sijoittajasta tulee kohdeyhtiön suora osakeomistaja. Venture Bonsai -palvelu voidaan ajatella kasvuyritykselle suunnatuksi rahoituskierroksen tekemiseen sopivaksi itsepalvelutyökaluksi.

Alkavan yrityksen kannattaa rakentaa omaa näkyvyyttään heti, kun liikeidean ensimmäinen versio on valmis ja osakeyhtiö on olemassa. Siksi Venture Bonsaissa olevan Product Roomin avulla yritys voikin esitellä tuotettaan mm. kuvakaappauksien ja videoiden avulla. Sosiaalisen median työkalujen avulla sijoittajilta ja kanssaryrittäjiltä saatava palaute on jo itsellään hyödyllistä.

Kun sijoituskierron tulee yritykselle ajankohtaiseksi voi yritys helposti käynnistää sijoituskierroksen Venture Bonsain palvelun sisällä. Toimintamallissa on olennaista, että yritys itse valitsee ne sijoittajakandidaatit, joille kaikki sijoituskierrokselle tehty materiaali, kuten esimerkiksi videoitu investoripitchi, business plan ja ns. Company Health Check näkyvät.

Kunkin sijoituskierrokselle mukaan haluavan sijoittajan pitää erikseen pyytää päästä mukaan ja yritys hyväksyy tai hylkää pyynnöt. Palveluun muodostuneen luottamusverkon hyödyntäminen auttaa

tässä päätöksenteossa. Samalla voidaan myös yksiselitteisesti valvoa eräitä finanssiregulaatioon liittyviä seikkoja, kuten esimerkiksi markkinointia koskevia rajoituksia. Mainittakoon tosin tässä yhteydessä, että tiukasti tulkittuna lähes jokainen nykyinen kasvuyritysten pitchaus-tilaisuus rikkoo tätä sääntöä.

Luottamus on tärkeä osa toimintamallia

Molemminpuolinen luottamus on crowdfunding-tyyppisen sijoittamisen avainasia. Sijoittajaprospektit ja yrittäjä voivat mm. keskustella keskenään vain heille suunnatussa keskusteluryhmässä. Tässä keskustelussa voi tulla esille asioita, jotka unohtuivat esimerkiksi liiketoimintasuunnitelmasta tai ovat ilmaantuneet myöhemmin. Näin yrittäjä saa hyödyllisiä täydennyksiä liiketoimintasuunnitelmaansa ja sijoittajaehdokas erittäin ajantasaista tietoa yrityksestä.

Sijoittajan tehdessä sijoituksensa menevät rahat pankissa olevalle sulkutilille, josta ne vapautetaan yritykselle vasta sijoituskierroksen päätyttyä. Sijoittajalta vaadittavat dokumentit, esimerkiksi osakassopimukseen liittyminen ja sijoitussitoumus allekirjoitetaan digitaalisesti.

Crowdfunding kasvattaa markkinatietoa ja tietoutta yrityksistä

Tulevaisuudessa tullaan varmasti tekemään useampikin väitöskirja crowdfundingiin liittyvistä ominaispiirteistä. Ensimmäinen tärkeä asia on ns. Crowd Effect. Yrityksen saadessa eri maista useita sijoittajia, kasvaa todennäköisyys, että tästä joukosta löytyy yrityksen myynnin ja kasvun kannalta tärkeitä asiakkaita ja kontakteja. Lisäksi jokainen pienenkin summan omaa rahaansa yritykseen laittanut piensijoittaja kertoo yrityksestä tuttavilleen, joka taas voi johtaa joko myynnin kasvuun tai lisäsijoituksiin. Myös markkinatiedon saaminen voi osoittautua crowdfundingin merkittäväksi eduksi. Toinen mielenkiintoinen konsepti on luottamusverkoston rakentaminen. Tämä periaate auttaa crowdfundingissa mm. päättämään onko sijoituskierrokselle pyrkivä henkilö luotettava vai ei.

Yksityissijoittaminen helpottuu ja käytännöt yhtenäistyvät

Sijoittaja kannalta crowdfunding tuo mahdollisuuden sijoittaa suhteellisen pieniä summia mielenkiintoisiin kasvuvaiheessa oleviin yrityksiin ja samalla hajauttaa omia sijoituksia. Lisäksi sijoitusten mukanaan tuoma mahdollisuus muutoinkin auttaa kasvurahoitusta tarvitsevia suomalaisia yrityksiä voi motivoida. Venture Bonaissa sijoittamista on tehty luotettavammaksi ja helpommaksi eri tavoin, mm. ottamalla käyttöön standardoidut juridiset dokumentit. Sijoittaminen useaan yritykseen samoin ehdoin on helpompaa kuin aina eri ehdoin.

Crowdfundingin tulevaisuus

Crowdfunding on puhtaasti yksityistä pääomaa. Usean yrittäjältä riippumattoman tahon sijoittaessa vaikkapa yhteensä 100 000 euroa kasvuyritykseen, toimii sijoittajajoukko myös eräänlaisena yrityksen suosittelijana. Viesti markkinoille on, että jos riittävän moni sijoittaja uskoo yritykseen menestykseen, vakuuttaa se myös muita liiketoimintaan liittyviä tahoja.

Sijoituksissa on kyseessä kuitenkin kovalla työllä hankittu raha, josta on verot jo maksettu. Siksi yhteiskunnan kannalta ns. matching fund voisi toimia hyvänä tapana tuplata tehty sijoitus. Yhdellä iskulla saadaan kaksi karpästä: kasvuyritys saa kehityspääomaa ja yhteiskunnan saama hyöty kasvusta lisääntyy merkittävästi.

case | **Blind Spot Pictures Oy**

Nimi: Blind Spot Pictures Oy

www.blindspot.fi

Y-tunnus: 11063381

Toimiala: elokuvatuotanto

Perustamisvuosi: 1997

Liikevaihto: 400 000€ (2009)

Henkilöstön määrä: 3 vakituista, 10 määräaikaisissa tuotannoissa

Johto: perustajaosakas Tero Kaukomaa, toimitusjohtaja

Omistus: toimitusjohtaja

Päätuotteet: pitkät elokuvatuotannot, kuten Jadesoturi, Miehen Työ, Ikuistetut hetket ja parhaillaan tuotannossa oleva Iron Sky, joka on yhtiön ensimmäinen englanninkielinen elokuva päätuottajana

Tulevaisuus: laaja kansainvälinen yhteistyö eri elokuvatuottajien kanssa, verkkoyhteisöllisyyden kehittäminen ja crowd funding -mallien vakiinnuttaminen osaksi elokuvatuotantojen rahoitusta

1. Yritys

Blind Spot Pictures on elokuvatuotantoyhtiö, joka on erikoistunut pitkien genre-elokuvien tuottamiseen yhteistuotantoina kansainvälisten tuotantoyhtiöiden kanssa. Yhtiön tuotteiden markkinat ovat Suomen ohella aina myös kansainväliset ja tuotannot rakennetaan usean eri tuotantoyhtiön yhteistyönä.

Tavoitteena on rahoittaa tuotantoja jatkossa yhä enemmän Suomen ulkopuolelta. Rahoituksen kannalta IP:t ja muut immateriaalioikeudet muodostavat merkittävän potentiaalin. Tällä hetkellä elokuva-tuotantojen IP:tä on mahdollista käyttää lainojen takuuna, mutta niiden tase-arvoa ei ole määritelty. Yrityksen parhaillaan käynnissä olevan tuotannon, Iron Sky -tieteiselokuvan, rahoittamiseksi Blind Spot Pictures on koonnut tuotantorahoitusta perinteisten rahoitusinstrumenttien lisäksi crowd funding -periaatteella.

Iron Sky -tuotannon kokonaisbudjetti on 6,9 miljoona €, josta 900 000€ kootaan internetin välityksellä tavoitettavilta yksityisiltä fani-sijoittajilta. Vuoden 2010 aikana yhtiö on koonnut 300 000 € yksityisiä sijoituksia ja liikepankki Nordea on lainoittanut Finnveran takaamana loput n. 600 000€. Muu tuotannon rahoitus muodostuu saksalaisen ja australialaisen yhteistuottajayhtiöiden kautta, elokuvan esitysoikeuksien lisensoimisesta sekä perinteisistä kansallisista elokuvatuista ja kannustinohjelmista.

Yhteisörahoituksen taustalla vaikuttaa ilmiö, jossa fiktiivisten genre-elokuvien ympärille on jo pitkään muodostunut tiiviitä, kansallisia ja kansainvälisiä fani-yhteisöjä. Tähän asti faniyhteisöissä liikkuva raha on pyörinyt elokuvien oheistuotteiden ja -tapahtumien ympärillä. Vuoden 2010 toukokuussa Blind Spot -yhtiö laajensi yhteisöajattelua fanituotteiden myynnistä pääomasijoittamiseen, jossa tuotantoyhtiö tarjoaa sijoittajille määriteltyjä sijoituspaketteja mm. 1 000€, 3 000€, 5 000€ kokoluokissa sekä fanietuja mm. sijoittajan nimen näkyminen elokuvan lopputeksteissä, ensi-iltakutsu sekä osallistuminen tuotantoyhteisön työhön ratkomalla tuotantoon liittyviä tehtäviä.

Yhteisön kautta kertyneet sijoitukset toimivat yritykselle myös eräänlaisena suosituksena ja vakuutena muiden potentiaalisten rahoittajien suuntaan. 150 000:llä aktiivisella yhteisöfanilla on painoarvoa myös tuotannon ennakkomarkkinoinnissa.

2. Elokuva-alan tilanne yrityksen näkökulmasta

Elokuva-alalla sijoittajan on mahdollista löytää kiinnostava sijoituskohde tuotantoyhtiön lisäksi myös yksittäisestä tuotantoprojektista. Iron Sky -tuotannon tapauksessa sijoittajat ovat ensisijaisesti kiinnostuneet tuotantoprojektista, ja haluavat olla mukana yhteisöjä hyödyntävässä tuotantoprosessissa.

Uudenlaisen tuotantorahoituksen osalta prosessia on hidastanut mm. Finanssivalvonnan ja lainsäädännön taipumattomuus uudenlaiseen rahoitustoimintaan. Tällä hetkellä Blind Spotin yhteisösijoittajille tarkoitettuja sijoituksia saa tarjota enintään 99 kappaletta yhtä EU-maata kohden. Alalle olisikin selkeästi hyötyä, jos Finanssivalvonnan ohjeistus päivitetäisiin vastaamaan tuotantoyhtiöiden nykytarpeita sekä entistä huomattavasti globaalimpaa toimintaympäristöä.

Alan rahoituksessa haasteena on tuotantorakenteista johtuva pitkän kehittämissä vaiheen rahoitus, joka on pääasiassa julkisten rahoitusinstrumenttien ja oman kassan varassa. Suomen osalta myös kansallisen verokannustinpaketin puuttuminen heikentää sekä ulkomaisten että kotimaisten tuotantojen kuvusten saamista Suomeen. Eri maiden kannustinpaketeista johtuen kuvaukskustannukset muissa maissa ovat jopa 40% Suomea pienemmät. Elokuvan kuvauksilla on merkittävä taloudellinen kerrannaisvaikutus kuvauspaikkakunnan ja -maan muille elinkeinoille. Kuvaukset hyödyttävät suoraan mm. matkailu-, majoitus- ja kuljetusalojen yritysten liikevaihtoa.

Alan lähitulevaisuudessa kiinnostava seikka on Wreck a movie -verkkoyhteisön kaltaiset yhteisöpalvelut. Näiden palvelujen kautta tuotantoyhtiö voi avata käsikirjoitus- ja esituotantovaiheen työvaiheita myös faniyhteisölle ja saada fanit osallistumaan käsikirjoitusvaiheeseen. Yhteisöpalvelut muuttanevat ainakin pienempien budjettien elokuvatuotantojen rakennetta yhtiökeskeisestä yhteisökeskeisempään tuotantotapaan. Sitoutuneet fanit haluavat osallistua elokuvan käsikirjoitusprosessiin, joissain tapauksessa ovat jopa valmiita maksamaan tällaisesta mahdollisuudesta.

3. Yrityksen kehitysvaiheet ja niiden rahoitus

Alkuvaihe 1997 – 1999:

Kansainvälinen tuotanto ja markkinat ovat alusta lähtien olleet Blind Spotin toimintaympäristönä. Alkuvaiheessa tuotannot olivat pelkästään suomenkielistä draamaa, mutta jo niitä rahoitettiin myös kansainvälisellä rahoituksella. Näin suomalaiset tuotannot saatiin myös leviämään ulkomaille pienessä mittakaavassa.

Yhteistuotantojen laajenemisvaihe 2000 – 2007:

Tämän ajanjakson aikana yritys tuotti kansainvälisinä yhteistuotantoina laajaan kansainväliseen levytykseen yltäneitä genre-elokuvia mm. Jadesoturi. Näiden tuotantojen kautta karttui kokemusta erilaisesta kansainvälisistä rahoitussopimuksista sekä runsaasti kansainvälisiä kontakteja.

Yhteisöllisen tuotantotavan kehittäminen 2008 – 2011:

Iron Sky -tuotannon käynnistämisen myötä yhtiö keskittyy entistä enemmän genre-elokuviin, joilla on laajittavuutensa tiimoilla jo olemassa oleva, tiivis kansainvälinen fanijoukko. Iron Sky -tuotannossa kehitetään tuotannon osarahoittamiseen malli faniyhteisön kautta koottavista yksityisistä sijoituksista. Finnveran lainatakuu on mahdollistanut tuotannon rahoittamisen myös liikepankki Nordean 600 000€:n lainalla. Suomen elokuvasäätiö myönsi Iron Sky -tuotantoon vuonna 2009 tukea 800 000€. Blind spot on saanut myös EU:n Media-ohjelman hankepakettien tukea 190 000 € vuonna 2007. (Iron Sky -elokuvan koko budjetti on 6,9 miljoonaa € ja se koostuu yhteisörahoituksen ja julkisten kansallisten tukien lisäksi saksalaisen ja australialaisen osatuottajayhtiöiden kautta tulevasta rahoituksesta.)

4. Lähitulevaisuuden suunta, kasvu ja toimet?

Blind Spotin lähitavoitteena on löytää lisää työntekijöitä yhteisöllisen rahoitus- ja tuotantotavan tekemiseen. Iron Sky on tuotantobudjetiltaan suurin suomalainen koskaan kuvattu elokuva ja sen myötä syntyvän yhteisöllisen tuotanto- ja markkinointiosaamisen jatkokehittäminen on Blind spotin keskeisiä tavoitteita. Iron Sky -elokuva tulee levytykseen 2012 ja sen kansainvälisestä myynnistä vastaa isobritantilainen myyntiyhtiö Stealth Media Group.

5. Riskienhallinta

Rahoituksen ja tuotannon hajauttaminen useammalle tuotantoyhtiölle pienentää yhteen yhtiöön kohdistuvaa rahoitusriskiä. Esimerkiksi Iron Sky -tuotanto on neljän eri tuotantoyhtiön yhteistuotanto: Saksalaisen 27 Films Production, Australialaisen New Holland Picturesin sekä suomalaisen Energia Productionsin. Blind Spot Pictures on päätuottajan roolissa ja tuotannon pääomistaja. Blind Spotilla on myös viimeinen sana ja päätävävalta elokuvaan liittyvissä asioissa, niin sisällöllisissä, markkinoinnillisissa kuin taloudellisessakin mielessä.

Elokuvan rahoittajien ja käteistä tuotantoon tuovien pankkien riskiä pienentää huomattavasti Completion Bond, joka eräänlaisena "vakuutuksena" takaa elokuvan valmistumisen, vaikka olosuhteet muuttuisivat miten tahansa.



6. Millaista rahoitusta pitäisi olla?

Yksityisen rahoituksen kerääminen on tuotantoyhtiölle nykylainsäädännön puitteissa varsin työläs prosessi. Yksityisiä piensijoituksia olisi tarjolla paljonkin, mutta omatoimisesti toteutettu crowd funding edellyttää päätuottajalta runsaasti resursseja ja valvontaviranomaisten suuntaan vaadittavat selvitykset vastaavat laajuudeltaan pörssilistautumisprosessia.

Viranomaissäädösten vuoksi yksityiset piensijoitukset pitää rajata EU-maihin ja alle sataan sijoitustarjoukseen per maa. Käytännössä tämä aiheuttaa sen, että yhtiön on kontaktoitava ja haastateltava jokainen halukas piensijoittaja erikseen, jotta maakohtainen määrä ei ylity. Rajaus EU-maihin poissulkee myös muiden maanosien kiinnostuneet sijoittajat. Seurauksena on tilanne, jossa tuotantoyhtiölle olisi tarjolla yksityisiä sijoituksia, mutta se ei voi vastaanottaa niitä lainsäädännön vuoksi. Kiinnostus ja aktiivisuus elokuva-alan laji- ja faniyhteisössä on globaalia eikä vain tiettyyn maanosaan rajoittuvaa.

Vielä 2000-luvun alulla elokuvatuotantojen rahoituksessa paikallisilla TV-yhtiöillä oli merkittävä rooli. Tällä hetkellä TV-yhtiöiden rahoitus on varsin vähäistä. Tätä vajetta paikkaamaan tarvitaan muita rahoituskeinoja.

Myös elokuvatuotantojen alkuvaiheen rahoitukseen tarvitaan lisää välineitä. Maastamme puuttuu siemenrahoituksen kaltaisia instrumentteja, joilla elokuvatuotannon kehittälyvaihetta voitaisiin rahoittaa. Ja pitää käynnissä useampia esituotantovaiheen tuotantoja samanaikaisesti. Tuotantoyhtiöissä on lisäksi tarve saada tasapainotettua kassavirtaa. Perinteisestä jälkipainotteisesta rahan tuloutumisesta tuotantoyritykselle tulisi päästä tilanteeseen, jossa tuotannon kannalta riittävä määrä rahoituksesta olisi yrityksellä käytössä jo esituotantovaiheessa.

Kansalliset julkiset tuotantotuet eivät kannusta kasvuun. Niiden kehittäminen kohti pohjoismaista tasoa sekä verokannustinjärjestelmän perustaminen nostaisivat kansainvälisen kilpailukykyämme aivan uudelle tasolle ja generoisi alalle huomattavan kasvun.

7. Entä jos

- Jos lainsäädäntö tunnistaisi crowd financingin
- Jos yhteisöpohjainen rahoitus ja tuotantotapa yleistyisi
- Jos IP:t arvostettaisiin yhtiön taseessa
- Jos elokuville olisi olemassa siemenvaiheen rahoitusta

Jos lainsäädännössä tunnistettaisiin ja hyväksyttäisiin tuotantoyhtiöiden harrastama yksityisten kansainvälisten sijoittajien toiminta rahoitusinstrumenttina, nopeutuisi tuotantojen rahoitusvaihe ja sitä kautta lyhenisivät myös tuotantoajat. Rahoituksen lisäksi tuotantojen markkinointi muuttuisi entistä enemmän etupainotteiseksi faniyhteisöihin ja tulevien katsojien ennakkositouttamisessa. Jo ennakkotuotantovaiheessa sitoutuneet fanit vähentäisivät valmiin elokuvatuotannon jakeluvaiheen ”tykkäämättömyysriskiä”.

Tuotantotavan muuttuminen yhteisöllisemmäksi vaikuttaisi myös tuote ja merchandising -tulojen kasvamiseen sitoutuneen fanimäärän kasvaessa. IP-tuloista voisi tulla tuotantoyhtiölle paremmin ennakoitavissa olevia tuloeria ja yhtiön taseessa arvostettu omaisuuserä. Kiinnostava kysymys on, helpottaisiko IP:den avulla vahvistunut tase elokuva-alan tuotantoyritysten rahoituksensaantia ja nostaisiko se luotoluokitusta.

Jos siemenvaiheen rahoitusta lisättäisiin koko luovan teollisuuden alalla, saataisiin tuotantoyhtiöille useampia samanaikaisesti alkuvaiheessa olevia tuotantoja. Näin saataisiin kasvatettua olennaista riittävää massaa, josta myös hittituotantoja olisi mahdollista syntyä nykyistä enemmän.

4.4 JULKINEN PÄÄOMASIOITTAMINEN JA NOPEASTI KASVAVAT KV-YRITYKSET

*Artikkelin kirjoittaja, manageri **Keith Bonnici** Finnvera Oyj:n Pääomasijoitukset-yksiköstä toimii kasvuyritysten kehittämiseen keskittyneen Vigo-yrityskiihdyttämöohjelman ohjausryhmässä asiantuntijana ja vastaa kiihdyttämöohjelman toiminnasta Finnverassa.*

keith.bonnici@finnvera.fi

FINNVERAN RAHOITUSINSTRUMENTEILLA JA PÄÄOMASIOITUKSILLA KIIHDYTYSKAISTALLE

Finnvera Oyj - pääomasijoitukset ja rahoituspalvelut

Finnvera on keskeinen alkuvaiheen pääomasijoittaja Suomessa. Vuosittain Finnvera tekee pääomasijoitustoimintansa kautta noin 20 uutta sijoitusta lupaavaan kansainvälistymiskykyiseen yritykseen. Finnveran päätuotteita ovat erilaiset lainat, takaukset ja pääomasijoitukset.

Investointi- ja käyttöpääomalaina on tarkoitettu sekä uusille että jo toimiville pk-yrityksille kotimaisten rakennus-, kone- ja laiteinvestointien, käyttöpääomatarpeiden sekä erilaisten omistusjärjestelyjen rahoittamiseen. Yrittäjälaina on tarkoitettu osakeyhtiön osakepääoman, avoimen yhtiön tai kommandiittiyhtiön yhtiöpanoksen maksamiseen tai korottamiseen sekä osakkeiden tai osuuksien ostamiseen. Takauksia käytetään vakuutena pankeilta, rahoitus- tai vakuutusyhtiöiltä saataville luotoille ja muille vastuusitoumuksille. Lisäksi takauksia käytetään investointeihin ja/tai käyttöpääomaan sekä liiketoiminta- tai yrityskauppojen vaatimaan rahoitukseen.

Sijoituspolitiikka pääomasijoituksissa:

- tuotteina osakepääomasijoitukset ja optiolainat (myös pääoma-ehtoisena)
- vähemmistösjoituksia, omistusosuus tyypillisesti 10 - 40 %
- osallistuu aktiivisesti sijoituskohteen kehittämiseen hallitustyöskentelyn kautta yhteistyökumppaneiden avulla
- ensisijoituskoko enintään 500 000 €, jatkosijoitukset mahdollisia
- yleisrahasto, ei varsinaisia toimialarajoituksia
- mahdollisuus tehdä yhteissijoituksia muiden rahastojen ja yksityisten sijoittajien kanssa
- osa TEM:n käynnistämää Vigo-kiihdyttämötoimintaa yhdessä Tekesin kanssa
- sijoituskohteena suomalaiset innovatiiviset, aikaisen vaiheen (ja perustettavat) teknologiapainotteiset tai innovatiiviset pienyritykset

Finnvera tekee vuosittain noin 20 uutta ensisijoitusta. Ensisijoituksen keskipaino vuonna 2010 oli 350 000 euroa. Sijoituskohteita on salkussa tällä hetkellä noin 130 yritystä. Näistä yrityksistä lähes 50% on IT-alan yrityksiä. Pääomasijoitustoiminnan kokonaispääomat ovat yli 100 miljoonaa euroa.

Yhteistyö bisnesenkeleiden kanssa

Finnvera tekee tiivistä yhteistyötä bisnesenkeleiden kanssa. Tavoitteena on yksityisen pääoman ja osaaamisen kohdentaminen aikaisien vaiheen yrityksiin sekä potentiaalisen sijoituskohteiden tarjoaminen bisnesenkeleille. Finnveran hankevirrasta, Tekesin NIY-ohjelmasta ja Vigo-kiihdyttämöiden hankevirrasta parhaat sijoituskohteet esitellään yksityissijoittajille ExtraEvent-palvelussa sekä erillisissä sijoittajatilaisuuksissa. Bisnesenkeleille järjestetään vuosittain erilaisia valmennus- ja koulutustilaisuuksia. Esimerkkinä vuonna käynnistetty 2008 ExtraEvent-palvelu, jonka verkostossa on mukana tällä hetkellä lähes 130 henkilöä. Vuonna 2010 bisnesenkeleiden tekemät sijoitukset Finnveran kohdeyrityksiin oli noin kahdeksan miljoonaa euroa. Keskisijoituksen suuruus per bisnesenkeli oli 50 000 euroa.

Bisnesenkeli on keskeinen osa toimivaa sijoitusmarkkinaa. Jatkossa markkinapaikkaa laajennetaan entisestään ja tavoitteena on houkutella uusia aktiivisia sijoittajia mukaan Finnveran järjestämiin ExtraEvent -tilaisuuksiin.

Pääomasijoitukset luovaan alaan

Finnveran pääomasijoitukset luovan alan yrityksiin ovat kasvaneet tasaisesti. Tällä hetkellä sijoitussalkussa on 25 luovan alan yritystä ja sijoitukset niihin yhteensä 11,3 MEUR, n. 17,9 %:a rahaston sijoituksesta. Sijoituskohteita ovat:

- pelifirmat (esim. Ironstar, SongHi, Recoil Games)
- työvälineitä sisältötuotantoon tekevät yhtiöt (esim. Starcut Software, Hammerkit)
- sisältötuottajille palveluja myyvät yritykset (esim. 3-DTrix)
- design-pohjaiset yritykset (esim. Magisso)
- ohjelmistoja ja alustoja sisällöntuotantoon ja sisältötuotannon jakeluun tarjoavat yritykset (Steam Republic, Mopedi, Uplause)
- sosiaaliset yhteisöt (esim. Givget, Xiha)

Luovan alan yrityksistä erityisesti pelialan yritykset ovat Suomessa kasvaneet voimakkaasti ja saavuttaneet kansainvälistä menestystä laajalla rintamalla. Kasvua on ollut nähtävissä sellaisissa peliyrityksissä, jotka ovat keskittyneet sosiaalisen median ja mobiilialueen peleihin. Myös jatkossa on odotettavissa uusia kansainvälisiä menestystarinoita näiltä alueilta.

Vigo-kiihdyttämö -ohjelman avulla uusia kansainvälisiä menestystarinoita

Vigo on uusi sijoittajavetoinen kiihdyttämö-ohjelma, joka yhdistää innovatiiviset liikeideat, kansainvälisesti kokeneet yrittäjyyden ammattilaiset sekä julkisen (Tekes, Finnvera) ja yksityisen rahoituksen. Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM) käynnisti ohjelman maaliskuussa 2009 yhteistyössä Tekesin ja Finnveran kanssa.

Vigo-kiihdyttämö -ohjelman tavoitteet ovat:

- nopeuttaa varhaisen vaiheen yritysten kasvua ja kansainvälistymistä
- tuoda parhaat liiketoiminnan osaajat kehittämään alkavista yrityksistä uusia kasvuyrityksiä
- varmistaa varhaisen vaiheen kohdeyritysten rahoitus, nostaa niiden arvoa ja tehdä niistä yksityisille pääomasijoittajille kiinnostavia ja sijoituskelpoisia

- saada merkittäviä pääomasijoituksia kiihdyttämö-vaiheen jälkeiseen kasvuun ja kansainvälistymiseen
- tehostaa suomalaisten venture capital -markkinoiden toimintaa ja saada maahan kansainvälisiä kiihdyttämö-toimijoita ja pääomasijoittajia

Kiihdyttämö-ohjelma sopii nuorille yrityksille, joilla on edellytykset ja vahva tahtotila kasvuun ja kansainvälistymiseen. Kiihdyttämöt ovat kokoneiden yrittäjyyden ammattilaisten johtamia itsenäisiä yrityksiä, joiden tehtävänä on nopeuttaa valitsemiensa kohdeyritysten kasvua ja kansainvälistymistä. Kiihdyttämöt sijoittavat kohdeyrityksiin sekä henkistä että aineellista pääomaa ja toimivat niin strategisissa kuin operatiivisissa tehtävissä.

Kiihdyttämöt on valittu ohjelmaan mukaan julkisella hakuprosessilla. Tällä hetkellä ohjelmaan on valittu kuusi kiihdyttämöä: Cleantech Invest, Food Process Innovations, KoppiCatch, Lifeline Ventures, Lots ja Veturi Venture Accelerator.

2 miljoonan euron rahoituspaketti nopeaan kasvuun ja kansainvälistymiseen

Suomalaisten kasvuyritysten ongelmana on vuosia ollut riittämätön alkuvaiheen rahoitus. Tämän ongelman ratkaisemiseksi on TEM tehnyt paljon erilaisia toimenpiteitä. Nämä toimenpiteet on jalkautettu Tekesin ja Finnveran kautta eteenpäin erilaisten rahoitusinstrumenttien muodossa. Nykytilanne alkaakin jo olla varsin hyvällä tasolla ja kestää hyvin jopa kansainvälisen vertailun.

Yhteispanostuksilla (Finnvera, Tekes, Vigo-kiihdyttämö, yksityiset rahoittajat) kohdeyrityksiin saadaan jo alkuvaiheessa koottua jopa 1,5 – 2,3 miljoonaa euroa pääomaa.

Case rahoitusmalli – alkuvaiheen lupaava kansainvälistyvä kasvuyritys:

• Tekesin t&k-rahoitus	300 000€
• Tekesin NIY-rahoitus	1 000 000€
• Veraventure	500 000€
• Bisnesenkelit/ Vigo	300 000€
• Yhteensä:	2 100 000€

Laajemman rahoituspaketin avulla varmistetaan, että sijoituskohteilla on riittävä perusrahoitus ja 12 – 15 kuukauden työrauha, jonka aikana hankitaan ensimmäiset kotimaiset ja ulkomaiset asiakasreferenssit, palkataan uusia avainhenkilöitä, perustetaan advisor board sekä vahvistetaan hallitusta. Näiden toimenpiteiden jälkeen kohdeyritys on huomattavasti kypsempi aloittamaan seuraavan rahoituskierroksen valmistelun.

Mitä vuosi 2011 tuo tullessaan?

Finnveran pääomasijoitustoiminnan keskeisin tavoite vuonna 2011 on synnyttää yhdessä Vigo-kiihdyttämöiden kanssa 2 – 3 uutta rahastoa. Rahastojen kokoluokka on ensivaiheessa noin 3 – 5 Meur per rahasto. Finnvera on vähemmistösjoittajana rahastoissa. Tavoitteena on, että rahastojen kautta Vigo-kiihdyttämöt pystyvät entistä nopeammin ja tehokkaammin tekemään sijoituksia lupaaviin innovatiivisiin yrityksiin.

Alku on erittäin lupaava. Tällä hetkellä Finnveran salkussa on kahdeksan Vigo-yritystä. Vuoden 2011 aikana tavoitteena on tehdä 6 – 8 uutta sijoitusta Vigo-yhtiöihin. Tämän lisäksi tulevat vielä päälle uusien Vigo-rahastojen kautta tehtävät sijoitukset. Kansainvälisten pääomasijoittajien vierailut ja kiinnostus suomalaisia yrityksiä kohtaan on myös lisääntynyt oleellisesti aikaisempiin vuosiin verrattuna. Näyttääkin siltä, että vuodesta 2011 tulee erittäin hyvä vuosi kasvulle, kansainvälistymiselle ja sijoitustoiminnalle myös luovan toimialan yrityksille.

4.5 YKSITYINEN PÄÄOMASIOITUS- TOIMINTA JA LUOVAT ALAT

*Artikkelin kirjoittaja **Artturi Tarjanne** on Nexit Ventures Oy:n perustajaosakas ja Suomen pääomasijoitusyhdistyksen hallituksen puheenjohtaja, joka toimii aktiivisesti koti- ja kansainvälisellä pääomasijoitusosalalla.*
artturi.tarjanne@nexitventures.com

VENTURE CAPITAL – KASVUYRITYSTEN PÄÄOMASIOITUS- TOIMINTA LUOVIA ALOJEN RAHOITUKSESSA

VC-toiminnan nykytila

Vuoden 2000 jälkeen noin 60% VC-rahastoja hallinnoivista eurooppalaisista tiimeistä on lopettanut toimintansa. Jyrkän muutoksen taustalla on toisaalta teknokuplan aikana nopeasti pystytetyt rahastot, joista kaikki eivät aina olleet tarkoitukseen soveltuvilla henkilöresursseilla varustettuja. Toisaalta teknokuplan puhkeamista seurannut teknolama, jonka aikana uusien menestystarinoiden listaaminen pörssiin tai myyminen teollisille toimijoille oli lähes mahdotonta.

Edellä kuvatun historian seurauksena Euroopan VC-tilastot ovat karua luettavaa. Viimeisen kymmenen vuoden kumulatiiviset tuotot ovat miinuksella eli VC-rahastot ovat tuottaneet keskimäärin tappiota. Joukkoon toki mahtuu muutamia menestyjiä. Nämä ovat tyypillisimmin kansainvälisesti verkottuneita konkareita, jotka ovat pystyneet hyödyntämään mm. USA:n vahvaa teknologiamarkkinaa sijoituskohteidensa myynnissä.

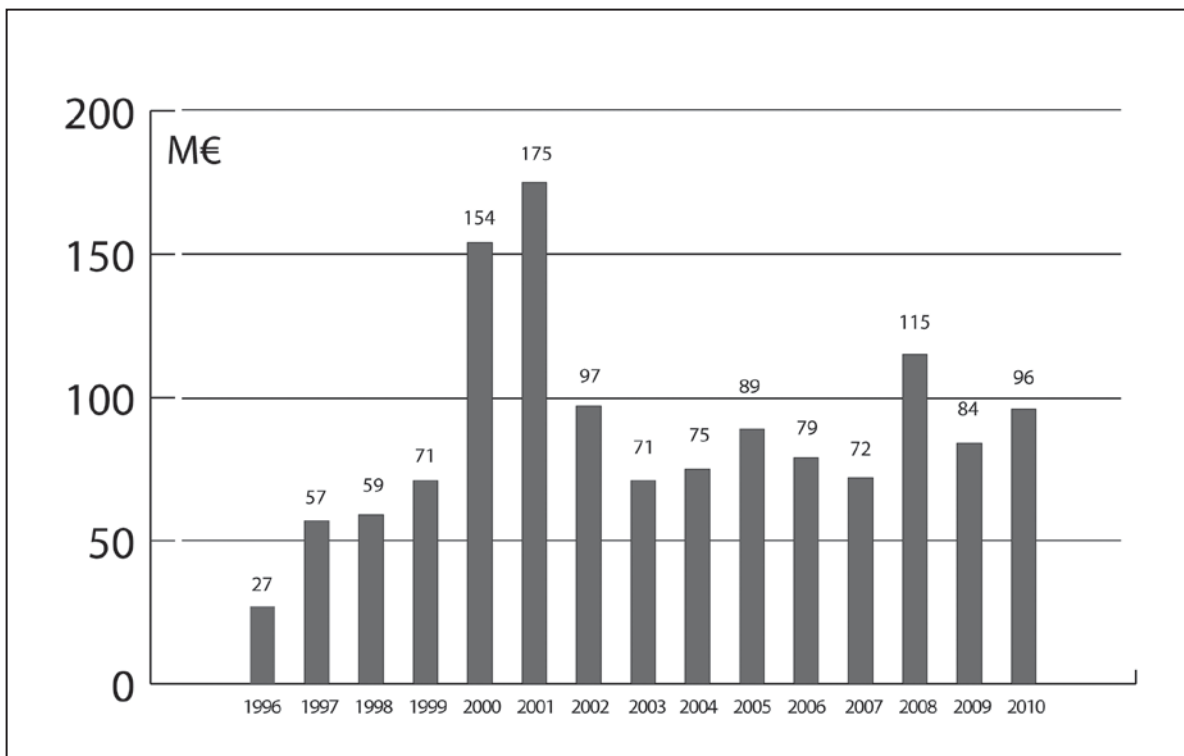
Huonojen tilastollisten tuottojen seurauksena monet sijoittajista (Suomessa esim. monet työeläkeyhtiöt) ovat vetäytyneet eurooppalaisista VC-rahastoista. Tämä on edelleen kiihdyttänyt VC-rahastojen katoa: uusien rahastojen kerääminen on käynyt äärimmäisen haastavaksi ja on onnistunut vain harvoilta. Onnistujillakin rahastojen koot ovat jääneet melko pieneksi ja julkisen rahan osuus kasvanut suhteessa suuremmaksi.

Kehitys on ollut varsin samankaltainen useimmissa Euroopan maissa. Myös Yhdysvalloissa VC-toiminta on menettänyt asemiaan huippuvuosiin verrattaessa, mutta muutokset ovat huomattavasti Eurooppaa pienempiä

Suomessa on tällä hetkellä vain noin viisi yksityistä VC-rahastoa, jolla on jäljellä merkittäviä määriä uusiin sijoituskohteisiin varattua pääomaa. Yhteenlaskettuna näitä pääomia on vajaa 100 miljoonaa euroa, joka vastaa noin yhden vuoden VC-sijoituksia viime vuosien aikana.

