

# SUOMEN AUDIOVISUAALISEN ALAN YRITYSTEN KANSAINVÄLISTYMINEN

Kahden kyselyn valossa:

- I. Tuotantoyhtiöiden toimien maantieteellinen kartoitus 2006-2009
- II. Ulkomaiset rahavirrat av-teollisuuteen, tilastointipilotti v. 2009



Yhteistyökumppaneina:

Suomen elokuvasäätiö  
Suomen elokuvatuottajien keskusliitto SEK ry

## 1. Taustaa

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. Sisällöntuotannon ja media-alan koon lasketaan olevan globaalisti v. 2012 noin 2200 mrd USD (vuosikasvu 6,6 %, PriceWaterhouseCoopers).

Suomessa on aikaisemmin ollut vallalla ajattelutapa, jonka mukaan sisällöntuotanto - sekä fiktio että 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. Televisiotoimialalla kanavien määrä ja kilpailutilanne on jo maassa kuin maassa 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. Hyvä idea ja toteutus, sekä muilta aloilta tutut kansainvälistymisen ”reunaehdot” (oikeat yhteistyökumppanit, investointi- ja resursointimahdollisuudet, hyvät kontaktit jne) määrittelevät ennemminkin kansainvälisen levityksen toteutumista.

Suomessa koulutetaan suuri määrä alan ammattilaisia vuosittain. Kuluneen vuoden aikana Suomessa on kuvattu useaa kansainvälistä elokuva- ja TV-tuotantoa, joiden katsojamäärät lasketaan 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.

Audiovisuaalisen alan siis selkeästi kansainvälistyessä on tärkeää muodostaa vuosittainen prosessi, jonka avulla saadaan vertailukelpoista dataa, jotta alalla olisi mahdollisimman hyvät valmiudet osallistua menestyksekkäästi juuri nyt kansantaloudellisestikin tärkeään poliittiseen keskusteluun luovien alojen merkityksestä ja kehityksestä sekä resurssien jaosta.

## 2. Selvityksen tarkoitus ja luonne

Tämän selvityksen tarkoituksena on kartoittaa audiovisuaalisen alan yritysten (pois lukien peliteollisuus) kansainvälisen toiminnan laajuutta. Tulosten avulla voidaan ymmärtää audiovisuaalisen alan tämän hetkistä tilannetta sekä saada vertailupohjaa tulevien tutkimusten varalle. Säännöllisen prosessin muodostuessa voidaan eri vuosien tilastoja vertailla keskenään ja saada selkeitä viitteitä alan suuntauksista. Kehittymisen seuraaminen voidaan katsoa erittäin tärkeäksi etenkin julkisten tukitoimintojen suunnittelun ja alan painopisteiden arvioimisen kannalta. Alalta ei ole olemassa mitään vertailukelpoista aiempaa dataa siitä, kuinka paljon ulkomailta Suomeen rahaa tuloutuu.

Selvityksen pohjana on kaksi erillistä kyselyä. Ensimmäinen toteutettiin tammikuussa 2010 ja se liittyi tuotantoyhtiöiden maantieteellisen toiminnan kartoitukseen. Ao. kyselyn toteutti Favex ry ja sähköisen kyselypohjan rahoitti SEK ry (Suomen elokuvatuottajien keskusliitto). Kyselyn datan koosti Tampereen ammattikorkeakoulun lopputyön tekijä Petra Välimäki, joka myös kirjoitti tuloksista ensimmäisen version.

Toinen kysely toteutettiin kansainvälisten rahavirtojen tilastoinnin pilottihankkeena huhti-toukokuussa 2010. Ao. kyselyn toteutti niin ikään Favex ry ja sen sähköinen kyselypohja oli määrä rahoittaa Suomen elokuvasäätiön toimesta (tätä palvelua ei kuitenkaan koskaan laskutettu). Tutkimuksen pääasiallinen aineisto kerättiin Internet-linkin takaa avautuvalla kyselyllä, joka lähetettiin useita eri kanavia pitkin av-alan tuotantoyhtiöille. Lisäksi vertailuaineistona on käytetty Suomen elokuvasäätiön tilastoja. Näin saatua tietoa täydennettiin audiovisuaalisen alan toimijoiden puhelinhaastatteluilta, joista suuren osan toteutti Turun yliopiston opiskelija Annukka Vähäsöyrinki. Datan koosti Aalto yliopiston kauppatieteen opiskelija Hannu Uotila, joka kirjoitti tuloksista ensimmäisen version.

