

**Joukkorahoitus dokumenttielokuvan rahoituksessa
Suomessa
Case: Exlibris – Symbolien salaisuus**

Christian Valtanen



Tekijä Christian Valtanen	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Joukkorahoitus dokumenttielokuvan rahoituksessa Suomessa Case: Exlibris – Symbolien salaisuus	Sivu- ja liitesivumäärä 84+15
Opinnäytetyön otsikko englanniksi Crowdfunding as a way to finance a documentary film in Finland Case: Bookplate – the secret of the symbols	
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää suomalaisen dokumenttielokuvan keskeisimmät kotimaiset ja ulkomaiset rahoittajat ja tehdä projektielokuvalla rahoitussuunnitelma. Toisena tavoitteena on tutkia joukkorahoituksen käyttöä elokuvan rahoituksessa ja tehdä siihen liittyen joukkorahoituskampanjasivu sekä kampanjavideo.</p> <p>Aineistosta kirjoitetun materiaalin ja joukkorahoituksen uutuuden vuoksi on tietoa päätetty kerätä alan asiantuntijoilta ja henkilöiltä, jotka ovat toteuttaneet onnistuneita joukkorahoituskampanjoita.</p> <p>Työn teoreettinen viitekehys perustuu yrityksen rahoituksen suunnitteluun ja rahoituksen lähteisiin. Sen pohjalta on lähdetty miettimään elokuvateollisuuden käytössä hyväksi havaittuja rahoituslähteitä ja rahoituksen suunnittelun menetelmiä. Näiden osuuksien jälkeen käydään läpi joukkorahoituksen perusteet. Joukkorahoituksen viitekehyksessä käytetään kirjoja, artikkeleita ja asiantuntijoiden kokemuksia joukkorahoituskampanjan toteutuksesta. Asiantuntijoilta on kerätty tietoa haastattelujen avulla sekä elokuva-alaan liittyvissä seminaareissa.</p> <p>Teoriaosuutta seuraa case-osuus, jossa luodaan Exlibris – Symbolien salaisuus -dokumenttielokuvalla rahoitussuunnitelma (taulukko 12). Tähän liittyen valmistui myös tuotantobudjetti (taulukko 11), maksuvalmiussuunnitelma (liite 8) ja tuotantosuunnitelma (liite 9). Rahoitussuunnitelman jälkeen käydään läpi joukkorahoituskampanjan eri osa-alueita. Työn tuloksissa esittelen tekemäni joukkorahoituskampanjasivun sekä sen osana olevan kampanjavideon. Kampanjasivu ja kampanjavideo löytyvät osoitteesta www.tuotantotuki.com.</p> <p>Työ on ajankohtainen, sillä elokuvan rahoitus on murrosvaiheessa ja uusia rahanlähteitä etsitään jatkuvasti. Tämä työ tarjoaa laajan katsauksen dokumenttielokuvan rahoitusvaihtoehtoihin ja tukimuotoihin Suomessa sekä perehtyy uuteen joukkorahoitukseen elokuvan rahoituksen lähteenä, jota myös tulevat elokuvantekijät voivat käyttää hyödyksi omissa tuotannoissaan.</p>	
Asiasanat elokuva, rahoitus, joukkorahoitus, budjetointi, taloussuunnittelu	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Taustaa	1
1.2	Opinnäytetyön tavoitteet ja aiheen rajaukset	1
1.3	Keskeiset käsitteet	2
2	Elokuvan rahoitus	3
2.1	Rahoituksen suunnittelusta yleisesti	3
2.2	Kassabudjetoinnin menetelmä	4
2.3	Rahanlähteet	6
2.3.1	Oma pääoma	6
2.3.2	Mezzanine-rahoitus	7
2.3.3	Vieras pääoma	8
2.4	Elokuvan rahoituksen suunnittelu	8
2.5	Rahoitusmuodot ja rahanlähteet	12
2.5.1	Oma pääoma	15
2.5.2	Mezzanine-rahoitus	15
2.5.3	Vieras pääoma	16
2.5.4	Julkiset tuet	17
2.5.5	Muut säätiöt ja apurahat	20
2.5.6	Rahoitusfoorumit	20
2.5.7	Sponsorit	21
2.5.8	Ennakkomyynti	23
2.5.9	Tuotteiden myynti	24
2.6	Joukkorahoitus	27
2.6.1	Joukkorahoituksen neljä alaluokkaa	30
2.6.2	Joukkorahoituksen lainsäädäntö Suomessa	35
2.6.3	Joukkorahoituspalvelut Suomessa sekä muut vaihtoehdot	41
2.6.4	Joukkorahoituksen näkymät lähitulevaisuudessa	43
3	Case: Exlibris – Symbolien salaisuus	45
3.1	Yrityksen ja projektin esittely	45
3.2	Rahoituksen suunnittelu	47
3.2.1	Rahoitustarve	48
3.2.2	Rahoituksen lähteet	49
3.2.3	Maksuvalmiussuunnitelma	51
3.2.4	Tuotantosuunnitelma	53
3.3	Joukkorahoituskampanja	53
3.3.1	Kampanjan rakenne	53
3.3.2	Joukkorahoituksen hyödyt	55
3.3.3	Joukkorahoituksen heikkoudet ja sudenkuopat	56