Bruttokansantuotteeseen suhteutettuna VC-panoksemme edustaa varsin heikkoa tasoa esimerkiksi Euroopan parhaimmiston verrattaessa, alan huipuista, USA:ta ja Israelista puhumattakaan. Kun vertailuun lisätään maamme mittavat T&K-investoinnit (maailman kolmas BKT:hen suhteutettuna), erotumme muusta maailmasta entistä selvemmin. Hieman kärjistäen voikin sanoa, että teknologiaa kehitetään maailman luokan voimavaroin, mutta kaupallistamiseen ei liikene enää panoksia.

Suomalaisten VC-rahastojen tulevaisuudennäkymiin ei ole odotettavissa oleellista parannusta ilman selkeää uutta positiivista kehitystä rahastojen sijoittajakunnassa.



Suomalaiset VC-sijoitukset 1996 – 2010 (Lähde: PEREP, FVCA)

VC-toiminta luovilla toimialoilla tilastojen valossa

VC-toiminta on kehittynyt pisimmälle USA:ssa, jossa toiminta alkoi muovautua heti toisen maailmansodan jälkeen ja saavutti jo 1970-luvulla melko vakiintuneet puitteet. USA edustaakin maailmanlaajuisesti noin 2/3 maailman VC-sijoituksista. Tarkastelemalla USA:n laadukkaita tilastoja (esim. www.pwcmoneytree.com) nähdään toiminnan jakautuminen eri toimialoille. Esimerkiksi vuonna 2010 sijoitettiin yhteensä 21,8 miljardia dollaria ja suurimmat toimialat olivat:

- ITC-ala laajasti tulkittuna* \$8,7 miljardia
- Bioteknologia \$3,7 miljardia
- Clean Tech \$3,4 miljardia
- Lääketeollisuus \$2,3 miljardia
- Media- ja viihdeteollisuus \$1,4 miljardia

(* Ohjelmistot, IT-palvelut, puolijohteet, telekommunikaatio, tietoverkot, tietokoneet ja oheislaitteet)

Oheinen tilastotieto kuvastaakin toimialan yleistä ajattelutapaa ja toimintamallia: sijoituksia tehdään varsin teknologiavetoisiin toimialoihin ja luova toiminta on vain pieni osa-alue koko VC-alan sijoitusvo-lyymistä.

Luovan toimialan rahoittajat: VC-rahasto vai julkaisija?

Luovien toimialojen rahoitus tulee USA:ssa pääsääntöisesti muualta kuin VC-rahastoilta, tyyppillisesti rahoitusrakenne on myös erilainen: rahoituksen saa yksittäinen projekti, esimerkiksi kirja, elokuva tai peli, jolla ei välttämättä ole omaa laajaa organisaatiota hengentuo-teen kaupalliseen hyödyntämiseen. VC-toimijan korvaa tyyppillisesti omaan alaansa erikoistunut julkaisija. Julkaisijan ansainnan logiikka syntyy usein asteittain tuotteen jakeluun kytkettyjen voitonjakomallien kautta.

Tyyppillinen VC-hanke eroaa edellä kuvatusta: rahoitus suunnataan lähes poikkeuksetta yhtiöön, jolla on yleensä oma organisaatio paitsi tuotteen synnyttämiseen niin myös sen jakeluun. VC-rahaston ansainnan logiikka syntyy kertarysäyksellä myymällä tai listaamalla koko yhtiö. Tämä onkin tärkeää VC-rahastoille, joilla on sijoittajakunnan takia yleensä rajallinen elinkaari, tyyppillisesti 10 vuotta.

Empiiristen havaintojen pohjalta julkaisija-ajatteluun pohjautuva rahoitusrakenne vaikuttaakin joustavammalta tavalla rahoittaa tyyppillisiä luovien alojen hankkeita. Internetin ja digitaalisen jakelun myötä erot kuitenkin hämärtyvät ja osaa luovien alojen hankkeista voidaankin rahoittaa VC-rakenteiden avulla molempia osapuolia tyydyttävällä tavalla.

Mistä hyvät luovan toimialan rahoittajat syntyvät?

Pelkkä raha ja oikea rahastorakenne ei riitä menestyksekkääseen kasvuyritysten rahoittamiseen. Useat eri tilastot ja tutkimukset osoittavat, että menestys pääomasijoittajana edellyttää huomattavan laajaa ja kattavaa toimialaosuamista. Sama tuntuu pätevän myös luovilla toimialoilla. Parhaat julkaisijat toimivat esimerkkinä sijoittajasta, jolla on kohdealueensa sisällä syvää markkinatuntemusta ja siten konkreettista lisäarvoa tuotteen tehokkaassa kaupallistamisessa (esim. tuotteen positiointi, markkinointi, jakelu etc.).

Pidäinkin hieman epärealistisena, että varsin generalistinen pääomasijoittaja voisi toimia menestyksekkäästi luovan alan rahoittajana. Paras osaaminen löytyy yleensä omat kannukset hankkineelta, toimialan metkut opiskelleelta sarjayrittäjältä. Hyvä esimerkki tämän suuntaisesta kehityksestä Suomessa on Mediatonic Fund, joka projekti- ja katalogirahastona sijoittaa kaupallisiin peleihin, televisioformaatteihin, monimediatuotteisiin ja verkkopalveluihin. Rahaston sijoitus tehdään tuoteoikeuksiin, ei yritysten omaan pääomaan.

case | Steam Republic Oy

Nimi: Steam Republic Oy (aiemmin: Backstage Alliance Oy)

Y-tunnus: 2120639-0

Toimiala: mobiilit faniyhteisöpalvelut viihdebisneksessä

Perustamisvuosi: 2009

Liikevaihto: 0

Henkilöstön määrä: 12

Johto: perustajaosakkaat Paavo Bäckman, toimitusjohtaja ja Jussi Ruusila, luova johtaja

Omistus: perustajaosakkaat pääomistajia, sijoittajaosuuksilla: Veraventure Oy , Koppicatch Oy, Palmén & Charpentier Investing Oy ja Geniem Oy sekä yksityisiä sijoittajia

Päätuote: Mobile Backstage, joka on mobiili ohjelmistokonsepti bändien ja levy-yhtiöiden promootioon ja kommunikointiin faniyhteisöjen kanssa

Tulevaisuus: laajentuminen musiikkialan yhteisöistä urheiluun ja muihin faniyhteisöbisneksiin

1. Yritys

Steam Republic on nopean kasvuvaiheen yritys, joka toimii kolmen toimialan välimaastossa, yhdistäen ohjelmistotuotannon, markkinointiviestinnän ja musiikkibisneksen. Yhtiön juuret ovat musiikin alalla, levy-yhtiötoiminnassa. Aiempi emoyhtiö Backstage Alliance Oy on musiikkiyhtiö, joka tarjoaa musiikin alan managerointipalvelua kansainväliseen promootioon, oikeuksien hallintaan, tuotantoihin, jakeluun ja kiertueisiin. Lisäksi ohjelmatoimisto-, levymerkki- ja merchandising-palveluja.

Steam Republic on kerännyt alkuvaiheen siemenrahoitusta yksityisiltä ja julkisilta rahoittajatahoilta yhteensä miljoona euroa rahana ja IPRinä. Yritys valittiin vuonna 2009 Culminatium Innovation Oy:n hallinnoimaan kehitysohjelmaan, International Business Program, jonka tavoitteena oli auttaa alkavia yrityksiä kansainvälistymisessä. Yritys sai n. 15 000 €:n arvosta konsultointipalveluja kansainvälisten markkinoiden kartoittamiseen ja verkoston luomiseen.

Yritys työllistää tällä hetkellä 12 henkeä ja etsii lisää työntekijöitä ohjelmistokehitykseen ja kansainväliseen myyntiin. Steam Republicin tavoitteena on haastaa oman alansa markkinajohtaja. Isot kansainväliset asiakkaat on jo tavoitettu, mutta yrityksen oma koko on vielä 'keskikastissa' ja tavoitteena on kasvattaa sitä kansainvälisen riskirahoituksen avulla.

2. Alan tilanne yrityksen näkökulmasta

Ohjelmisto- ja yhteisötuotteiden markkina on lähtökohtaisesti kansainvälinen. Steam Republicin kaltaisen yrityksen liiketoiminnan fokuksena olevissa, internetin välityksellä toimivissa faniyhteisöissä, jäseniä on ympäri maailmaa. Musiikkimarkkina, jolle yhteisökonseptia tarjotaan on globaali. Asiakasyrityksenkään maantieteellisellä sijainnilla ei ole merkitystä.

3. Yrityksen kehitysvaiheet ja niiden rahoitus

Perustamisvaihe: 2007 – 2008:

Mobile Backstage faniyhteisökonseptin luominen Backstage Alliancen oman yhtyeen promootioon. Konseptin kehittäminen ja valmistelu myytäväksi mobiiliksi yhteisöpalvelutuotteeksi. Tähän vaiheeseen yritys sai 15 000 € Tekesin valmistelutukea. Avera tuella oli perustamisvaiheessa keskeinen rooli yksityisten enkelisijoittajien ohessa. Yritys keräsi perustamisvaiheessa noin miljoona euroa siemenrahoitusta.

Kasvuvaihe: 2009 – 2011:

Steam Republic Oy perustettiin vuonna 2009 ja se keskittyi päätuotteen kasvattamiseen kansainvälisille markkinoille.

Yritys on rahoittanut toimintansa alku- ja kasvuvaiheen pääasiassa yksityisen puolen pääomasijoituksin. Julkisen rahoituksen osuus on ollut vähäinen, lähinnä Tekesin tuotekehityslainaa 295 000 € vuonna 2010 yrityksen päätuotteen kehitykseen. Vuoteen 2011 mennessä yhtiö on kerännyt yhteensä n. 1,5 milj. € pääasiassa yksityisiä sijoituksia.

Päätuote lanseerattiin markkinoille vuonna 2010 ja kansainvälinen liiketoiminta on käynnistetty lähinnä omistajien rahoituksella. Vuoden 2011 aikana tavoitteena on avata laajemmin Yhdysvaltojen, Britannian ja Kanadan markkinat sekä laajentaa teknologia-alihankintaa.

4. Riskienhallinta

Julkisten rahoitusinstrumenttien hitaus ja byrokraattisuus muodostaa Steam Republicin kaltaiselle nopean kasvun yritykselle riskin. Jos ajallisesti pitkään ja paljon henkilöresursseja vaatinut julkisen tuen valmistelu päätyykin kielteiseen rahoituspäätökseen, on yrityksen kassa kovilla.

Nopean kasvun vaiheessa yrityksen riskeihin kuuluu myös se, että riskisijoitusten voimin toimittaessa liikevaihto tulee aina hitaammin perässä.

5. Lähitulevaisuuden suunta, kasvu ja toimet?

Steam Republicin tavoitteena on lähitulevaisuudessa laajentaa nyt musiikkialalla testatun ja lanseeratun kaupallisen ohjelmistokonseptin tuote- ja yhteisöosaaminen urheilu- ja muuhun faniyhteisöorientoituneeseen liiketoimintaan. Tavoitteena on myös rahoituksen saaminen ulkomaisilta yksityisiltä tahoilta sekä kasvaminen kansainvälisillä markkinoilla vahvistamalla myyntiä.

6. Millaista rahoituksen pitäisi olla?

- Nopeita rahoitus- ja tuki-instrumentteja digitaalisen alan kansainvälisille kasvuyrityksille
- Hallinnollisesti keveitä ja käyttökohteiltaan joustavia tuki-instrumentteja
- Yritykseen sitoutunutta konsultointia kansainvälisen verkoston rakentamiseen
- Suomalaista yksityistä riskirahoitusta

Kasvuyrityksen näkökulmasta nykyiset julkiset tuet ovat liian hitaita nopeaa kasvua tavoitteleville yrityksille. Yli puoli vuotta kestävä hakuprosessi ja rahan hidas tuloutuminen yritykselle hidastavat pahimmassa tapauksessa yrityksen kasvua, vaikka tavoitteena tulisi olla kasvun nopeuttaminen.

Julkisen tukirahan edellyttämä hallinnointi pitäisi saada helpommaksi ja nopeammaksi yrityksen kannalta. Tukirahan käyttöönoton pitäisi olla nopeaa ja tavoitteiden selkeitä ja konkreettisia toimia, jotka ovat riittävän nopealla aikavälillä toteutettavissa.

Useimmat nykyiset tuki-instrumentit soveltuvat huonosti jo lähtökohtaisesti ulkomaille suuntautuvien kasvuyritysten tukemiseen. Digitaalisten tuote- ja palvelukonseptien tuottaminen globaaliin toimintaympäristöön edellyttää, Suomessa tehtävää liiketoimintaa enemmän myynti-, markkinointi- ja markkinoidenkartoitustyötä. Tätä julkisella rahalla ei juuri tueta.

Olemassa olevien tukien hyödyntämisessä ja alkavan tai kasvuyrityksen rahoituksen suunnittelussa tarvitaan yrityksissä kokenutta konsulttiapua. Pienellä yrityksellä ei kuitenkaan ole käytännössä ole varaa maksaa tällaisesta konsultoinnista markkinatason hintaa.

Sopivan rahoituskuvion löytymiseksi yritys tarvitsee runsaasti tietoa ja konsultointiapua olemassa olevista tuista ja siitä, mihin mitäkin tukea voi ja saa käyttää. Myyntiin ja markkinointiin on panostettava paljon erityisesti teknologiapohjaisessa tuotteessa. Yrityksellä ja sen päätuotteella pitää olla rahoituksen ehtona tarkasti määritelty tavoite, joka vaiheistetaan riittävän pieniin ja konkreettisiin toteutusosiin.

Lähtökohtana kasvuyrityksellä on jo alkuvaiheessa oltava kansainväliset markkinat. Julkisella rahalla tulisi kannustaa yrityksiä menemään asiakkaiden luo heti tuotekehitysprosessin alkuvaiheessa.

7. Entä jos

- Jos olisi nopeita ja etupainotteisia julkisia tuki-instrumentteja
- Jos olisi kevyempi selvitys- ja raportointivelvoite yritykselle
- Jos olisi rahoittajapooli yksityisiä bisnesenkeleitä varten
- Jos olisi vakiintunut järjestelmä asiantuntijakonsultin saamiseen yrityksen kansainväliseen toimintaan ja rahoituksen suunnitteluun

Jos julkiset rahoitusinstrumentit ja tuet toimisivat kevyemmällä byrokratialla ja käsittelyajat olisivat nopeampia, yritysten kasvu nopeutuisi. Tukien seurannasta ja läpinäkyvyysperiaatteesta ei tule tinkiä, mutta nykyisellään useimmat tuet jopa hidastavat yrityksen kasvua sitomalla johdon ja tekijöiden aikaa turhan yksityiskohtaisiin kirjallisiin selvityksiin ja raportointeihin. Nykymääräisillä julkisilla yritystuilla pitäisi saada 3-4 kertaa enemmän aikaan.

Jos maassamme olisi laaja, koordinoitu bisnesenkeliverkosto, syntyisi oikeaa kilpailua haluttavista rahoitettavista yrityksistä. Hyvä lisä yksityisen rahoituksen kenttään olisi myös rahoittajaverkosto, jossa useampi pienehköllä, esimerkiksi 5 000–15 000 €:n summalla rahoittava yksityinen rahoittaja voisi yhdessä muiden kanssa koota kohdeyritykselle isomman rahoituspotin. Nämä yksittäiset rahoittajat muodostaisivat 'poolin', joka olisi jollain prosenttiosuudella yrityksen sijoittajaosakkaana. Yrityksen suuntaan osakkaana olisi vain yksi uusi taho, usean piensijoittajan sijaan.

Yksityistä ja julkista rahoitusta tulisi myös voida yhdistää vaivattomasti. Start-up-yrityksistä voisi myös koota eräänlaisen 'aloittavien kasvuyritysten pörssin', yhteistyössä julkisen rahoittajatahon esimerkiksi Finnveran kanssa. Yksityiset sijoittajat voisivat yksin tai yhdessä rahoittajapoolina sijoittaa näihin yrityksiin ja Finnvera voisi tukea omien instrumenttiansa kanssa yritysten kasvua.

Kansainvälisillä markkinoilla toimivalle kasvuyritykselle on onnenpotku löytää kokenut, tuloshakuinen, yritykseen tiiviisti, myös hallitustyön tasolla sitoutuva konsultti. Konkreettisen konsultointiavun saaminen ei saisi olla tuurista kiinni, vaan siihen olisi luotava julkinen toimintamalli. Konsultoinnissa toiminta- ja tulostavoitteiden pitää olla riittävän suuria, kansainvälisiä ja äärimmäisen konkreettisia askelia kasvun aikaansaamiseksi.





4.6 BISNESENKELIT JA LUOVA TALOUS

*Artikkelin kirjoittaja **Juha Kurkinen** on Finnish Business Angels Networkin hallituksen puheenjohtaja ja bisnesenkeli.
juha.kurkinen@rastor.fi*

BISNESENKELITOIMINTA SUOMESSA

Finnish Business Angels Network, FiBAN ry on suomalainen yksityissijoittajien voittoa tavoittelematon yhdistys

Bisnesenkeli-toiminta Suomessa sai järjestelmällisenä toimintamuotona alkunsa 1990-luvulla, jolloin Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra aloitti INTRO- ja DILLI-ohjelmansa. Näiden ohjelmien kautta bisnesenkeli lähtivät mukaan lukuisiin alkuvaiheessaan oleviin kasvuyrityksiin. Tämän lisäksi suomalaisia bisnesenkeleitä on mukana muutamissa kansainvälisissä yrityksissä ns. EASY-verkoston kautta. Kaikkiaan Sitran verkostoon on kuulunut yli 400 rekisteröitynyttä jäsentä. Tätä toimintaa on jatkanut omalta osaltaan myös Finnveran pääomasijoitustoiminta, jonka verkostossa on rekisteröityinä jäseninä noin 130 sijoittajaa.

Näiden verkostojen lisäksi on useita epävirallisia ja yhtiömuotoisia ryhmittymiä, joiden tarkoitus on tuottaa itsessään voittoa. Nämä ryhmittymät ovat myös suljettuja yhteisöjä. Useista muista Euroopan maista poiketen, Suomeen ei ole kehittynyt avoimia, jäsenistönsä aktiivisuuteen pohjautuvia alueellisia tai toimialakohtaisia bisnesenkeliyhteisöjä, joita esim. Isossa-Britanniassa on 35 ja Ranskassa yli 70. Pienemmistä maista sijoittajayhteisöjen määristä tietoja on Suomen lisäksi Belgiasta 4 ja Tanskasta 3. European Business Angels Network, EBAN:issa jäsenenä Suomesta on vain instituutioon Finnvera, Pääomasijoitukset.

Tutkimusten mukaan kasvuyrityshalukkuus Suomessa on moneen muuhun maahan verrattuna vähäistä. Eri arvioiden mukaan kasvupotentiaalia ja/tai kasvupalukkuutta omaa vain 3 – 5 % kaikista yrityksistä. Kappalemäärinä Suomessa arvioidaan olevan tällaisia yrityksiä 7 500 – 12 500 kpl ja näistä kasvurahoitusta hakevia 1 000 – 2 000 kpl.

Bisnesenkeliä järjestäytymisellä yhtenäisyyttä toimintaan

Kasvuyrittäjyyteen liittyviä ongelmia on tutkittu Suomessakin paljon. Esille on noussut voimakkaasti tarve yrittäjyyskasvatukseen ja riskirahoituksen parempaan saatavuuteen. Alan ongelmat ja niihin liittyvät mahdollisuudet keskittyvät seuraaviin neljään seikkaan:

- Kasvuyrittäjyyden edellyttämät täsmälliset koulutustarpeet. Suomalainen tutkintojärjestelmä ei erottele tällaisia tarpeita ja esimerkiksi yrittäjän ammattitutkinto peruskuviona ei tee eroa eri tyyppisten yrittäjien tarpeiden välillä. Yrittäjyyskoulutus tähtää usein enemmän yhtiön toimintojen rakenteiden kehittämiseen, kuin siihen, miten toiminnan kasvutavoitteet voidaan saavuttaa.
- Kasvuyritysten identifiointi. Kasvuyritysten seulontaa tapahtuu hyvin monen eri toimijan toimesta: Sitra, Finnveran pääomasijoitukset, Keksintösäätiön Tuoteväylä, Vigo-projekti, ELY-keskusten asiamiehet, kuntien elinkeinopalvelut, sijoitusrahastot ja niiden konsultit, Tekes, bisnesenkeli, YritysHelsingin Kiihdytyskaista jne. käyvät kukin erikseen läpi kasvuyrityspotentiaalia. Yrittäjän kannalta tilanne on monimutkainen.
- Pääomasijoittajien kohtaanto-ongelma. Ns. deal-flow on sattumanvaraista ja pääomasijoittajien sijoitusfokukset ovat viime vuosina muotoutuneet uudelleen. Bisnesenkeli ovat edelleen selkeästi siemenrahoittajia, mutta venture capital –yhtiöt ovat sijoituspolitiikassaan siirtyneet myöhemmässä kehitysvaiheessa oleviin yrityksiin. Tästä on käytännössä ollut seurauksena aukko hyvässä kasvuvaiheessa olevien yritysten rahoitukseen.
- Bisnesenkeli-toiminnan järjestäytyminen. Järjestäytymistä koko maan tasolla Suomessa ei ole tapahtunut.

Yhtenä kaikkia em. ongelmia ratkovana mahdollisuutena on perusteellisen suunnittelun jälkeen perustettu yhdistysmuotoinen kansallinen bisnesenkelijärjestö Finnish Business Angels Network, FiBAN, joka itsessään toimii not-for-profit –pohjalta. Se toimii suomalaisten bisnesenkeliä yhteistyöjärjestönä ja sen tavoitteisiin kuuluu:

- tuoda uutta näkökulmaa yritysten hallitusammattilaisuuteen
- toteuttaa kasvuyrityksille ja bisnesenkeleille suunnattuja koulutusohjelmia yhteistyössä alan toimijoiden ja kasvuyritysten yhteenliittymien kanssa
- koota yhteen eri lähteistä tulevaa ns. deal-flow:ta
- tarjota isommille yrityksille väylä irrottaa yrityksen pääliiketoimintaan huonommin sopivia liike- ja tuoteideoita uusiksi yrityksiksi
- tarjota sijoittajille mahdollisuus erikoistua sijoitusfokuksen mukaisiin ryhmittymiin
- edustaa bisnesenkeliä järjestönä Suomea European Business Angels Networkissä (EBAN)

Järjestön toiminta alkaa maaliskuussa 2011 kymmenien bisnesenkeliä voimin ja tavoitteena on viiden vuoden kuluessa kasvattaa aktiivisten bisnesenkeliä määrä Suomessa yli tuhanteen. Viimeistään tuossa vaiheessa bisnesenkeli-toiminnalla on myös merkittävä kansantaloudellinen merkitys perinteisen suomalaisen teollisuuden muutosten myötä.

Tavoitteena on, että verkostoon muodostuu osaamisklustereita, jotka keskittyvät esimerkiksi luovan teollisuuden kasvuyrityksiin ja siihen liittyvään osaamiseen. Luovien alojen yrityksille IPR:t ovat potentiaalinen ansainnan lähde. Bisnesenkeli-verkoston toiminnassa ne ovat niinkään keskeinen kysymys ja kestävä kehityksen edellytys.

Enkelitoiminnasta tukea hallitustyöskentelyyn

Perinteisesti yhtiöitä Suomessa on hallinnoitu hallintoneuvostojen ja hallitusten välityksellä ja näitä toimintoja tukemaan on luotu tarvittaessa 'advisory board' –tyyppisiä elimiä. Omistajanäkökulman voimistumisen myötä usein lähinnä 'edustuksellista demokratiaa' edustavat hallintoneuvostot ovat vähentyneet. Samalla aikaisemmin lähinnä yhtiön johdosta koostunut hallitus on saanut väistyä omistajanäkökulmaa edustavien hallituksen jäsenten tieltä.

'Advisory board' on puolestaan tyyppillinen lähestymistapa tilanteissa, joissa omistajanäkökulmaa edustava hallitus ja toimiva johto kokee tarpeelliseksi saada toimialanäkemyksiä ilman omistajanäkökulmaa. Tyyppillistä kaikissa näissä tapauksissa on se, että näiden toimielinten jäsenille henkilökohtainen taloudellinen riski ao. yhtiön toiminnasta on vähäinen.

Bisnesenkeliin sijoitusten kohteina ovat tyyppillisesti alkuvaiheessaan olevat kasvuyritykset, joiden mahdollisuudet saada venture capital tai normaalia pankkirahoitusta ovat vähäiset. Bisnesenkeliin kohdalla on kyse myös paljon muusta, kuin rahallisen pääoman sijoittamisesta: yrittäjät hakevat näiltä sijoittajilta pitkäaikaista kokemusta, osaamista, ammattitaitoa ja verkostoja yrityksen toimintaan vaikuttavilta aloilta.

Tyyppillisesti bisnesenkeli osallistuvat kohdeyhtiön hallitustyöskentelyyn joko kokonaan ilman korvausta tai nimellistä korvausta vastaan. Hallitustyöskentelyn ansaintalogiikka liittyykin nimenomaan siihen, miten enkelisijoittaja voi ansaita kohdeyhtiön menestyksen kautta. Tilanne on hyvin erilainen, kuin pörssi-yhtiön hallituksen jäsenellä, joka usein ei edes omista ao. yhtiön osakkeita ja jonka ansaintalogiikka perustuu hallitustyöskentelystä maksettavaan palkkioon.

Pörssi-yhtiöihin verrattuna hallitustyöskentely alkuvaiheen kasvuyrityksessä on myös hyvin erilaista: yrityksessä ei useinkaan osata toimia pörssi-yhtiöissä jo omaksuttujen 'corporate governance' –sääntöjen mukaisesti. Eroa korostaa lisäksi kasvuyrittäjien aktiivinen toiminnallisuus. Lisäksi bisnesenkeleillä on usein pitkä kokemus hierarkkisista organisaatioista ja omaan sijoitukseen liittyvät nopealla aikajänteellä olevat tuotto-odotukset.

"Täydellinen hallitus"?

Yrityksen menestyksen kannalta bisnesenkeli-pitoinen hallitus on parhaimmillaan täydellinen ratkaisu, koska:

- hallituksen jäsenellä on yhtiössä merkittävä oma sijoitus, jonka tuotto on täysin kiinni yhtiön menestymisestä
- hallituksen jäsen on jonkin yhtiön toimintaan vaikuttavan alueen asiantuntija ja omaa tuolla alueella kansainvälisestikin erinomaiset verkostot
- hallituksen jäsenen henkilökohtainen ansaintalogiikka perustuu yhtiön menestymisen kautta tulevaan tuottoon, eikä alkavalla kasvuyrityksellä ei ole hallituksen jäsenestä välittömiä kassamenoja

Voidaan tietenkin kysyä, miksi taloudellisen itsenäisyyden usein saavuttanut, usein seniiori-ikäinen yritysjohtaja haluaisi lähteä bisnesenkeliin aloitusvaiheen kasvuyritysmaailmaan? Oma vastaukseni tähän on hyvän pääoman tuoton lisäksi, ja jopa ennen sitä se, että alkuvaiheen kasvuyritykset tarjoavat parhaimmillaan uuden ikkunan bisneksen tekemisen raikkauteen. Toiminta antaa samalla oikeutetun tunteen siitä, että hyödyntämällä omaa osaamistaan ja kokemustaan pystyy olemaan "isänmaan asialla" Suomen tulevan taloudellisen perustan luomisessa.

Nimi: Undo Oy

www.undo.fi

Y-tunnus: 1750857-2

Toimiala: animaatiotuotanto

Perustamisvuosi: 2002

Liikevaihto: 0,4 miljoonaa euroa (2009)

Henkilöstön määrä: 10 (+ freelancerverkosto)

Johto: perustajaosakkaat Ville Rousu, toimitusjohtaja ja liro Harra, luova johtaja

Omistus: perustajaosakkaat

Päätuotteet: TV-mainostuotannot (mm. Hartwall Novelle, Finnkino, MTV3 Topkani) 'Muumipeikko ja punainen pyrstötähti' -elokuvan efektejä

Tulevaisuus: stereoskooppinen 3D, usean eri jakelumuodon kattava animaationsarja

1. Yritys

Yhdeksän toimintavuotensa aikana Undo on tuottanut yli 100 mainostuotantoa televisioon ja internetiin sekä useita satoja painettuja, kolmiulotteisia mainos- ja tuotekuvia eri julkaisuihin. Yhtiö työllistää 10 vakituista työntekijää ja verkostonsa välityksellä useita freelancereita.

Yrityksellä on korkeatasoista osaamista sekä luovassa sisällöntuotannossa että ohjelmistoteknologioissa. Tuotanto jakaantuu neljään osa-alueeseen:

- animaatiotuotannot: 3D, hahmoanimaatio, efektit, tekniset visualisoinnit
- korkealaatuiset tietokonekuvitukset eri medioihin: painotuotteet, fotorealistiset - ja tuotemallinnukset, liikkuva grafiikka/Motion Graphics
- AV-jälkituotanto: mm. editointipalvelut, chroma key, tracking
- web-tuotannot: Flash-sisällöt, hahmot ja vuorovaikuttiset elementit

Yritys perustettiin vuonna 2002 osakeyhtiömuotoisena ja se toimi ensimmäisen vuotensa osana Helsingin Taideteollisen korkeakoulun Arabus-yrityshautomoa. Perustajaosakkaat ovat yhtiön nykyinen toimitusjohtaja Ville Rousu ja luova johtaja Iiro Harra sekä alkuvaiheessa mukaan liittynyt tekninen johtaja Eetu Martola. Yrityksen periaatteena on ollut yhdistää visuaalinen taide ja teknologia kolmiulotteisen mallinnuksen ja animoinnin avulla. Animaation ja mallintamisen lisäksi yritys kehittää omia ohjelmistotyökaluja tuotantoihin.

2. Animaatioalan tilanne yrityksen näkökulmasta

Animaatioala on Suomessa nuori ja toistaiseksi vielä pieni toimiala. Yrityskoot ovat pieniä mutta tekninen ja luova osaaminen ovat korkeatasoista. Isompiin tuotantojen resursointiin tarvitaan kuitenkin käytännössä monen eri yrityksen yhteistyötä sekä tekijöitä myös ulkomailta. Kansainväliset yhteydet ovat välttämättömiä.

3. Yrityksen kehitysvaiheet ja niiden rahoitus

Alkuvaihe: 2002 – 2009

Kahden ensimmäisen toimintavuoden aikana uuden yrityksen yrityshautomotuki oli merkittävässä osassa. n. 8 000 €:n suuruisen hautomotuki auttoi alkuun ja mahdollisti alkuvaiheen toiminnankehittämisen starttirahaa vapaammin ehdoin. Perustajien kontaktit MoonTV yhtiöön ja Nordisk Filmiin auttoivat tulorahoituksen käynnistymisessä. Alkuvaiheessa tulorahoitus muodostui mainoselokuvatuotannoista.

Vuonna 2009 Undo käynnisti nyt esituotantovaiheessa olevan oman animaatiisarjan esituotannon. 'Ghost Town' on kolmiulotteinen 13-osainen animaatiisarjakomedia 'villinlännen' ympäristössä. Sarjaa varten yhtiö sai SESin ja AVEKin kehittämistukea yhteensä 50 000 €.

Kasvuvaihe: 2010 – 2011

Vuonna 2009 Undo uudisti liiketoimintasuunnitelmansa TE-keskuksen tuella (nyk. ELY-keskus) ja alkoi suuntautua vahvasti kansainväliseen toimintaan. Vuonna 2010 Undo valittiin mukaan Finpron vetämään ja työ- ja elinkeinoministeriön sekä opetus- ja kulttuuriministeriön rahoittamaan Luovimo-kehityshankkeeseen, jossa valmennetaan suomalaisia, kasvuhakuisia luovan alan yrityksiä kansainvälisille markkinoille.

Vuonna 2010 Undo oli mukana monialaisessa teknologiaosaamista kehittävässä Visual Context Modeling -hankkeessa, jossa tutkitaan tilan ja tilanteen mallintamista kamerakuvasta. Yritys on mukana myös NextMedia-tutkimusohjelmassa, joka tähtää innovaatioihin, jotka uusien liiketoimintamallien, konsep-

tien ja teknologian avulla helpottavat ihmisten arkielämää, herättävät ja tukevat vuorovaikutteisuutta ja tarjoavat aivan uudenlaisia mediaelämyksiä. Yritys sai vuonna 2010 myös Tekesin tukea tuotantojärjestelmänsä kehittämiseen 61 000 €.

Undon tavoitteena on löytää Suomesta kumppaneita kansainvälisen toiminnan laajentamiseksi. Käynnissä on myös Ison Britannian animaatio- ja rahoitusmarkkinoiden kartoitus. Yritys tekee yhteistyötä myös Nokian tutkimuskeskuksen, VTT:n, Aalto yliopiston ja Tampereen teknisen yliopiston kanssa mm. laajennetun todellisuuden (augmented reality) ja stereoskooppisen median tiimoilta.

4. Riskienhallinta

Undon kasvu on ollut tähän saakka maltillista. Yritys on halunnut tähän asti pitää omistuksen perustaja-osakkailla ja rakentaa toimintansa ja osaamisensa kuntoon rauhassa. Oman animaatioelokuvasarjan eteen esituotantovaiheessa on tehty paljon työtä tietoisella riskillä. Jos esituotantovaiheen rahoitusinstrumentit mahdollistaisivat useamman kehitysvaiheessa olevan tuotannon pyörittämisen samanaikaisesti, olisi riski yhden tuotannon osalta vähäisempi.

Jatkuvan tulo-rahoituksen ylläpitäminen syö resursseja yrityksen omien IP-tuotteiden kehittämiseltä, mutta pienentää lainarahoitustarvetta ja riskiä. Toisaalta omien IP-tuotteiden kehitys hidastuu ja niiden julkaisun viivästyminen voi heikentää menestymisen mahdollisuuksia.

5. Lähitulevaisuuden suunta, kasvu ja toimet?

Lähitulevaisuudessa seuraavien kolmen vuoden tavoitteena on nelinkertaistaa liikevaihto (tarkoitus on tuplata liikevaihto vuosittain, lv-tavoite vuodelle 2013 on 2 milj.€) ja kasvattaa toimintaa agenttien kautta mm. Venäjälle. Yrityksen tavoitteena on myös löytää bisnesenkeli-sijoittaja kasvuvaiheen rahoittajakumppaniksi vuoden 2011 aikana.

Tällä hetkellä lähes kolmannes yhtiön resursseista menee tutkimus- ja kehitystyöhön. Tämän osaamisen ylläpito, kasvattaminen ja hyödyntäminen tuotannoissa ja asiakkuuksissa on keskeinen tavoite.

6. Millaista rahoituksen pitäisi olla?

- Tukea kansainvälisen verkoston rakentamiseen ja rahoituksen suunnitteluun
- Animaatiotuotantojen esituotantovaiheen rahoitus
- Kannustinjärjestelmä AV-alalle

Animaatioalalla Suomessa on melko pieni määrä osaavia tekijöitä. Käytännössä aina tuotantoihin tarvitaan mukaan ulkomaisia tekijöitä. Siksi kansainvälinen osaajaverkosto on alan yritykselle menestymisen edellytys.

Kasvun kynnyksellä olevalle yritykselle rahoitusinstrumenttien ja tukien hajanaisuus on haaste. Alkuvaiheessa olemassa olevia tukia olisi voinut hyödyntää paremminkin, jos yrityksellä olisi ollut käytössään rahoitusmentori tai -konsultti. Pienen yrityksen omat resurssit ja osaaminen eivät useinkaan riitä rahoituksen suunnitteluun ja hakuprosessiin. Kassan pienuuden vuoksi ulkopuolisen ammattilaisen palkkaaminen tähän työhön on harvoin mahdollista.

Animaatiotuotannoissa iso osa kehitystyöstä tehdään ennen varsinaisen tuotannon alkua. Ennakko-työn rahoittamiseen tarvitaan uusia rahoitusinstrumentteja.

7. Entä jos

- Jos tuotantojen ennakorahoittamiseen olisi selkeä instrumentti
- Jos olisi luovan teoksen rahoittajia ja teknologian ja tuotantologiikan rahoittajia yhdistäisi "silta"
- Jos olisi luovalle yritykselle suunnattu teknologiatuki

Animaatioalalla kasvuvaiheessa olevan yrityksen kannalta ongelmana on että luovaa sisältötuotantoa ja teknologiaa rahoittavat kaksi hyvin erilaista tahoa. Suomen elokuvasäätiö, SES rahoittaa luovaa sisällön tuotantoa, käsikirjoittamista ja demovaiheen tuotantoa. Teknologian ja innovaatioiden kehittämistä rahoittaa puolestaan Tekes.