## 3. Toteuttaja

Selvitys toteutettiin FAVEX ry:n, Finnish Film & Audiovisual Export, toimesta. Favexin ensimmäinen toiminnanjohtaja aloitti vuoden 2008 loppupuolella. Yhdistys tekee työtä suomalaisen audiovisuaalisen tuotannon ja palveluiden viennin, promootion, markkinoinnin ja myynnin edistämiseksi, oli kyseessä sitten televisio, elokuva tai mainoselokuvat. Toiminta tähtää siihen, että maailman av-alan ammattilaiset aikaisempaa paremmin tietävät katsoa myös Suomen suuntaan korkealaatuista, luovaa ja vaihtelevaa tuotantoa etsiessään. Favex vaikuttaa myös alan kansainvälistymiseen liittyviin asioihin kotimaassa.

Tämän selvityksen osalta Favex toteutti kyselylomakkeen, keräsi yhteen tiedot, suoritti puhelinhaastattelut sekä koosti selvityksen. Kyselylomakkeen kysymykset kävivät kommentointikierroksella SEK ry:n, Satu ry:n ja Suomen elokuvasäätiön kautta.

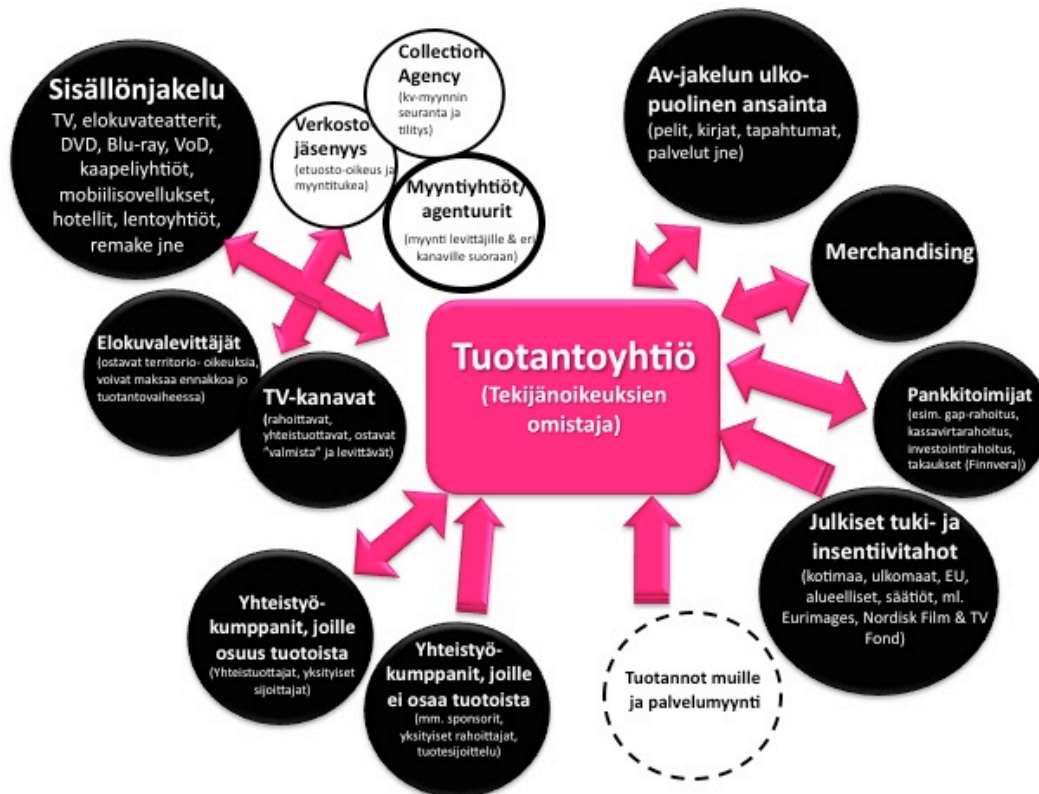
#### 4. Audiovisuaalinen ala ja sen ansaintalogiikka lyhyesti