3.3.4	Kampanjasivu.....	57
3.3.5	Palkinnot	58
3.3.6	Kampanjavideo	61
3.3.7	Joukkorahoituspalvelun valinta	64
4	Johtopäätökset ja pohdinta.....	66
4.1	Työn prosessi ja eteneminen	66
4.2	Työn tulokset.....	67
4.3	Tavoitteiden saavuttaminen	69
4.4	Toteutustapa	69
4.5	Tutkimuksessa esiin nousseita ongelmia.....	69
4.6	Reliabiliteetti ja validiteetti	70
4.7	Jatkotoimenpiteet	71
	Lähteet	72
	Liitteet.....	85
	Liite 1. Kassavirtalaskelma eli kassabudjetti vuodeksi	85
	Liite 2. Osakeyhtiölain (21.7.2006/624) luvussa 3 mainitut lunastus- ja suostumuslaus- sekkeet	86
	Liite 3. Velkakirjalaki (31.7.1947/622).....	87
	Liite 4. Kuluttajansuojalain (30.12.2013/1211) 6. luvun 9. §.....	88
	Liite 5. Arvotuotannon kampanjasivu Invesdorissa	89
	Liite 6. Lista AVEK-tukien vaadittavista liitteistä.....	91
	Liite 7. Suomen elokuvasäätön tuotantotuen vaadittavat hakemusliitteet	92
	Liite 8. Maksuvalmiussuunnitelma.....	93
	Liite 9. Tuotantosuunnitelma	94
	Liite 10. Joukkorahoituskampanjan lehdistötiedote	95
	Liite 11. Kampanjavideon käsikirjoitus.....	96
	Liite 12. Haastattelukysymykset Miika Norvannolle 10.2.2015.....	97
	Liite 13. Haastattelukysymykset Ulla Simoselle 30.4.2015	98
	Liite 14. Kuva elokuvan kampanjasivusta.....	99

1 Johdanto

1.1 Taustaa

Tämä toiminnallinen opinnäytetyö on tehty yritykseni Arvotuotanto Ky:n tuottamaa Exlibris – Symbolien salaisuus -dokumenttielokuvaa ajatellen. Arvotuotanto Ky on vuonna 2012 perustettu media-alan yritys, jonka toimipaikka sijaitsee Keravalla. Yrityksen liikevaihto koostuu valokuvaus-, äänentoisto- sekä videopalveluista. Suurin osa tuotannosta liittyy urheiluun, mutta tilikauden 2013–2014 liikevaihdosta kolmannes syntyi isommasta dokumenttielokuvaprojektista, jossa oli yksi iso asiakas maksajana. Yrityksellä on halu kasvaa jatkossa elokuva- ja mainosvideoiden tekijäksi, joka tuottaa laadukasta ja luovaa sisältöä yrityksille ja katsojille.

Olen toiminut media-alalla vuodesta 2008, jolloin tein ensimmäisen Muutos-elokuvani. Tämän jälkeen suoritin siviilipalveluksen Avainmedia ry:n palveluksessa ja siirryin yrittäjäksi palveluksen loputtua. Kiinnostus elokuvan joukkorahoitukseen on herännyt koulusta saadun tiedon, sijoituspalvelututkinnon ja henkilökohtaisen vertaislainakokemuksen myötä.