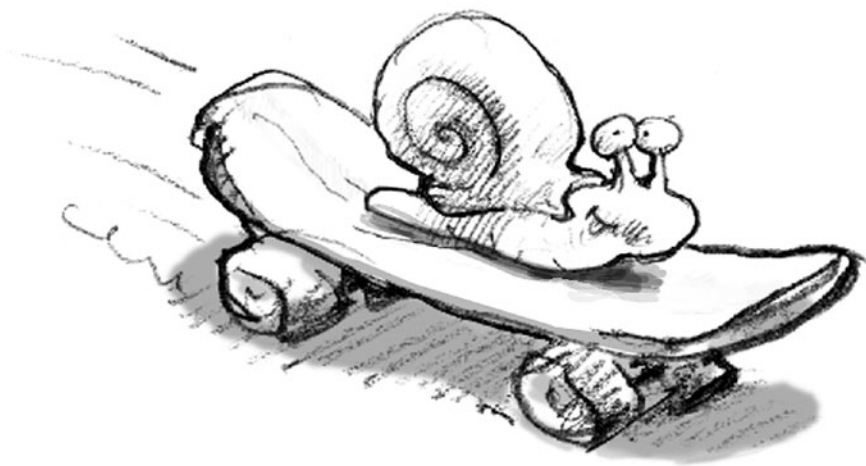
Animaatiotuotannoissa usein kuitenkin sekä luova suunnittelu ja sisällön tuotanto että teknologinen kehittäminen ovat molemmat olennainen, kiinteä osa tuotantoja. Luovan suunnittelun ja teknologian kehittämisen erottaminen toisistaan on tuotantonäkökulmasta keinotekoista. Tiiviimpi yhteys ja yhteistyö näiden tuotannon osien rahoittamisessa nopeuttaisi yrityksen tuotantoja ja koko yrityksen kasvua.

Jos SES:in ja Tekesin välimaastossa lisäksi toimisi kasvuyritykselle apua antava konsulttitaho, joka auttaisi liiketoiminnan ja rahoituksen suunnittelussa, kehittyisi yritys rivakammin myös kokonaisuutena.

Riittävällä teknologiatuella animaatioyrityksen koodaajat voisivat kehittää ohjelmistotyökaluja, joita voisi paitsi käyttää yrityksen omista tuotannoista myös myydä muille. Jos näiden työkalujen IP:t säilyisivät yrityksen omistuksessa, kasvaisi yritykselle uusi omaisuuserä, jota puolestaan olisi mahdollista käyttää mm. lainatakuuna. Riittävällä aikaisen tuotantovaiheen luovan sisällön tuella animaattorit voisivat kehittää useampia laadukkaita sisältöjä yrityksen tuotetarjontaan, ja tuottaa riittävästi massaa, josta yksittäisiä huippumenestystuotteita voisi syntyä.

Animaatioyrityksen omien tuotantojen julkinen tuki-instrumentti suosii toimintatapaa, jossa on vain yksi tuotanto kerrallaan. Jos yrityksellä olisi useampia omia tuotantoja, joiden IP:t säilyisivät tuotantoyrityksellä, olisi yrityksen mahdollista myydä sisältöjä useaan eri jakelumuotoon ja saada pitkäaikaisempia tuloja. Näin kasvaisi myös tuotantojen kokonaismäärä ja mahdollisuudet hittituotantojen syntyyn.





"Tekesin tavoitteena on rahoittaa sellaista yritysten tuote- ja palvelukehitystä, jossa asioita tehdään uudella tavalla."

Mari Isbom, Tekes

Näkökulmia luovien toimialojen rahoitukseen -seminaari 31.1.2011

4.7 PALVELUPROSESSIEN KEHITTÄMINEN KANSAINVÄLISELLE MARKKINALLE

*Artikkelin kirjoittaja **Mari Isbom** toimii Tekesissä digitaalisen median asiantuntijana.
mari.isbom@tekes.fi*

LUOVISTA ALOISTA SUOMELLE MENESTYSTEKIJÄ?

Suomalainen luova hulluus, menestyspelit ja pieni kaukainen Suomi ovat alkaneet kiinnostaa ulkomaisia sijoittajia. Angry Birdsin voittokulku, Max Payne ja Duudsoneita unohtamatta, on raivannut tietä uusille menestystarinoille. Tieto on kiirinyt myös Piilaaksoon. Shadow Cities -pelin kehittänyt Grey Area sai äskettäin lähes kahden miljoonan euron ja Rovio 30 miljoonan euron pääomasijoituksen.

Peliala on luovan alan nopeimmin kasvava toimiala. Pelit ovat maailmanlaajuisesti valtava, kymmenien miljardien dollarien bisnes. Huomattavaa on, että suomalaiset peliyritykset ovat oman alansa huippuja myös kansainvälisellä mittapuulla arvioituna.

Alan yritykset ovat onnistuneet kansainvälisen liiketoiminnan kasvattamisessa ja tulevaisuus näyttää lupaavalta. Digitaalinen jakelu muuttaa markkinoita. Sen avulla useampi firma on onnistunut pitämään itsellään pelien oikeudet. Se on ollut mahdollista Tekesin ja muiden kotimaisten alkuvaiheen sijoittajien ansiosta. Digitaalista jakelua ovat menestyksekkäästi hyödyntäneet suomalaisista pelifirmoista mm. Housemarque, Frozenbyte, Secret Exit ja RedLynx.

Suomen peliyrityksistä on kehittynyt uskottava toimiala – myös sijoittajien silmissä. Alan systemaattinen kehittäminen Tekesin rahoituksella, erilaisin liiketoimintaohjelmin ja pr-toimin kantaa nyt hedelmää. Suomalaiset peliyritykset ovat helmikuun 2011 aikana saaneet yhteensä noin 46 miljoonaa euroa pääomasijoituksina ulkomailta.

Haasteena alan tulevaisuudelle on oman jakelun vaatiman markkinointiosaamisen lisääminen. Pelaaminen siirtyy myös sosiaalisen median alustoille ja markkinoilla on uusia pelureita, kuten hiljattain vajaan kahden miljoonan dollarin sijoituksen kerännyt suomalainen Applifier. Mahdollisuuksia tuo paikkatiedon hyödyntäminen peleissä, kuten muun muassa Shadow Cities tekee.

Osaamista löytyy

Seuraava menestys voisi tulla esimerkiksi monimediaformaateista. Pelien kaltaista menestystä ei toistaiseksi muualta ole tullut. Syynä siihen ovat osin rakenteet, osin rahoitus ja osaaminen sekä asenteet.

Sen sijaan, että tähdätään kotimarkkinoille, tavoitteena tulisi olla lähtökohtaisesti kansainvälinen menestys. Pelialan yrityksillä markkinat ovat koko maailma. Useilla muilla aloilla keskitytään liikaa yksittäisiin tuotantoihin.

Suomen edut ovat silti kiistattomat. Innovatiivisuus, idearikkaus, pieni maa ja matala hierarkia. Nämä olisi vain suunnattava oikein. Tuotantoihin suuntautuvien apurahojen sijaan tulisi kannustaa parhaita kansainväliselle huipulle.

Luovuudesta on rakennettava Suomelle uutta kilpailukykyä. Kaikki toimijat pitäisi saada toimimaan yhdessä yhteisten tavoitteiden eteen. Olennaista on saada ideoita eteenpäin ja yhden miehen yrityksistä kansainvälisen tason pelureita ja menestyksiä.

Pitkäjänteistä kannustusta

Tekes on rahoittanut systemaattisesti peliyritysten tuotekehitystä ja liiketoiminnan kehittämistä eri ohjelmissaan. Ensimmäisiä pelihankkeita rahoitettiin USIX-ohjelmassa vuosina 2001–2003. Vuonna 2007 päättyneessä FENIX-ohjelmassa pelit ja viihde olivat erillisenä painopistealueena. Verso-ohjelmassa rahoitettiin yli 40 pelihanketta. Tähän mennessä Tekes on kannustanut alaa kehittymään yhteensä yli 31 miljoonalla eurolla.

Tekesin vuosittainen pelialan rahoitus on ollut 5–7 miljoonaa euroa. Hankkeiden koko ja rahoitus on kasvanut vuosittain. Lisäksi alan yritysten liiketoimintaosaamista kehitettiin Games Business Programissa. Tekesin ja pelialan kattojärjestö Neogamesin pystyttämä Play Finland -sivusto esittelee Suomen pelialaa kansainvälisille julkaisijoille, sijoittajille ja alasta kiinnostuneille.

Pelien ohella kiinnostavia alueita ovat musiikkitapahtumat, musiikin digitaalinen jakelu ja niihin liittyvät palvelut, monimediaformaatit, jotka yhdistävät pelit tv-ohjelmin ja elokuvaan sekä erilaiset mobiilisisällöt. Kasvualueita ovat myös paikkatietoon pohjautuvat mobiilipalvelut ja 3D-animaatio.

Tekesin Vapaa-ajan palvelut -ohjelman tavoitteena on edistää uudenlaista liiketoiminnan kehittämiskulttuuria, jossa haetaan rohkeasti kasvua ja kansainvälistymistä. Ohjelma on suunnattu kuluttajapalveluja tuottaville yrityksille.

Ohjelmassa on rahoitettu palvelu- ja liiketoimintakonsepteja, mukaan lukien kulttuuri- ja viihdepalvelut. Ohjelman hankkeita ovat olleet muun muassa liikuntakeskuksen palvelukonseptin tuotteistamiseen ja kansainvälistymiseen liittyvä hanke sekä Tero Saarinen -brändiin liittyvän palveluliiketoiminnan kehittämishanke. Hankkeessa kehitetään esimerkiksi tanssiteosten harjoittamiseen, tekniseen tuotantoon sekä viestintään, markkinointiin ja myyntiin liittyviä prosesseja.

Tekesin Medialla maailmalle -aktivointihankkeen tavoitteena on kannustaa suomalaisia media-alan toimijoita kansainvälistymään.

Uudet menestystuotteet maailmalle Tekesin avulla

Tekes rahoittaa haasteellisia tutkimus- ja tuotekehityshankkeita, joiden tavoitteena on kansainvälinen tuote- tai palveluliiketoiminta. Tekesin tuntevat parhaiten teknologiayritykset, mutta yhtä lailla rahoitusta voi saada luovan alan yritys.

Tekes voi teknologian ohella rahoittaa myös liiketoiminta- ja palvelukonseptien kehittämistä. Myös työelämän kehittämiseen voi hakea Tekesin rahoitusta.

Yliopistoilla ja korkeakouluilla on paljon osaamista, josta yritykset voisivat hyötyä. Tieto jää valitettavan usein niiden sisään tai pienen hyödyntäjäryhmän käyttöön. Tiedon ja osaamisen tehokkaampaan levittämiseen yrityksille tarvitaan uusia toimintatapoja. Aalto-yliopisto on tästä hyvä esimerkki.

Media-alan yritykset ja tutkimuslaitokset yhdessä pk-yritysten kanssa pyrkivät Tekesin rahoittamassa Next Media -ohjelmassa nostamaan Suomen media-alan kansainvälisen tason toimijaksi. Tavoitteena on murtaa perinteisen median tapa toimia.

Hanke pureutuu media- ja käyttökokemuksen sekä liiketoimintamallien tutkimuksen kautta uusien palvelukonseptien ja ansaintamahdollisuuksien löytämiseen. Millaisia sisältöjä esimerkiksi uusiin päätelaitteisiin tulisi kehittää? Voiko pelillisyyden tuoda lisäarvoa mediakonsepteihin ja käyttökokemukseen sekä uusia liiketoimintamahdollisuuksia?

Uutta, kokeilevaa tekemistä ja konseptointia

Tekesin rooli on olla mukana uusien asioiden kehittämisessä: hankkeissa, joissa joko kehitetään uutta, toimitaan uudella tavalla tai uusilla markkinoilla. Tekes voi tarjota osarahoitusta hankkeisiin, joissa kehitetään uusia tuotteita ja palveluja tai liiketoimintamalleja. Tekesin rahoituksen tavoitteena on vauhdittaa uusille markkinoille menemistä tai käynnistää asioita, joita ei muuten saataisi liikkeelle.

Usein luovien alojen kehitystyössä lähdetään nopeasti liikkeelle yrityksen omista ideoista ja edetään tuotantovaiheeseen samanaikaisesti myynnin ja markkinoinnin kanssa. Tekesin osallistuminen rahoituksella kokonaisuun produktioihin ei ole käytännössä mahdollista. Sen sijaan Tekesin rahoitusta voi hakea alkuvaiheen haasteellisempaan osuuteen, kokeilevaan ja uutta kehitystä vaativaan tekemiseen.

Tekesin roolina on jatkossakin rahoittaa alan yrityksiä. Rahan ja onnen lisäksi tarvitaan myös uutta osaamista. Suomeen tulisi houkutella alan konkareita, jotka ovat jo rakentaneet menestystarinan ja tietävät miten se tehdään uudelleen. Tarvitaan myös lisää esimerkkejä ja menestystarinoita. Onnistumisista pitää kertoa. Myös asenteissa on tapahduttava muutos. Hollywoodissa viihde on teollisuutta. Bisnes, taide, luovuus ja raha kulkevat käsi kädessä.

case | Probus Network

Nimi: Probus Oy

www.probus.fi

Y-tunnus: 2221334-9

Toimiala: AV-alan markkinointi, hallinnointi, mediapalvelut, tuotantopaketointi

Perustamisvuosi: 2008

Liikevaihto: Vuoden 2010 liikevaihto n. 90 000 €, Probus Networkin yhtiöiden yhteenlaskettu liikevaihto 2010 noin 8 milj. €

Henkilöstön määrä: Yhtiöllä ei työntekijöitä. Osakkaat pyörittävät yhtiön toimintoja alihankintasopimuksin. Probus Networkissa on yhteensä n. 120 henkilötyövuotta

Johto: Kolmehenkinen hallitus hoitaa toimitusjohtajan tehtävät: Marikki Hakola, hallituksen pj., Lauri Mannermaa, Brölle Suominen

Omistus: 7 osakasyhtiötä

Päätuotteet: AV-alan palvelut, IT-alan palvelut, tapahtumapalvelut, TV-, elokuva- ja videotuotantopalvelut, toimintatapa: ROOZ – liiketoiminnan, tuotannon ja toiminnanohjauksen järjestelmät

Tulevaisuus: AV-alan ja IT-alan tuotantopalvelujen myynti kotimaassa ja kansainvälisesti ja toiminnanohjausjärjestelmän kehittäminen verkostomalliseen liiketoimintaan

1. Yritys

Produs Oy on kolmenkymmenen yrityksen muodostama markkinointiyritys, jolla on tarjonnassaan laaja osaaminen AV- ja tapahtumatuotannon sekä IT:n eri aloilta. Yritys toimii one-stop-shop -periaatteella eli asiakas asioi vain yhden yhtiön, Produs Oy:n kanssa, mutta tilatun tuotannon tai palvelun tuottaa käytännössä useampi eri yhtiö. Produs markkinoi verkostossaan olevia yhtiöitä, mutta yhtiöillä on vapaus tehdä töitä kaikille muillekin kuin Produksen kautta tuleville asiakkaille. Kaikilla yhtiöillä on Produksen verkoston ulkopuolisia asiakkaita, eikä mikään yhtiöistä ole riippuvainen pelkästään Produksen kautta tulevista toimeksiannoista.

Produs ei kerää myymistään ja hallinnoimistaan tuotannoista IP:tä itselleen, vaan IP:t ovat sisällön luoneella, projektista vastaavalla osakasyhtiöllä ja asiakkaalle siirtyy asiakassopimuksissa määritellyt oikeudet ja lisenssit. Toimintaideana on tuottaa pienellä ytimellä ja toimivalla brädillä suuria säteilyvaikutuksia.

Toimitusjohtajuutta hoitaa kolmihenkinen, perustajaosakkaista koottu hallitus. Produksen myynnin, markkinoinnin ja hallinnon tehtävät hoidetaan kokonaisuudessaan verkoston toteuttamilla palveluilla. Produksella on sopimukset kaikkien verkoston yhtiöiden kanssa. Nämä sopimukset säätelevät verkostossa tapahtuvan liiketoiminnan päälinjoja.

Produs Oy:n syntyhistoriaan liittyy mm. 1990-luvulla perustettu Magnusborgin Taiteilijayhdistys ry (Magnusborgin Studiot), jossa musiikki- ja AV-alan toimijat pyörittävät taiteilijayhdistyksen toimitiloja kooten 13 alivuokralaisyritystä ja toimijaa saman katon alle.

2. AV-alan tilanne yrityksen näkökulmasta

Produs Oy:n näkökulmasta AV-alan keskeisenä ongelmana on alalla toimivien tuotantoyritysten pieni koko. Luovan toiminnan alkutuotanto, kuten säveltäminen ja käsikirjoittaminen, tapahtuu AV-teollisuuden alalla pääsääntöisesti pienissä yrityksissä. Pienet yritykset eivät yksinään kuitenkaan pysty tavoittelemaan isoja asiakkuuksia ja projektikohtainen yhteistyöstä sopiminen on hallinnollisesti raskasta ja aikaa vievää.

Toisaalta AV-alan ison asiakkaan näkökulmasta monen yksittäisen pienen yrityksen kanssa asiointi, sopiminen ja hallinnointi on hankalaa ja aikaa vievää. Verkostomainen yrittäjyys tuo toimintaan suurempaa volyyymiä, mahdollistaa isojen asiakkaiden kanssa toimimisen ja nopeuttaa asiakkaidenkin tilausprosessia.

3. Yrityksen kehitysvaiheet ja niiden rahoitus

Produs Oy on markkinointi- ja hallinointiyhtiönä alkuvaiheessaan, vaikka siihen kuuluvien osakasyhtiöiden ikä on keskimäärin 15 vuotta.

Alkuvaihe 2008 – 2011:

Produs Oy on saanut alkuvaiheeseen ELY-/TE-keskuksen valmistelurahaa 11 000 €.

Yritys on saanut myös vuonna 2010 KOKO-hankkeen tukea 17 000€ ROOZ-toiminnan ohjauksjärjestelmän suunnitteluvaiheeseen. Pääosin yhtiö rahoittaa toimintansa tulorahalla asiakasprojekteista sekä osakasyhtiöiden panostuksilla.

4. Lähitulevaisuuden suunta, kasvu ja toimet?

Lähitulevaisuudessa Probus tulee palkkaamaan kaksi henkilöä, myyjän ja tuotantopäällikön koordinoimaan tuotantoja asiakkaiden, verkostoyritysten ja alihankkijoiden suuntaan.

Produksen tärkeimmät vientialueet ovat Venäjä, Baltian maat ja Skandinavia. Näiden alueiden markkinoiden kartoitus ja yhteyksien luominen on jo käynnissä. Probus on mukana Finpron vetämässä Luovimo-hankkeessa, jonka tavoitteena on vauhdittaa kasvuyritysten kansainvälistymistä. Tuotannonaloista nopeimmin kasvaa tapahtumatuotanto, jonka alalla yrityksellä on selkeä laajentamistarve.

5. Riskienhallinta

Probus Oy on perustettu verkostomaiseksi yritykseksi juuri tuotantoyritysten riskienhallinnan vuoksi. Jakamalla tuotantoja ja rahoitusta koskevia vastuuta usean yrityksen kesken, yksittäisen yrityksen riski pienenee merkittävästi.

6. Millaista rahoitusta pitäisi olla?

Probus Oy:n kaltaisen uudenlaisen yritysverkoston ongelmana on, että varsinkaan julkiset rahoittajat eivät tunnistakaan tämänkaltaista liiketoimintamallia. Esimerkiksi rahoituksen saamisen esteenä on, että yrityksellä ei ole yhtään vakituista työntekijää.

Erityisesti julkisilta rahoittajilta puuttuu tutkimustietoa eri tyyppisten yritysverkostojen toiminnasta. Verkostoyhtiöiden ensimmäisen työntekijän rekrytointiin tarvittaisiin uudenlainen tuki-instrumentti, jossa tuen voisi käyttää verkoston yhteisiä asioita hoitavan henkilön palkkaamiseen ja myyntityöhön. Tukirahalla tuetun toiminnan pitäisi voida tuottaa voittoa.

Yritysten arvioinnissa tulisi hahmottaa yhtenä arvioinnin kohteena myös yrityksen aikaansaama säteilyvaikutus. Pitäisi kehittää yritysbarometrejä, joilla mitataan verkoston menestystä, eikä vain Produksen kaltaisen yksittäisen, verkoston ydintä hoitavan yrityksen ominaisuuksia. Näin saataisiin verkostomallista liiketoiminnasta todenmukaisempi arviointi kuin nykyisillä barometreillä mitattuna. Terminologian osalta yritysverkostojen sijaan olisi joissain tapauksissa oikeampaa puhua rihmastosta, jonka luonne on verkostoa autonomisempi ja dynaamisempi ja jolle on otollisissa olosuhteissa ominaista myös enustamaton kasvu.

7. Entä jos

- Jos myyjän palkkaamiseen olisi saatavilla oikeasti tukea
- Jos hallitustyöhön olisi mentorointijärjestelmä kasvuyrityksille
- Jos julkiset rahoitusjärjestelmät tunnistaisivat yritysverkostot

Jos alkavilla, verkostomaisesti toimivilla osakeyhtiöillä olisi käytössään tuki-instrumentti, jonka avulla voisi palkata verkostoa pyörittävän yrityksen ytimeen ja myyntiin henkilökuntaa, saataisiin verkostomallista liiketoimintaa harjoittavan yritysten kasvuvaihe nopeammin käyntiin. Myyntihenkilöiden palkkaaminen tulorahoituksella ja kassavirtaa kasvattamalla vie huomattavasti enemmän aikaa.

Yritysten kasvu nopeutuisi myös, jos niillä olisi käytössään kokenutta konsulttiapua kansainvälisten yhteyksien luomiseen sekä strategiseen suunnitteluun. Harvalla pienyrityksellä on pelkän tulorahoituksen avulla mahdollisuutta palkata ammattikonsulttia liikkeenjohdon tueksi. Saamalla mentoriapua esim.

hallitustyöhön syntyisi irrallisia konsulttitoimeksiantoja pitkäaikaisempaa ja syvempää kehitysyhteistyötä. Kokeneiden hallitusammattilaisten löytyminen pieniin kasvuyrityksiin edesauttaisi koko toimialaa. Kehittämällä ja valmentamalla veturiyhtiötä, saataisiin verkoston muillekin toimijoille vetoapua.

Jos julkiset ja yksityiset rahoitusjärjestelmät tunnistaisivat paremmin yritysverkostot, toimisivat useat nykyisetkin rahoitusinstrumentit tällaisten uusien yritysten kasvua vauhdittavina eivätkä sitä hidastavina, jopa hankaloittavina välineinä.



case | Tero Saarinen Company

Taustayhteisön nimi: Into liikkeessä ry

www.terosaarinen.com

Y-tunnus: 1750370-4

Toimiala: tanssitaide, esittävät taiteet

Perustamisvuosi: Into liikkeessä ry: 2002 (ryhmän aiempi taustayhteisö Poetry in Motion Oy: 1995)

Liikevaihto: ry:n kokonaisvolyymi 1,2 milj.€ (2011)

Henkilöstön määrä: 7 kuukausipalkkaista työntekijää, lisäksi vuosittain noin 70 - 80 henkilöä eri tuotantoihin liittyen

Johto: taiteellinen johtaja ja hallituksen puheenjohtaja Tero Saarinen, toiminnanjohtaja liris Autio

Omistus: Into liikkeessä ry: yhdistyksen jäsenet (Poetry in Motion Oy: 100% Tero Saarinen)

Päätuotteet: tanssiteokset ja esitystoiminta (Poetry in Motion Oy: Tero Saarisen teosten lisensiointi ja harjoittaminen muille ryhmille, tekninen tuotanto)

Tulevaisuus: Toiminta taidelähtöistä, mutta kansainvälisen kysynnän myötä orgaaninen kasvu jatkuu

1. Yritys

Tero Saarinen Companyn toiminnan perimmäisenä tarkoituksena on tutkia, edistää ja välittää humaania maailmankuvaa ja inhimillisiä perusarvoja tanssin kielellä. Ryhmän toiminnasta eli tanssiteosten tuotannosta sekä esitys- ja opetustoiminnasta vastaa Into liikkeessä ry. Tero Saarisen töiden oikeuksia ja niiden lisensointia hallinnoi Saarisen itsensä omistama Poetry in Motion Oy (ent. Toothpick Oy), jonka toimialana on myös teosten harjoittaminen ja tekninen tuotanto.

Tero Saarinen Companylla on sisällöllisesti taidelähtöinen toimintamalli, mutta sen taloudessa ja hallinnoinnissa pyritään liiketoimintaosaamisen maksimaaliseen hyödyntämiseen. Liikeideana on tuotteistaa ryhmän piirissä syntyneitä osaamista eri formaatteihin ja palveluiksi. Tanssin alalla kansainvälisesti katsottunakin tällainen toimintamalli on poikkeuksellinen. Käytännössä se on syntynyt tavoitteesta kompensoida julkisen perusrahoituksen pienuudesta aiheutuvaa epäedullista kilpailutilannetta kansainvälisillä markkinoilla.

Tanssiryhmä aloitti toimintansa vuonna 1995 Tero Saarinen & Company Toothpick -nimellä. Ryhmän toiminta siirtyi vuonna 2002 Into liikkeessä ry:n nimiin. Into liikkeessä ry pyörittää Tero Saarinen Companyn kansainvälistä tuotanto-, esitys- ja opetustoimintaa. Poetry in Motion Oy vastaa Saarisen teosten lisensoinneista ulkomaisille ryhmille sekä muusta Tero Saarinen -brändin palveluliiketoiminnallisesta tuotteistuksesta.

Saarisen teokset ja liiketekniikka ovat tällä hetkellä kansainvälisillä nykytanssin markkinoilla erittäin kiinnostavia. Asiakkaat ovat suuria ja keskisuuria festivaaleja, vierailuteattereita sekä balettitaloja ja tanssiryhmiä eri puolilla maailmaa.

Tero Saarinen Companyn toimintaan liittyvien IPR:ien hallinnointi tapahtuu siis Poetry in Motion Oy:n kautta, joka on Tero Saarisen 100% omistama yhtiö. Yhtiön toimialaluokka on Esittäviä taiteita palveleva toiminta (90020) ja se on perustettu vuonna 1995. Poetry in Motion Oy:n liikevaihto oli vuonna 2010 98 000 €.

Tero Saarinen Company on esiintynyt jo noin 40 maassa ja Saarisen teoksia on lisensoitu 9 maahan. Kaikki ryhmän teokset toteutetaan kansainvälisinä yhteistuotantoina, pääosin ulkomaisella rahoituksella. Ryhmän oman toiminnan tuotoista valtaosa tulee ulkomailta. Tavoitellut kohdemarkkinat ovat maantieteellisesti laajat (Eurooppa, Pohjois- ja Etelä-Amerikka, Aasia, Oseania), mutta b-to-b -asiakassegmentti on tanssin alalla kapea ja suhteellisen helposti hallittavissa. Ulkomailla ryhmän esityskohdattaiset keskikatsojamäärät ovat liikkuneet viime vuosina 540 – 950 ja kotimaassa 240 - 400 katsojassa, esitystiloihin riippuen. Tero Saarinen Companyn esitysten lisäksi Saarisen teokset leviävät maailmalle myös muiden ryhmien kautta. Vuosittain teoksia lisensoidaan muille ryhmille 1-3 maahan.

Tero Saarinen Companyn rahoituksen runkona on oma tulorahoitus. Vuonna 2009 ryhmän kokonaistulot olivat 789 000 €, josta pääsylippu- ja esitystulot kattoivat 40%, muut tulot ja produktioavustukset 11%, valtionavustus 40% ja Helsingin kaupungin toiminta-avustus 9%. Julkinen rahoitusosuus koostuu yhdistyksen vuodesta 2004 alkaen saamasta lakisääteistä VOS-tuesta eli valtionosuusrahoitus käyttökustannuksiin (teatteri- ja orkesterilakiin pohjautuen). Vuonna 2009 tuen suuruus oli 317 555 € vuodessa, jonka lisäksi yhdistys sai toiminta-avustusta Helsingin kaupungilta 74 500 €.

Projektiavustuksista viime vuosina merkittävin on ollut opetus- ja kulttuuriministeriön myöntämä, suuruudeltaan noin 70 000 – 90 000 euron suuruinen kulttuuriviennin kärkihanketuki. EU:n Kulttuuri-ohjelmasta ryhmä sai tukea vuonna 2004 150 000 € Borrowed Light -produktionsa tuottamiseen.

Tero Saarinen Company on mukana Tekesin Vapaa-ajan palvelujen tutkimus- ja kehittämissuunnitelmassa yritysprojektilla, jossa kehityskohteena on Tero Saarinen -brändiin liittyvän palveluliiketoiminnan kehittäminen. Tähän kehitysprojektiin Tekes myönsi yhteensä noin 100 000 € tuen. Kehittämiskohteita ovat palveluliiketoiminnan kannattavuuden ja kilpailukykyyn kannalta keskeiset - tanssiteosten harjoittamiseen, tekniseen tuotantoon sekä viestintään, markkinointiin ja myyntiin – liittyvät prosessit. Kyseessä on

ryhmähanke, jonka osapuolina ovat Tero Saarinen –teosisenssimyyntiin keskittynyt Poetry in Motion Oy ja Tero Saarinen Companyn tuotanto- ja esitystoiminnasta vastaava Into liikkeessä ry. Tero Saarinen Company on myös mukana Finpron Luovimo-ohjelmassa, jossa valmennetaan suomalaisia kasvuyrityksiä toimimaan kansainvälisessä ympäristössä.

2. Tanssin alan tilanne yrityksen näkökulmasta

Koko esittävän taiteen alalla tanssin tukiosuus julkisista varoista Suomessa on kansainvälisesti vertailtuna varsin pieni. Noin 95% julkisesta valtiollisesta tuesta jaetaan teattereille. Suomessa toimialalla on tyypillistä, että valtion ja kunnan avustuksen osuus n. 70% toiminnasta ja omarahoitus n. 30%. Tero Saarinen Companyn kohdalla julkisen lakisääteisen tuen osuus on alle 50%.

Muissa länsimaissa on yleistä, että kansainvälistä toimintaa harjoittavat tanssiryhmät ovat hyvin vahvasti julkisrahoitteisia, useiden toimiessa pelkästään julkisten tukien varassa. Kansainvälisessä markkina-kilpailussa tämä asettaa suuria haasteita Tero Saarinen Companyn toiminnalle: Ryhmän on mahdotonta pärjätä hintakilpailussa, vaan vahva, tunnettu brändi on korkean laadun lisäksi ainoa kilpailukeino kansainvälisillä markkinoilla, joilla muiden saman koko- ja tasoluokan kilpailijat toimivat voimakkaasti omien kotimaidensa subventoimina.

3. Yrityksen kehitysvaiheet ja niiden rahoitus

Alkuvaihe 1995 – 2002:

Tero Saarinen perusti ryhmän 1995 ja ensiesitys Ruotsissa oli vuonna 1996. Esitystoiminta on alusta asti ollut kansainvälistä ja tuotannoissa aina mukana ulkomaista rahoitusta. Kotimaan avustukset olivat alkuvaiheessa pieniä. Vuoteen 2002 saakka ryhmä toimi nimellä Company Toothpick.

Kansainvälinen tunnettuus kasvaa 2003 – 2008:

Omatuotantoisten sesonkien järjestäminen alkoi vuonna 2003. Vuonna 2004 ryhmän tanssitoiminta pääsi lakisääteisen valtionavustuksen (VOS) piiriin. Panostuksia viestintään, markkinointiin ja brändin hallintaan tehtiin opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuriviennin kärkihanketuen avulla.

Liiketoimintamallin ja prosessien kehitysvaihe 2009 – 2011:

Toiminnan ja kasvun vakiintuessa vuonna 2009 ryhmässä taiteellisena johtajana, koreografina ja tanssijana työskentelevä Tero Saarinen pystyi ensimmäistä kertaa nostamaan kuukausipalkkaa ryhmältään. Tekesin vapaa-ajan kehitysprojektin kautta käynnistettiin palveluprosessien kehittämisprojekti, jonka tukirahoitus on 100 000 €. Lamavuonna 2009 ryhmän taloudellinen kokonaisvolyymi laski, vaikka toimintaa oli ennätyksellisesti 13 eri maassa. Julkisten lakiperusteisten tukien osuus oli vuonna 2009 lammavuodesta johtuen poikkeuksellisen korkea, 49%, kansainvälisen kysynnän kohdistuessa aiempaa pienimuotoisempiin esityksiin. Vuodesta 2011 on tulossa ryhmän historian vilkkain sekä taloudellisella että toiminnallisella volyyymilla mitattuna.

4. Riskienhallinta

Henkilöstökuluvaltaisen toiminnan riskit on pyritty pitämään hallittavissa verkostomaisella toimintamuodolla, eli jakamalla eri toiminnot yhdistyksen sekä alihankkijaverkoston kesken kustannustehokkaasti, mutta kuitenkin laatua maksimoiden. Käytännössä tanssiryhmän tuotanto- ja esitystoiminta on laajan, vakituisen alihankkijaverkoston ja freelancer-työntekijöiden varassa. Yhdistyksen vakituisen kuukausipalkkaisten työntekijöiden määrä on pieni.

Riskiä on pyritty hallitsemaan myös tuotteistamalla palveluita ja laajentamalla tanssiryhmän rahoitus-pohjaa eli luomalla rahoitukseen monta eri lähdettä. Käytännön tasolla merkittävä riski liittyy pienen ydinhenkilökunnan jaksamiseen, sillä kokonaisvaltaisesti ja täydellä antaumuksella tehty työ on teki-jöilleen raskas.

5. Lähitulevaisuuden suunta, kasvu ja toimet?

Tero Saarinen –brändin lähitulevaisuuden tavoitteet liittyvät seuraaviin osa-alueisiin:

- Tero Saarinen Companyn esitysvolyymien kasvattaminen
- lisensointitoiminnan nopeuttaminen
- aiempaa kokonaisvaltaisemman palvelutuotekokonaisuuden myyminen osana teoslisensointeja
- tanssielokuvatuotannon käynnistäminen
- opetustoiminnan tuotteistaminen

Toiminnan tavoitteet määritellään aina taiteellisista tavoitteista lähtien, ei kasvun tai liikevaihdon pohjalta. Keskeistä on halu työllistää tanssin ammattilaisia paitsi esitystoiminnassa myös opettajina, assistentteina ja harjoittajina.

Kotimaassa ryhmän tavoitteena on jatkaa ja laajentaa nykyisellään Helsinkiin keskittyvää esitystoimintaa, joka on tavoittanut hyvin paitsi pääkaupunkiseudun yleisöt myös koti- ja ulkomaiset matkailijat. Lisäksi tavoitteena on käynnistää säännöllinen kiertue-toiminta myös muualla kotimaassa. Pitkän tähtäimen tavoitteena on myös Tero Saarisen liiketekniikkaopetusta antavan koulun perustaminen Helsinkiin. Koulun opetustarjonta on suunnattu sekä koti- että ulkomaisille ammattitanssijoille sekä tanssiopiskelijoille.

6. Millaista rahoituksen pitäisi olla?

- Tukea teknisten ja tuotannollisten prosessien kehittämiseen
- Mentorointitukea kaupallisen toiminnan suunnitteluun ja kehittämiseen

Kansainväliselle huipulle pääsy ja siellä pysyminen edellyttää tanssiryhmältä paljon muutakin kuin korkeatasoista taiteellista tanssiesitysoosaamista. Menestys perustuu ensisijaisesti taiteelliseen laatuun ja omaperäisyyteen, mutta siihen tarvitaan myös huipputason teknistä ja tuotannollista osaamista sekä kykyä ammattimaiseen prosessien hallintaan. Näiden osa-alueiden kokonaisvaltaiseen kehittämiseen eivät taiteen perinteiset rahoitusmuodot kuitenkaan tarjoa mahdollisuuksia.

Taiteellista toimintaa tulisi tukea myös rahoitukseen liittyvällä mentoroinnilla. Taloudellisen toiminnan perussuunnittelussa mm. tuotto-odotusten laskentaan kaipaisi moni esittävän taiteen liiketoimintaa harjoittava yhtiö tai ryhmä tukea.

7. Entä jos

- Jos Suomessa olisi riittävän suuri esitystila isoille, kansainvälisen tason tanssituotannoille.
- Jos esitystekniikan osaamispotentiaali hyödynnettäisiin täysimääräisesti
- Jos taiteellisen toiminnan tukemisen lisäksi tuettaisiin myös teknisten ja tuotannollisten prosessien kehittämistä
- Jos myös kulttuurin perusrahoitus kannustaisi toimijoita korkeaan kansainväliseen laatuun sekä taiteellisesti että tuotannollisesti

Jos maastamme löytyisi isoihin tanssituotantoihin riittävän suuri esitystila, olisi meillä mahdollisuus esittää suurimpia teoksiamme säännöllisesti myös kotiyleisöille - sekä tuoda maahan aiempaa huomattavasti enemmän kansainvälisiä tuotantoja. Tämä edesauttaisi koko tanssitoimialan toimijoiden kansainvälistymistä ja hyödyttäisi myös muita esittävän taiteen toimialoja sekä kasvattaisi niihin liittyvää liiketoimintaa.

Suomesta löytyy korkeatasoista valo- ja äänisuunnitteluun sekä teatteritekniikkaan liittyvää osaamista, jonka liiketoimintapotentiaali on seurausta luovien toimialojen kansainvälisestä kasvusta. Panostamalla taiteellisten sisältöjen ja teknologiaosaamisen yhdistämiseen sekä liiketoimintaosaamisen, -konseptien ja prosessien kehittämiseen osaamisen ympärille voisi synnyttää merkittävää kansainvälistä liiketoimintaa.