Suomessa Opetus- ja kulttuuriministeriö on vastuussa valtion audiovisuaalisen kulttuurin poliittisista linjoista. Opetusministeriö määrittelee audiovisuaalisen alan seuraavasti: *”Siihen kuuluvat koko televisiotoiminta, laajasti koko elokuva-ala, mediataide, tietokonepeliteollisuus sekä muu audiovisuaalinen kulttuuri- ja sisältötuotanto tallennusalustoista tai jakelukanavista riippumatta. Myös alan koulutus eri asteillaan sekä elokuva- ja audiovisuaalinen kulttuuriperintö ovat osa tätä kokonaisuutta.”* (Opetusministeriö 2005). Näin ollen alaa voidaan pitää erittäin laajana ja merkityksellisenä kokonaisuutena.

Suomen audiovisuaaliselle alalle on tunnusomaista, että alalla toimii paljon pieniä yrityksiä. Tilastokeskuksen (2010 a,b,c) mukaan vuonna 2008 keskimääräinen elokuva- ja videotuotantoyrityksen liikevaihto oli 280 000 euroa ja se työllisti 2,8 henkeä. Yritysten pienestä koosta riippumatta ala on kasvanut viime vuosina. Vuonna 1993 se työllisti noin 900 henkeä, kun vuonna 2007 vastaava luku oli noin 1850. Myös yritysten määrä on lisääntynyt. Vuonna 1993 päätoimialanaan elokuva- ja videotuotantoa tarjoavia yrityksiä oli 369 ja vuonna 2008 792. Nämä yritykset (mukaan lukien jälkituotantoyritykset) generoivat yhteensä 223 miljoonan euron liikevaihdon. (Tilastokeskus 2010 a,b,c)

Usein audiovisuaalisesta alasta puhuttaessa keskitytään sisällöntuotantoon. Iloniemen (2001, 157-158) mukaan sisällöntuottajayrityksen täytyy valita ansaintalogiikkansa kahdesta eri vaihtoehdosta tai niiden väliltä: 1) Sisällöntuotanto muille eli ns. tuotantopalvelun myynti, tai 2) oman tuotannon kehittäminen. Kun yritys tuottaa sisältöä muille, muistuttaa se esim. työvoiman vuokrausta. Jos yritys keskittyy kehittämään omaa tuotantoaan, se generoi itselleen enemmän tekijänoikeuksia. Nämä tekijänoikeudet voidaan varastoida, tuotteistaa ja kaupallistaa, kun yritys näkee sen tarpeelliseksi. Kun yritykselle syntyy tekijänoikeuksia, ne voidaan nähdä tärkeänä osana yrityksen arvokkaimmista varoista ja tulonlähteistä. (Pelkonen ym. 2002, 91).

Tällöin etenkin tuotantojen ennakkorahoitus korostuu tekijänoikeuksien saamisen mahdollistajana. Esimerkiksi elokuvatuotannoissa ennakkorahoituksella on perinteisesti merkittävä rooli, jossa jo jaetaan tekijänoikeuksien hyödyntämisoikeuksia rahoittajien kesken. Koska audiovisuaalisen materiaalin jakelukanavat ovat viime vuosina fragmentoituneet yhä enemmän, esimerkiksi Internetin tulon myötä, vaatii se sisällöntuottajilta yhä luovempia ratkaisuja ja mukautumista nykyiseen tilanteeseen. Näin ollen, esimerkiksi vain yhden televisio-ohjelman sijaan idea pitää pystyä monistamaan ja mukauttamaan eri jakelukanaville sopivaksi. (Aalto-Setälä ym. 2001, 122). Alan yksinkertaistettu ansaintalogiikka on esitetty kuviossa 1.