1.2 Opinnäytetyön tavoitteet ja aiheen rajaukset

Tämän opinnäytetyön päätavoitteena on kartoittaa kohdeprojektina toimivalle Exlibris – Symbolien salaisuus -dokumenttielokuvalla Suomessa tarjolla olevia rahoitusvaihtoehtoja ja saatavilla olevia tukimuotoja sekä luoda elokuvalla joukkorahoituskampanja. Joukkorahoitus on luoville aloille ajankohtainen uusi rahoitusmuoto ja siitä kertominen tulee hyödyttämään alan toimijoita. Rahoitusvaihtoehtojen kartoittamisen pohjalta elokuvalla luodaan rahoitussuunnitelma. Elokuvan joukkorahoituskampanjan alatavoitteina on kampanjasivun ja kampanjavideon luominen. Nämä kolme produktia pyritään myös testaamaan käytännössä opinnäytetyön teon ajan sallimissa puitteissa. Henkilökohtaisena tavoitteenani on kartuttaa aiheesta tietoa, jota voin käyttää tähän ja tuleviin videotuotantoihin. Opinnäytetyö tarjoaa myös muille elokuvantekijöille tietoa elokuvan rahoituksesta ja joukkorahoituksesta osana elokuvan rahoituksen suunnittelua. Elokuvan rahoituksessa ja joukkorahoituksessa käydään läpi myös alalle tulevia uusia toimintatapoja ja tulevaisuuden odotuksia.

Opinnäytetyö rajataan koskemaan dokumenttielokuvatuotantoja Suomessa elokuvien tuottajan näkökulmasta. Rahoitusten lähteitä ja joukkorahoitusta mietittäessä pohditaan myös ulkomaisia rahoittajia ja palveluita, jotka ovat suomalaisten käytössä. Joukkorahoituksen osalta sivutaan myös muita joukkorahoituksesta saatavia hyötyjä, kuten markkinointia. Työssä ei paneuduta tuotantojen kannattavuuteen.

Tutkimuskysymykset

Miten elokuvan rahoitus suunnitellaan ajallisesti Suomessa?

Minkälaisia rahoitusvaihtoehtoja on suomalaisille dokumenttielokuville?

Kuinka paljon on mahdollista saada tukea eri rahoittajilta?

Miten tehdään dokumenttielokuvan rahoitussuunnitelma?

Minkälaisia joukkorahoituksen muotoja ja palveluita on Suomessa?

Miten tehdään hyvä joukkorahoituksen kampanjasivu?

Miten tehdään hyvä joukkorahoituksen kampanjavidео?

1.3 Keskeiset käsitteet

Dokumenttielokuvalla tarkoitetaan elokuvaa, jossa henkilöhahmot esittävät itseään joko tapahtuvassa tai tapahtuneissa tilanteissa. Elokuvat ovat kuitenkin tekijöidensä tulkintaa tilanteesta ja voivat poiketa todellisuudesta.

Joukkoistamisella (*crowdsourcing*) tarkoitetaan usean tekijän antamaa panosta yhteisen lopputuloksen eteen. Tyypillisesti internetiä käyttäen ja useimmiten ilman palkkiota.

Joukkorahoituksella tarkoitetaan rahan keräämistä usealta eri lähteeltä isompaa lopputulosta varten. Lopputulos voi olla esimerkiksi cd- tai dvd-levy, taideteos tai festivaali.

Joukkorahoitusalustalla tarkoitetaan palvelua, jonka kautta rahoituksen etsijöillä on mahdollista etsiä joukkorahoitusta eri yksilöiltä. Se toimii rahoituksen etsijän ja rahoittajan välillä ja ottaa provisiot välitetystä rahasta.

Joukkorahoituskampanjalla tarkoitetaan joukkorahoitusalustassa tehtyä kampanjaa eli keräystä, jossa rahoituksen hakija etsii rahaa tietyn ajan (usein 1–3 kuukautta) rahoituksen tarjoajilta.

2 Elokuvan rahoitus

2.1 Rahoituksen suunnittelusta yleisesti

Yrityksen rahoitusta mietittäessä kuuluu rahoitussuunnittelu keskeisenä osana liiketoiminnan suunnitteluprosessiin. Rahoitussuunnittelun tarkoituksena on antaa vastaus siihen, kuinka paljon rahaa yrityksen toiminta sitoo. Rahoitusennusteita voidaan tehdä tilinpäätöksen, kassabudjetin ja kassavirtaennusteen avulla. (Niskanen & Niskanen 2010, 340–341.)