Kulttuurin perustoiminta-avustuksia jaettaessa toiminnan kansainvälinen laatu tulisi nähdä kansallisen ja alueellisen merkittävyyden rinnalla rahoitusta perustelevana tekijänä. Taiteelliseen ja tuotannolliseen laatuun kannustaminen parantaisi kulttuurin perusinfrastruktuurin toimintaa sekä siihen liittyvän potentiaalın hyödyntämistä myös kulttuuriviennin ja –matkailun kautta.



Borrowed Light
Koreografia Tero Saarinen
Kuva: Jonas Lundqvist

4.8 TULORAHALLA KASVAMINEN

case | **Golla Oy**

Nimi: Golla Oy

www.golla.fi

Y-tunnus: 0997012-6

Toimiala: muotiteollisuus, laukkujen suunnittelu

Perustamisvuosi: 1995

Liikevaihto: 29 miljoonaa euroa (2010)

Henkilöstön määrä: 65

Johto: perustaja ja toimitusjohtaja Petri Kähkönen

Omistus: toimitusjohtaja Petri Kähkönen 97,5%, hallituksen puheenjohtaja Heikki Saarinen 2,5%

Päätuotteet: kannettavien mobiililaitteiden laukut

Tulevaisuus: kasvattaa Golla-laukuista kuluttajaa entistäkin lähempänä oleva ja maailmanlaajuisesti nykyistäkin tunnetumpi kansainvälinen kulutustavarabrändi

1. Yritys

Golla on vuonna 1995 perustettu kannettavien tietokoneiden, matkapuhelinten, kameroiden ja muiden mobiililaitteiden kantamiseen tarkoitettuja laukkuja tuottava yritys. Golla on muotiteollisuuden kansainvälinen, kasvava yritys, jonka markkinat ovat globaalit. Suomen osuus markkinoista on vain 1 – 2 %. Isoimmat kohdemaat ovat Latinalainen Amerikka sekä Euroopassa Saksa ja Ranska. USA:n lisäksi Aasian suunnalla Intia, Japani ja Kiina ovat vahvoja kasvualueita.

Yrityksen juuret ovat uudenlaisten, korkealuokkaisten käyttöesineiden muotoilussa. Gollan ensivaiheen tuotteet olivat mm. kännykkä- ja cd-levytelineitä, joiden uusi ja erilainen muotokieli herätti huomiota maailmalla. Tällä hetkellä Golla-konserni on keskittynyt laukkujen suunnitteluun ja tuotantoon. Yhdeksän hengen suomalainen suunnittelijajoukko suunnittelee kaikki yhtiön tuotteet Helsingin pääkonttorissa. Laukut valmistetaan Gollan sopimustehtaissa Kiinassa.

Yhteistyövaihe 2000-luvun alussa Nokian matkapuhelintuotannon kanssa ohjasi yrityksen suuntaa muista muotoilutuotteista matkapuhelinten kuljetuslaukkuihin. Tästä tuotevalikoima laajeni nopeasti muiden mobiililaitteiden ja kannettavien tietokoneiden sekä kameroiden kantamiseen suunniteltuihin laukkuihin.

Golla on kasvanut tulorahalla. Yhtiössä ei ole ulkopuolista omistusta eikä muita yksityisiä tai julkisia rahoitusinstrumentteja ole käytössä. Yrityksen parina ensimmäisenä toimintavuotena Golla haki ja sai TE-keskuksen tukea kansainvälisille messuille osallistumiseen. Tuen suuruus oli 50% kokonaismessubudjetista. Tämän jälkeen yhtiö on toiminut ja laajentunut pelkästään tulorahoituksen voimin.

Golla työllistää tällä hetkellä 65 henkeä ja viime vuosien koko konsernin liikevaihdon kasvu on vakiintunut 20%:iin vuosittain. Yhtiön kasvu on ollut erittäin nopeaa ja kannattavaa. Yrityksen tuotteita myydään jo sadassa maassa ja n. 30 000:ssa myymälässä. Suomessa yhtiön liikevaihto on viime vuosina edelleenkin tuplaantunut vuosittain. Lisäksi Golla on saanut paljon julkista huomiota merkittävien suomalaisten yrityspalkintojen myötä. Golla Oy palkittiin vuonna 2009 Yritysmailman parhaat -palkinnolla vuoden yrityksenä ja vuonna 2011 Tasavallan presidentin kansainvälistymispalkinnolla.

2. Muotiteollisuuden tilanne yrityksen näkökulmasta

Muotiteollisuuden tuotteiden suunnittelun ja tuotannon rytmi ohjaa Gollan liiketoimintaa. Joka vuosi tulee uusi mallisto ja tuotteita kehitetään jatkuvasti trendien ja kuluttajapalautteen mukaan. Muotialan markkinat ovat lähtökohtaisesti kansainväliset.

Alan haasteena Suomen kannalta on nähtävissä sinänsä korkeatasoisen koulutusjärjestelmän jähmeys ja tietyn tyyppinen 'patsastelu'. Huippusuunnittelijoiden nimen ja maineen edellytyksenä on kuitenkin aina oltava haluttava tuote, se mitä kuluttaja haluaa ostaa. Suomessa on korkealuokkaista kuluttajatuotemuotoilun kansainvälistä potentiaalia mm. Polar Electron ja Suunnon tuotteissa. Tuotekeskeisillä maailmanmarkkinoilla toimintatavan keveys ja nopeus ovat kuitenkin elinehto. Pelkästään hyvä design ei riitä.

3. Yrityksen kehitysvaiheet ja niiden rahoitus

Alkuvaihe 1995 – 2000:

Yrityksen alkuvaiheessa, ensimmäiset 5 vuotta yritys suunnitteli ja valmisti esineitä ja muotoilutuotteita mm. muovisia matkapuhelin- ja CD-levytelineitä. Yritys työllisti aluksi kolme henkeä ja henkilöstön määrä kasvoi tilauskannan kasvun myötä. Pääasiallinen rahoitustapa on kuitenkin alusta asti ollut tulorahoitus. Yritys sai alkuvaiheessaan ensimmäisten kansainvälisten messuosallistumistensa kuluihin TE-keskuksen kansainvälistymistukea 50% messukuluista.

Kasvua Nokia-yhteistyöstä ja keskittyminen laukkuihin 2001 – 2005:

Yhtiön kasvu on tapahtunut tulorahoituksella. Alkuvaiheen jälkeen Golla ei ole hakenut ulkopuolisia tukia tai rahoitusta. Yrityksen liikevaihto tuplaantui vuosittain. Vuodesta 2001 – 2003 yritys toimi Nokian alihankkijana ja matkapuhelinlaitteiden kantamiseen suunnitellut laukut olivat Nokia-merkin alla. Vuodesta 2003 alkaen irrottautuminen Nokiasta avasi tuotteiden kehityksen ja laajentamisen kansainvälisen muotiteollisuuden kuluttajamarkkinoille.

Kansainvälisen kuluttajatuotemarkkinan laajentaminen 2006 – 2011:

Golla on laajentanut markkina-aluettaan ja valikoimaansa tämän ajanjakson aikana voimakkaasti. Yrityksen työntekijämäärä on noussut 65:een henkilöön ja sen tuotteita myydään sadassa eri maassa.

4. Riskienhallinta

Yrityksen riskit liittyvät muotiteollisuuden rytmissä elämiseen ja tuotteiden jatkuvaan uudistamiseen. Keskeistä on onnistuminen trendien ennakoinnissa ja erilaisten markkina-alueiden toimintakulttuurien ymmärtäminen.



5. Lähitulevaisuuden suunta, kasvu ja toimet?

Gollan tavoitteena on vakaa kasvu ja brändin tuominen lähemmäs kuluttajaa. Joka osa-alueella on tarkoitus kehittyä paremmaksi. Kansainvälinen toimintaympäristö edellyttää luonnollisesti myös panostuksia myynnin ja brändinhallinnan kehittämiseen. Lähitulevaisuudessa mallistoon on tulossa mukaan myös muutamia kalliimman hintaluokan tuotteita vastaamaan mm. Applen Accessories -sarjan aselmiin haasteisiin korkean hintaluokan laukuista.

6. Millaista rahoituksen pitäisi olla?

- Kansainvälistyminen on osa perustoimintaa
- Yhtiön ulkopuolisen riskirahan on tuotava muutakin lisäarvoa kuin tukevampi kassa

Yritysten kansainvälistymisen pitäisi olla osa yrityksen perustoimintaa, ei irrallinen tukikohde. Tuotteiden tulisi olla ehdottomasti koko toiminnan tarkastelun keskiössä. Aiemmin suljetulla kotimarkkinalla saattoi pärjätä vähän huonommallakin tuotteella, mutta avoimen kilpailun kansainvälisessä toimintaympäristössä tuotteen on oltava hyvä ja yritystä arvioitaessa pitäisikin arvioida ensisijaisesti tuotteen pärjäämistä.

Yrityksen ulkopuolisen riskirahan pitäisi aina tuoda yritykseen muutakin lisäarvoa. Muuten se on yrittäjälle vain taakka. Jos ulkopuolelta saadaan rahan mukana toimintaan mukaan kokemusta, kontakteja ja mentorointia, paranevat yrityksen menestymisen mahdollisuudet.

7. Entä jos...

- Jos tuotteisiin saisi rahoitusta
- Jos yrityksillä olisi enemmän rohkeutta toiminnan kasvattamiseen
- Jos kansainvälinen toimintatapa olisi lähtökohta eikä myöhemmin tuleva lisä

Tuotteisiin keskittyvällä panostamisella, ja miksei myös rahoituksella, suomalaiset yritykset pärjäisivät paremmin kansainvälisillä markkinoilla. Huolellisuus tuotteen suunnittelussa, laadussa ja markkinoiden sekä kilpailevien tuotteiden kartoituksessa on perusedellytys menestymiselle.

Jos yrittäjät olisivat rohkeampia kokeilemaan reilulla 'tekemisen meiningillä' uusia asioita, nähtäisiin varmasti enemmän myös suomalaisia menestystarinoita. Yrittämiseen liittyvää vastuun kantamista unohtamatta, asioita voi tehdä yksinkertaisesti kokeilemalla siipiään. Kansainvälisellä markkinalla toimiminen ei vaadi 'huipputiedettä', vaan järjestelmällisiä tekoja asetetun tavoitteen eteen.

4.9 AVUSTUSTA MIKROYRITTÄJÄN LIIKETOIMINNAN KEHITTÄMISEEN

*Artikkelin kirjoittaja **Raija Partanen** toimii Keski-Suomen liitossa projektipäällikkönä, vastuualueenaan luova talous ja kulttuuri.
raija.partanen@keskisuomi.fi*

SIEMENRAHAA LUOVIAN ALOJEN PIENYRITTÄJILLE

Keski-Suomen liitto on jakanut luovan alan siemenrahoitusta vuodesta 2004 lähtien, osana maakunnan luovan alan ja luovan talouden kehittämistä. Rahoitus räätälöitiin täyttämään aukkoa, joka jää perinteisen yritysten tukirahoituksen ja kulttuurin apurahajärjestelmien väliin. Alkuvaiheen 20 000 eurosta jaettava rahasumma on tasaisesti kasvanut, ja vuonna 2011 se on jo 100 000 euroa. Keskimääräinen yhden yrityksen saama rahoitus on 1 000 – 5 000 euroa.

Vuoden 2011 alussa siemenrahoitus uusiutui siten, että Keski-Suomen liiton lisäksi osarahoittajana on myös Jyväskylän seudun kehittämissyhtiö Jykes. Avustettavien piiriä myös laajennettiin, ja nyt siemenrahoitusta voivat luovan alan lisäksi hakea myös hyvinvointialan, matkailun ja teollisuutta palvelevien alojen mikroyritykset ja palveluntarjoajat. Peräänkuulutamme myös useamman yrityksen yhteishakemuksia.

Tukea mikroyrityksen tuotekehitykseen, kansainvälistymiseen ja verkostoihin

Rahoitusta voi hakea hyvin monenlaisiin tarkoituksiin yksittäisen tuote- tai palveluidean kehittämisestä kansainvälistymiseen ja verkostokumppanuksien rakentamiseen. Tuettavan toiminnan tulee olla tavoitteellista ja hakijan on pystyttävä kuvaamaan tavoitellun kehityksen suunta.

Hakemisprosessi on haluttu tehdä mahdollisimman asiakasystävälliseksi, ja vuosien harjoittelun tuloksena ja alkuvaiheen kompurointien opettamana tässä on kohtuullisen hyvin onnistuttukin. Hakemuslomake on yksinkertainen täyttää, omarahoitukseksi hyväksytään kohtuullisessa määrin oman työn osuus, hakemukset käsitellään nopeasti ja myönteisen rahoituspäätöksen saaja voi välittömästi päätöksen saatuaan laskuttaa puolet avustussummasta ilman sen kummempia perusteluja.

Vähän byrokratiaa ja nopea käsittely malliksi muillekin?

Näin kevyen rahoitusinstrumentin on mahdollistanut se, että Keski-Suomen maakuntavaltuusto on aikanaan perustanut kuntien rahoittaman Keski-Suomen Kehittämisrahaston. Rahaston tehtävänä on tukea laaja-alaisesti maakunnan kehittämistä, mm. tukea maakunnan henkistä ja taloudellista vaurastumista sekä edistää uusia avauksia. Maakuntahallitus tekee vuosittain päätöksen siemenrahoituksesta ja siihen käytettävästä rahasummasta. Yksittäiset rahoituspäätökset valmistellaan laajassa asiantuntijaryhmässä, jonka ehdotuksen pohjalta virallisen päätöksen tekee maakuntajohtaja.

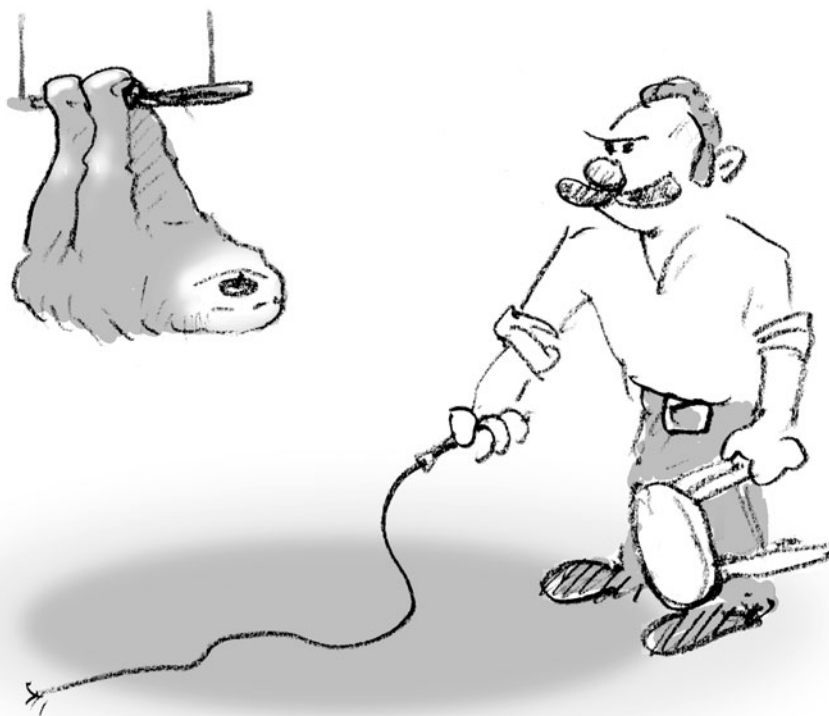
Siemenrahoitus on nyt ollut käytettävissä vuodesta 2004 lähtien, ja tähän mennessä rahoitusta on myönnetty 94 yritykselle ja toimijalle. Parhailtaan on tekeillä arviointi siemenrahoituksesta ja sen vaikutuksesta em. yrityksille. Arviointi valmistuu alkukeväästä 2011.

Siemenrahoitus on osoittautunut pienessä mittakaavassa varsin käteväksi ja joustavaksi yritysten kehittämisinstrumentiksi. Keskeisiä kysymyksiä ovatkin nyt:

- Mahtaisiko vastaava toimia myös suuremmissa mittakaavassa?
- Voitaisiko muitakin yrityksille suunnattuja kehittämisrahoituksia yksinkertaistaa ja virtaviivaistaa?
- Saataisiko useampi pienyritys nopeammin kehittymään, jos hakuprosessi olisi riittävän kevyt?

Monelle mikro- ja pk-yritykselle hakemusprosessi on tuskaisaa seikkailua paperi- ja lausuntoviidakossa. Aikaa ja osaamista tarvitaan – joita kumpaakaan pienellä yrityksellä ei välttämättä ole. Monia hakemusprosesseja voitaisiin muokata huomattavasti asiakasystävällisemmiksi niin, että pienetkin yritykset helpommin pääsisivät rahoitusten piiriin. Pienessä piilee usein suuri mahdollisuus, ellei peräti se peräänkuulutettu innovaatio!

5.0 TOIMIALOJEN NÄKÖKULMA RAHOITUKSEEN



5.1 MITÄ JÄÄ SUOMEEN?

*Artikkelin kirjoittaja **Petra Theman**, VTM, on Favex ry:n (Finnish Film & Audiovisual Export) ensimmäinen toiminnanjohtaja. Hän on diplomaatti virkavapaalla ulkoasiainministeriöstä ja on erityisen kiinnostunut siitä, mistä Suomi aikoo jatkossa paitsi elää myös kasvaa.*

petra.theman@favex.fi

AUDIOVISUAALISTEN TUOTANTOJEN JA KANNUSTIMIEN VAIKUTUKSET KANSANTALOUDELLE

Termihirviön ”audiovisuaaliset alat” taakse kätkeytyy mitä mielenkiintoisimpia sektoreita, joille yhteistä on mm. se, että niiden ansaintalogiikka perustuu joko palvelutoimintaan tai tekijänoikeuspohjaiseen toimintaan. Alan kasvua määrittelee laajasti digitaalisuuden mukanaan tuomat haasteet ja mahdollisuudet, sekä luovan ytimen (yleensä elokuva, TV-sarja tai peli) ympärille nivottu muu ansainta, kuten esimerkiksi kirjat, tapahtumat, remake-oikeuksien myynti, online-palvelut, pehmolelut ja muu merchandising jne.

Opetus- ja kulttuuriministeriö määrittelee audiovisuaalisen alan seuraavasti: ”televisiotoiminta, elokuva-ala, mediataide, peliteollisuus, muu audiovisuaalinen kulttuuri- ja sisältötuotanto tallennus-alustoista tai jakelukanavista riippumatta, alan koulutus, elokuva- ja audiovisuaalinen kulttuuriperintö”.

Erityisen mielenkiintoisia audiovisuaaliset alat ovat kansainvälistymisen, viennin ja ulkomailta saatavien investointien näkökulmasta. Kyseessä kun on helposti monistettavaa ja skaalautuvaa, osittain teollisuudeksikin luokiteltavaa toimintaa, jonka jakelukanavat ovat selkeät. Maailmanlaajuisesti viihteessä ja sisällöntuotannossa on kyse todella suurista talouden sektoreista, joilla on mittavia heijastevaikutuksia koko yhteiskuntaan, palvelurakenteisiin, matkailun ja monien muiden alojen liiketoimintaan ja kasvuun, sekä mielikuviin eri maista ja tuotteista.

Suomen potentiaali

Suomessa on aikaisemmin ollut vallalla ajattelutapa, jonka mukaan sisällöntuotanto - sekä fiktiivinen fakta - on hyvin kansallista toimintaa, johtuen erityisesti käytetystä kielestä. Itsenäinen audiovisuaalinen teollisuus on Suomessa myös suhteellisen nuorta, erityisesti mikäli katsotaan televisiotuotantoa. Aivan viime vuosina muutosta on kuitenkin ollut havaittavissa usean eri taustatekijän seurauksena:

Ensinnäkin Suomessa vaikuttaa nyt myös audiovisuaalisella alalla sukupolvi, joka ei tekemisessään ajattele ensisijaisesti maantieteellisiä rajoja vaan (usein itsensä kanssa samanhenkisiä) kohderyhmiä ja tietystä genrestä pitävää yleisöä.

Toiseksi teknologinen kehitys on mahdollistanut paljon, mm. eri versioiden tekemisen jo tuotantovaiheessa, tai esimerkiksi globaalit työryhmät. Audiovisuaalinen ala voi olla nyt alusta loppuun digitaalisen prosessin kautta tehtyä ja nähtyä, kuvauksesta ja jälkituotannosta levitykseen ja katselukokemukseen. Suomi on tässä ehdottomasti edelläkävijämaiden joukossa.

Kolmanneksi maailmalla tarvitaan ja vaaditaan sisältöä yhä enemmän kaikilla jakelualustoilla. Televisio-toimialalla kanavien määrä ja kilpailutilanne on jo useimmissa maissa sellainen, että juuri omalle kohderyhmälle sopivaa ja monipuoliseen ansaintalogiikkaan soveltuvaa innovatiivista sisältöä haetaan aina maantieteellisesti laajalta alueelta.

Lopuksi on muistettava, että esim. dokumenttielokuvat, TV-formaatit, animaatiot ja lapsille suunnattu tuotanto ei ole koskaan ollut kielestä tai kuuluisista näyttelijöistä riippuvaista sisältöä. Kansainvälisen levityksen toteutumista määrittelevät ennemminkin hyvä idea ja toteutus sekä muilta aloilta tutut kansainvälistymisen "reunaehdot" eli oikeat yhteistyökumppanit, investointi- ja resursointimahdollisuudet, hyvät kontaktit jne.

Suomessa koulutetaan suuri määrä alan ammattilaisia vuosittain ja täällä on jo kuvattu useaa kansainvälistä elokuva- ja TV-tuotantoa, joiden katsojamäärät lasketaan nopeasti kymmenissä miljoonissa. Suomesta on viime aikoina myös myyty laajasti niin valmista TV-ohjelmaa, formaatteja, animaatioelokuvaa kuin dokumentteja ja luovaa osaamista (esim. mainoselokuva- ja musiikkivideo-ohjaajat), pitkälti yli sataan maahan. Suomella on hieno hetki tarttua tilaisuuteen ja nostaa audiovisuaalinen ala menestyneistä yksittäisilmiöistä päämäärätietoiseksi ja merkittäväksi liiketoiminnaksi.

Alan tuotantoyhtiöiden liikevaihto on kasvanut vuosi vuodelta, ollen vuonna 2009 220 miljoonaa euroa. Ennusteiden mukaan (mm. Price Waterhouse Coopers) ja tuotantokannustimien avulla päästäisiin jo lukuun 352 miljoonaa euroa vuoteen 2015 mennessä.

Syyt kannustimien olemassa oloon

AV- ja peliala perustivat alkuvuodesta 2010 Pyöreän pöydän keskustelemaan eri kilpailijamaissa toimivista kannustimista ja niiden merkityksestä sekä ulkomaisten tuotantojen houkuttelulle että kotimaisen luovan teollisuuden kehittämiseksi.

Keskusteluissa päädyttiin siihen väistämättömään lopputulemaan, että kyseessä on todellinen momentum: alan potentiaali on jo osoitettu ja juuri nyt se voitaisiin valjastaa uuden modernin Suomen luomiseen. Lisäksi uhkakuvat olivat hyvin selkeät; ilman kannustinta yhä suurempi osa suomalaisesta tekijänoikeuspääomasta valuu ulkomaisille toimijoille, hyödyttämään aivan muita maita kuin Suomea. Suurten suomalaisten AV-tuotantojen kuvaukset siirtyisivät yhä enemmän muihin maihin, joissa kannustimet ovat käytössä, ja näin kuvausten merkittävä hyöty kansantaloudelle ja alueille jäisi Suomelta saamatta.

Luovaa osaamista on vaikea sellaisenaan siirtää ulkomaille, mutta toisaalta jokainen suurempi AV-tuotantoyhtiö harkitsee tuotantokohtaisesti tarkkaan, missä tuotanto kannattaa kuvata. Kyseessä on siis lähtökohtaisesti liikkuva ala, jossa kaiken lisäksi liikkuu hyvin suuret rahat.

Miksi näitä kannustimia on luotu lähes kaikkiin muihin kanssamme kilpaileviin maihin viimeisen kymmenen vuoden aikana? Koska:

- kyseessä ovat suuret tulovirrat ja investoinnit
- kannustin on riskitön tapa houkuttaa niitä
- tuotantojen suora ja välillinen kulutus ja palveluostot ovat niin merkittäviä myös pääkaupunkiseutujen ulkopuolisille alueille
- ne vaikuttavat suoraan työllisyyteen
- ne edistävät matkailutulojen saamista
- ne vaikuttavat maabrändiin ja ao. maan tuotteiden näkyvyyteen
- ne edistävät ao. maiden tuottajien ja toimijoiden varteenotettavuutta kv-toimijoina ja osatuottajina
- ne kasvattavat luovien alojen työmahdollisuuksia ja osaamista (ml. näyttelijät, käsikirjoittajat, ohjaajat, kuvaajat)
- ja ennen kaikkea: koska ne luovat, säilyttävät ja tuovat enemmän immateriaalioikeuksia ja tuloja ao. kansantaloudelle

Jopa Irlannin ja Islannin kaltaiset vaikeissa talousvaikeuksissa kamppailevat maat ovat tiukasti pitäneet kiinni tuotantokannustimistaan AV-alalle. Mikä paremmin osoittaisi niiden toimivuuden?

Kannustimia ja tuotantojen merkitystä kansantaloudelle on tutkittu laajasti yliopistotasolla asti. Yleensä niille lasketaan kerroin 2 – 4, eli jos esimerkkituotanto kuluttaisi suoraan Suomessa 3 miljoonaa euroa, olisi sen kokonaisvaikutus kansantaloudelle vähintään 6 miljoonaa euroa. Kannustin on siis sekä mahdollisuus nostaa viennin jalostusarvoa että saada investointeja ulkomailta.

Mikä on tuotantokannustin?

Kyseessä on EU:n tunnustama malli nimenomaan AV-alalle. Ensimmäiset AV-kannustimet luotiin Irlannissa ja ne olivat silloin verotuksen kautta saatavia kannustimia. Perusajatus on a) etukäteisarviointi ja b) takautuvuus palautuksissa. Kunkin hankkeen on läpäistävä pisteytysjärjestelmä ja täytettävä asetetut kriteerit, esim. minimikulutuksesta ao. maassa ja tuotannon työvoiman kansalaisuuteen liittyen. Pisteytyksen läpäisyn jälkeen tuotanto saa alustavan hyväksynnän pääsystä kannustinjärjestelmän piiriin ja se voi saada esim. pankkilainaa tai yksityisen sijoittajan rahoittamaan tuotantoaan kannustinpalautuksia vastaan.

Tuotannon päätyttyä tehdään tilitys, jossa arvioidaan tuotannon konkreettinen kulutus maassa. Loppusummasta myönnetään palautus kannustinrahastosta, ennalta määritellyn prosenttiluvun mukaisesti (esim. 30 %), siis suhteessa Suomessa kulutettuun summaan. Hakuoikeus olisi EU-lainsäädännön mukaisesti sekä ulkomaisille ja ulkomaiseen levitykseen tähtäville kotimaisille tuotannoille.

Kyseessä on kaikissa maissa nimenomaan teollisuudenalan kehittämiseen ja alueiden palveluelinkeinojen kehittämiseen tähtävää toimintaa.

Kannustimien vaikutukset on dokumentoitu selkeästi. Unkarissa tuotantoyhtiöiden liikevaihto 6,5-kertaistui kannustimen vaikutuksesta viidessä vuodessa (2003: 20 milj € -> 2008: 130 milj. €). Uudessa Seelannissa Taru Sormusten Herrasta tuotti valtiolle yli kolminkertaisesti tuotantobudjetin summan ja siksi jatko-osat Hobbiteista kuvataan myös Uudessa Seelannissa valtion kannustimen tuella. 500 miljoonan US-dollarin tuotantokulutuksen lasketaan tuovan maahan n. 1,5 miljardin USD:n tuotot, kun mukaan lasketaan investoinnit infrastruktuuriin, matkailutuotot, vaikutus maabrändiin ja tekijänoikeustuotot. Uusi-Seelanti tukee tuotantoa 25 miljoonalla dollarilla.

Mitä maksaa?

Viimeisin EU-maa, jossa kannustinjärjestelmä on luotu, on hyvin Suomeen verrattavissa oleva Itävalta. Itävallassa on varattu kahdelle vuodelle 20 miljoonaa euroa palautuksia varten.

Kannustimien palautusprosentti suhteessa maassa kulutettuun summaan on eri maissa 20 – 40 %. Joissain maissa on asetettu tavoitteeksi isot tuotannot, jolloin tuotannossa on investoitava ja ostettava palveluita minimissään 1 milj. eurolla. Joissain maissa palautuksille on määritelty katto esim. riippumatta tuotannon jättämästä rahasummasta voidaan maksaa enintään 4 milj. euroa palautuksina yhtä tuotantoa kohden.

Monissa maissa rahastosta muodostuu ns. public-private -rahasto ajan kuluessa. Rahasto voi myös vaatia pientä prosentuaalista osuutta menestystuotteista jälkikäteen ja siten kasvaa itse. Kokonaisuutena nk. "Film Friendly" -maine, tietoisuuden kasvaminen osaamisestamme ja järjestelmä, joka helpottaa sijoittajan riskiä, houkuttelee yksityisiä ja ulkomaisia investointeja alalle.

AV- ja pelialan Pyöreä pöytä on ehdottanut, että aihe tulee kirjata seuraavaan hallitusohjelmaan ja selvittää Suomelle sopivin malli sekä rahastoa hallinnoivat tahot. Ehdotuksessa ovat mukana sekä alan työnantajat että työntekijät ja näiden lisäksi edunvalvontajärjestöt, Suomen elokuvasäätiö, alueelliset komissiot ja kaikki muut modernin Suomen luomiseen liittyvästä työkalusta kiinnostuneet.

Käsillä olisi selkeä mahdollisuus saattaa audiovisuaalinen teollisuus ja peliteollisuus luovan teollisuuden todellisiksi menestystarinoiksi, ja samalla luoda alojen ulkopuolelle monipuolista ansaintaa, työllisyyttä ja mainetta. Kannustimen avulla Suomeen jäisi siis ennen kaikkea paljon hyvää.

5.2 ANIMAATIOALAN NÄKÖKULMA

Artikkelin kirjoittaja **Liisa Vähäkylä** on Finnanimationin toiminnanjohtaja, joka työssään seuraa näköalapaikalta sekä suomalaista että kansainvälistä animaatioalaa.
liisa.vahakyla@finnanimation.fi

ANIMAATIOALAN NÄKÖKULMA ELOKUVIEN, SARJOJEN JA PELIEN RAHOITUKSEEN

Uusien animaatioalan yritysten syntyminen Suomeen 1990-luvun lopulla ja 2000-luvun alussa on tuottanut monia haasteita elokuvien ja TV-sarjojen rahoitukselle. Animaatiolla on laajoja käyttömahdollisuuksia niin teollisuudessa, arkkitehtuurissa, opetuksessa kuin mainonnassakin. Suurimmat animaatioalan omat tuotteet ovat pitkiä TV-sarjoja tai pitkiä elokuvia sekä pelejä.

Televisio- ja elokuvatuotannossa animaatioita pidetään usein kalliina, vaikka lyhyessä mainosfilmmissä animaatio voikin säästää kustannuksia, kun kuvauksia ei tarvitse viedä toiselle puolelle maapalloa, eikä palkata kallista tähtinäyttelijää. Suhteellisen korkeiden tuotantokustannusten vuoksi animaatiota ei ole mielekästä valmistaa ainoastaan suomalaisille markkinoille. Animaatiotuotannot ovatkin alusta alkaen olleet kansainvälistymisen edelläkävijöitä suomalaisella AV-alalla.

Kansallisesta kohti kansainvälistä rahoitusta

Viime vuosina valmistuneista kotimaisista elokuvista animaatioelokuvat, *Röllin sydän* (2007), *Niko – lentäjän poika* (2008) ja *Maaginen kristalli* (ensi-iltaan lokakuussa 2011) ovat olleet kalleimmat suomalaiset elokuvat. Kun suomalaisen keskivertoelokuvan budjetti on n. 1–1,5 milj. euroa, animaatioelokuvien budjetit ovat viidestä kymmeneen miljoonaan. Näissäkin kokoluokissa ollaan Euroopan tasolla vielä keskibudjeteissa.

Animaatioelokuva on siis lähtökohdiltaan kansainvälinen tuote. Sellaisia ovat myös pitkät animaatiot sarjat, joita yksikään TV-kanava Suomessa tai ulkomailta ei enää tilaa ja kustanna kokonaan omanaan, kuten aiemmin oli käytäntönä. Animaatioita kehitetäänkin nykyään jo alkumetreiltä yhteistyössä kansainvälisten kumppaneiden kanssa. Kumppanien mukana tuotantoon tulee kyseisen maan kansallista rahoitusta, mutta näiden ohella tarvitaan lisäksi EU-rahoitusta. Myös yhteispohjoismainen Nordisk TV & Film Fond -rahasto on tukenut suomalaisia animaatiotuotantoja.

Pitkien animaatioelokuvien osalta Eurimages-raha on ollut merkittävä tekijä. Toisaalta pitkä elokuva, kuten *Röllin sydän*, on valmistettu ilman sitä. Tällöin julkista rahaa paikataan yksityisellä rahalla tai säästetään tuotantokuluissa tekemällä osa tuotannosta halvemmissä tuotantomaissa. EU-tuen saamiseksi säännöt valmistuksesta Euroopan alueella ovat varsin tiukat, ei kuitenkaan täysin poissulkevat. Esimerkiksi Media-ohjelman sisällä oleva Mundus-raha tukee kolmannen maailman valtiossa tapahtuvaa tuotantoa.

Aasialainen kumppani ei enää tänä päivänä tähyä pelkästään alihankkijan roolia, vaan aasialaisia haetaan jo mukaan tuotantoja rahoittamaan. Singaporessa toimiva Media Development Authority esimerkiksi rahoittaa 50% singaporelaisen yhteistyökumppanin osuudesta myös ulkomaisissa tuotteissa. Taustalla on alueen voimakas halu kehittää ja keskittää alueelleen mediasisältöjen tuotantoja. Nuoret dynaamiset singaporelaisyrittäjät toteavatkin: ”Me haemme contentia, jota haluamme tehdä. Rahaa saamme MDA:n kautta.”

Tuotannon kattava tukeminen on keskeinen tarve

Julkisen tuen osuudet animaatiotuotantojen kokonaisbudjeteista ovat vaatimattomia, vaikka Suomen Elokuvasäätiö on tukenut uusia suomalaisia animaatioelokuvia maksimisummilla ja opetusministeriön Kulttuurivientituki vauhdittaa niiden tunnetuksi tekemistä. Erityisen suuria puutteita on kansainvälisen markkinoinnin, digitaalisen jakelun ja oheistuotteiden tukemisessa.

Elokuvasäätiö tukee Avekin ohella myös lyhytelokuvien ja pilottien valmistusta, mutta kokonaisten sarjojen rahoittamiseen Elokuvasäätiön mahdollisuudet ovat rajallisemmat. Edelleenkin kysytään onko Elokuvasäätiön päärooli rahoittaa vain elokuvia ja vastata siten kansallisen elokuvan kaanonista niin taiteellisesti kuin taloudellisesti. Sarjojen lisäksi on säätiöltä vaadittu osallistumista myös pelien rahoittamiseen. Näin estettäisiin mm. pelien IP-oikeuksien karkaamista ulkomaiseen omistukseen, mutta tuettaisiin myös brändien kehittymistä monimediaisiksi tuotteiksi. Tätä edellytetään kansainvälisillä areenoilla etenkin televisiosarjoilta.

Mainosanimaatiot, opetukselliset animaatiot ja teollisuusanimaatio ovat tilauspohjaista animaatiota, joka on yleensä kokonaan asiakkaan maksamaa. Yritys, joka elää tilausanimaatioilla, on voinut hakea tukea esim. liiketoimintamallinsa tai työkalujen kehittämiseen. Tätä rahaa on saatu mm. Tekesistä sekä TE- ja ELY-keskuksista.

Suoraa tukea animaatio- tai sen paremmin pelituotantoihin ei kuitenkaan Tekesistä saa. Tekesin tukikriteerit tarjoavat avustusta erilaisiin kehittämissuunnitelmiin, joissa syntyy esimerkiksi uudenlainen ohjelmisto tai uusi liiketoimintakonsepti. Kun varsinainen, tavanomainen ja omin liiketoiminta on pidettävä EU-säännösten vuoksi ulkopuolella, rajanveto on herkästi mielivaltaista ja jopa sattumanvaraista, kun alaa ei tunneta.

Esimerkiksi hahmosuunnittelua tai käsikirjoituksen kehittelyä ei nykykäytännössä mielletä tuotekehitykseksi, vaan se ymmärretään osaksi tuotantoa. Hahmot ovat animaatioalalla se ydin, joka on hyödynnettävissä peleihin, leluihin, asusteisiin ja makeispapereihin. Parhaimmillaan hahmosuunnittelussa on kyse luovasta lifestylebrändäyksestä, josta ovat kiinnostuneita niin suuret sisustuksen kuin muodinkin bränditalot. Eikä perusteena ole vain lasten ja heidän vanhempinsa kiusaaminen uusilla houkutuksilla.