Kuvio 1. Mahdolliset rahavirtojen lähteet (H. Uotila, P. Theman)

Alalla vallitsee eri tyyppisiä tulo- ja rahoitusmalleja. Tyypillinen jaottelu on kassavirran muodostuminen ajallisesti joko tuotantoa ennen, sen aikana ja/tai sen jälkeen. Esimerkiksi televisiokanavat saattavat maksaa toteutettavasta sisällöstä jo ennen tuotannon alkua, jolloin kyse on ennakkomyynnistä.

Toinen mahdollinen tapa on jaotella rahavirrat sen lähteen mukaan. Esimerkiksi tuotanto voi saada julkisen tahon, yksityisen rahoittajan tai yhteistyökumppanin myöntämää rahoitusta. Lisäksi kassavirtaa syntyy yhä useammin erilaisista tuotteista ja palveluista audiovisuaalisen tuotannon ulkopuolella, jotka elävät jo niin sanotusti omaa elämäänsä. Tämä on erityisen luontevaa jos on onnistuttu luomaan kaiken keskiöön vahva audiovisuaalisessa mediassa toimiva brändi. Perinteisen oheistuotemyynnin merkityksen ennustetaan myös kasvavan. Useat, mutta eivät kaikki, tuotantoyhtiöt myyvät myös tuotantopalveluita ja voivat toteuttaa osia toisen tuotannosta (esim. ulkomaiselle tuotantoyhtiölle). On myös yrityksiä, jotka ovat puhtaasti tuotantopalveluyrityksiä.

Näiden lisäksi tapauskohtaisesti yrityksen tai tuotannon rahoitus ja kassavirta voi muodostua perinteisistä yritystoimintaan kuuluvista oman ja vieraan pääoman rahoitusinstrumenteista sekä muusta yritystoiminnasta.

#### **4. Yhteenveto kyselystä I. Tuotantoyhtiöiden toimien maantieteellinen kartoitus 2006-2009**

Kyselyyn vastasi 43 yritystä, joista ainoastaan kaksi yritystä ei ollut tehnyt minkäänlaista kansainvälistä yhteistyötä vuosina 2006–2009, eikä suunnitellut tekevänsä jatkossakaan. Vain viisi yritystä ei suunnitellut vuosille 2010–2011 minkäänlaista kansainvälistä yhteistyötä. Voidaan ilman muuta olettaa, että ne jotka eivät kansainvälistä yhteistyötä ole tehneet, jättivät vastaamatta kyselyyn. Suunta on kuitenkin hyvin selvä: kansainvälinen yhteistyö av-alalla kasvaa nopeasti.

Suomalaisilla audiovisuaalisen alan yrityksillä ei ole maantieteellisesti selkeää ja yhtenäistä alueellista suuntautumista yhteistyökumppaneita ja kuvauslokaatioita etsittäessä. Kulttuurisesti läheisten maiden kanssa yhteistyö on kuitenkin vilkkainta.

Painopiste kansainvälisessä yhteistyössä suomalaisilla audiovisuaalisen alan yrityksillä on viimeisen neljän vuoden aikana ollut ylivoimaisesti Ruotsissa. Muita suomalaisia yrityksiä kiinnostavia maita Euroopassa ovat Ranska, Saksa, Iso-Britannia ja Viro. Ranskassa taas ei ollut kuvattu läheskään niin paljon kuin siellä oli tehty muunlaista yhteistyötä. Tulevaisuudensuunnitelmissa tulokset pysyivät melko samoina, vain Ranskaan suuntautuvat yhteistyösuunnitelmat vähenivät verrattuna vuosina 2006-2009 tehtyihin. Euroopan ulkopuolella yritysten mielenkiinto kohdistuu erityisesti Yhdysvaltojen ja Japanin markkinoihin ja toimijoihin tutustumiseen.

Venäjällä yhteistyötä oli tehnyt vv. 2006-2009 yhdeksän kyselyyn vastanneista yrityksestä. Suurin osa oli dokumenttielokuvia tai mainoselokuvia. Tulevaisuuden suunnitelmia Venäjään liittyen oli kuitenkin kolmellatoista yrityksellä, näistä suurin osa liittyi pitkään elokuvaan. Vastaajista 68 % oli sitä mieltä että heiltä puuttuu kontakteja Venäjältä.