Tilinpäätösennusteella tarkastellaan yrityksen taloutta usean vuoden ajalta ja koetetaan ennustaa tuleva tilinpäätös ja rahoituksen tarve. Aiempien vuosien tilinpäätöksistä ilmenevät kustannus- ja tase-erien väliset suhteet voivat kuitenkin muuttua huomattavasti eivätkä näin ollen antaa riittävää kuvaa elokuvan rahoitusta ajatellen. Haittapuolena on myös liian pitkä tarkastelujakso, joka ei anna riittävää kuvaa rahan ajoituksesta. (Niskanen & Niskanen 2010, 343–365.)

Lyhyen aikavälin rahoitussuunnittelun tehtävänä on varmistaa toisaalta yrityksen maksuvalmius ja toisaalta minimoida maksuvalmiuden ylläpitämisestä aiheutuvat kustannukset sekä maksimoida maksuvalmiusreservistä saatava tuotto. Onnistunut lyhyen aikavälin rahoitussuunnittelu tarvitsee tuekseen tarkan ja kurinalaisen raportointijärjestelmän kaikista yrityksen rahavirtoihin vaikuttavista päätöksistä ja sitoumuksista. (Leppiniemi & Puttonen 2002, 42.)

Seuraavassa kuviossa havainnollistetaan lyhytaikaisen rahoituksen eri osa-alueet.



Kuvio 1. Lyhytaikaisen rahoituksen keskeiset osa-alueet (Niskanen & Niskanen 2010, 366)

Kuvion mukaan kassanhallintaa pyritään ohjaamaan varastonhallinnalla, saatavien hallinnalla sekä ostovelkojen hallinnalla. Kassojen alijäämää pyritään paikkaamaan lyhytaikaisilla veloilla ja kassan ylijäämää voidaan sijoittaa lyhytaikaisiin sijoituksiin.

Lyhyen aikavälin rahoitussuunnittelun välineitä eli kassabudjettia ja kassavirtaennustetta käyttäen voidaan yrityksen rahavirtoja tarkkailla esimerkiksi kuukausittain tai viikoittain. Budjetti- ja kassavirtalaskelmat ovatkin käytettävyytensä vuoksi myös elokuvateollisuuden käytössä ja niitä vaaditaan usein myös rahoitusta ja tukea haettaessa. Suomen elokuvasäätiö käyttää kassavirtalaskelmasta nimeä maksuvalmiussuunnitelma ja budjetista nimitystä kustannusarvio. (Niskanen & Niskanen 2010, 343–365; Suomen elokuvasäätiö 2015a.)

Lyhyen aikavälin rahoitussuunnittelulla tarkoitetaan yleensä alle vuoden ajanjaksoa ja sen oleellisia asioita ovat rahan hinta ja jouston ylläpitäminen. Lyhyen aikavälin suunnittelussa rahan hinnalla ei kuitenkaan aina tarkoiteta vuotuista korkoa vaan myös esimerkiksi vaihua, jota pitäisi nähdä lainahakemuksia tehtäessä. Jouston ylläpitämisellä tarkoitetaan sitä, että yrityksellä on tietty määrä nopeasti saatavilla olevaa rahaa varattuna odottamattomien kassa-alijäämien varalle. Nopeasti saatavilla olevia rahojen lähteitä ovat esimerkiksi avistatalletukset ja pörssin osakesijoitukset. (Leppiniemi & Puttonen 2002, 43–44.)

2.2 Kassabudjetoinnin menetelmä

Kassabudjetointia voidaan tehdä joko sisäiseen laskentatoimeen paremmin sopivalla suoralla menetelmällä tai ulkoiseen laskentatoimeen paremmin soveltuvalla epäsuoralla menetelmällä. Suora menetelmä kertoo, miten rahat tulevat ja lähtevät yrityksestä. Epäsuora menetelmä puolestaan kertoo, miten tulorahoitus sitoutuu taseeseen. Kassabudjetointia voidaan tehdä tarpeen mukaan eri ajanjaksoille. Isoilla yrityksillä tämä voi olla päivittäistä, jolloin laskelma tehdään tuleville 7–24 päivälle juoksevasti. Pienemmille yrityksille voi riittää viikoittainen, kuukausittainen tai neljännesvuosittainen laskelma. (Koski 2010; Niskanen & Niskanen 2010, 394.)