Tuottoa elokuvan tai sarjan oheistuotteista brändin kehittyessä

Yksityisen sijoittajan näkökulmasta animaatioelokuva tai TV-sarja on edelleen ansaintamalliltaan pelejä monimutkaisempi. Pelin suorat myyntikanavat puhelimissa ja internetissä ovat tuoneet sen tuotteet helposti kuluttajien ulottuville. Tuottojakin saadaan melko nopeasti – etenkin jos tuotantokustannus on ollut pieni, kuten Rovion hittituotteen Angry Birds'in kohdalla.

Tulevaisuudessa pelien, elokuvien ja sarjojen rahoitus pitäisi ymmärtää osaksi yhtä prosessia, jossa hahmoja, juonta ja maailmaa, elokuvan tai pelin brändiä kehitetään monialaisesti hyödynnettäväksi tuotteeksi. Pelialalle jo tärkeiksi muodostuneiden uusien jakelukanavien (esim. sovelluskaupat) myötä kuluttaja voisi tulla askeleen lähemmäs animaation valmistusta, jakamista ja kuluttamista ja koko AV-alan riippuvuus TV-kanavista vähenee. Tämä voi tarkoittaa dynaamisempia tuotantoprosesseja, jossa innovaatiot ja luovuus elävät huomattavasti kirkkaammin kuin kanavapoliisien silmän alla.

Sosiaalisen median aikana jakelijan merkitys vähenee ja jakaminen tapahtuu kuluttajalta kuluttajalle. Jos tai kun prosessissa ei vaihdu rahaa, tuotantotukeen syntyy entisestään suurempia paineita. Tai sitten alalla nähdään kokonaan uudenlaisia yrittäjiä, joiden lähtökohdat ovat kokonaan muussa kuin AV-alalla – kuten esimerkiksi leluteollisuudessa.

Suomessa on tehty äskettäin yksi animaationsarja *Dibitassut* ja yksi animaatioelokuva *Eetu ja Konna* kokonaan tuottajan omalla rahalla. Tämä kertoo uskosta menestymisen mahdollisuuksiin animaatiolla. Tuottaja laskee saavansa sijoittamansa rahan takaisin ja mielellään tuottojakin.

Animaatioilla on yleensä muita AV-tuotteita pidempi elinkaari ja laajat mahdollisuudet hyödyntää hahmoja erilaisissa oheistuotteissa. Animaatiotuotantojen alalla tuottoja on odotettavissa, kun brändi kehittyy. *Röllin sydän* -elokuvan oheistuotot ovat olleet n. 40 % koko tuotannon tuotoista. Röllissä on ollut kyse entuudestaan tutusta hahmosta, ja pääsiäismunien ja tarrakirjojen myynti jatkuu elokuvan unohduttuakin. *Niko – lentäjän poika* -elokuvan DVD oli jo ennen ilmestymistään myydyin kotimainen elokuvatalenne. Lelu- ja asusteakaupassa ei usko riittänyt uuteen tuotteeseen, vaikka myynti aloitettiin varhain ja laajalla katalogilla. Jatko-osan ilmestyttyä tilanne tulee korjaantumaan.



"Pelialallakin tarvitaan volyyymiä, jotta on mahdollista tuottaa hittejä."

KooPee Hiltunen, Neogames

Näkökulmia luovien toimialojen rahoitukseen -seminaari 31.1.2011

5.3 TV-TUOTANNON NÄKÖKULMA

*Artikkelin kirjoittaja **Stiina Laakso** on SATU ry:n (Suomen audiovisuaalisen alan tuottajat) toiminnanjohtaja, jolla on laaja näköala kotimaiseen ja kansainväliseen AV-alaan.
stiina.laakso@satu.fi*

TELEVISIO-OHJELMIEN TUOTANNON RAHOITUS JA KASVU

Televiisioimialan tuotot vuonna 2008 olivat yhteensä 948 milj. € ja siihen sisältyvät tv-maksut, mainos-tuotot ja maksu-TV-tuotot. Tästä kokonaisuudesta noin 95 milj. € käytettiin ohjelmaostoihin riippumat-tomilta televisiotuotantoyhtiöiltä (nk. indie-yhtiöt). Nämä ohjelmat rahoitettiin lähes yksinomaan koti-maisilta televisiokanavilta saatavilla myyntituotoilla.

AV-alaan kokonaisuutena luetaan kuuluvaksi tv-tuotannon lisäksi elokuva- ja animaatiotuotanto sekä uusi nouseva klusteri Computer Generated Imagery (CGI). CGI on erittäin laaja, toimialarajoja ylittävä tietokonegraafikan käyttösovellusalue, joka pitää sisällään hyvin monenlaista digitaalisen kuvan käsit-telyyn liittyvää työtä elokuvien erikoistehosteista arkkitehtisuunnittelun kolmiulotteisiin mallinnuksiin.

Tässä artikkelissa keskitytään riippumattomassa tuotantoyhtiössä tuotetun televisio-ohjelman rahoi-tuksen ja merkittävän kasvun ongelmakohtiin. Tässä ei käsitellä lainkaan yksittäisiä rahoituksen lähteitä tai niiden määriä.

Ensilähetysoikeudet ovat TV-tuotannon arvokkain osa

Televisiokanavat tuottavat itse ohjelmia tai ostavat niitä koti- tai ulkomaisilta toimijoilta. Ohjelman osto tarkoittaa sitä, että tuotantoyhtiön kanssa sovitaan korvausta vastaan rajattujen hyödyntämisoikeuk-sien siirtymisestä televisiokanavalle rajalliseksi ajaksi. Samoin ulkomaisten myyjien kanssa sovitaan kansainvälisten ohjelmien hyödyntämisoikeuksien siirtymisestä. Erona kotimaisen ja ulkomaisen ohjel-miston kaupassa on se, että kotimaisessa kaupassa televisioyhtiölle siirtyvät ohjelmien ensilähetysoi-keudet. Nämä oikeudet maksavat moninkertaisesti enemmän, kuin ulkomaisten ohjelmien esitysoikeu-det, koska ulkomaiset ohjelmat on jo muualla ensilähetetty ja kustannettu.

Julkisessa keskustelussa todetaan usein, että kotimaiset ohjelmat ovat paljon kalliimpia kuin ulkomai-set. Sitä ne eivät ole. Kotimaiset ohjelmat tuotetaan huomattavasti pienemmillä budjeteilla, kuin kan-sainväliset ohjelmat. Kaikissa maissa ensilähetysoikeudesta maksetaan enemmän. Ensilähetysoikeus on arvokas. Kuluttajat ovat halukkaita maksamaan elokuvaalipusta 10 €, vaikka elokuvan näkisi myö-

hemmin ilmaiseksi televisiosta. Kuluttajat ovat halukkaita maksamaan maksu-TV -kanavan kuukausi- tai kertamaksun samasta syystä. Kuluttaja haluaa olla edelläkävijä, keskustelussa mukana, ja kokea yhteisiä katsomiskokemuksia.

Kotimainen ensilähetysoikeus on suurille kanaville tärkeä, koska vain sen varaan voi rakentaa suuren yleisön kanavabrändiä. Ainoastaan tämä ohjelmisto voi kerätä jopa yli miljoona katsojaa samaan aikaan ruudun ääreen. Ulkomainen ohjelmisto on poikkeuksetta löydettävissä internetistä etukäteen. Tähän faktaan perustuu luottamukseni kotimaisen televisiotuotantoalan säilymisestä. Alalla on kuitenkin potentiaalia paljon enemmän kuin vain säilymiseen. Televisiotuotantoala voi – niin haluttaessa – olla yksi kansantalouden kipeästi kaipaamista kasvualoista.

Miten kotimaisesta televisio-ohjelmatuotannosta tehdään kasvava teollisuuden ala?

- kasvattamalla vientiä
- kasvattamalla tuotantobudjetteja
- kehittämällä kotimaista TV-formaattikauppaa

Kotimaisen televisio-ohjelmatuotannon määrää ei voi kasvattaa syrjäyttämällä ulkomaisen osto-ohjelmiston kustannuksella. Kasvuun tarvitaan vientiä. Toistaiseksi suomalaisten televisio-ohjelmien merkittävä vienti on ollut muutamien ohjelmien varassa. Esimerkkeinä Duudsonit ja Madventures sekä Stara-oke, joka on myyty formaattina. Muutama myyty ohjelma tai sarja ei vielä riitä kasvattamaan toimialaa eikä työllisyyttä.

Televisio-ohjelmatuotannon volyyymi ja tuotantobudjetit ovat kansainvälisesti ottaen alhaiset. Budjettien kasvattamiseen tarvitaan lisää rahaa ennakkoon myytyinä esitysoikeuksina, julkisina tukina tai pääomasijoituksina. Kotimaisten televisiokanavien rahat eivät yksin riitä. Vaatimattomilla budjeteilla toteutetut ohjelmat myös helposti näyttävät vaatimattomilta, eivätkä sellaisina riitä näytöksi kansainvälisiin ennakkomyyntheihin. Kansallisia tv-toimialalle kohdennettuja tukimuotoja ei juuri ole. Eikä näyttöä menestyksestä pääomasijoittajien sijoituspäätöksen perustaksi.

Televisiotuotannon kasvu kasvattaa työpaikkojen määrää ja toimialaa, ja televisio-ohjelmien myynti yritysten liikevaihtoa ja omaa pääomaa.

Tuotantovolyymiä kasvattamalla luodaan uusia työpaikkoja

Televisio-ohjelmatuotanto on työvoimavaltainen ala, jonka kasvattaminen luo uusia työpaikkoja. Tuotantojen määrää voidaan kasvattaa sijoittamalla kehittelyyn ja tuotantoon enemmän rahaa, jolloin saadaan kansainvälistä tasoa olevia tuotteita. Määrä tuo laatua ja laatu lisää kv-kauppaa. Niukat resurssit ovat opettaneet luovuuteen ja tehokkuuteen. Se on etu, mutta ei yksin riitä merkittävään kasvuun.

Tässä artikkelissa myöhempänä esiteltävällä julkisella investoinnilla voidaan nopeuttaa kasvua ja päästä tilanteeseen, joka esimerkiksi ruotsalaisella draamatuotannolla jo on. Monissa ruotsalaissarjoissa (esim. Beck, Wallander ja Millennium) on jo tuotantovaiheessa mukana rahoittamassa televisiokanavat kustakin Pohjoismaasta ja muualta Euroopasta. Tuotantobudjetit ovat myös sen mukaiset. Suomalaiset tuottajat osaavat hyvin myyntityön ja ovat näkyvästi esillä ammattilaisten myyntitapahtumissa; tarvitsemme vain julkisen investoinnin vauhdittamaan volyymin kasvua. Ulkomaisen rahan saaminen tuotantovaiheeseen saattaa myös laskea suomalaiselle kanavalle myytävän ensilähetysoikeuden hintaa, jolloin kasvua voi sitä kautta tulla myös kotimaan markkinoilta. Kotimaisen ohjelman hinta lähestyy ainakin jonkun verran ulkomaisen osto-ohjelman hintaa.

Televisio-ohjelmaformaateista tuotantoyhtiöille pitkäaikainen tulonlähde

Televisio-ohjelmien formaattikaupassa ei siirry valmiin ohjelman esitysoikeus, vaan ohjelman valmistamisoikeus, ohjelman myyjän valmistamiseen liittyvä asiantuntijuus, tieto katsojaluvusta ja -profiilista sekä ohjelman muoto ja rakenne (toisinaan myös grafiikka ja musiikki). Tästä oikeudesta maksetaan esimerkiksi 6% ostajamaan formaatin mukaisesti valmistetun ohjelman kokonaisbudjetista. Jotta ohjelma myisi formaattina, on se ensin esitettävä televisiossa, jolloin edellä mainittu kokemus ja luvut saadaan. Paperilla tai pilotteina kaupiteltavien ohjelmien, eli "paperi-formaattien" myynti on vaikeaa. Onnistuneella televisio-ohjelmaformaattilla voi generoida tuotantoyhtiölle tuottoja vuosikausiksi ja eksponentiaalisesti kasvavina määrinä. Formaattikaupasta syntyy tuotantoyhtiölle puhdasta voittoa, jolla voi kehittää uusia menestysohjelmia maailmalle.

Tällä hetkellä Suomen formaattitase on negatiivinen. Suomeen tuodaan enemmän kansainvälisiä formaatteja, kuin Suomesta viedään ulos. Suuri osa Suomessa toimivista isoista tuotantoyhtiöistä on kansainvälisten toimijoiden perustamia. Osa on alun perin suomalaisia, mutta myyty ulkomaiseen omistukseen. Niillä kaikilla on mahdollisuus tuottaa primetime-menestysformaatteja, joita on helppo myydä etenkin kaupallisille kanaville.

Yksinomaan kotimaisessa omistuksessa olevien yhtiöiden on hankittava tuotettavia formaatteja ulkomailta tai luotava ne itse. Kun luodaan suomalaista sisältöä varmistetaan myös, että siitä syntyvät formaattituotot kotiutuvat Suomeen ja suomalaisen sisältöteollisuuden hyväksi. Suomalainen sisältö on formaattina myytävissä vasta, kun se on televisiossa esitetty ja siksi se on kanavalle riskisijoitus; ei ole näyttöä menestymisestä. Siksi Yleisradion tehtävänä on julkisilla varoilla ostaa erityisesti suomalaista sisältöä oman tuotantokoneensa "bensiniiksi", eikä suosia ulkomaisia formaatteja.

Yleisradiolla on merkittävä rooli televisio-ohjelmatuotannon kasvattamisessa

Yleisradion tehtävänä on "tuoda täyden palvelun televisio- ja radio-ohjelmisto siihen liittyvine oheis- ja lisäpalveluineen jokaisen saataville yhtäläisin ehdoin" ja erityisesti "tuottaa, luoda ja kehittää kotimaista kulttuuria, taidetta ja virikkeellistä viihdettä" (Laki Yleisradio Oy:stä 7 §). Sen lisäksi "televisiotoiminnan harjoittajan on varattava riippumattomien tuottajien tuottamille ohjelmille 15% lähetysajastaan (johon ei lueta uutisia, urheilutapahtumia, kilpailunomaisia viihdeohjelmia, mainoksia, teleostolähetyksiä tai tekstitelevisiolähetyksille varattua aikaa) tai vaihtoehtoisesti 15% ohjelmistobudjetistaan."

Vuonna 2010 YLE:n tuotot valtion TV- ja radiorahastosta keräyskulujen jälkeen olivat 414 milj. €. Samana vuonna yhtiö tuotti 73% kaikista kotimaisista TV-ohjelmista. Indie-yhtiöiden valmistamaa televisio-ohjelmaa YLE:n kanavilla esitettiin yhteensä vain 22,8 milj. € arvosta ja vuonna 2011 tai myöhemmin esitettäväksi tilattiin arviolta alle 15 milj. €:lla. Vuonna 2011 YLE saa valtion TV- ja radiorahastosta tuloina 451 milj. € ja kotimaisia indie-yhtiöiden valmistamia ohjelmia se aikoo ilmoituksensa mukaan "säästösyistä" lähettää vain 18,5 milj. €:lla, ja ostaa entistäkin vähemmän.

Samoilla markkinoilla toimiva MTV Oy on samoista "säästösyistä" toiminut päinvastoin. Se on myynyt draama- ja viihdeohjelmaosastonsa sekä tuotantoyksikkönsä yksityisille toimijoille 2000-luvun alussa ja hankkii kaiken kotimaisen ohjelmistonsa, lukuun ottamatta uutis- ja ajankohtaisohjelmistoa, ulkopuolisilta tuotantoyhtiöiltä. Nelonen Media ei koskaan aloittanutkaan omaa draama- ja viihdetuotantoa. Miksi julkista palvelua esimerkiksi kunnallisessa terveydenhuollossa pyritään tehostamaan "public-private"-yhteistyöllä? Vastaus lienee laadun ja tehokkuuden parantamiseksi. Miksi Yleisradio toimii päinvastoin ja karsii ulkopuolisia ohjelmaostoja?

Yleisradion pitäisi toimia moottorina kotimaisen luovan sisällön volyymin kasvattajana ja ensilähettäjänä. Vain siten voidaan turvata koko alan kasvaminen. Tällä hetkellä YLE:n itse tuottamaa ohjelmistoa myydään ulkomaille minimaalisesti. Myynnin sijaan ohjelmia vaihdetaan jonkin verran muiden julkisen palvelun yhtiöiden välillä. Tämä rikastaa ohjelmatarjontaa, mutta ei kasvata osaamista, laatua, työllisyyttä tai alan kokonaisliikevaihtoa. Yhtä vähän hyötyä olisi YLE:n tuotantokoneen pyörittämisestä ostamalla YLE:en tuotettavaksi ulkomaisia formaatiooikeuksia.

Tuotantoyhtiöillä, niin kuin yksityisillä yrittäjillä yleensä, on voimakas tahto kasvuun, kansainväliseen kaupantekoon, voitontekoon ja -jakoon. Yleisradio voisi halutessaan milloin tahansa päättää osallistua koko televisiotoimialan kasvattamiseen ja näin kantaa vastuunsa julkisen palvelun toimijana. Tämä tapahtuisi purkamalla YLE:n omia raskaita rakenteita, ostamalla enimmäns osan sisällöistään kilpailuilta markkinoilta indie-yhtiöistä. Näin toimimalla YLE olisi mukana kasvattamassa tuotannon määrää ja laatua. Tällä tavalla luotaisiin myös kansantalouteemme kipeästi tarvittavia uusia työpaikkoja. Osaamista ja ammattitaitoa on suunnitelmallisesti Suomeen kasvatettu ja koulutettu. Sen käyttämättä jättäminen on resurssien tuhlaamista. Siksi YLE:n tuleekin vahvistaa rooliaan riskinottajana ja kokeilijana uusissa kotimaisissa sisällöissä ja hankkia niitä oikeasti kilpailuilta markkinoilta.

Miksi on tärkeää, että IPR-oikeudet säilyvät tuotantoyhtiöissä?

Tuotantoyhtiöiden liiketoiminta on kaupankäyntiä ohjelmien hyödyntämisoikeuksilla. Tällä hetkellä televisiokanavat pyrkivät ensimmäisen kaupan yhteydessä ostamaan varsin laajat hyödyntämisoikeudet. Tämä on koko alan kehittymisen kannalta lyhytnäköistä toimintaa. Jollei tuotantoyhtiöllä itselleen jää oikeasti merkittäviä myytäviä oikeuksia, on sen saatava koko katteensa jo tästä ensimmäisestä sopimuksesta. On syytä kysyä, syntyykö silloin paras mahdollinen tuote vai kertakäyttötuote?

Käytännössä suomalaisten tuotantoyhtiöiden taseet ovat hyvin kevyet. Niillä ei ole rahaa, kiinteää omaisuutta eikä vaihto-omaisuutta eli myytäviä hyödyntämisoikeuksia. Tällaiseen yhtiöön ei ole löydettävissä vierasta pääomaa eli rahoitusta. Ohjelmat ovat tuotantoyhtiön ainoa omaisuus ja siksi niillä on yhtiölle merkittävä arvo. IPR-oikeuksien säilyttäminen sellaisissa käsissä, joka haluaa ja osaa tehdä niillä kauppaa, on myös kansantaloudellisesti tärkeää. Se mahdollistaa kansainvälisestä kaupasta saatavan kasvun ja tuo tuotantoyhtiölle tulorahoitusta, joka voidaan sijoittaa tuotekehittelyyn ja/tai jakaa muiden tekijöiden ja rahoittajien kesken.

Kyse on niin tärkeästä asiasta, että se tulisi määritellä jollei laissa niin ainakin yhteisesti sovittavassa kauppatavassa (Terms of Trade). Tästä on hyviä esimerkkejä Isosta-Britanniasta ja Tanskasta. Yhteisesti sovitut hyvät kauppatavat tai laki selkeyttävät sopimistilanteita ja luovat niille raamit.

Suomalainen TV-tuotanto menestystarinaksi julkisen investoinnin avulla

Telesiotuotantoyhtiöiden liikevaihto vuonna 2010 on noin 100 milj. € ja se työllistää arviolta 1600 henkilöä. Ala on työvoimaintensiivistä. Tuotantobudjeteista käytetään keskimäärin 65% työvoimakustannuksiin. Eksaktia tilastointia ei ole olemassa, koska alalla käytetään paljon projektikohtaista henkilökuntaa sekä ostetaan työvoimaa alihankintayhtiöltä. Tilastokeskus ei tilastoi televisiotuotantoa erillisenä alana.

TV-tuotannon alalla kotimarkkinat luovat kasvualustan, mutta varsinainen kasvu tulee ulkomailta. Televisio-ohjelmien kehittelyyn tulee sijoittaa huomattavasti nykyistä enemmän rahaa. Budjetit tulee kasvattaa

- jotta voidaan tuottaa laadukkaita ohjelmia
- jotta saadaan lisää katsojia ja kansainvälistä menestystä
- jotta saadaan kansainvälistä rahaa jo seuraavan tuotannon kehittely- ja tuotantovaiheeseen

Ainoastaan julkisella investoinnilla voidaan kasvun kehä käynnistää nopeasti. Julkisella investoinnilla on suuret kerrannaisvaikutukset.

Entä jos seuraavan neljän vuoden aikana televisiotuotantoon sijoitettaisiin 100 milj. €.

Sijoittamalla 100 milj. € saadaan kasvua 170 milj. € ja kasvu on eksponentiaalista, kuten seuraavasta kuvasta näkyy.

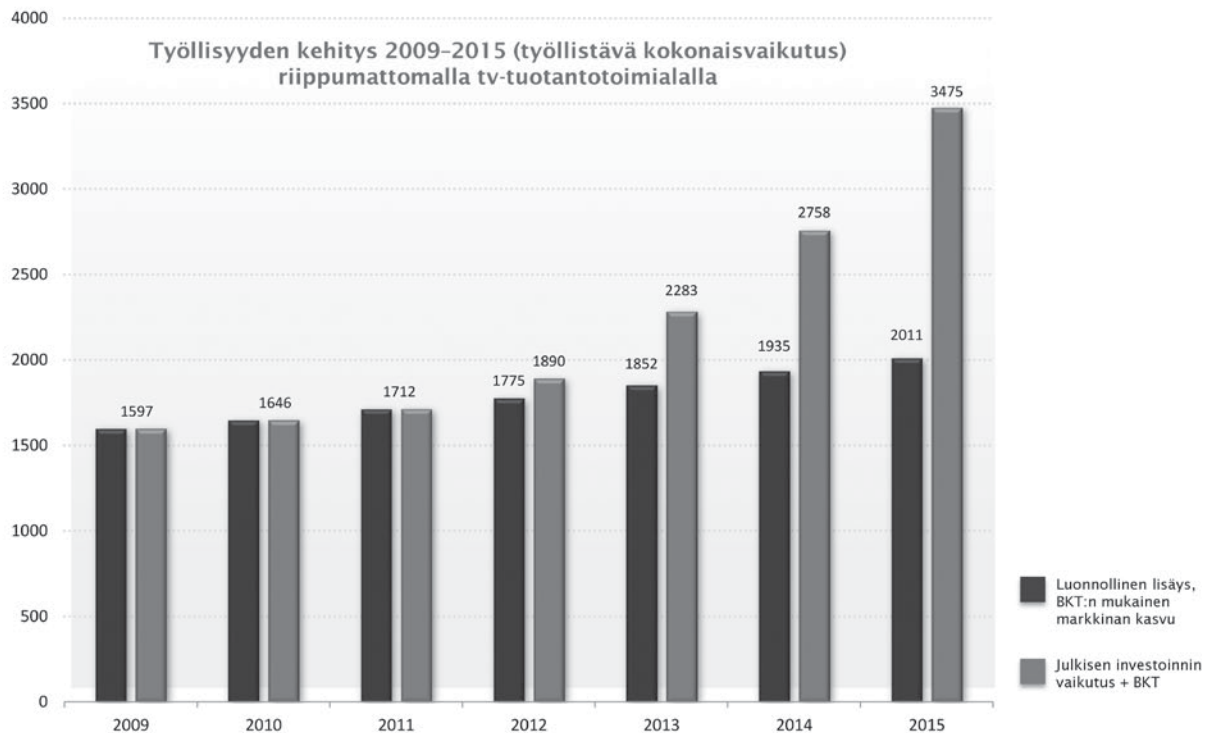
entä jos...



Sijoittamalla 100 M€ saadaan 2 000 uutta työpaikkaa.

Julkisen investoinnin vaikutus:

Vuonna 2015 noin 1500 uutta työpaikkaa



Lähde: Opetus- ja kulttuuriministeriö (Korkeaan osaamiseen ja ainutlaatuisen sisältöön perustuvien tuotteiden ja palveluiden työllistävä kokonaisvaikutus)



Miten tämä 100 milj. €:n julkinen investointi sitten tulisi käyttää? Alkuvaiheessa investointi voi olla pienempi ja sen tulee painottua tuotekehittelyyn, jotta saadaan tuotantovaiheeseen hyviä konsepteja. Myöhemmin investoinnin on syytä painottua tuotantoon, koska tuotekehittelyyn saadaan rahaa jo oman pääoman kautta kasvusta. Kyseessä on ajallisesti rajattu investointi, joka vauhdittaa alan merkittävään kasvuun.

LVM:n mukaisesti edellytyksiä kotimaisille sisällöille voidaan luoda "mitoittamalla televisio- ja radiorahaston tulot siten, että sen varoilla voidaan tukea myös riippumatonta kotimaista sisällön tuotantoa" (Liikenne- ja viestintäministeriön tulevaisuuskatsaus 2011-2015: Rohkea Suomi). Televisio- ja radiorahaston kasvavista varoista voidaan hyvin määritellä 25 milj. € vuodessa käytettäväksi riippumattomaan kotimaiseen sisällöntuotantoon. Viime vuosina Yleisradio on käyttänyt keskimäärin 20 milj. € kotimaisiin ohjelmaostoihin.

Rinnan televisio- ja radiorahastomallin kanssa tulee Tekesin kautta myönnettävää tukea suunnata lisääntyvässä määrin televisio-ohjelmien tuotantoon. Näille sisällöille ja niihin liittyvään osaamiseen on kysyntää myös perinteisen tv:n ulkopuolella.

Julkinen investointi takaa suomalaisen tuotannon kysynnän, tekemisen mahdollisuudet ja kansainvälisen viennin. Kerrannaisvaikutukset ovat suuret.

5.4 KOTIMAISEN ELOKUVAN RAHOITUS

*Artikkelin kirjoittaja **Nina Laurio** on Suomen elokuvatuottajien keskusliitto SEK ry:n toiminnanjohtaja, jonka tavoitteena on edistää elokuvatuottajien yhteisiä tavoitteita ammatillisissa, taloudellisissa ja lainsäädännöllisissä kysymyksissä.
nina.laurio@filmikamari.fi*

KOTIMAISELLA ELOKUVALLA MENEET HYVIN – VAI MENEKÖ?

Audiovisuaalisen alan merkitys on kasvamassa yhteiskunnassa niin viestinnällisesti, taloudellisesti kuin kulttuurillisestikin. Kulttuuri on nousemassa tuotannontekijäksi ja immateriaalinen kulutus on kasvamassa.

Vuosi 2010 oli kotimaisen elokuvan menestysvuosi: yli kaksi miljoonaa kävijää elokuvateattereissa. Tätä ei ole maassamme tapahtunut viimeiseen 30 vuoteen, ja kotimaisen elokuvan markkinaosuus on eurooppalaisittainkin korkea 27%. Elokuvatuotantoyhtiöiden suhteellisen pienen joukon sekä elokuva-tuotantojen varsin rajallisen määrän huomioiden, saavutus on huikea.

Mikä siivitti kotimaisen elokuvan tällaiseen menestykseen? Vahvin tekijä on tietysti sisältö. Viime vuoden ensi-illoiksi ajoittui monia sellaisia elokuvia, joista yleisö kiinnostui. Toisaalta elokuvien julkista tukea on systemaattisesti kasvatettu lähemmäs pohjoismaista tasoa ja sen hedelmät alkavat näkyä. Lisäksi teattereiden digitalisoiminen on alentanut levityksen kustannuksia. Nämä tekijät yhdessä ovat mahdollistaneet sen, että on voitu tehdä monipuolisia elokuvia, jotka on myös voitu tuoda teatteriin ja saada niille näkyvyyttä. Teatterilevitys ja sen markkinoinnilliset ponnistukset nostavat elokuvat yleisön tietoisuuteen ja avittavat myös muuta levitystä.

Elokuvien ansaintaketjut ovat muuttumassa digitaalisuuden lisääntyessä niin tuotanto- ja jakeluvaiheessa kuin esitys- ja välitysvaiheessakin. Alalle on syntymässä myös uusia liiketoimintamalleja, mutta liiketoiminnan perusta, eli teoksen oikeuksien myynti ja hallinnointi pysyy samana.

Elokuvien ansaintalogiikan erityispiirteet on huomioitava päätöksissä

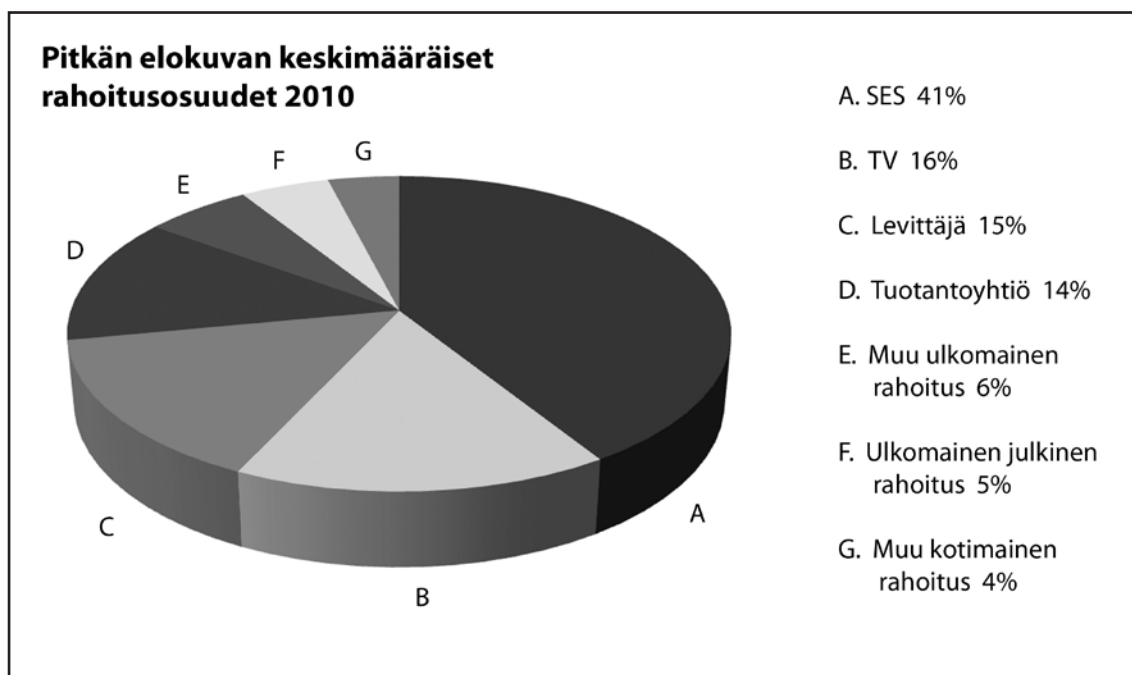
Elokuvien ansaintalogiikka eroaa monin tavoin muusta kaupallisesta toiminnasta ja myös muusta AV-tuotannosta.

Elokuvien tekeminen saa Suomessa eniten AV-alan julkista tukea kokonaisuutena ja hankekohtaisesti. Tästä huolimatta elokuvatuotannon vuosittainen tukimäärä on edelleen reilusti jäljessä pohjoismaisista verrokeistaan: Ruotsista ja Tanskasta olemme jäljessä yli 10 miljoonaa ja Norjasta lähemmäs 30 miljoonaa euroa. Elokuvasäätiön jakama julkinen tuki on harkinnanvaraista ja hankekohtaista ja tukipäätöksissä painavat sisällölliset ja kulttuuriset kriteerit.

Yksittäisen pitkän elokuvan budjetissa kotimaisen julkisen tuen osuus oli vuonna 2010 keskimäärin 41% ja ulkomaisen julkisen tuen 5% (lähde: SES). Siten 54% tuotannosta jää kerättäväksi yksityisiltä markkinoilta: oikeuksien ennakkomyynnillä, sponsori- ja yritys yhteistyöllä sekä riskisijoituksilla. Riskisijoitus tarkoittaa useimmiten tuotantoyhtiön omaa rahoitusosuutta, joka vuonna 2010 oli keskimäärin 13%. 1,5 miljoonan keskibudjetista se on noin 200 000€, joka on iso summa elokuvatuotantoyhtiöille, jotka Suomessa ovat pk- tai mikroyrityksiä.

Elokuvan rahoituksen kokoon saaminen muistuttaa palapeliä, josta aina yksi pala tuntuu puuttuvan. Ja aina kun saa sen puuttuneen palan hommattua, aika ja erinäiset muuttujat ovat vaikuttaneet kuvioon siten, että taas on palasia hukassa. Vaikka tällä hetkellä valtio on lisännyt julkisen tuen määrää, vastavasti kotimaiset TV-yhtiöt ja levittäjät ovat vähentäneet ennakkorahoitusosuuksiaan. Tuottajilla onkin ollut hiki otsalla kuroessaan usein jo ennestään vajaarahoitteisten elokuvien budjetteja kasaan.

Kansainvälisen rahoituksen osuutta on onneksi pystytty lisäämään ja yhteistyökuvioita yritysmaailman kanssa on saatu kehitettyä molempia osapuolia hyödyttäväksi ja pitkäjänteisiksi. Niillä ei kuitenkaan pystytä täysin paikkaamaan syntyneitä vajeita ja siten elokuvien rahoituksen saaminen kasaan jatkuu edelleen haastavana.



*Pitkien elokuvien rahoitusosuudet keskimäärin vuonna 2010
Lähde: Suomen elokuvasäätiö*

Pitkien elokuvien tuottaminen on AV-tuotantojen kallein ja riskialttein laji. Elokuvien tuottoja on vaikea ennustaa kovin paikkansapitävästi. Tuotantojen kehittäly ja rahoituksen saaminen kestävät yleensä useita vuosia, ja siten tuotteen markkinoille tulon ajoitusta ei voi tarkasti päättää etukäteen. Samasta syystä tuotteen menekin arvioiminen suhteessa muihin markkinoihin ja kuluttajien käyttäytymiseen voi olla vaikeaa.

Tuotantoyhtiö käyttää suuren osan elokuvan oikeuksien arvosta myymällä ne ennakkoon levitysyhtiölle ja TV-kanavalle, jotta se saa tuotteen tehtyä. TV-oikeuksien osuus tuotantobudjeteista oli vuonna 2010 keskimäärin 16%. Levitysyhtiöltä tuotantoyhtiö saa yleensä levitysennakkoa tuottoja vastaan (osuus budjetissa 2010 keskimäärin 15%). Levittäjä vähentää teatterilipputuotoista, DVD-, VOD- ynnä muusta sovitusta levityksestä ensin oman palkkionsa ja sitten levitysennakot sekä markkinoinnista ja levityksestä syntyneet kulut. Vasta viimeisenä on tuotantoyhtiön vuoro saada jotakin, jos mitään jää jäljelle.

Toisaalta sitten kun elokuva menestyy, se voi tuottaa investoinnit moninkertaisina takaisin. Siinä piileekin se koukku, miksi elokuvia riskeistä huolimatta tuotetaan.

Kehittelytyön resurssit ja volyyymi ratkaisevat

Elokuvatuotannot ovat liikkuvia ja työllistäviä hankkeita. Elokuvia voidaan kuvata missä päin Suomea tahansa, ja ne työllistävät useita kymmeniä ja jopa satoja henkilöitä kerrallaan. Lisäksi niissä tarvitaan monia palveluja ja alihankintaa ja tuotantojen taloudelliset kerrannaisvaikutukset ovat suuret. Mitä useampia elokuvahankkeita saadaan tuotantoon, sitä enemmän synnytetään taloudellista hyötyä valtakunnallisesti. Samoin elokuvien esittäminen on valtakunnallista ja lipputuloja voidaan kerätä ympäri maata.

Mitä enemmän elokuvia halutaan tuotantoon, sitä enemmän niitä on oltava kehittälyssä. Jos karkean arvion mukaan yksi kymmenestä hankkeesta päättyy markkinoille asti, on selvää, että suuri määrä yrityksen jo ennestään vähäisiä resursseja on käytetty näihin yhdeksään jotka jäävät tekemättä. Silti yrityksen potentiaali piilee juuri tässä volyyymissä. Mitä enemmän yrityksellä on varaa kehittää hankkeita, sitä useampi niistä voi olla menestystuote. Myös sillä on merkitystä, kuinka pitkään hankkeita voidaan kehittää. Moni hanke päättyy tuotantoon liian aikaisin, koska yrityksen likviditeetti muutoin romahtaisi.

Vaikka tuotekehittälystä ei aina seuraa suoraan toteuttamiskelpoista tuotetta, sen kehittälystä on kuitenkin koitunut muuta hyötyä yritykselle: uutta kokemusta ja oppia, koti- ja ulkomaisia kontakteja ja verkostoja sekä mahdollisesti johdannaisena uusia hankkeita.