Alueen taloudellisuutta pidetään yhtenä ratkaisevan tekijänä yhteistyömaata ja –tuottajaa etsittäessä. Alueen tarjoamat insentiivit ja rahoitus vaikuttavat enemmän tai vähemmän kuvauslokaatiopäätöstä tehtäessä jopa 86 %:lla tuottajista. Tämän vuoksi yhteistyösuunnitelmia tehdään tai voidaan muuttaa hyvinkin nopealla aikataululla.

Kyselyn perusteellakin on selvää, että audiovisuaalisella alalla pisin perinne yhteistuotannoista ja kansainvälisestä yhteisrahoituksesta on pitkän elokuvan tuottajilla. Esimerkiksi TV-tuotantojen osalta vastaava toimintatapa on yhä harvinaista, vaikka ulkomailla kuvattaisiinkin.

#### **5. Yhteenveto kyselystä II. Ulkomaiset rahavirrat suomalaiseen av-teollisuuteen, tilastointipilotti v. 2009**

Vastaavanlaista tutkimusta ei ole aikaisemmin tehty, joten pilottiominaisuuden vuoksi vertailukohtaa aikaisempiin vuosiin ei ole. 75 % kysymykseen vastanneista yrityksistä oli kuitenkin sitä mieltä että heidän yrityksensä kansainväliset tulot olivat vuonna 2009 suuremmat kuin vuonna 2008. Lisäksi 89 % oli sitä mieltä, että vuoden 2010 kv-rahavirrat muodostuvat suuremmiksi kuin vuoden 2009 vastaavat. Tutkimuksessa kerättiin yhteensä 122 yrityksen tiedot. Voidaan arvioida, että kysely kattaa noin 80 % koko alan merkittävästä toiminnasta.

Tarkoituksena on ollut selvittää kansainvälisen toiminnan kokonaiskassavirtoja ja niiden lähteitä yritysten näkökulmasta. Näin ollen tutkimuksessa käsitellään sekä kansainvälisestä toiminnasta saatuja tuloja (esim. jakelutuloja tai palvelumyynnit ulkomaalaisille yrityksille) ja kansainvälisistä lähteistä saatua rahoitusta (esim. ennakkomyynnit, tuet ja investoinnit). Alalla myydään tekijänoikeuksien hyödyntämisoikeutta usein ennakkorahoituksen yhteydessä ja tämänkin vuoksi molemmat on syytä pitää jatkossakin mukana.

Tutkimuksessa kerättyjen yritysten tiedoista yhteenlaskettu kansainvälisten tulojen ja rahoituksen summa on lähes 12 miljoonaa euroa. Tästä luvusta kv-tulojen osuus oli noin 6,5 miljoonaa ja kv-rahoituksen osuus 5,5 miljoonaa euroa.

Suomen audiovisuaalisen alan ollessa suhteellisen pieni korostuu muutamien alan suurimpien vaikuttajien toimet koko alan kansainvälisessä toiminnassa. Tämän vuoksi alan kansainvälisestä toiminnasta ei vielä voida tehdä kovinkaan syvällistä analyysiä vaarantamatta yritysten intimitettisuoja. Samasta syystä tulokset ovat luonnollisesti herkkiä vaihteluille.

Esimerkiksi: yli 100 000 euroa kansainvälistä tuloa tai rahoitusta saaneet yritykset edustivat kaikista vastanneista yrityksistä 13 %, mutta keräsivät yli 89 % alan kokonaissummasta. Audiovisuaalisella alalla oli ainakin vuonna 2009 siis selkeä jako niihin, jotka jo selvästi saavat kansainvälistä kassavirtaa (n. 16 yritystä), jotka ovat n.s. ”läpimurron partaalla” (n. 20 yritystä) ja muihin, jotka saavat pientä lisätuloa ulkomailta. Ala on aloittanut kansainvälistymisensä suhteellisen myöhään verrattuna esim. musiikkiin tai muotoiluun. On siis selvää, että erittäin pienten yritysten resurssit ja mahdollisuudet satsata kansainvälistymiseen ovat vielä olleet pieniä viime vuonna. Kiinnostusta ja suutausta on selvästi olemassa (vrt. ensimmäinen kappale yritysten arvioista kv-rahavirtojen kasvusta).