Suoralla menetelmällä toteutettu kassabudjetti eli kassavirtalaskelma on yksi yrityksen johdon tärkeimmistä talouden seurannan välineistä tuloslaskelman ja taseen ohella. Sen avulla voidaan ennustaa tulevia tuloja ja menoja ja tehdä päivittäisiä tai kuukausittaisia tavoitteita, jotta yrityksen kassavarat riittävät. Kassavirtalaskelman avulla voidaan vertailla eri ajanjaksoja keskenään ja toisaalta myös oman yrityksen toimintaa muiden saman alan yritysten toimintaan. (E-conomic 2015.)

Kosken (2012, 93–102) mukaan kassavirtalaskelma on yksi tärkeimmistä raportoinnin työkaluista, koska se

- auttaa varmistamaan yrityksen maksuvalmiuden aikasarjana
- auttaa löytämään yritykselle tai liiketoiminnalle sopivan kasvunopeuden
- pakottaa tunnistamaan yrityksen myynti- ja tuotantoprosessin sekä kannustaa välitavoitteiden asettamista
- auttaa pohtimaan, miten eri hinnoittelumallit vaikuttavat maksuvalmiuteen
- toimii erinomaisena budjetoituvälineenä.

Seuraavassa taulukossa (taulukko 1) on esimerkki yhden kuukauden kassavirtalaskelman pohjasta suoraa menetelmää käyttäen. Liitteessä 1 on taulukko kassavirtalaskelmasta koko vuodelle.

Taulukko 1. Kassavirtalaskelma (Yrittäjäkoulu 2015)

	Kausi	1
1 KASSA KAUDEN ALUSSA		100000
TOIMINNAN KASSAANMAKSUT		
2 Käteismyynti		20000
3 Maksut myyntisaamisista		5000
4 Muut tulot		5000
5 Toiminnan kassaanmaksut yht. (2-4) =		30000
TOIMINNAN KASSASTAMAKSUT		
6 Käteisostot		2000
7 Maksut ostoveloista		2000
8 Arvonlisävero		5000
9 Palkat		3000
10 Ennakonpidätys ja sosiaaliturvamaksut		5000
11 Vuokrat		500
12 Rahoitusmenot		
13 Verot		
14 Muut menot		
15 Toiminnan kassastamaksut yht. (6-14) =		17500
INVESTOINTIMENOJEN KASSASTAMAKSUT		
16 Kone A		200
17		
18		
19 Investointimen. kassastamaks. yht. (16-18) =		200
PÄÄOMARAOITUKSEN KASSAAN- JA KASSASTAMAKSUT		
20 Lainojen lyhennykset	-	500
21 Lainojen nostot	+	
22 Omistajien lisäsjoitukset	+	
23 Osingonjako/ omistajien yksityiskäyttö	-	
24 Muu pääomarahoitus	+/-	
25 Pääomarahoituksen nettovaikutus (20-24) +/-		500
KASSAVARAT		
26 Kassavarojen muutos (5 - 15 - 19 + 25)		12800
27 KASSA KAUDEN LOPUSSA (1 + 26)		112800

Taulukosta nähdään suoran rahoituslaskelman kolme osaa. Aluksi kauden aloituskassaan lisätään liiketoiminnan rahavirran tulot ja vähennetään menot, jonka jälkeen vähennetään investointimenot ja lisätään mahdolliset disinvestoinnit. Viimeiseksi tulee rahoituksen rahavirta, joka sisältää oman ja vieraan pääoman sekä voitonjaon liikkeet. Lopputulokseksi saadaan tarkastelukauden loppukassa, joka siirretään seuraavan jakson alkuun. Oleellista on varmistaa ja tehdä tarvittavat toimenpiteet, että kassa on jokaisen kauden lopussa plussalla.

2.3 Rahanlähteet

Tässä kappaleessa on kuvattu yleisimpiä yrityksen rahanlähteitä, joita ovat oma pääoma, mezzanine-rahoitus ja vieras pääoma.

2.3.1 Oma pääoma

Seuraavassa kuviossa näytetään oman pääoman mahdolliset lähteet.