Yllä mainituista syistä yritysten yleisen kehittälytyön suunnitelmallinen ja tukeminen julkisin varoin on tärkeää.

Entä jos

- Jos tuotantoyhtiöiden tuotekehittälyyn olisi enemmän resursseja
- Jos Elokuvasäätiön jakama hankekohtainen tuki olisi pohjoismaisella tasolla
- Jos elokuvatuotantoa arvioitaisiin myös tiiviinä osana sisältöteollisuutta ja liiketoimintaa
- Jos Suomella olisi konkreettinen ja kokonaisvaltainen kansallinen sisältötuotannon vahvistamisstrategia
- Jos julkisen tuen lähtökohtana olisi myös IP-liiketoiminnan kehittäminen ja oikeudet nähtäisiin tuen kannalta lähtökohtaisesti myytävänä kauppatavarana eikä rasitteena

Kehittelytyön suunnitelmallinen ja nykyistä olennaisesti suurempi tukeminen vahvistaa myös AV-alan kansainvälistymistä. Mitä useampia ja pidemmälle kehiteltyjä hankkeita ja mitä elinvoimaisempia ja vakavaraisempia tuotantoyhtiöitä meillä on, sitä kiinnostuneempia kansainväliset tahot ovat lähtemään hankkeisiin mukaan ja sitä isommin suomalaiset tuotantoyhtiöt voivat lähteä kansainvälisiin hankkeisiin mukaan. Jotta kansainvälisesti rahoitetuista tuotannoista koituva hyöty myös jää Suomeen, tulisi vahvistaa edellytyksiä sille, että tuotannot tehdään täällä ja niiden hyödyntämisoikeuksia jää mahdollisimman paljon tänne.

Elokuvia ja niiden tekemistä on päättäjien parissa arvioitu ja määritelty paljolti kulttuurisin perustein. Olisi aika aktiivisesti ja laajalla rintamalla nähdä elokuvat myös osana sisältöteollisuutta ja liiketoimintaa. Soveltaen TV-ohjelmiin liitettyä määrittelyä: elokuvat ovat ajassa liikkuvien tarinoiden teollista muotoilua. Niihin sisältyy sisältöinnovointia, joka tulisi rinnastaa teknisiin innovaatioihin. Se tarkoittaa, että myös muiden kuin kulttuuriministeriön ja elokuvasäätiön tulisi omata valmiuksia sisällön tukemiseen ja sitä varten asiantuntemusta hankkeiden arviointiin ja sisältöyritysten saavutusten mittaamiseen.

Mielestäni Suomen tulee luoda kokonaisvaltainen ja konkreettisia toimenpiteitä esittävä strategia luovan sisältötuotannon vahvistamiseksi. Erilaisia selvityksiä on kyllä tehty mutta käytännön toimenpideehdotuksia ei riittävästi ole tehty saati saatettu käytäntöön. Tekijänoikeuksien arvo tulee tunnustaa kaikissa valtion päätöselimissä ja ymmärtää niiden olevan sisällöntuotannon peruspilari ja AV-tuotannon liiketoiminnan kauppatavara. Valtion pitää sitoutua kehittämään tekijänoikeudellista liiketoimintaa siten, että se ottaa lähtökohdaksi oikeudet myytävänä tuotteena ja kauppatavarana eikä rasitteena tai liiketoiminnan hidastajana.

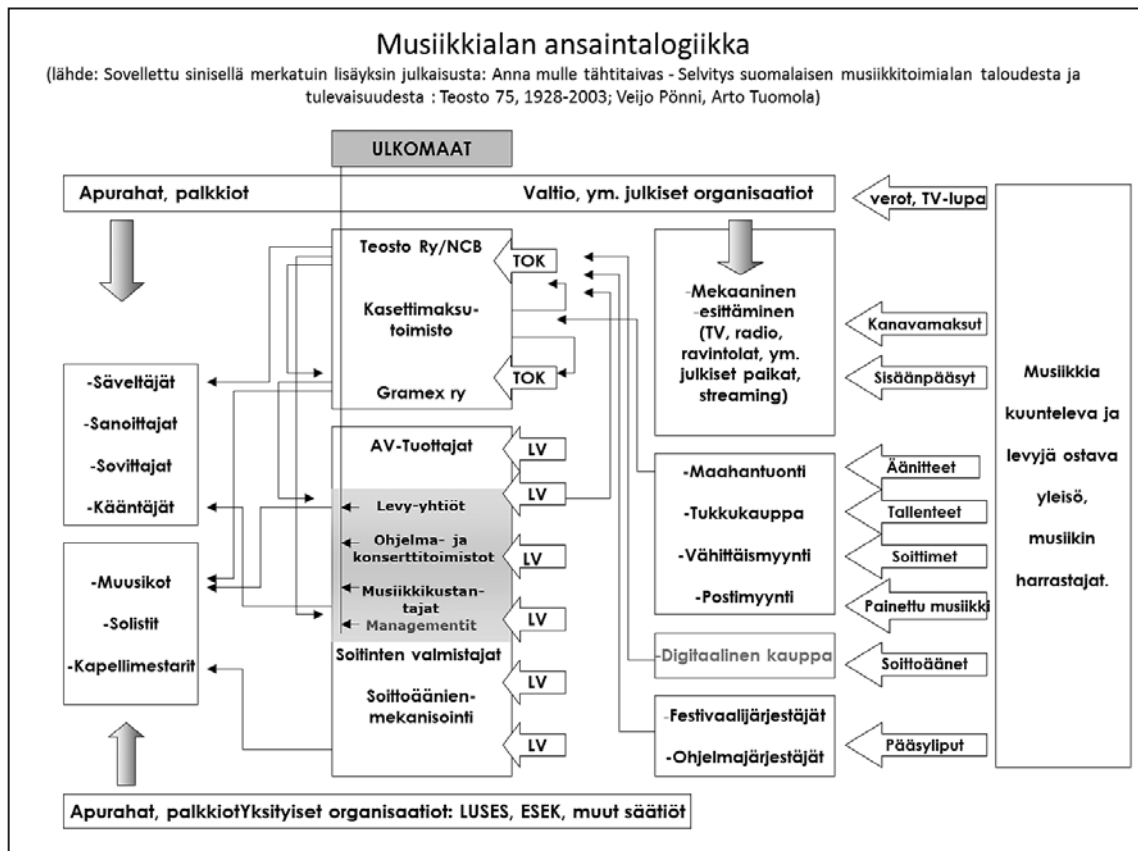
Elokuvasäätiön jakama hankekohtainen tuki tulee kasvattaa pohjoismaiselle tasolle eli lisäystä Veikkausvoittovaroista 12-15 miljoonaa euroa. Lisäksi tarvitaan joustava ja eri ministeriöiden rajat ylittävä tukijärjestelmä AV-tuotantoyritysten kehitystoimintaan. Tarvitaan AV-tuotantojen kannustinjärjestelmä, jotta valtion investoima raha soveltuisi mahdollisimman hyvin elokuva-alan tarpeisiin ja siitä saataisiin suurin hyöty irti ilman päällekkäisyyksiä tai joutokäyntiä. Näin turvattaisiin sisältöinnovaatioiden synty tukemalla tuotantoyrityksiä oikealla tavalla ja oikealla hetkellä.

5.5 MUSIIKKIALAN NÄKÖKULMA

Artikkelin kirjoittaja **Paulina Ahokas** on Music Export Finlandin (Musex) toiminnanjohtaja, jonka missiona on auttaa suomalaista musiikkialaa kasvattamaan vientitulojaan.
paulina@musex.fi

MUSIIKIN RAHOITUS JA KV-POTENTIALIAALI

Musiikkialan ansainta on laaja ja toimii erittäin verkottuneessa ja ns. kehittyneessä arvoketjussa, jossa jokaisella toimijalla on omat tehtävänsä.



Suomi on kansainvälisessä mittakaavassa investoinut poikkeuksellisesti prosessin alkupäähän, eli siihen, että meiltä löytyy runsas hyvin koulutettu musiikin tekijöiden, esittäjien sekä tuottajien joukko. Musiikkialalla toimivat yrittäjät levy- ja kustannusyhtiöistä, agentuureista, managementeista sekä erilaisista artistiyhtiöistä tuotteistavat ja kaupallistavat näiden tuotoksen sekä kotimaiseen että kansainväliin jakelukanavaan maksavalle yleisölle, kuulijoille ja käyttäjille.

Pienestä kotimarkkinastamme huolimatta Suomesta löytyy yrityksiä lähes jokaisesta näistä toimijaryhmästä, sillä musiikkikoulutusjärjestelmä on synnyttänyt maahamme myös erittäin aktiivisen musiikin kuluttajien joukon: seitsemän kymmenestä suomalaisesta sanoo kuuntelevansa musiikkia päivittäin (lähde: Tilastokeskus) ja 57% Suomessa myydyistä musiikista on kotimaista (lähde: Musiikkituottajat ry). Maassamme toimiikin poikkeuksellisen päättäväinen ja omaehtoinen musiikkialan yrittäjien joukko. Kansainvälistymisessä näistä toimii vähintään 300 yritystä: pelkästään erilaisiin Music Export Finlandin koordinoimiin yhteisvientihankkeisiin osallistui 286 yrittäjää ja koko toiminnan parissa oli 325 yritystä. Musiikkiviennissä toimivat yritykset toimivat entistä verkottuneemmin, eivätkä yksittäisten yritysten liikevaihtotiedot kerro koko totuutta toiminnan volyyminä. Musiikkisektorin kansainvälistymisen kerrannaisvaikutukset ovat voimakkaita ja välittömiä mm. lähisektoreiden, kuten elokuva-, televisio- ja pelialojen sekä matkailun kautta.

Välittäjäporras, kv-yritystoiminta ja kustannustoiminta ovat keskiössä

Kansainvälistymisen näkökulmasta puutteita tässä yritysketjussa on vielä jonkin verran:

1) Vaikka kansainvälisen konserttitoiminnan ja management-palveluiden osuus yritysten liikevaihdossa on kasvanut ja näillä sektoreilla toimivien yritysten määrä on kasvanut, ei Suomesta edelleenkään löydy kuin muutamia kansainvälisesti kilpailukykyisiä ns. välittäjäportaan yrityksiä. Näiden kehitys on kuitenkin viennin kehittymisen kannalta tarpeellinen: Musiikkiala 2009 -selvityksen mukaan yksi koko alan voimakkaimmista kansainvälisistä trendeistä on juuri näiden alueiden merkityksen kasvu.

2) Toimintakonsepteiltaan ketterät pk-yritykset ovat kyenneet muuttamaan toimintansa kurssia, mikä on mahdollistanut liiketoimintojen ja -vaihtojen kasvua äänitesektorin murroksesta huolimatta, mutta tuoretta innovatiivista vientiliiketoimintaa ja yrityksiä tarvitaan lisää erityisesti jakelukanavaan vaikuttavissa konseptiyrityksissä. Perinteisesti jakelukanava on ollut harvojen, ensisijaisesti ulkomailta ohjattujen toimijoiden varassa: tämä digitaalisessa murroksessa mahdollistuva kehitys edistäisi sekä entistä suurempien rahavirtojen tuleamista Suomeen että vientimahdollisuuksien kasvamista.

3) Teosmyynnissä ja kansainvälisessä kustannustoiminnassa työskentelevien ammattilaisten määrä on lisääntynyt. Tämä on Suomen musiikkisektorin kasvulle erittäin olennaista, sillä kansainvälisestä musiikkiliiketoiminnasta biisintekijöiden ja tuottajien osuus on merkittävin yksittäinen tulonmuodostus. Myös kansainvälinen kysyntä on voimakasta: Maailmanlaajuisesti luovien tuotteiden ja palveluiden vienti on kasvanut, vaikka muu talous on ollut lamassa. Kulttuurialojen tuottama arvonlisäys Suomen kansantaloudessa oli vuonna 2006 noin 4,6 miljardia euroa (3,2 %). Se oli suurempi kuin matkailun, alkutuotannon toimialojen, majoitus- ja ravitsemustoiminnan sekä massan ja paperin valmistuksen. Tilastokeskuksen tuoreimpien saatavilla olevien tilastojen mukaan kulttuuriammateissa työskentelee 82 700 ihmistä ja kulttuurin ja joukkoviestinnän alalla toimii 15 350 yritystä, joiden liikevaihto on yhteensä 14 miljardia euroa. Vuonna 2007 kulttuurin ja joukkoviestinnän alan hyödykkeiden vienti oli 891 miljoonaa euroa ja tuonti 1,4 miljardia euroa.

Kasvun haasteina yritysten kasvukyky ja rahoituksen puute

Toimijoita, yrityksiä ja kansainvälistä kysyntää siis tuntuu olevan, kuitenkin Suomi ei ole kansainvälisesti luovan alan tai musiikinkaan kilpailukykyisimmässä kärjessä. Mistä tämä johtuu?

Haasteet voidaan jakaa kahteen:

- 1) yritysten kasvukyvystä johtuvat haasteet sekä
- 2) yrityspalvelujärjestelmän ja rahoitusjärjestelmän kyvyttömyys tukea musiikkisektoria

Sen lisäksi että sektori tekee parhaansa katsoakseen peiliin oppiakseen itse tehokkaampia ja tuloksellisempia toimintatapoja, on suomalaisen yrityspalvelujärjestelmän pystyttävä vastaamaan nopeasti kehittyvillä toimialoilla toimivien yritysten kohtaamiin haasteisiin. Suomi on todella pieni markkina ja kansainvälistyvät yritykset tarvitsevat pääomia sekä erilaisia tukitoimenpiteitä riskinotto kykyänsä parantamiseksi ja kasvunsa mahdollistamiseksi.

Keskeiset tarpeet tuen ja rahoituksen kannalta

Tällä hetkellä yritykset voivat saada tukea kansainvälistymispolkunsa keskivaiheella markkinoillemenovaiheen toimenpiteisiin. Music Export Finlandin toiminnan kautta yritykset voivat saada yhteisvientihankkeiden tukea. Täyden hyödyn saaminen yhteisvientihankkeista edellyttää kuitenkin sitä, että kasvavirta, resurssit ja osaaminen ovat jo suhteellisen kypsyydessä vaiheessa.



Jalostamo-toiminnan kautta olemme voineet laajentaa tukea kansainvälistyville yrityksille myös yrityksen kehittämisen neuvontapalveluihin, mutta yrityksen kehityksen kautta olennaiset investoinnit tuotekehitykseen, tuotteistamiseen, yrityksen kehitykseen sekä kasvuun eivät tilastojen, tutkimusten, eivätkä yrityksiltä saadun palautteen mukaan saavuta heitä vielä.

Musiikkialan yrityksen näkökulmasta ongelmakohdat ovat seuraavia:

- **Rakenteita on liian monta.** Tämä johtaa pallotteluun eri rakenteiden välillä. Musiikkialan yritykset voivat tällä hetkellä asioida jopa 42 eri kehittämistoimijan kanssa. Järjestelmässä on paitsi todella selkeitä päällekkäisyyksiä kymmenissä eri hankkeissa, myös selkeitä puutteita. Puutteita ovat mm. se, että musiikkialalla tehtävää tuotekehitystä ei tunnisteta tuotekehitykseksi, eikä tähän siksi ole rahoitusinstrumentteja. Lisäksi olemassa olevat rahoitusinstrumentit soveltuvat lähinnä vain todella voimakkaisten kasvuyritysten tai start-upien tukemiseen.
- **Rakenteet ovat pullistuneita.** Kaikki tuet menivät rakenteisiin, erilaisiin neuvonta- ja osaamiskehityspalveluihin sekä selvityksien luontiin, jolloin luova ydin kärsii eikä tukea riitä varsinaisiin toimenpiteisiin tai riskin jakamiseen.
- **Rakenteissa ei ole riittävästi osaamista.** Olemassa olevat rahoitusmekanismit eivät pysty identifioimaan kykyjä riittävän nopeasti. Päätökset eivät perustu substanssiosaamiseen, vaan tiettyjen skenaarioiden projektointiin, jolloin esim. kilpailoista ei ole riittävästi tietoa. Järjestelmällä ei ole riittävästi reaktionopeutta ja innovaatioiden tekijöiden tulee liian usein muuttaa tuotettaan sopimaan investointijärjestelmään.

Entä jos Suomessakin otettaisiin käyttöön Kanadan malli

Kanadassa oltiin vastaavanlaisessa tilanteessa 1980-luvun lopulla. Perinteiset toimialat ja erityisesti vienti olivat selkeässä kriisissä ja luovien alojen potentiaali nähtiin erittäin suurena. Investointistrategiansa prosessin tuloksena Kanadassa luovan alan investointisysteemi uudistettiin täysin vuonna 1988 siten, että valituille vahvuusaloille perustettiin jokaiselle omat, 'yhden luukun' rahoitusrakenteet. Kanadan analyysin mukaan he eivät voineet tehdä merkittäviä investointeja kaikkiin toimialoihin, vaan pyrkivät kehittämään kerrannaisvaikutuksiltaan voimakkaita veturialoja, jotka toimisivat pilotteina sekä lumipalloejektinä koko luovalle sektorille. Selkeät, yhden palvelupisteen rahoitus- ja kehitysrakenteet perustettiin kolmelle alalle:

- Musiikki
- Peliala
- Arkkitehtuuri

Suomessakin olisi syytä käynnistää vastaava keskustelu omista veturialoistamme. Olennainen havainto Kanadan mallissa oli, että neuvonta- ja osaamispalveluista saatiin tehoa irti vasta, kun investointijärjestelmä oli kunnossa. Mallissa musiikin päärahoitusrakenteen nimi on Factor, josta löytyy lisätietoa mm. www.factor.ca.

Kanadassa lähtöasetelmat samankaltaiset kuin Suomessa. Suomessa musiikki on selkeä vahvuusalue, jolla on jo merkittävät panostukset koulutukseen sekä potentiaalia, mutta dominoiva(t) kilpailija(t) kiinnittä(vät) potentiaalin ja merkittävät rahavirrat jäävät pois. Kotimarkkinoiden pienuudesta johtuen investoinnit tuotekehitykseen ja tuotteistukseen ovat välttämättömiä. Merkilläpantavaa on, että Kanadassa kotimaisen musiikin markkinaosuus hanketta käynnistäessä oli alle 5%.

Kanadassa Factor aloitti toimintansa varsinaisesti vuonna 1988. Se investoi ja tukee tänä päivänä 13 milj. eurolla (14,7 C\$) kanadalaisista musiikkialaa. Noin 70% Factorin varoista tulevat valtiolta (suoraan VM:stä) ja loput ovat musiikkialan omaa rahoitusta (pääosin radiolta).

Factorin toimintaperiaatteessa kahdeksasta musiikkialan ammattilaisesta koostuva strategiaryhmä päättää tukiohjelman (tällä hetkellä 15 kpl) sekä ohjelmien tavoitteet ja kriteerit. Kunkin tukiohjelman toisistaan tietämättömät valitsijalautakunnat tekevät valinnat. Hakemukset ovat netissä ja valitsijat lukevat ne sieltä. Samalla tavalla toimivat Suomessakin jo Kulttuurirahasto, SKF ja Turku 2011.

Factorin 15 tukiohjelmaa

* tähdellä merkatut Suomessa julkisen rahoituksen piirissä

- Demo Program
- Juried Sound Recording Loan Program (FACTOR Loan and Independent Recording Loan)
- Marketing and Promo for FACTOR Funded Sound Recordings
- Marketing and Promo for Non-FACTOR Funded Sound Recordings
- Emerging Artist Program
- Video Program
- Direct Board Approval Program (All Levels)
- Domestic and International Business Development
- Label, Manager & Distributor Business Development Program
- Songwriter's Educational Workshop & Seminar Support Program
- Domestic and International Showcase Program
- Domestic and International* Tour Program (* = Music Export Finlandin kautta OKM 200 000 €)
- Collective Initiatives Program* (* = Music Export Finland koko toiminta TEM + OKM yht. n. 450 000 €)
- Minority Language Support
- New Thing: periaate: jos tähän tulee enemmän kuin kaksi selkeästi kasvua suunnitelmassaan osoittavaa hakemusta, aika muuttaa tukiohjelmarakennetta

Käytäntö on tehokas ja strateginen:

Hakuprosessi ohjaa strategisesti.

- alussa on prosessi, jolla hakija löytää oman ohjelmansa
- ohjelman löydyttyä on erittäin selkeät ohjeet haulle: mitä tulee kertoa ja valmistella että tekee hyvän hakemuksen (esim. ei demotukea ennen kuin on jakelu)
- haussa on tehokkaasti hyödynnetty internetiä: prosessin ohjaavat hakulomakkeet ovat netissä

Kyseessä tavoitteellinen investointi, ei pelkkä tuki.

- kaikki hankkeet edellyttävät 25 – 50 % omaa rahoitusta
- ei siis toimi kuten esim. Taiteen keskustoimikunta (myös Kanadassa se on erikseen)

Tulokset kiistattomia – ja hyvin dokumentoituja.

- 15 vuodessa on syntynyt kanadalaisten bändien, biisintekijöiden, tuottajien jne. tekijöiden menestys esimerkkeinä mm.: Lavigne, Nickelback, McLaughlan
- kansainvälisesti menestyneiden musiikkiryhtiöiden synty: levy- ja kustannusyhtiöt, agentuurit ja managementit. Useat Yhdysvaltojen suurimmista artisteista ovat nyt kanadalaisissa yhtiöissä. Esimerkiksi Arts & Crafts, Netzwerk, Paquin Agency kertovat kasvaneensa käsi kädessä Factorin kanssa, sen tuloksena!
- Kanadassa kotimaisen musiikin osuus noussut räjähdysmäisesti aiemmasta alle 5%:sta keskimäärin 45%:iin

Kanadalaisten oma analyysi järjestelmän toimivuudesta painottaa järjestelmän toimivuuden ja tulokellisuuden ytimessä olevia investointijärjestelmän kriittisiä kilpailutekijöitä:

- Substanssiosaaminen
- Strateginen osaaminen
- Reaktionopeus
- Omistajuus: "by the music industry – for the music industry"

Omistajuudella tarkoitetaan siis sitä, että toimiala haluaa tuottaa tuloksia organisaatiolle ja rakenteelle, josta ne ovat itse vastuussa sekä maineellaan että osarahoituksellaan ja jonka tulevaisuus on heidän itsensä käsissä.

Käytännön toimet

Suomen ei välttämättä tarvitse perustaa täysin uutta järjestelmää tai uusia rakenteita, sillä olemassa olevassa systeemissä on myös paljon hyvää. Vahvuuksina ovat alan toimijat tuntevat yksiköt sekä rahoituksen toimivat instrumentit ja käytännöt. Jotta Suomi voisi uudistaa yrityskehitysjärjestelmäänsä hyödyntämään maailman tehokkaimmin luovan alan tuomia mahdollisuuksia tarvitaan seuraavia toimia:

- Ensinnä tarvitaan poliittinen tahtotila, joka osoitetaan hallitusohjelmassa. Riittävä resursointi on olennainen. 50 miljoonaa euroa on todella pieni investointi suomalaisen koulutusjärjestelmän tai yrityskehitysjärjestelmän mittakaavassa, mutta tuo merkittävän mahdollisuuden luovan alan yrityksille.
- Tämän jälkeen tarvitaan virkamiesten kyky ja halu muuttaa olemassa olevaa järjestelmää. Kyky tehdä rohkeita, tulevaisuuteen katsovia päätöksiä samalla tavalla, kuin esim. Tekesiä perustettaessa on tehty. Näiden päätösten merkitys Suomen tulevaisuudelle on ollut kiistaton.
- Sen jälkeen tarvitaan virkamiehistön toimia hyvin läheisessä yhteistyössä luovalla sektorilla toimivien yritysten, ammattilaisten ja näitä edustavien toimijoiden kanssa. Luovat toimialat ovat Suomessa järjestäytyneet hyvin, tosin varsin pieniin toimijayksiköihin, mutta toimijat kyllä löytyvät kaikilta eri sektoreilta.

5.6 ESITTÄVIEN TAITEIDEN NÄKÖKULMA

*Artikkelin kirjoittaja **Hanna Helavuori** on TINFO:n (Teatterin tiedotuskeskus) johtaja. TINFO:n tavoitteena on synnyttää lisää toiminnallisia yhteyksiä esittävien taiteiden verkostoon, niin kansallisesti kuin kansainvälisestikin.
hanna.helavuori@tinfo.fi*

ESITTÄVIEN TAITEIDEN RAHOITUS JA ASEMA LUOVASSA TALOUDESSA

Esittävien taiteiden toimiala on kokonaisuus, jossa on:

- korkealaatuinen sisältöosaaminen
- vankka ja arvostettu esityskulttuuri, jolla on suuri katsojakunta
- aktiivinen kolmannen sektorin toimijakenttä: suuri teatterin, tanssin ja sirkuksen harrastajakenttä, paljon organisoitua harrastajatoimintaa
- toimiva infrastruktuuri, korkealaatuinen koulutus, joka tuottaa volyymia
- live-tuotantona uniikkiesityksiä, jotka ovat vaikeasti konseptoitavissa
- näytelmiä ja koreografioita, jotka ovat "monistettavissa" tekemällä niistä uusia esitystulkintoja
- tuotteita, jotka ovat vaikeasti markkinakohtaisesti räätälöitävissä

Teatteri, tanssi ja sirkus ovat luovaa alkutuotantoa

Teatterilla ja tanssilla on perinteisesti ollut vankka asema maamme kulttuurikentässä. Erityisesti teatteri on tärkeä osa kuntien kulttuuripalveluja, hyvinvointia ja terveyttä sekä asuinalueiden viihtyvyyttä ja laatua. Suomessa on alueellisesti kattava teatteriverkosto. Valtionosuuslainsäädännön piirissä olevia teattereita ja tanssiteattereita (ns. VOS-teatteri) on yhteensä 56 kpl. Lisäksi perinteisen institutionaalisen esittävän taiteen kentän rinnalla toimii kasvava, monimuotoinen yksittäisten taiteilijoiden ja amatillisten ryhmien kenttä. Kentällä toimi vuonna 2011 40 teatteriryhmää ja esitystaiteen ryhmää, 17 tanssiryhmää ja 15 sirkustaiteen ryhmää, jotka saavat valtion toiminta-avustusta.

Viime vuosina tanssin ja sirkuksen merkitys ja näkyvyys on kasvanut. Teatterilla, tanssilla, oopperalla ja sirkuksella oli vuonna 2009 yhteensä 3.96 miljoonaa katsojaa, eli laskennallisesti noin 4/5 suomalaisista näkee vuosittain jonkin esityksen. Esittävien taiteiden alalla lisää volyymia tuottavat myös festivaalit ja tuotantotalot, kuten esimerkiksi Kiasma-teatteri. Tärkeä merkitys on myös kolmannella sektorilla toimivalla harrastajakentällä. Teatteri, tanssi ja sirkus ovat erittäin suosittuja harrastuksia. Harrastajakentässä liikkuu myös rahaa koulutus- ja kurssitoiminnan muodossa. Lisäksi se työllistää alan ammattilaisia.

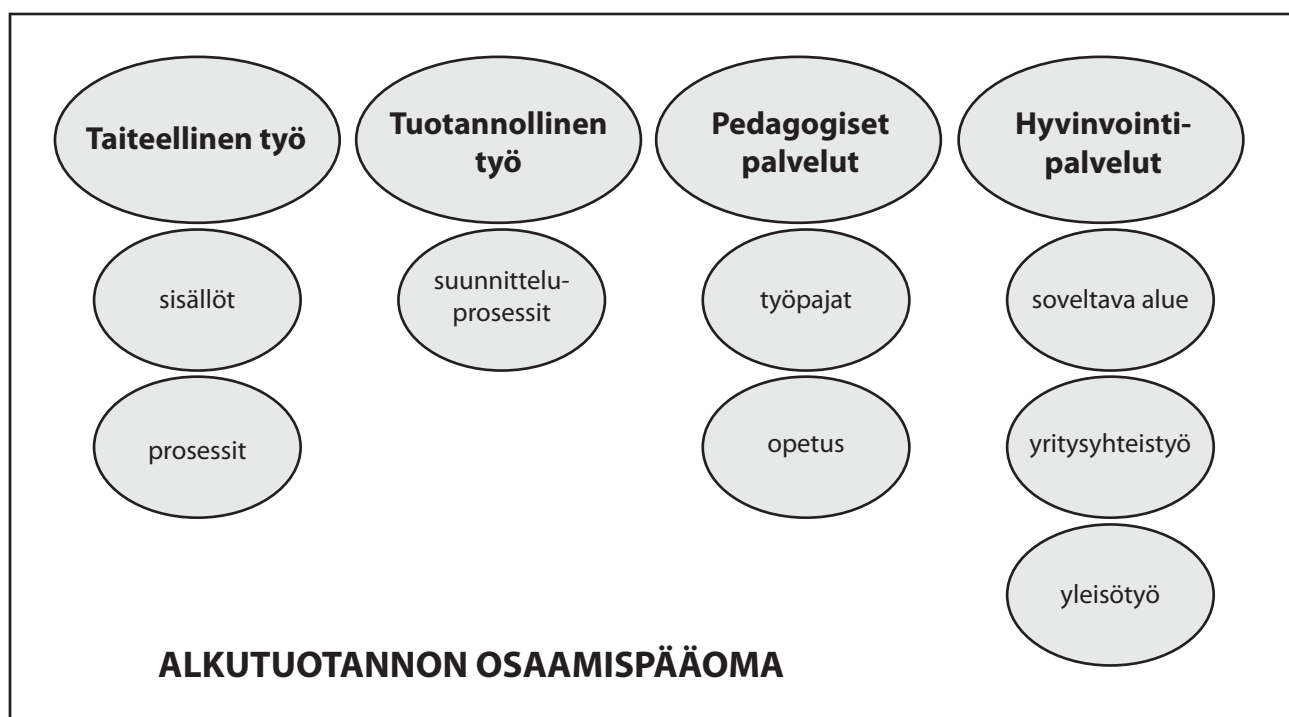
Esittävien taiteiden rahoitus on julkisen tuen (valtion tuki ja kuntatuki) ja omien tulojen (pääasiassa lipputulot) varassa. Taiteenalakohtaisesti julkisen rahoituksen ja omien tuottojen osuuksien erot ovat suuria. Lähtökohta on kuitenkin ollut se, että pienessä maassa taide ei elä ilman julkista tukea. Valtiolla on nähty tärkeä rooli kulttuuripalvelujen alueellisen saatavuuden ja saavutettavuuden mahdollistajana. Esittävien taiteiden kansantaloudellinen merkitys on arvioitavissa suorien ja välillisten vaikutusten kautta. Kulttuurilaitoksiin investoitu euro tulee selvitysten mukaan suomalaiseseen kansantalouteen 1,8-kertaisena takaisin. Investointi muuttuu työpaikoiksi. Teatterit ovat suuri työllistäjä ja ne luovat välillisesti myös muita työpaikkoja ja yritystoimintaa. Koko kansantaloudessa kulttuurin osuus kansatuotteen lisäyksestä on 3,3 %. Kulttuurialan työllisten osuus on 4,25 %, kuten valtion talousarvioesityksessä vuodelle 2011 todetaan. Kulttuurin harrastaminen lisää ihmisten henkistä terveyttä, hyvinvointia ja inhimillistä pääomaa.

Esittävän taiteen ydin toteutuu elävässä esityksessä, tietyssä ajassa ja paikassa, yhdessä yleisön kanssa. Taideteokset ovat olemassa esityksinä vasta silloin, kun yleisö ne kohtaa. Ainutkertainen tilassa ja ajassa tapahtuva, esittäjien ja katsojien läsnäoloon ja vuorovaikutukseen perustuva yhteisöllisen elämys-tuotannon ala on työvoimavaltaista. Teosten tuottaminen on ryhmätyötä, useiden eri ammattiryhmien työn tulos. Tämä tarkoittaa myös harjoitus- ja esitystilaa ja siitä koituvia kustannuksia, usein kiinteistömenoja. Toimiala eroaa tässä suhteessa merkittävästi useista muista luovista aloista.

Alan työvoimavaltaisuus konkretisoituu hyvin Teatteritilaston Henkilöstö-osiossa: VOS-teattereissa työskenteli vuonna 2009 (marraskuu 2009) yhteensä 2 040 henkeä, josta taiteellista henkilökuntaa oli 713, teknistä henkilökuntaa 883, hallinnollista henkilökuntaa 262, johtajia 131 ja muuta henkilöstöä 51. Lisäksi vapaan ammattikentän taiteilijoita oli seuraavasti: teatteri n. 1 500, tanssi 900, sirkus 300, performanssi 200.

Esittävän taiteen kentällä vallitsee vahva taiteilija- ja sisältölähtöisyyden ihanne. Taide nähdään itseisarvoisena toimintana. Toimialalle on ominaista voimakas painotus alkutuotantoon, itse sisältöön. Tuoteistamista ei uniikituotteita arvostavan tekijäkentän näkökulmasta ole nähty tavoittelemisen arvoisena tai kovinkaan realistisena. Tuottavuus ja kaupallinen hyödynnettävyys ovat vain harvoin taiteellisen työn keskiössä. Luovan alkutuotannon taiteilijat joutuvat liian usein kamppailemaan keskenään niukoista kohdeapurahoista vailla pitkäjänteistä toimeentuloa ja jatkuvuutta.

Alalla on laaja osaamispääoma, joka jakaantuu neljään osa-alueeseen: taiteelliseen työhön, tuotannolliseen työhön, pedagogisiin palveluihin ja hyvinvointipalveluihin.



Esittävä teos prototyypinä ja tuotekehitystoimintana

Esittävien taiteiden teoksia voi luonnehtia prototyypin käsitteellä. Jokainen syntyvä teos on ainutkertainen oma tuotteensa. Teos on 'live', joka ei ole monistettavissa, eikä siis ole helposti siirrettävissä paikasta toiseen. Jokainen syntyvä teos on ikään kuin oma projektinsa. Uniikin esityksen valmistaminen on verrattavissa tutkimus- ja kehitystoimintaan. Tähän toimintaan liittyy sitten lukuisa määrä yksittäisten taiteilijoiden tai mikroyhteisöjen (mahdollisesti myös yritysten) yhteistyöverkostoja, jotka syntyvät ja elävät produktion ajan ja hajoavat tämän jälkeen muodostuakseen jälleen uudelleen. Tuotannolle on ominaista avoimen lähdekoodin prosessi, jossa prosessuaalinen oppiminen ja tuotannon jäsentäminen on keskeistä. Juuri tämän prosessuaalisen oppimisen kautta syntyvät yhteistyöverkostot ja ikään kuin näkymättömät rihmastot, joissa on koko toiminnan eettinen ja arvoperusta.

Yleisin toimijamuoto on yhdistys tai kunnallinen organisaatio

Alalla toimivat ovat hallintomuodoltaan pääasiassa yhdistyksiä tai kunnallisia organisaatioita. Säätiöitä tai osakeyhtiömuotoisia toimijoita on vähemmän. Tällä hetkellä osa kunnallisista kaupunginteattereista on muuttumassa joko säätiö- tai osakeyhtiömuotoisiksi. Monimuotoiselle taiteilijayhteisölle soveltuvia osuuskuntia on varsin vähän. Yhtenä hyvänä esimerkkinä on kuitenkin muusikoiden, näyttelijöiden ja muiden teatterialan ammattilaisten muodostama 35-jäseninen Musiikkiteatteri Kapsäkki, joka työllistää vuodessa noin 150 free lanceria määräaikaisiin tuotantoihin.

Esittäville taiteilla on kansainvälistä potentiaalia

Esittävien taiteiden omarahoitteisuus kansainvälistymisessä on toistaiseksi melko vähäistä. Yritystoimijoita on vähän verrattuna muihin luoviin toimialoihin, eikä liiketoimintapotentiaalia ole vielä täysimääräisesti hyödynnetty. Syynä on ehkä se, että yhteiskunnallinen yrittäjyys on vasta nyt tulossa Suomeen ja saamassa täysivaltaista tunnustusta.

Taiteilijan ydinosaamisen ja perusammattitaidon hankkiminen on pitkä ja jatkuva prosessi. Se on kokonaan toisenlainen, kuin esimerkiksi soveltavaan taiteeseen, tuotteistamiseen, konseptointiin tai markkinointiin liittyvä ammattitaito. Tuoteketjussa alkutuotannon laadukkuus ja prosessit ovat hyvin hallinnassa, sen sijaan brändäys, tuotteistus ja markkinointi ovat jo hyvin etäällä osaamisen ytimestä.

Toimialalla on lähinnä immateriaalisiin oikeuksiin perustuvaa liiketoimintaa, IPR:n myynti on esimerkiksi näytelmäkirjailijoiden näytelmäviennissä osittain ulkomaalaisten näytelmäagentuurien käsissä. Esitysagentuureja Suomessa ei ole. Kansainvälisimpien näytelmäkirjailijoiden tai yksittäisten ryhmien välitys on ulkomaisten agentuurien edustuksessa. Esimerkiksi Sofi Oksasen Puhdistus-näytelmän oikeudet ovat saksalaisella Schaeferphilippenillä ja osittain ruotsalaisella Salomonsson Agencyllä. Näytelmäkirjailija Bengt Ahlforssilla on Euroopassa seitsemän eri agenttia, mm. Tukholmassa, Berliinissä ja Prahassa omansa.