Kuvio 2. Oman pääoman muodostuminen (Leppiniemi 2009, 74, muokattu)

Omaan pääomaan kuuluvat sijoitettu oma pääoma sekä sisäisesti aikaansaatu oma pääoma. Sijoitettua pääomaa voi olla yrityksen alussa määritelty pääoma sekä yrityksen laajenusvaiheessa tullut pääoma vanhoilta ja uusilta omistajilta. Osakeyhtiöllä minimipääoma on 2 500 euroa. Yhtiötä perustettaessa ei avoimen yhtiön yhtiömiesten eikä kommandiittiyhtiön vastuunalaisen yhtiömiehen tarvitse sijoittaa rahallista pääomaa. (Leppiniemi 2009, 74; Patentti- ja rekisterihallitus 2015; Verohallinto 2015.)

Sisäisesti aikaansaatu oma pääoma voi lisääntyä tulorahoituksella ja hallussapitovoitoilla. Tulorahoituksella tarkoitetaan toiminnan tuloksena syntyviä rahavaroja ja hallussapitovoitot puolestaan liittyvät varojen hintojen muutoksiin (Tilastokeskus 2015).

Yrityksen kannalta on paras käyttää tulorahoitusta, sillä sen hankkimisesta ei aiheudu liikkeellelaskukustannuksia. Esimerkiksi pörssiin listautumisesta tulee alle miljoonan dollarin määrällä jopa 31,7 prosentin kustannukset, mikä on erittäin kallista. Kustannukset syntyvät muun muassa pörssin kuluista, markkinointimateriaalin laadinnasta, asiantuntijapalveluista sekä tarkemmista kirjanpidon ja omistajien raportointivelvollisuudesta. Pörssilistautumista edullisempi vaihtoehto on *private placement*, jossa osakkeita lasketaan liikkeelle rajoitetulle sijoittajajoukolle ja tavoitteena on hankkia yhtiölle uutta markkinaehtoista omaa pääomaa. Ammattimainen sijoittaja voi tuoda yritykseen pääoman lisäksi myös liikkeenjohdollista osaamista. (Leppiniemi & Puttonen 2002, 149; PwC 2015, 43.)



Kuva 1. Private placementin vaiheet (PwC 2015, 43)

Private placement vie kuitenkin aikaa ja vaatii paljon valmisteluja, kuten edellisestä kuvasta voidaan päätellä. Prosessi lähtee yleensä liikkeelle yhtiön arvostuksen arvioinnilla ja information memorandumien laatimisella, jossa kuvataan yhtiön organisaatiota, tuotteita, markkinoita, kilpailijoita, taloudellista historiaa ja tulevaisuuden ennusteita. Tämän jälkeen otetaan yhteyttä potentiaalisiin sijoittajiin ja tehdään osakassopimukset parhaiden sijoittajavaihtoehtojen kanssa. Kustannuksia syntyy tässäkin vaihtoehdossa muun muassa viranomaiskustannuksista, arvonmäärityksen asiantuntijoista ja lainopillisista neuvonantajista. Private placementin voidaan kuvailla olevan yritysmuotoinen vastine oman pääoman joukkorahoitukselle. Jos vanhoilla omistajilla on ylimääräistä rahaa, voivat he tehdä lisäjoituksen yritykseen, jolloin suurelta osin säästytään ylimääräisiltä kuluilta. Tällöin he eivät kuitenkaan saa mahdollisten ulkopuolisten sijoittajien tarjoamaa lisäkokemusta. (PwC 2015, 43–44.)

2.3.2 Mezzanine-rahoitus

Mezzanine-rahoituksessa eli välipääomarahoituksessa on piirteitä oman ja vieraan pääoman rahoituksesta. Filpuksen (2007) mukaan Mezzanine-rahoituksen avulla voidaan pienentää oman pääoman osuutta ja säilyttää haluttu omistusrakenne. Rahoitusmuotoa käytetään muun muassa yrityssaneerauksissa, yrityskauppatilanteissa ja projektin rahoit-

tusta vaativissa tilanteissa. Mezzanine-rahoitus voidaan toteuttaa esimerkiksi optio-, vaihtovelkakirja- tai voitto-osuuslainojen avulla. Vaihtovelkakirjalainat, optiolainat ja pääomalainat ovat verotuksessa ja kirjanpidossa vierasta pääomaa, kun taas voitto-osuuslainat ja debentuurilainat omaa pääomaa. Mezzanine-rahoitusta rahoitusmuotona tarjoavat pankit, rahoituslaitokset ja pääomasijoittajat. (Leppiniemi 2009, 101; Martikainen & Martikainen 2006, 63.)