Valtaosa tuotannosta tehdään kotimarkkinoita varten ja oman kiinteän teatterin kotimaiselle yleisölle. Tällöin juuri suomalaisuus on ollut keskeinen kilpailuetu. Valtionosuuslainsäädäntö ja kaupunkien tukikin edellyttävät, että toiminnalla tarjotaan kulttuuripalveluja nimenomaan oman alueen/kunnan asukkaille. Toisaalta kentälle on tullut ns. open stage -periaatteen toimijoita; festivaalit tai muut tuotantoreenat toimivat yhteistyössä ja osatuottajana.

Vuonna 2011 käynnistetty Teatterikeskuksen aloitteesta syntynyt kolmivuotinen ns. Tekijä-hanke, jonka kumppaneita ovat Tutkivan teatterityön keskus, Suomen Teatterit, Baltic Circle ja Produforum. Hankkeen tavoitteena on yhä kiinteämpi yhteistyö kiinteiden teattereiden ja vapaan ryhmäkentän välille esitysten linkaaren lisäämiseksi ja uusien yleisöjen saavuttamiseksi.

Alalla on käynnissä muutosprosessi, jota on edesauttanut kasvava tuottaja- ja manageriosaaminen (TAI-VEX vientivalmennusohjelma) sekä esittävien taiteiden vientistrategiat ja vientirahoitus osana kansallista kulttuurivientistrategiaa. Alalla kuitenkin nähdään, että kansainvälistymistä ja vientiä ei synny ilman aitoa vuorovaikutusta ja vaihtoa.

Teatteri, tanssi ja sirkus esittävän taiteen alana muodostavat rahoittajalle kiintoisan kentän ominaislaadunsa vuoksi:

- alalla on verkottunut ekosysteemi ja siihen liittyy useita toimialoja, mm. valo- ja äänitekniikka
- alan luova ydin on taiteellisessa korkeatasoisessa ja omintakeisessa osaamisessa
- alalla on korkeatasoinen koulutus ja suuri tuotantovolyymi (koskee teatteria)
- alan perustuotantoa, sisältöjen luomista, rahoitetaan julkisella tuella
- alalla on käyttämättömiä laajentumismahdollisuuksia myös oman toimialansa ytimen ulkopuolelle soveltaville alueille, erityisesti sosiaali- ja terveydenhuoltoon, matkailuun ja viihteeseen

Esimerkkinä laajentumismahdollisuuksista on mm. StoryOf -tuotantoyhtiön Putous, viihteellinen live-show, jonka sketsihahmot ovat näyttelijöiden luomia. Munamies tai Harjakainen ovat Teatterikorkeakoulusta valmistuneiden näyttelijöiden tuottamia hahmoja, jotka nyt elävät myös TV-ohjelman ulkopuolella.

Kansainvälisestä potentiaalista kertovat jo nyt sirkuksen ja tanssin esitys- ja katsojamäärät ulkomailla sekä suomalaisten näytelmien ulkomaiset esitystuotannot. Tälle pohjalle voidaan organisoida kiinteämpää yhteistyötä ja kehittää uusia innovatiivisia toimintaideoita. Tällöin innovaatio voi olla myös uudessa liiketoimintamallissa. Alalla on huomattavasti luovaa lahjakkuutta, mutta luovan ytimen, eli esitysten tekemisen lisäksi tarvitaan rahoitusta ja tukea liiketoimintaosaamisen kasvattamiseen. Tukea tarvitaan erityisesti liiketoimintaideoiden, konseptien ja tuotteiden arviointiin ja kehittämiseen. Myynnin ja markkinoinnin ammattilaisia on vaikea valjastaa työhön kulttuurialan palkoilla. Tästä seuraa, että myynnin ja markkinoinnin henkilö- ja osaamisresursseja ei ole riittävästi – niihin ei yksinkertaisesti ole varaa. Tästä syystä ”kone yskii”, kuten erään teatterin johtaja on todennut.

Rajapinnat ja erilaiset hybridimuodot ja cross-overit ovat kiintoisa kehittämisaikaa. Saattaa olla, että esittävien taiteiden yrityksissä on tulevaisuudessa useita yhtäaikaista ansaintamalleja. Yritykset saattavat olla yleishyödyllisen yhteisön, yhdistyksen, säätiön ja yrityksen yhteenliittymiä, kuten esimerkiksi Tero Saarinen Company tanssin alalla.

Esittävien taiteiden yrityksissä korostuu eettisyys, yhteiskuntavastuu ja ekologisuus. Ne saattavat tulevaisuudessa olla yhä enemmän sekä kansallisesti että kansainvälisesti toimivia yhteenliittymiä, joissa tapahtuu yhteistuotantoja, esittävää luovan alkutuotannon kehittelyä ja innovointia. Lisäksi ne ylittävät toimialoja ja parhaimmillaan synnyttävät aivan uudenlaisia tuotteita ja palveluita.

Keskeinen kehittämistarve on perusrahoituksen parantamisessa

Esittävien taiteiden alalla keskeiset kehittämistarpeet liittyvät taiteilijoiden aseman ja taiteenalan perusrahoituksen parantamiseen ja rahoitusmuotojen joustavoittamiseen. Lisäksi tarvetta on erilaisten kehittämisen- ja yhteistyöhankkeiden entistä määrätietoiseen rahoittamiseen sekä tuottaja- ja yrittäjäosaamisen vahvistamiseen.

TAIVEX-vientivalmennusohjelmassa ja yhteistyöverkostossa koulutetaan teatterin, tanssin, sirkuksen, kuvataiteen ja kirjallisuuden alojen tuottajia, managereja, agentteja, galleristeja, kuraattoreja ja kustantamojen edustajia. Tavoitteena on Jalostamo-toiminnasta saatujen kokemusten hyödyntäminen myös teatterin soveltavalla kentällä. Jalostamoissa hiottavaa liiketoiminnallista ajattelua tarvitaan myös alan

täydennyskoulutukseen, valtionosuusjärjestelmän kehittämiseen ja kiertuetoiminnan kehittämiseen, parempaan ja luotettavamman tiedon tuottamiseen sekä toimialan kansainvälisen viennin ja kansainvälisen vaihdon kehittämiseen. Julkisen tuen keskeisenä edellytyksenä on, että raha-arpajais- ja veikkausvoittovarot voidaan edelleen turvata keskeisenä julkisen tuen perustana.

Toimenpide-ehdotukset alan rahoituksen kehittämiseksi ovat:

- 1) Kentän hajaantuneen rakenteen ja pienten toimijoiden keskinäisen synergian hyödyntäminen.
- 2) Myös muun kuin ei-teknologisen innovaation tunnustaminen.
- 3) Toimijoiden kansallista ja kansainvälistä verkostoitumista, yhteistyötä ja yhteistuotantoja edistävän rahoituksen kehittäminen.
- 4) Festivaalien ja tuotantotalojen yhteistuotantojen tukeminen.
- 5) Esittävien taiteiden erityisluonteen huomioivien yritysrahoitusmallien luominen. Tukea tulisi saada kohdennetusti tuotantoprosessin ja tuotannon elinkaaren eri vaiheissa.
- 6) Festivaalien ja tuotantotalojen ja open stage -ajatteluun perustuvien tuotantoyhtiöiden tukeminen.
- 7) Selvityksen tekeminen esittävien taiteiden koulutusalojen lisäkoulutustarpeesta, uusista osaamistarpeista taiteilijan perusammattillisen osaamisen rinnalla.

Entä jos

- Suomessa olisi esittävän taiteen kehittäjätaho
- Villien ideoiden kutsunnat
- Työyhteisön hyvinvointia tukevaa yritystoimintaa, joka sijoittaa organisaatioihin taiteilijoita auttamaan työntekijöitä kehittämään luovia ratkaisuja

Suomesta puuttuu kehittäjätaho, joka tarjoaisi koulutusta, konsultointia, mentorointia, verkottumis- ja vertaistukea, mahdollisia EU-hankekumppanuuksia ja muita kansainvälisiä pilotteja, tuottaisi tietoa, selvityksiä ja raportteja toimialan kehityksestä, kehittämistarpeista.

Suomessa voisi toimia englantilaisen Artsadminin kaltainen esittävien taiteiden yhteistoimija, laboratorio ja hautomo monitaiteellisille kokeellisille esityksille. Tämä toimija etsisi ja kehittäisi taiteellista lahjakkuutta ja tukisi taiteilijoita heidän uransa eri vaiheissa alkuideasta tuotannon toteutumiseen, markkinointiin, kierrättämiseen koti- ja ulkomailla. Se toimisi taiteilijoiden taiteellisesti kunnianhimoisten ja uutta luovien ideoiden kokeilu- ja kehittäjä- sekä mentorointialustana, asiantuntija-avun ja tilojen tarjoajana. Toimintaa leimaisi yhteisöllisyys ja yhteistyö, tiedon ja resurssien jakaminen.

Tavoitteena olisi taiteellisen tuotannon kannalta merkityksellisten kumppanuuksien ja yhteistyöverkostojen luominen. Se synnyttäisi kehityshankkeita, hyödyntäisi EU-rahoitusta, sen palvelut ulottuisivat ilmaisista klinikkakäynneistä kokonaisuun subventoituihin koulutusprojekteihin ja viikonloppukoulutuksiin. Asiantuntijapankista saatava moninainen ilmainen tai kohtuuhintainen neuvonta auttaisi pieniä toimijoita, joilta puuttuu resursseja ja osaamista erityisesti konseptoinnissa, myynnissä ja markkinoinnissa. Tällainen yhteistyö-, mentorointi-, tuotanto- ja välitysalusta voisi avustaa myös erilaisten tukimuotojen haussa. Tuottaja- ja manageriportaantasaamisen edistäminen ei yksin ratkaise alan ongelmia.

Maassamme voitaisiin myös käynnistää esittävien taiteiden villien ideoiden (sekä kaupallisten että ei-kaupallisten) tuotantojen kutsunta. Annettaisiin siemenrahaa x-määrälle syntyviä yrityksiä; alkuun pieni siemenraha ja konsultointi, ja seuraavassa vaiheessa tarjottaisiin parhaalle 10%:lle jatkorahoitusta. Tuen edellytyksenä olisi, että pystyy luomaan yhteistyö- ja kumppaniverkoston. Tällaisella villien ideoiden rahoituksella voisi myös testata toimintaideoita, kehittää liikeideaa ja toimintakonseptia.

Entä jos Suomeen syntyisi Ruotsalaisen TILLT:in esikuvan mukaisesti työyhteisön hyvinvointia tukevaa yritystoimintaa. TILLT sijoittaa organisaatioihin taiteilijoita, jotka auttavat työntekijöitä kehittämään luovia ratkaisuja. Sen toiminnan lähtökohtana on työelämän kehittäminen taiteen ja kulttuurin avulla. Institutet Of Management Innovation and Technology:n (IMIT) mukaan tuottavuus lisääntyi ja sairauspoissaolot vähenevät. TILLT on Ruotsissa alan uranuurtaja kulttuuri- ja taidetoiminnan viemisessä työpaikoille. Sen tekemien tutkimusten mukaan kulttuuri- ja taideprojekteilla on myönteisiä taloudellisia ja työtyytyväisyyteen liittyviä vaikutuksia. Ne ovat paitsi lisänneet yhteisöllisyyttä ja luovuutta myös vähentäneet sairauspoissaoloista aiheutuvia kustannuksia ja konfliktien määrää. Lisätietoja TILLT-organisaatiosta on saatavilla osoitteessa <http://www.tillt.se>.

Esittävien taiteiden alaa voitaisiin kehittää myös...

- Jos aidosti tunnustettaisiin ja tunnustettaisiin soveltavan teatterin mahdollisuudet terveys-, hyvinvointi- ja sosiaalisektorilla ja alueen kehittämiseen panostettaisiin.
- Jos kiinteät ammattiteatterit pystyisivät tuottamaan esityksiä kiertämään kotimaassa ja vientiin.
- Jos olisi olemassa selkeä ja käytännönläheinen verkko-opas tai luovien alojen oma verkkosivusto, jossa esiteltäisiin luovien yritysten toimijat, neuvontapalvelut, rahoitusinstrumentit ja rahoitus- ja neuvontapalveluopas, joka sisältäisi perustiedot rahoitusinstrumenteista ja rahoitusvaihtoehdoista.
- Jos alalle saataisiin mikroyrityksiä ja niitä kehitettäisiin. Jos esittävien taiteiden taiteilijoita ja liiketoiminnan erityisosaajia kannustettaisiin yrittäjyyteen ja kehitettäisiin tukitoimilla esittävien taiteiden toimialaa.
- Jos olisi luovien alojen mikroyritysten kehittämistuki (myynti ja markkinointi, kansainvälistyminen/vienti, verkostoituminen, kehittämistoimenpiteet/sopimukset, tietotekniikan ratkaisujen kehittäminen, uuden hankkeen valmistelu/laskelmat ja suunnittelu) ulkopuolisen asiantuntijan käyttämiseksi toiminnan kehittämisessä.
- Jos tällaista luovien alojen kehittämishankkeeseen tarkoitettua tukea saisivat myös esimerkiksi yhdistykset, säätiöt, järjestöt ja osuuskunnat. Entä jos hyväksyttäisiin erilaisen hybridit muodot kehittämistuen piiriin, ei siis pelkästään yrityksiä.
- Jos luovien alojen mikroyritysten toimintaympäristöä tuettaisiin yritysryppäiden kehittämishankkeilla.
- Jos kehitettäisiin myös digitaalista mediaa hyväksi käytäviä esittävien taiteiden ennakoluulottomia liiketoimintamalleja.
- Jos meillä olisi yhä enemmän tuottajaosaamista ja osaavia taloudellisia riskejä ottamaan kykeneviä tuotantotaloja, jotka tuottaisivat produktioita yhteistuotantoina tai vierailuesityksiin. Kiertuetoimintaa kasvattamalla, meillä olisi enemmän kansainvälistä osaamista ja kansainvälisesti verkottuneita ja toimivia teattereita.
- Jos meillä kannustettaisiin jo alakoulusta lähtien luovaan, totuttuja toimintatapoja rikkovaan ajatteluun. Meillä voisi opiskella laaja-alaisesti kulttuuria myös talouden näkökulmasta, kuten esimerkiksi Hollannissa, jossa "Cultural Economy" –nimistä oppiainetta voi opiskella pääaineena.
- Jos meillä olisi entistä kiinteämmät yhteydet eri ministeriöiden ja hallinnonalojen kesken, enemmän 'cross-overia' ja hybridejä myös tähän suuntaan. Entä jos pystyisimme luomaan aidosti tiiviimpää ja ymmärtävämpää vuorovaikutusta ja keskinäistä dialogia kulttuuritoimijoiden, yritysmaailman ja poliittisten päätöksentekijöiden välillä.

Tulevaisuuden näkymiä esittävien taiteiden toimivasta ekosysteemistä

- 1) Alan yliopistot ja korkeakoulut tuottavat uutta tietoa omasta taiteenalan-
taan ja kouluttavat korkean ammattitaidon omaavia taiteilijoita.
- 2) Kiinteän perusrahoituksen ja joustavien rahoitusmallien yhteispanostuk-
sena syntyvä esitystuotanto ja taiteellinen ydintuotanto luo uniikkituotteita
ja prototyyppisiä. Tämä turvaa myös jatkuvan uudistumisen ja tuotekehityk-
sen. Kentän eri toimijoiden (kiinteä ja vapaa kenttä) yhteistyön ansiosta esi-
tykset kiertävät ja yksittäisen esityksen elinkaari pitenee. Uniikkituotteista
jalostuu myös mahdollisia uusia tuotteita.
- 3) Kansainvälinen verkottuminen, festivaalien, tuotantotalojen sekä eri teat-
tereiden keskinäinen yhteistyö tukee yhteistuotantojen syntymistä.
- 4) Näytelmä- ja esitysvienti, IPR:n ja lisenssien myynti sekä taiteilijaosaami-
sen vienti tukevat toisiaan; taiteilija-, näytelmä- ja esitysentuuri-toiminta.
- 5) Erikoistuneet palvelut (liiketoimintaosaaminen, tekijänoikeus- ja sopi-
muslainsäädäntö, vientiosaaminen/agentuurit, markkinointiosaaminen,
neuvontapalvelut, mm.) tukevat ydintoimintaa ja jatkojalostusta ja auttavat
yritysten syntymistä.
- 6) Esittävien taiteiden alalla on paitsi korkeatasoisia taiteilijoita myös mui-
den alojen osaajia (hybridit, cross-over) ja yritystoimintaa.
- 7) Esityksillä on kansainvälinen kiertuetukijärjestelmä.
- 8) Festivaalit ja tuotantotalot toimivat esitysten tilaajina ja yhteistuotanto-
jen kierrättäjinä.



"Esityksen tekemiseen tarvitaan paljon väkeä, henkilöstömenot ovatkin esittävässä taiteissa suurin kuluerä."

*Sanna Rekola, Tanssin tiedotuskeskus
Näkökulmia luovien toimialojen rahoitukseen -seminaari 31.1.2011*

5.7 GRAAFISEN SUUNNITTELUN NÄKÖKULMA

*Artikkelin kirjoittaja **Marita Sandelin** on Grafia ry:n, Graafisen suunnittelun ammatillisen järjestön toiminnanjohtaja, jolla on pitkäaikainen kokemus mm. markkinointiviestinnän yritysmaailmasta.*

marita.sandelin@grafia.fi

GRAAFISEN SUUNNITTELUALUEEN YRITYSRAHOITUS

Graafista suunnittelua on tehty tähän asti (ja tehdään edelleen) mainostoimistoissa. Graafisen suunnittelutyön tekemiseksi on kuitenkin viime vuosina syntynyt myös vain siihen erikoistuneita yrityksiä. Aikaisempina vuosikymmeninä graafisia suunnittelijoita työskenteli paljon freelancereina ja heidän työnsä keskittyi suurelta osin kirja- ja julkaisugrafiikkaan. Myös yritysilmmeet suunniteltiin pitkälti mainostoimistoissa. 2000-luvulla on kuitenkin syntynyt useita graafiseen suunnitteluun erikoistuneita toimistoja. Tätä kehitystä on ollut edistämässä viestintämaailman digitaalinen murros ja designin käsitteen laajentuminen Suomessakin koskemaan visuaalista kommunikaatiosuunnittelua (Graphic Design, Visual Communication Design).

Graafisen suunnittelun yritykset ovat toistaiseksi rahoittaneet toimintansa itse. Pienen yrityksen perustamiseen ei useinkaan ole tarvittu muuta, kuin ohjelmistot ja laitteet. Toimistotilat ovat aluksi saattaneet olla jopa kotona tai työhuoneyhteisöissä. Pankkilainoja on käytetty vasta, kun on tarvittu työntekijöitä ja sitä myöten lisää laitteistoja ja tilaa.

Tyypillinen reitti graafisen suunnittelun yrittäjäksi on ollut työskentely ensin toisen palveluksessa, mahdollisesti työn ohella freelance-töitä tehden. Yleistä on ollut myös työskentely isommalle yritysasiakkaalle kokonaan toiminimellä. Usein kouliintuminen yrittäjäksi on tapahtunut mainostoimistosuunnittelijana tai työskentelemällä in house -suunnittelijana kustannustalossa. Työn kautta syntyneet ja laajentuneet asiakasverkot ovat saaneet riskin oman yrityksen perustamiselle pienemmäksi.

Alan yritykset ovat siis toistaiseksi hyvin terveellä pohjalla. Ne ovat kasvaneet markkinoiden kasvun myötä ja vastanneet markkinoiden muutostarpeisiin. Visuaalisen kommunikaation suunnittelun alueella tapahtuu varmasti myös jatkossa laajalti muutoksia: mainostoimistot, graafisen suunnittelun toimistot, digitoimistot, teollisen muotoilun toimistot elävät jatkuvien, nopeiden myllerrysten aikaa.

Yrityskoko, moniosaaminen ja yritysten verkostomallit keskiössä

Graafisen suunnittelun alalla julkisen sektorin rooli palvelumuotoilun asiakkaana on merkittävä ja tulee kasvamaan entisestään. Tällä hetkellä ei vielä ole selvää mitkä muotoilualan yritykset tulevaisuudessa ovat niitä, joille julkinen sektori tulee osoittamaan palvelujen muotoiluun liittyviä työtehtäviä. Yritysten ja koko alan kannalta keskeisiä asioita ovat kuitenkin:

- graafisen suunnittelun yrityksiin tarvittava nykyistä suurempi yrityskoko
- suunnitteluun liittyvä moniosaaminen
- verkostoitunut toimintamalli usean erikoistuneen pienyrityksen kesken

Julkisen sektorin isoihin asiakkuuksiin tullaan tarvitsemaan monipuolisempia ja isompia yrityksiä, joissa työskentelee monialaisia osaajia perinteisten muotoilija-ammattien lisäksi. Suunnitteluyrityksiin tarvitaan käyttäytymistieteilijöitä, arkkitehteja, digiosaajia sekä markkinoinnin ja viestinnän ammattilaisia. Toinen tie osaamisen laajentamiseen on nykyisin yleistynyt erikoisosaajien verkosto, jossa syntyy paljon pieniä asiantuntijayrityksiä ja joku taho ottaa pääurakoitsijan roolin.

Entä jos...

- Jos yrityksillä olisi tukea pienestä keskisuureksi kasvamiseen
- Jos "pöytälaatikkosuunnitelman" tuotekehittelyyn olisi tuki-instrumentti
- Jos yrityksille olisi tarjolla julkisen tahon pääomarahoitusta
- Jos graafisen suunnittelualan ammattinimikkeet voitaisiin rajata vain ammattilaisten käyttöön

Keskeisin tarve graafisten suunnitteluyritysten rahoituksessa on pienestä keskisuureksi kasvamisen kynnyksen ylittäminen. Muotoilun alueella kysymys on käytännössä siitä vaiheesta, jossa yrityksessä joudutaan rakentamaan toimistofasiliteetteja useammalle asiantuntijalle sekä kehittämään yrityksen omaa markkinointia ja myyntiä.

Lisäksi alan ominaispiirteenä on se vaihe, jossa muotoilijan innovatiivinen ja intohimolla toteutettu "pöytälaatikkosuunnitelma" tarvitsee tuekseen ulkopuolista rahoitusta, jotta suunnitelmasta voisi toteutua markkinakelpoinen tuote tai palvelu. Jollei tätä rahoitusmallia ole helposti saatavilla, saattaa koko muotoilun alalla käydä niin, että tulevaisuuden menestystarinat jäävät kirjoittamatta.

Käynnissä oleva työ- ja elinkeinoministeriön Luovan talouden strateginen hanke ja sen puitteissa kehitetty rahoitusmalli kuulostaa myös muotoiluyritysten kannalta oikealta. Mallissa on keskeistä luovan talouden yritysrahoitukseen keskittynyt pääomarahasto, jonka alkupääoma olisi julkiselta sektorilta (OKM, TEM, VM).

Julkisen sektorin rahoituksessa ja asiakkuuksissa on kuitenkin sudenkuoppa muun muassa se, että visuaalisen viestinnän suunnittelun alalla ammattinimikkeet ovat kenen tahansa käytettävissä. Erityisen haitallista kaikille osapuolille olisi ajautuminen tilanteisiin, jossa julkista tukea annetaan yritykselle, jonka perustaja ei ole saanut alan koulutusta (AMK, yliopisto). Alan asiantuntemuksen puuttuminen sekä myyjältä että ostajalta johtaa halpamyyntiin ja alan korkeatasoisen osaamisen näivettymiseen. Tällöin visuaalisesta kommunikaatiosuunnittelusta ei saada hyötyä kansallisena kilpailukeinona.

Työvoimatoimistoissa työttömänä on yli 600 graafista suunnittelijaa, joilla on koulutusta vain toiselta asteelta (media-assistentti) tai ei lainkaan. Heitä ei kuitenkaan tulisi työllistää tarjoamalla rahoitusta oman suunnitteluyrityksen perustamiseen. Väärin arvioidun koulutustarpeen johdosta työttömiksi joutuneet tulevat työllistää jollakin muulla tavalla, kuin graafisen suunnittelun osaajina.

Muotoilusta aito kilpailukeino suomalaisille pk-yrityksille

Suomessa pienteollisuuden, palvelujen, käsityön ja kulttuurin aloilla toimivat pk-yritykset ovat usein tilanteessa, jossa niillä ei ole tiedollisia tai taloudellisia edellytyksiä käyttää muotoilua kilpailukeinonaan. Tähän ongelmaan tulisi löytää pk-yritysten käyttöön helposti soveltuva rahoitustapa, jota yritykset voisivat hakea yhdeltä taholta. Verohelpotusten avulla ongelma ei ratkea, sillä pk-yrityksiltä puuttuu usein varsinainen lähtökohta, eli tieto muotoilun merkityksestä kilpailukeinona.

Käytännössä tarvitaan työ- ja elinkeinoministeriön suunnittelema rahoitusmalli pk-yrityksiä varten. Rahoitusmallin viestintä yritysten suuntaan rakennetaan sellaiseksi, että se sisältää myös koulutuksen, jossa valmennetaan yrityksiä muotoilun käytön eri mahdollisuuksiin ja tuodaan esiin muotoilun merkitys yrityksen kilpailuetuna.



5.8 KUVATAITEEN NÄKÖKULMA

*Artikkelin kirjoittaja **Petra Havu**, FM, on Suomen Taiteilijaseuran toiminnanjohtaja ja seuraa aitiopaikalta suomalaisen ja kansainvälisen kuvataiteen kehitystä.
petra.havu@artists.fi*

KUVATAITEEN RAHOITUS

Kuvataide on lähtökohtaisesti kansainvälistä toimintaa. Kuvataidetta tekevät taidemaalarit, kuvanveistäjät, taidegraafikot, mediataiteilijat, valokuvataiteilijat sekä muut visuaalisen alan taiteilijat. Merkittävä osa kuvataiteilijoista toimii kansainvälisellä tasolla. He ovat tyypillisiä luovan talouden nomadeja, jotka vaihtavat maata ja kaupunkia sujuvasti kulloisenkin näyttelyn tai residenssijakson mukaan.

Kuvataiteen teokset myydään joko välittäjäportaan kautta tai ostot tehdään suoraan taiteilijalta. Välittäjäportaassa merkittäviä toimijoita ovat galleristit, taidekauppiaat sekä taiteilijoita edustavat järjestöt, joilla on myös näyttely- ja teosvälitystoimintaa. Välittäjäportaaseen kuuluu myös Suomessa tapahtuva taidelainaamotoiminta.

Välittäjäportaassa on viime vuosina noussut erityisesti Suomessa ajatus viedä taidetta uusiin ympäristöihin perinteisten kauppapaikkojen eli gallerioiden ulkopuolelle ja siten hankkia uusia asiakaskuntia sekä luoda uusia kuvataiteen myyntikanavia ja -tapoja. Mediataiteen puolella on lisäksi perustettu tuotantoyhtiöitä, joiden kautta mediataiteen tuotantoa rahoitetaan. Myös nettikaupan yleistymisen odotetaan lisäävän erityisesti edullisemmän taiteen myyntiä.

Välittäjäportaan toiminta kansainvälisellä tasolla on ollut kotimaista välitystoimintaa suppeampaa riittävän rahoituksen puuttumisen vuoksi. Vain muutama galleria on pystynyt investoimaan pitkäjänteisesti kansainvälisille taidemessuille osallistumiseen.

Kuvataiteen rahoitusta tarkasteltaessa tulee siis yhtä lailla huomioida sekä alkutuottajien eli taiteilijoiden että välittäjäportaan saama rahoitus.

Taiteilijan tulot muodostuvat apurahoista, teosmyynnistä ja palkka- tai yrittäjätulosta

Kuvataiteilijat, joita Suomessa toimii ammattimaisesti noin 3 000, rahoittavat taiteellista työtään kahdella pääasiallisella tavalla: taiteilija- ja kohdeapurahoilla sekä teosmyynneillä ja tilaustöillä. Tyypillisesti kuvataiteilijan kokonaistoimeentulo koostuu apurahoista, teosmyynneistä ja tilaustöistä sekä omaan taiteenalaan liittyvästä palkka- tai yrittäjätulosta.

Taiteilija-apuraha eli ns. elinkustannusapuraha on tarkoitettu kattamaan elinkustannukset. Kohdeapurahalla rahoitetaan materiaali- ja laitehankintoja, matkoja, työhuonekuluja jne. Taiteilija- ja kohdeapurahoja myöntävät julkiset ja yksityiset tahot, kuten Taiteen keskustoimikunta, Suomen Kulttuurirahasto sekä Audiovisuaalisen Kulttuurin Edistämiskeskus AVEK.

Teosmyynnit ja tilaustyöt on useimmille taiteilijoille yksi tulonlähde muiden joukossa, vain harvoille ne riittävät pääasialliseksi toimeentulon lähteeksi.

Kuvataiteilijat perustavat osakeyhtiöitä harvoin ja lähinnä vain silloin, kun se katsotaan perustelluksi teosten tuotannon näkökulmasta. Pääosin kuvataiteilijat ovat vapaita taiteilijoita ja hankkivat vasta myyntien kasvaessa itselleen toiminimen.

Välittäjäportaan tulonlähteenä ovat teosmyynnin välityspalkkiot ja näyttelyvuokrat

Välittäjäporras toimii yritys- tai yhdistysmuotoisesti, osakeyhtiö tai rekisteröity yhdistys on tavallisin toimintamuoto. Liikevaihto on useimmissa välittäjäportaan organisaatioissa hyvin pientä, vain harvojen toimijoiden liikevaihto ylittää sille tasolle, että voitaisiin puhua varsinaisesta yritystoiminnasta, usein on pikemminkin kyse kulttuuripalveluiden tuottamisesta.

Galleriatoimintaa pyöritetään joko yksin teosmyyntien kautta välityspalkkioina saatavilla tuloilla tai tavallisemmin välityspalkkioiden lisäksi taiteilijoilta perittävillä näyttelyvuokrilla. Taiteilijat saavat usein tukea näyttelyvuokran maksamiseen kohdeapurahan muodossa joko yksityiseltä tai julkiselta taholta.

Mitä muutoksia tarvitaan rahoitukseen?

Taiteilijat tarvitsisivat olemassa olevien rahoitusinstrumenttien kehittämistä siten, että rahoitusta kustannusten kattamiseen myönnettäisiin suurempina erinä ja taiteilija-apurahat takaisivat työrauhan riittävän pitkäksi ajaksi.

Tällä hetkellä taiteilijoilta menee huomattava osa ajasta lukuisten pienten apurahojen hakemiseen ja tilittämiseen tai palkkatyössä käymiseen. Tämä on aikaa, joka tarvittaisiin kontaktien luomiseen ja taiteelliseen työskentelyyn. Lisäksi alalla kaivattaisiin riskirahoitusta, jolla mahdollistettaisiin teosten tuotanto- ja materiaalikulut, vaikka näyttelypaikkaa ei olisi vielä tiedossa, silloin kun teosta luodaan. Tällaista riskirahoitusta tarvittaisiin erityisesti nuorille taiteilijoille, jotka eivät ole vielä voineet ansaita meriittejään.

Välittäjäportaan puolella kaivattaisiin samoin pidempikestoista rahoitusta sekä liiketoiminnan että järjestöjen näyttelytoiminnan ja vientiprojektien rahoittamiseen. Aloittavan yrittäjän liiketoiminnan kannalta olisi tärkeää, että aloittava yritys saisi tukea huomattavasti pidempään, kuin nykyisen starttirahakauden ja että starttirahan rinnalla saisi ansaita myös muuta tuloa.

Kuvataidealalla myydään pääosin uniikkiteoksia eikä sellaista sarjatuotantoa, jota voisi markkinoida ja myydä massoittain. Ala perustuu pitkälti suhdetoimintaan ja siksi uuden yrittäjän tulee saada luoduksi riittävät verkostot, ennen kuin liiketoiminta saadaan kunnolla käyntiin. Samasta syystä kansainvälistymisen tuen tulisi olla riittävän suurta ja pitkäkestoista. Suhteiden luominen sekä aseman saaminen kansainvälisessä taidemaailmassa ja kansainvälisillä taidemarkkinoilla vaatii aikaa.

Kuvataiteilijoiden tai heidän teostensa liikkuvuus ei kuitenkaan ole sidottu kuvataiteen välittäjäportaan vientitoimintaan vaan taiteilijat ja heidän teoksensa liikkuvat maailmalla myös taiteilijoiden toimesta, kunhan sille vain löytyy riittävät ja riittävän nopeasti reagoivat rahoitusinstrumentit. Näyttelyvaihtokeskus Framelta saatu tuki tai kontaktit ovat olleet monen taiteilijan kansainvälistymisen vauhdittajia. Tekesin monet rahoitusinstrumentit ovat kuvataidealan pienyrittäjien näkökulmasta hallinnollisesti raskaita ja siksi niitä hyödynnetään vain vähän.

Venture capital –tyyppistä rahoitusta kohtaan on kiinnostusta ainakin kuvataiteen välittäjäportaan uusissa toimijoissa, jotka hakevat uusia asiakaskuntia ja kasvua liiketoimintaansa.

Entä jos kaikki olisi niin kuin kuvataidealalla toivotaan?

- Jos kuvataidetta opetettaisiin riittävästi jo yleissivistävässä koulutuksessa
- Jos taiteilijakoulutus ja alan resursointi olisivat synkronissa
- Jos taiteen välittäjäporrasta varten olisi kohdennetut rahoitusinstrumentit
- Jos kansainvälistä toimintaa tuettaisiin riittävän pitkäkestoisesti ja volyyymillä
- Jos kuvataiteen välitystoiminnan arvonlisävero olisi samalla tasolla kirjojen kanssa
- Jos ulkopuolista riskirahoitusta olisi olemassa sitä haluaville

Kuvataidetta opetettaisiin jo yleissivistävässä koulutuksessa pätevän aineopettajan johdolla niin paljon, että meille syntyisi luontevasti kuvataiteesta nauttiva ja sitä ostava yleisö. Samalla myös luotaisiin hyvä pohja ammatikseen alalle hakeutuvien koulutukselle.

Taiteilijoiden koulutus ja alan resursointi olisivat järkevässä suhteessa toisiinsa. Kuvataiteilijat voisivat keskittyä taiteellisessa ammatissaan toimimiseen sen sijaan että tekevät muita töitä toimeentulonsa turvaamiseksi tai ovat työttöminä työnhakijoina. Pitkäkestoisia apurahoja olisi riittävästi ammattikunnan määrään nähden ja materiaalikuluihinkin löytyisi tukea, niin ettei teosten koosta tai laadusta tarvitsisi tinkiä taiteellisen laadun kustannuksella resurssien niukkuuden vuoksi.

Välittäjäporrasta varten olisi suunniteltu omat kulttuurialan tarpeet huomioivat rahoitusinstrumentit ja -kanavat. Rahoitusta myönnettäessä siitä päättäisivät kuvataidealaa ja liiketoimintaa tuntevat yhdessä. Palvelurakenteita ylläpitävien alan järjestöjen toiminta-avustukset myönnettäisiin useampivuotisina. Kansainvälistymiseen olisi joustavasti haettavissa olevaa ja riittävän suurta ja tarvittaessa pitkäkestoista tukea, jotta todellisia läpimurtoja voitaisiin tehdä.

Taidelainaamotoiminnan kehittämiseen olisi investoitu ja taidelainaamoissa käynti olisi monen suomalaisen luonteva tapa tehdä kodin ensimmäiset taidehankinnat.

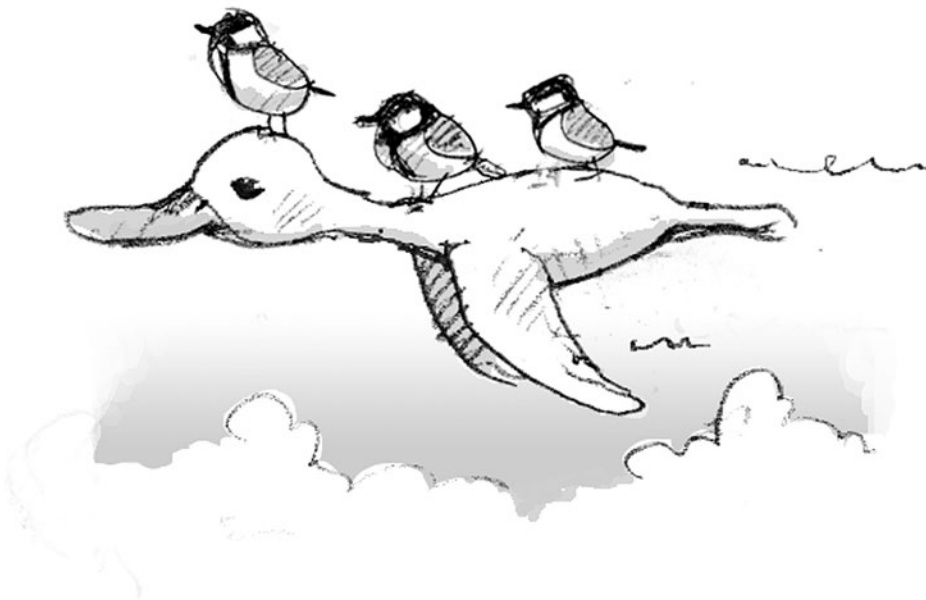
Kuvataiteen välitystoiminnan arvonlisävero olisi laskettu samalle tasolle kuin kirjojen tai elokuvien ja yritykset saisivat vähentää ensimyynteinä tapahtuvat ostot verotuksessaan.

Yritysten seinät pullistelisivat taidetta ja työympäristöt olisivat viihtyisämpiä.

Venture capital –rahoitusta olisi tarjolla sitä haluaville välittäjäportaan toimijoille ja riskirahoitusta nuorille toimijoille.

Raha pyörisi rattaissa, kuluttajat ja yritykset hankkisivat taidetta ja nauttisivat siitä, ja taiteilijat ja välittäjäporras saisivat osansa hyvinvoinnista.

6.0 YHTEENVETO. JOHTOPÄÄTÖKSET JA EHDOTUKSET



”Julkista tukea kanavoituu suuryritysten kautta merkittävässä määrin pk-yrityksiin ja yliopistoille.”

Jukka Viitasaari, Teknologiateollisuus ry.

Näkökulmia luovien toimialojen rahoitukseen -seminaari 31.1.2011

6.1 RAHOITUKSEN TULEVAISUUS

*Artikkelin kirjoittaja **Tanu-Matti Tuominen** (42) on pelien ja mediatuotteiden pääomarahaston Mediatonicin perustaja ja hallituksen puheenjohtaja. Hän oli Suomen ensimmäisen uusmediayhtiön Tietovalta Oy:n toinen perustaja ja luova johtaja 1988-1999. Sen myynnin jälkeen hän on toiminut tunnettuna businesskellinä ja ja yrityskehittäjä noin 20 media- ja IT-alan yrityksessä. Tuominen on Zeeland Oyj:n osakas ja hallituksen jäsen ja Diges ry:n puheenjohtaja sekä palkittu tuottaja-käsikirjoittaja.*

tanu-matti.tuominen@mediatonic.fi

EDELLYTYSTEN PARANTAMISESTA TOIMINNAN JA TUOTTEEN TUKEMISEEN

Sijoitusten ja tukipäätösten perusteissa etsitään menestymiselle syyn ja seurauksen logiikkaa. Todellisuudessa tämä logiikka on melko hämärä. Se kuitenkin tiedetään, että luovan tuotteen menestyminen ei riipu suoraan tuotantopanostuksista tai loogisista, ennalta suunnitelluista tekijöistä, vaan markkinoiden kysynnästä sekä asiakkaiden kokemuksista tuotteen vetovoimasta sekä heidän suositteluistaan.

Teollisuuden jättien sanelemat suuret muutokset ovat useimmiten epäonnistuneet. Muistelkaapa vaikka WAP:ia, vuorovaikutteista MHP-digitelevisiota, digiradiota, CD-levyjen kopiosuojausta tai Betamax-kotivideoita. Todelliset menestykset ovat seurausta kuluttajien tekemistä valinnoista. Esimerkkeinä tästä ovat mm. WWW, Google, MP3-musiikki, OpenSource, VHS-videot ja murtomaahiihdon suosio.

Vaikka armottomien ja valinnanvapauttaan käyttävien kuluttajien voimankäytöstä on jatkuvia todisteita, on julkisten varojen tuotekehitystukea ja rahoitusta sekä yritysneuvontaa silti saanut loogiselta näyttävien toimintaedellytysten kohentamiseen. Niiden sijaan pitäisi parantaa suoraan toimintaa ja tuotetta.

Menestynyt tuote on siis ehkä enemmän syy kuin seuraus. Siksi sijoitukset ja toimenpiteet tulisi tehdä niin suoraan bisnekseen kuin mahdollista: esimerkiksi myyntiin, kuluttajatutkimuksiin ja testeihin, muotoiluun ja "ihanoittamiseen", markkinointiin, brändin kehitykseen, myyntipakettiin ja myyjän matkakuuluihin.

Tuotteen menestyminen on se, mikä ratkaisee yleensä kaikki ongelmat, ei ennalta määritellyn kehitysprosessin aikana tarkkaan toteutetut muutoseikat tai looginen oikeaoppisuus. Rahoitusrakenteen avulla varaudutaan menestykseen, jolloin hallussa olevien tuoteoikeuksien rinnakkaistuotteiden optioiden avulla tehdään lisää tuotteita ja tuottoja.

IP-oikeudet, kansainvälinen markkina ja digitaalinen jakelutie

Luovat bisnekset ovat hittivetoisia ja ne perustuvat monistettaviin immateriaalioikeuksiin. Silloin, kun hitti onnekkaisesti osuu kohdalle, on pääoman tuotto huima. Tuoteoikeuksien säilyminen tekijällä mahdollistaa sen, että menestystuotteen tuotto palautuu oikeudenmukaisesti tekijälle. Esimerkiksi suomalaisen peliteollisuuden vienti on nyt noin 100 M€ vuodessa. Nykyisillä tuotteiden myyntimäärillä mitattuna se olisi voinut olla jopa 300 M€ vuodessa, jos tuotteiden omistus olisi säilynyt tekijöillä.

Tuotteiden digitaalinen jakelu (DLC) tuo suomalaisille hyviä mahdollisuuksia lähivuosina. DLC-tuotteiden sisältöjen koot ja sitä kautta niiden tuotantobudjetit ovat pienempiä, jolloin menestys ei enää aina edellytä miljoonien tai kymmenien miljoonien eurojen tuotantopanostuksia. DLC-ympäristössä yrityksen omat panostukset ja suomalaiset rahoitusresurssit voivat riittää maailmanmenestykseen.

Suomalaisella luovalla teollisuudella ei ole tukenaan tai rasiitteenaan isoa kotimarkkinaa. Se on johtanut ainakin pelialalla siihen, että parhaat parikymmentä pelistudiota ovat luontevasti ainoana vaihtoehtona kansainvälistyneet ja toimivat keskenään hyvässä yhteistyössä ja kannustavassa ilmapiirissä.

Hyviä hankkeita on Suomessa paljon; useita tunnettuja olemassa olevia brändejä, jotka voidaan jalostaa toisiin kanaviin. Omien tuotteiden jalostusasteen nosto ja tuote- ja kanavalaajennukset tuovat uusia tuottomahdollisuuksia.

Entä jos...

- yrityksillä olisi tuotekatalogi
- olisi keino IPR:ien arvostamiseen yrityksen taseessa
- luova teollisuus saisi oman julkisen pääomarahaston
- virkamiehet lopettaisivat holhoamisen ja luovat toimialat valittamisen

Tekijöiden ja tuotantoyhtiöiden on rakennettava tuotekatalogia ja kasvatettava sen arvoa. Yhdellä tuotteella on väistämättä oma elinkaarensa, jossa myynnin nousun ja tuottojen kypsän vaiheen jälkeen alkaa laskevan myynnin vaihe. Sekin voi olla hyvien tuottojen aikaa, etenkin jos tuotekatalogissa on useita tuotteita yhtä aikaa tuomassa myyntiä ja tasaamassa suhdanteita. Yhtiön on siis etsittävä uusia hittejä ja uudistettava vanhoja. Floppehinkin on syytä varautua.

Kirjanpitoikäytännöt eivät salli tuotteiden nykyarvojen kirjaamista yrityksen taseeseen eikä vakiintuneita tuotearvojen laskentatapoja ole. IPR-arvoissa on nyt lähinnä yrityksen omistamien patenttien hankkimisen kulut. Luovilla toimialoilla patentti on muutenkin melko merkityksetön omaisuuslaji ja suojaus-tapa.

Luovan alan yritykset ovat siis jo luontojaan perinteisiä valmistavia ja teollisuustoimialoja huonommassa rahoitusasemassa. Jos yritys omistaa esimerkiksi teollisuushallin ja sorveja, sillä on vahva taseasema, yritys kiinnityksen arvo ja luottokelpoisuus, vaikka sen tuotteet eivät olisikaan markkinoilla kilpailukyisiä.

Luovan teollisuuden on siis saatava avukseen luotettava tapa IPR-arvon laskentaan ja taseeseen arvostamiseen esimerkiksi niin, että ulkopuolinen vakaa taho (esimerkiksi pankki, Finnvera tai pääomarahasto) laskisi ja antaisi vakuuden IP:n arvosta ja tämä vakuus otettaisiin huomioon yritys kiinnityksen arvossa.

Luovan teollisuuden jalostusasteen nostaminen

Tuoteyhtiölle luodaan riittävä omarahoitusosuus Mediatonicin, Tekesin ja muiden rahoittajien avulla, jolloin tuoteoikeudet säilyvät tekijällä. Tekijäyritys on siirtynyt business-to-business -projektitoiminnasta kuluttajatuotteiden myyntiin. Siinä pääansaintana on tuotteen myynnistä tulevat provisiot. Projektirahoitus- ja korvaus kattaa vain suorat kulut.

Suomessa kannattaa siirtyä suurten budjettien alihankintaprojekteista pienempiin, itse omistettujen tuotteiden tuotantobudjetteihin ja projektien nopeisiin läpimenoaikoihin. Tuotteet jaellaan pääosin digitaalisesti, jolloin välikäsiä on vähemmän ja suurempi osa tuotteen kokonaisarvosta tulee tekijälle.

Kuinka luova teollisuus saadaan mukaan toimialan julkisen pääomarahaston hallintaan?

Luovaan teollisuuteen eli IP-oikeuksilla käytävän liiketoimintaan toivotaan uutta julkisen pääoman rahastoa, koska nykyiset rahastot eivät tee riittävästi sijoituksia näille aloille. Tämä johtuu sekä rahastojen kiinnostuksen ja osaamisen puutteesta että yritysten puutteellisesta sijoituskelvopuudesta perinteisillä mittareilla mitattuna.

Samaan aikaan perinteinen pääomasijoittajien pääomarahastomalli on vaikeuksissa. IT-alalle sijoittavia pääomarahastoja yhdistetään ja niitä lopetetaan Suomessa. Jäljellä on enää muutama IT-pääomarahasto.

Pääomarahastojen hallinnointiyhtiöiden henkilöstö on usein taustaltaan rahoitusalan ammattilaisia, ilman varsinaista toimialaosaaamista. Pääomasijoittajilta ja muilta rahoittajilta on löytynyt raha- ja hallinto-osaamista, mutta siitä ei ole ollut apua menestystuotteiden löytämisessä ja kehittämisessä.

Mikään toimialarahasto ei voi onnistua ilman näkemyksellisen toimialatuntemuksen ja alan ansaintamalleihin sovitettujen sijoittajaosaamisen yhdistämistä. Uusista sijoitusmalleista (esimerkiksi toisaalla tässä julkaisussa esitellystä Mediatonic-rahastosta) huolimatta on oman pääoman ehtoinen sijoittaminen jatkossakin tarpeellista – ainakin kohdeyrityksille.

Uuden pääomarahaston hallinnointi voidaan myös rakentaa toimialatuntemuksen päälle. Silloin hankkeelle välttämätön toimialaohjaus rakentuisi niin, että luovan teollisuuden toimialajärjestöt liittyisivät rahaston hallinnointiyhtiön omistajiksi ja ottaisivat operatiivista vastuuta sijoituskohteiden valinnasta ja hallinnoinnista.

Henkilöstön sitouttamiskeinona ja ansaintamallina palkka

Hallinnointiyhtiöön palkataan pätevä henkilökunta huolehtimaan pääomasta ja vastaamaan sijoitusprosessista. Tässä mallissa rahastoa ei anneta yksityiselle hallinnointiyhtiölle hoidettavaksi, vaan se palkkaa oman osaavan henkilökuntansa rahoituksen ammattilaisista ja nykyisistä toimialajärjestöistä tai kilpailuttaa palvelut ulkoistussopimuksia varten. Management-yhtiössä ei olisi henkilöosakkaita eikä alalla toimivia osakeyhtiöitä omistajina.

Miksi näin, mihin unohtui yksityinen yrittäjyys? Yrittämisen lisäarvo riskeineen ja vaurastumisen mahdollisuuksineen olkoon sijoitusten kohdeyhtiöissä, ei yhteiskunnan omistaman pääoman hallinnoinnissa ja sen sijoitusten tekemisessä, jossa yrittäjäriskiä ei ole.

Pääoma 50 – 100M€ valtio-omistajalta

Hallinnointiyhtiön perustamisen jälkeen valtiollinen sijoittaja (Solidium, Teollisuussijoitus, Finnvera tms.) pääomittaisi toimialajärjestöjen perustaman rahastoyhtiön 50 – 100 M€:lla ja saisi sitä vastaan 80 % omistuksen yhtiöstä.

Rahaston sijoitusten tavoitteena on vahvistaa alan kasvuhaluisten yritysten taseasemaa ja käyttöpääomaa. Rahasto tekisi yhteissijoituksia yksityisten rahoittajien kanssa kaikissa yrityksen kehitysvaiheissa, kaikilla sopivilla sijoitusinstrumenteilla. Sijoitusinstrumentit sisältäisivät myös vieraan pääoman ehtoisten (pankki)lainojen täytetakaukset Finnveran kanssa, Tekes-tukien omarahoitusosuuksia sekä tuotantokannustimia.

Evergreen-periaatteella toimivalla, päättymättömällä rahastolla ei olisi erityisiä exit-tavoitteita tai irtaantumisten määräaikoja. Tarkoituksena on hankkia tuottoja kohdeyritysten osinkoina, takausprovisioina, lisenssituottoina tai mahdollisina exit-tuottoina. Palautunut pääoma palautetaan rahastoon uudelleen sijoitettavaksi. Voitot jaetaan rahoittajille ja hallinnointiyhtiölle omistusten suhteessa.

Toimialajärjestöjen tuottopalkkio jaetaan demorahoituksina, matka-apurahoina, palkintoina ja stipendeinä takaisin toimialalle uusien ideoiden ja konseptien alkutuotantoon ja ruokkimaan uusia sijoituskohteita. Valtio-omistajalle eli yhteiskunnalle palautuu 80% voitonjako-osinkoina sekä rahaston yhteisöverotuotot.

Virkamiesten on aika ryhtyä kykyjenetsijöiksi ja lopettaa päätösten perustelemisen peruutuspeiliin ja muutoseikkoihin katsomalla ja intuitiota väheksymällä. Ryhtykää kykyjenetsijöiksi.

Luovan talouden on syytä alkaa aikuistua ja ottaa vastuuta omasta kehityksestään. Tärkeintä on ryhtyä toimeen. Kasvaa ja kehittää paremmaksi ja tehdä ihan kivasta puuhastelusta oikeaa liiketoimintaa.

Kun virkamiehet lakkaavat holhoamasta, lakkaa toimiala valittamasta.

6.2 LÄHITULEVAISUUDEN NÄKYMÄ

*Artikkelin toimittanut hankepääällikkö **Petra Tarjanne** johtaa TEM:n luovan talouden hanketta, ja on kiinnostunut kaikista niistä innovaatio-, kasvu- ja kansainvälistymismahdollisuuksista, joilla voidaan parantaa Suomen kilpailukykyä.*
petra.tarjanne@tem.fi

LUOVA TALOUS - UUDISTUVA TALOUS

Luovan talouden ytimessä ovat uudenlainen yrittäjyys ja yritystoiminnan organisoitumisen tavat. Kasvua haetaan tekijöistä, jotka lisäävät tuottavuutta ja vähentävät yhteiskunnan kustannuksia sekä lisäävät yleisiä hyvinvointivaikutuksia. Asioiden ja tekemisen tapojen uusilla yhdistelmillä ja kohtaamisilla haetaan kustannussäästöjä myös kiristyvään julkiseen talouteen, uusia tapoja käyttää muotoiluosamista ja ymmärrystä yhteiskunnallisten palveluiden tuotantoon.

Luovuus ruokkii innovaatioita. Luovuudesta ja kyvystä houkutella luovia ihmisiä on muodostunut yhteiskuntakehityksen, innovaatiotoiminnan ja alueiden välisen kilpailun tärkeä tekijä. Luovuutta on kyky yhdistää mielikuvitusta olemassa olevaan tietoon ja osaamiseen uusien ideoiden, tuotteiden tai palveluiden kehittämiseksi. Kulttuuriin liittyvä osaaminen on tärkeä osa luovaa taloutta. Se edistää kulttuurisen pääoman hyödyntämistä henkisessä, sosiaalisessa ja tuotannollisessa kehityksessä. Oman ja muiden kulttuurien ymmärtäminen on etu erityisesti käyttäjä- ja asiakaslähtöisessä innovaatiotoiminnassa.

Strategisia tavoitteita TEM:n tasolla ovat:

- yhteiskunnan hyvinvointi ja vauraus, kestävä kehitys ja innovatiivisuus
- elinkeinotoiminnan kilpailukyky ja innovaatiokyky
- taloudellinen kasvu

Luova talous tuottaa monenlaisia haasteita, mutta toisaalta myös mahdollisuuksia uudistaa taloutta ja vahvistaa sen kilpailukykyä ratkaisemalla uudistumisen prosessien ongelmia. Yritysten arvoverkkojen ja toimintalogiikoiden muuttuessa myös työelämä ja osaamisen hyödyntäminen uudistuvat. Luovan kentän toimijoiden suurin haaste on toimijoiden pienuus ja kyvyttömyys organisoitua yhteisten päämäärien kehittämiseksi.

Uudistuminen ja uusien ratkaisujen syntyminen tapahtuu useimmiten perinteisten toimialojen välisessä maastossa, "ei kenenkään maalla". Kun toimialojen keskittymät ja klusterit ovat tiiviitä yhteisöjä omine toimintatapoineen, on hedelmällisin innovaatioiden syntymisympäristö näiden klustereiden välisessä maastossa. Sinne erilaiset vapaat tiedon ja osaamisen muruset kasaantuvat luomaan hedelmällisen monenkirjavan kasvumaaston. Innovaatioiden edistämisen kannalta on tärkeää huolehtia siitä, että tällaisille kohtaamisille on tilaa ja mahdollisuuksia.

Elinkeinoelämän uudistuminen ja innovaatiotoiminnan edistäminen tarvitsevat uudenlaisia lähestymistapoja ja työkaluja. Tarvitaan kasvualustoja, kohtaamispaikkoja ja rohkeiden avausten ruokkimista. Jotta uudistuminen ei pysähdy vanhojen rakenteiden ja toimintamallien muuriin, on oleellisiin solmu-kohtiin saatava uudistumista edistäviä ajureita.

Samoin tarvitaan uudelleen arviointia myös yritysten kasvun määrittelemisessä. Yhteisöveron määrä ei voi enää olla ainoa mittari mittamaan yritystoiminnan menestystä kansantalouden näkökulmasta. Indikaattorien uusimisessa pitää huomioida myös sellaisia tekijöitä kuin yritysten uudet verkostomaiset toimintamallit, lisäarvon tuottamisen merkitys ja työn uusien muotojen tuomat muutokset yrityksen arvonlisän tuottoon. Myös välillisten yhteiskunnallisten vaikutusten merkitys kasvaa. Hyvinvoinnin lisäämisen, ja sitä kautta yhteiskunnan kulujen keventämisen merkitys lisääntyy erityisesti, kun haasteena on työurien pidentäminen. Yritysten onkin löydettävä uusi kestävä kasvun malli.

Toimintaympäristön muutos ja haasteet

Digitalisoituminen, elämyksellisyys, globalisaatio, vastuullisuus. Nämä trendit ovat toisiinsa kutoutuneita ja luovat mahdollisuuksia luovan osaamisen hyödyntämiselle.

Tärkeimpiä seurauksia ovat:

- **Luovien alojen ja muiden alojen välinen yhteistyö:** strateginen yhteistyö eri toimialojen kesken, kuten terveydenhoito, opetus, turvallisuus, vapaa-aika, tuotanto, palvelut ja kuluttajatuotteet - innovatiivisten ja uusien ratkaisujen kehittäminen erilaisiin yhteiskunnan haasteisiin, suunnitteluajattelun hyödyntäminen.
- **Kansainvälisessä kilpailussa kestävä liiketoimintamallit:** avoimilla markkinoilla toimiminen edellyttää erikoistumista ja erilaistumista (muotoilu).
- **Tuotteiden ja palveluiden elämyksellisyyden arvo kasvaa:** kuluttajat etsivät yhä räätälöidympiä ja yksilöllisempiä palveluja.
- **Yritysten verkostomaisten toimintamallien lisääntyminen:** verkostomaiset toimintamallit auttavat sopeutumaan nopeasti muuttuvassa toimintaympäristössä.
- **Co-creation lisääntyy:** digitaalinen ympäristö luo mahdollisuuden laajojen ryhmien osaamisen hyödyntämiseen mm. tuotekehityksessä. Rajat yritysten, kuluttajien ja tuottajien välillä hämärtyvät.
- **Langaton yhteiskunta on kaikkialla läsnä:** tiedon ja viihteen sisältöjen kuluttamisen tavat, aika ja paikka ovat rajoittamattomia.
- **Vastuullisten tuotteiden, palveluiden ja materiaalien käyttö:** muotoilun ja suunnittelun kasvava rooli vastuullisten tuotteiden ja palveluiden luomisessa.

Luovien alojen yritykset toimivat dynaamisessa ja vaativassa kansainvälisessä ympäristössä. Yritykset ovat usein pieniä, eikä vahvoja toimialarakenteita ole. Verkostomaisten toimintamallien kautta syntyy joustavaa kasvua sekä kykyä sopeutua muutoksiin. Tärkein edellytys uuden yritystoiminnan syntymiselle ja sen kasvuun on yrittäjyyttä tukeva toimintaympäristö. Sekä lainsäädännön että julkisten kehittämistoimien pitää tukea dynaamista yrittäjyyttä, jossa syntyy ja kuolee paljon yrityksiä. Yksinyrittäjyys ja osa-aikainen yrittäjyys ovat keinoja nostaa osaaminen käyttöön innovaatiotoiminnan kiihdyttämiseksi.

Toimintaympäristön kehittämiseksi olisikin ratkaistava työhön ja yrittäjyyteen liittyviä peruskysymyksiä:

- Innovatiivisen ja osaavan työvoiman liikkuvuutta pitäisi edistää mahdollistamalla joustava ja yhtäaikainen työllistyminen erilaisissa rooleissa.
- Yrittäjyys sekä yritysten elinkaaren ja verkostojen muodostuminen tulisi olla joustavampaa, jotta se tukisi liiketoimintaa nopeasti muuttuvien tuotteiden ja palveluiden maailmassa.

Luovan talouden kehittämisen suuri haaste on luovan kentän epämääräisyys ja hajanaisuus. Mikä on luovaa taloutta ja miten sitä mitataan? Ketkä ovat toimijoita ja kuinka ne ovat organisoituneet, kuka tekee aloitteita ja laatii strategioita? Luovuuden ja uudistumisen prosesseille onkin tyypillistä, ettei niitä voi ennalta kuvata tai ohjata. Toimijat ovat satunnaisia, eivätkä muodosta selkeitä ryhmiä. Kaikille ja kaikelle on vain annettava tilaa ja kehittymisen mahdollisuus, hyviä ja lupaavia aihioita on tunnistettava ja ruokittava sekä rohkaistava. Toimintaympäristöstä on tehtävä joustava ja suvaitsevainen, epäonnistumisia on siedettävä. Uusille vaikutteille on tehtävä tietä. Tämä on iso haaste hyvin organisoidussa ja järjestäytyneessä julkisen sektorin palvelujärjestelmässä.

Luovien alojen kannalta merkittävimmät kehittämisen kohteet ovat:

- Strateginen suunnittelu, koordinaatio ja yhteistyö eri toimialojen välillä – luovan osaamisen mahdollisuuksien tehokkaampi hyödyntäminen.
- Tekijänoikeuksien arvon tiedostaminen ja niiden parempi hyödyntäminen.
- Luovien alojen yrittäjyyden ja yritysten osaamisen vahvistaminen.
- Yritysten kasvun ja kansainvälistymisen edistäminen sekä rahoituksen saatavuuden kehittäminen.

Luovan talouden strateginen hanke

Työ- ja elinkeinoministeriö käynnisti Luovan talouden strategisen hankkeen keväällä 2009. Hankkeessa on edistetty luovaa taloutta neljän tavoitealueen kautta. Luovan talouden toimintaympäristöä kehittämällä pyritään rakenteellisiin muutoksiin, joiden vaikutukset ja tavoitteet ovat kauaskantoisia.

Seuraavat luovan talouden toimivuutta edistävät toimenpiteet on käynnistetty Luovan talouden strategisen hankkeen 2009 – 2011 aikana:

- työllistymisen esteiden poistaminen, TE-toimistojen palvelujen kehittäminen
- työn uusien muotojen ja niitä tukevien palvelujen kehittäminen, ”3. tie”
- yritysten neuvonta- ja asiantuntijapalveluiden kehittäminen, ”yksi ovi”
- muotoilun käytön edistäminen, design thinking -osaaminen
- rahoituksen kehittäminen tunnistamaan luovaa taloutta
- luovan talouden näkyväksi tekeminen, yhteisen kielen luominen, laaja viestintä

Kohti tulevaa

Talouden rakenteiden uudistuminen vaatii uusien toimintamallien kehittämistä innovaatiotoimintaan. Innovaatiot syntyvät usein perinteisten alojen välimaastoissa ja niiden risteymissä. Luova osaaminen toimii välittäjänä ja liimaajana. Se on pienissä yksiköissä ja sitä hyödynnetään pieninä annoksina. Tarvi- taan sekä fasilitointia että uudenlaisia toimintatapoja, jotta lisäarvon luominen löytää paikkansa. Tarvi- taan seuraavia toimia:

- pilotoidaan uusia toimintamalleja
- tunnistetaan muutostarpeita ja jalostetaan niitä viesteiksi poliittiseen ohjaukseen
- luodaan uusia malleja ja road mappeja luovan osaamisen hyödyntämiseen
- synnytetään vuorovaikutusprosesseja ja yhden luukun palvelupolkuja TEM:n palveluiden ja luovan talouden toimijakentän välille

Vanhan muuttaminen uudeksi on hidasta. Vanhan rinnalle voidaan synnyttää uusia rinnakkaisia toimintamalleja, joiden avulla testataan ja muokataan TEM:n palveluita uudistuvaan toimintaympäristöön soveltuviksi. Uudet mallit valtaavat tilaa ja uudistavat vanhoja toimintatapoja.

Luovan talouden ja kulttuuriyrittäjyyden tulevaisuustyöryhmä julkisti 23.3.2011 esityksensä ja luovutti sen elinkeinoministeri Mauri Pekkariselle, työministeri Anni Sinnemäelle ja kulttuuri- ja urheiluministeri Stefan Wallinille. Tuottaja Saku Tuomisen johdolla työskennellyt poikkiallinen työryhmä laati esityksen luovan talouden ja kulttuurin kehittämistoimenpiteiden 2010 – 2020 toimeenpanosta. Työryhmä tunnisti työssään laajoja haasteita, joihin hallinto pyrkii osaltaan lähitulevaisuudessa vastaamaan, jotta luovan talouden ja kulttuuriyrittäjyyden kyky monipuolistaa talouden tuotantorakennetta ja luoda työpaikkoja saadaan täysimääräisesti hyödynnettyä.

Työryhmä ehdottaa muutosprosessin käynnistämistä. Rakenteiden muuttaminen ei tapahdu hetkessä, vaan vaatii asteittaisen prosessin, joka on käynnistettävä välittömästi. Prosessin seurauksena Suomeen luodaan maailman huippua oleva järjestelmä luovan talouden ja kulttuuriyrittäjyyden toimintaedellytysten parantamiseksi. Järjestelmässä keskitetään yrityspalveluja yhteen asiantuntevaan organisaatioon ja vahvistetaan ministeriöiden välistä strategista ja käytännön koordinaatiota.

7.0 LISÄTIETOJA RAHOITUKSESTA

Tässä julkaisussa olevien artikkelien yhteydessä olevien yhteystietojen lisäksi rahoitukseen liittyvää tietoa ja julkaisuja löytyy mm. seuraavista suomalaisista lähteistä.

Rahoitustietoa:

Yritys-Suomi -portaaliin on koottu kattavasti rahoitukseen, yrityksen perustamiseen ja kehittämiseen liittyvää tietoa.

www.yrityssuomi.fi

Ohjelmistoalan yrittäjien rahoitusopas:

www.fvca.fi/files/10/Ohjelmistoyritysten_eRahoitusopas_Kasvufoorumi09.pdf

Luovan talouden ja kulttuuriyrittäjyyden tulevaisuustyöryhmän raportti, jossa mm. ehdotus luovien alojen julkisen rahoituksen koordinoinnista:

www.tem.fi/files/29500/Tulevaisuusraportti.pdf

Media Desk on Euroopan unionin Media-ohjelman tiedotustoimisto.

Suomen Media Desk tiedottaa Media-ohjelmasta. Media Desk neuvoo hakemusten täyttämässä ja rahoitukseen liittyvissä kysymyksissä.

www.mediadesk.fi

AVEK. Tekijänoikeusjärjestö Kopioston yhteydessä toimiva Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus AVEK tukee tekijänoikeusvaroilla audiovisuaalista kulttuuria. Se myöntää tukea elokuvan eri lajityyppien kehittelyyn ja kulttuurivientiin, audiovisuaalisen alan tekijöiden jatko- ja täydennys-koulutukseen sekä festivaalien ja tapahtumien järjestämiseen. Lisäksi AVEK myöntää tukea lyhyt-, dokumentti- ja animaatioelokuvien sekä mediataideteosten tuotantoon.

www.kopiosto.fi/avek

Kansainvälistymistietoa:

Invest in Finland on organisaatio, joka hankkii suoria ulkomaisia investointeja Suomeen ja auttaa ulkomaisia yrityksiä löytämään liiketoimintamahdollisuuksia Suomesta. Se myös tuottaa tietoa Suomesta investointikohteena sekä kehittää ja koordinoi kansallista ulkomaisten investointien hankintatyötä verkottuen alueellisten ja kansainvälisten toimijoiden kanssa.

www.investinfinland.fi

Finpro on suomalaisten yritysten perustama maailmanlaajuinen asiantuntijaverkosto, jonka kansallisen tehtävänä on edistää suomalaisten yritysten kasvua ja kilpailukykyä kansainvälistymisen kautta. Finpro kokoaa ja julkaisee toimiala-, markkina- ja verkostotietoa.

www.finpro.fi

Greater Helsinki Promotion, GHP on organisaatio, jonka tavoitteena on saada kansainvälisiä yrityksiä Suomeen ja välittää Suomitietoa muihin maihin.

www.helsinki.businesshub.fi/ghp

Lisäksi maassamme on useita alueellisesti toimivia organisaatioita kuten Tampere Business Region

www.tbregion.fi

ja Invest in Oulu

www.ouluinnovation.com

Tekesin yritysten ja tutkimusryhmien kansainvälistymiseen liittyvää tietoa löytyy Tekesin kansainvälisten verkostojen kautta mm.

www.tekes.fi/fi/community

Tekes on osa myös FinNode-verkostoa, joka vahvistaa yhteyksiä kansainvälisiin osaamisen keskittymiin Yhdysvalloissa, Kiinassa, Japanissa ja Venäjällä.

www.finnode.fi/fi

Finnfund on suomalainen kehitysrahoitusyhtiö, joka tarjoaa pitkäaikaista riskirahoitusta kannattaviin hankkeisiin kehitysmaissa ja Venäjällä. Se rahoittaa yksityisiä hankkeita, joihin liittyy suomalainen intressi.

www.finnfund.fi

Luovien alojen toimialatietoa:

Luovien alojen kehityshankkeen sivusto, jossa koottuna tietoa toimialojen uutisista, kehityshankkeista, tapahtumista ja julkaisuista.

www.luovasuomi.fi

Luovien alojen toimialatietokooste Fact sheets Luovat alat 2010 -julkaisu sähköisessä muodossa:

www.luovasuomi.fi/images/stories/FactSheets_Luovat_alat_2010.pdf

Luova Tampere

www.luovatampere.fi

Luova Oulu -verkosto LULU on kohtaamispaikka ja tapa verkostoitua

<https://www.facebook.com/luovaoulu?sk=info>

LEO Finland Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus

www.leofinland.fi

KOKO-verkosto on TEM:n alainen alueellinen koheesio- ja kilpailukykyohjelma. Sillä tuetaan paikallistason strategista kehittämistyötä ja parannetaan alueen kehittämiseen osallistuvien toimijoiden yhteistyötä.

www.tem.fi/index.phtml?s=3102

Diges ry on luovien alojen liiketoiminnan kehittämissyhdistys, joka on vuonna 2003 perustettu valtakunnallinen yhdistys. Se edistää luovien alojen pk-yritysten valmiuksia kannattavaan liiketoimintaan, auttaa alkuun alan uusia yrityksiä sekä edistää alan tuotekehitystoimintaa.

www.diges.info

Jalostamo-toiminta on luovan alan yritykselle ja yrittäjälle tavoitteellinen, joustava ja ratkaisukeskeinen palvelu oman yrityksen ja sen liiketoiminnan kehittämiseksi. Toiminnan keskeinen tavoite on auttaa luovien alojen yrityksiä, yrittäjiä ja yrittäjäksi aikovia parempaan ja kannattavampaan liiketoimintaan.
www.luotu.fi

PKT-säätiö edistää suomalaisten pk-yritysten toimintaedellytyksiä välittämällä tietoa asiantuntijoista, verkostoista ja yrityspalveluista.
www.pkt.fi

TEM:n Luovan talouden strategisen hankkeen sivuille on koottu hankkeen aikana tuotettuja julkaisuja ja tiedotteita.
www.tem.fi/luovatalous

OKM:n sivustolla kulttuurin aluetta käsittelevässä osiossa on koottuna mm. kulttuurivientiin ja tekijänoikeusasioihin liittyvää tietoa.
www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri

Luovien alojen tutkimustietoa:

Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätiö Cupore tuottaa, jalostaa ja välittää kulttuuripoliittisen päätöksenteon käyttöön korkeatasoista tutkimustietoa.
www.cupore.fi

Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulun pienyrityskeskus tarjoaa koulutus-, tutkimus- ja yrityshautomopalveluja myös luovilla aloilla.
www.pyk.hkkk.fi

Turun kauppakorkeakoulun Media Futures Network -yksikkö on akateeminen yhteisö, jonka toiminta keskittyy viestinnän ja medialiiketoiminnan tulevaisuuden haasteisiin ja kehitykseen.
www.tse.fi/Fl/yksikot/erillislaitokset/mfn

Luovien alojen toimialajärjestöjä:

Arkkitehtitoimistojen liitto, **vesa.juola@atl.fi**
Design forum finland, **mikko.kalhama@designforum.fi**
Finnanimation ry, **liisa.vahakyla@finnanimation.fi**
Finnish Film & Audiovisual Export Favex, **petra.theman@favex.fi**
Galleristit ry, **hannele.nyman@helsingintaiteilijaseura.fi**
Graafisen suunnittelun ammatillinen järjestö Grafia, **marita.sandelin@grafia.fi**
Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry, **marketta.luutonen@taito.fi**
Markkinointiviestinnän toimistojen liitto, **anne.mehtalainen@mtl.fi**
Museoalan ammattiliitto, **ulla.matto@museoalanammattiliitto.fi**
Music export finland Musex, **paulina.ahokas@musex.fi**
Sirkuksen tiedotuskeskus, **tomi.purovaara@cirko.net**
Suomalaisen kirjallisuuden seura, **iris.schwanck@finlit.fi**
Suomalaisen musiikin tiedotuskeskus FIMIC, **jutta.jaakkola@fimic.fi**
Suomen arkkitehtiliitto SAFA, **paula.huotelin@safa.fi**
Suomen audiovisuaalisen alan tuottajat ry, **stiina.laakso@satu.fi**
Suomen elokuvasäätiö, **irina.krohn@ses.fi**
Suomen elokuva tuottajien keskusliitto SEK ry, **nina.laurio@filmikamari.fi**
Suomen kustannusyhdystys ry, **sakari.laiho@kustantajat.fi**
Suomen pelialan keskus Neogames, **kooppe@neogames.fi**
Suomen taiteilijaseura, **petra.havu@artists.fi**
Suomen tietokirjailijat ry, **jukka-pekka.pietiainen@suomentietokirjailijat.fi**
Taide- ja kulttuurialan ammattijärjestö TAKU, **kirsi.herala@taku.inet.fi**
Tanssin tiedotuskeskus, **sanna.rekola@danceinfo.fi**
Teatterin tiedotuskeskus, **hanna.helavuori@tinfo.fi**
Teollisuustaiteen liitto ORNAMO, **salla.heinanen@ornamo.fi**
Viestinnän keskusliitto, **jaana.villikka@vkl.fi**

Tähän julkaisuun on koottu näkökulmia luovien toimialojen rahoitukseen yhteistyössä suomalaisten yksityisten ja julkisten rahoittajien, toimialajärjestöjen ja yritysten kanssa. Julkaisu on tehty työ- ja elinkeinoministeriön Luovan talouden strategisen hankkeen toimeksiannosta kevään 2011 aikana. Sen tavoitteena on käynnistää julkista keskustelua luovien alojen yritysten rahoitustarpeiden ominaispiirteistä ja alalla tarvittavista uusista rahoitusmalleista. Julkaisu on koottu eri asiantuntijoiden artikkeleista ja yrityshaastattelujen pohjalta kirjoitetuista yrityscaseista.