2.3.3 Vieras pääoma

Vieras pääoma eli lainarahoitus koostuu tilimuotoisista ja markkinaperusteisista lainoista. Tilimuotoisella luotolla tarkoitetaan useimmiten lainaa, jonka myöntäjänä voi olla pankki tai vakuutusyhtiö. Heitä kiinnostaa vain pääoman palauttaminen korkojen kera. Korko on usein sidottu esimerkiksi Euriborin 12 kuukauden viitekorkoon (3.4.2015 korko on 0,195 %), jonka päälle lisätään marginaali (Suomen Pankki 2015b). Lainojen vakuutena voi olla hankkeen epäonnistuessa esimerkiksi kiinteistö tai laite, jolloin vakuudet on myytävä maksukyvykkyyden käydessä liian pieneksi. Vakuuksitta olevien lainojen velkojilla on mahdollisuus saada rahaa takaisin vain siitä omaisuudesta, jota on sattunut jäämään jäljelle. Tämä määrä voi olla myös vain pieni osa lainatusta summasta. Tilimuotoisten lainojen hyvänä puolena on niiden osakeanteja edullisemmat kustannukset, sillä niissä ei tarvitse ottaa huomioon sijoituslakeja eikä niitä varten tarvitse laatia sijoittajamuistiota. (Leppiniemi 2009, 91–92; Davies & Wistreich 2007, 96; Dean 2012, 217–218.)

Markkinaperusteisia lainoja voidaan laskea sekä raha- että pääomamarkkinoille. Tunnetuimpia ovat sijoitustodistukset, jotka pankki ostaa takaisin eräpäivänä niiden nimellisarvolla. Samankaltaisia lainoja ovat myös yritys- ja kuntatodistukset, mutta niiden merkitys on Suomessa vähäinen. Yksi tunnettu lainamuoto on joukkovelkakirjalaina, jonka emittoijina ovat pankit, valtiot ja yritykset. Näiden juoksuaika on yleensä 2–10 vuotta ja niillä voidaan usein käydä kauppaa Nasdaq OMX -pörssissä. Lainan hintaan vaikuttavat lainan koron lisäksi talouden vaihtelusta johtuvat emittoijien ja valuuttavaihteluiden riskitekijät. Riskejä ovat esimerkiksi luotto-, korko-, likviditeetti- ja uudelleensijoitusriski. Esimerkiksi First North Bond -listan lainojen korot liikkuvat 1,77 ja 10,25 prosenttiyksikön välillä (Nasdaq OMX 2015). Kaikkien lainojen hyvänä puolena on taiteellisen ja toiminnallisen päätösvallan pysyminen omistajilla. Lainarahoituksen vastine joukkorahoituksen puolella on lainamuotoinen joukkorahoitus. (Dean 2012, 217–218; Leppiniemi 2009, 88–91.)

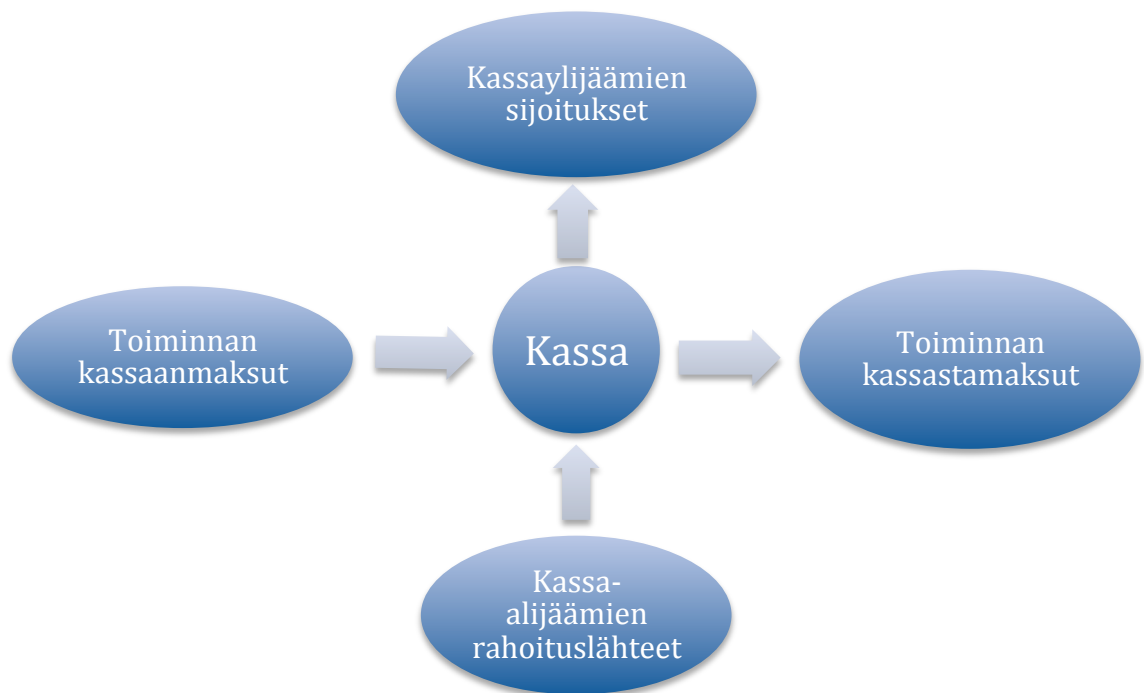
2.4 Elokuvan rahoituksen suunnittelu

Dokumenttielokuvantuotannon avainhenkilöitä ovat tuottaja ja ohjaaja, joiden lisäksi myös kuvaaja ja leikkaaja ovat tärkeässä asemassa (Simonen 30.4.2015). Amerikassa tuottaja

on vastuussa projektin kokonaisvaltaisesta eteenpäin viemisestä aiheideiden keräämisestä aina elokuvan valmistumiseen saakka. Suomessa tuottaja saa usein idean muualta ja hän toimii tuotannon johtajana myös levitysvaiheessa (Simonen 30.4.2015). Tuottajan tärkeimpiä tehtäviä on laatia budjetti ja pysyä siinä (Kellison, Morrow & Morrow 2013, 4). Tuottaja on toisin sanoen vastuussa elokuvan rahavirroista ja kulloistenkin kassalijäämien tai -ylijääämien vaatimista toimenpiteistä.

Tuottaja saa palkkansa elokuvan tekemisestä ja valmiiksi saattamisesta. Omistajatuottajan palkka on usein elokuvan budjetissa mainittu omarahoitusosuus. Simonen koettaa budjetoida tuottajalle saman verran kuin ohjaajalle. Freelancer-tuottajien osalta palkkio voi olla myös provisiopohjaista. Lisäpalkkioita voi tulla myös dvd-levityksestä, video on demand -palveluista ja ulkomaan myynneistä. Elokuvatuotantoyhtiön voitto koostuu yleensä jälkimyyneistä. Myös budjettiin varattu 10 prosentin vararahasto voidaan muuttaa tuotantoyhtiön palkkioksi, jos sitä ei ole käytetty elokuvan tuotantoon. (Norvanto 10.2.2015; Simonen 30.5.2015.)

Seuraavassa kuviossa kuvataan yrityksen rahavirtoja. Kuvion voidaan ajatella kuvastavan myös elokuvatuotantoa.



Kuvio 3. Yrityksen rahavirrat (Niskanen & Niskanen 2010, 367)

Toiminnan kassaanmaksuja ovat esimerkiksi tulot elokuvaalipuista ja dvd-tallenteista. Toiminnan kassastamaksuja ovat esimerkiksi elokuvan tuotanto- ja markkinointikulut. Kassalijäämien rahoituslähteisiin voidaan laskea muun muassa erilaiset tuet, lainat sekä tuot-

teiden ja esitysoikeuksien ennakkomyynnit. Kassaylijäämien sijoituksilla tarkoitetaan ylimääräisten rahojen sijoittamista esimerkiksi rahastoihin, kun niillä ei ole muuta tarvetta. Toisaalta kassaylijäämillä voidaan myös rahoittaa tulevia tuotantoja.

Haasen (2006, 143) mukaan dokumenttielokuvan tuotannon kesto on keskimäärin 28 kuukautta. Tästä esituotannon osuus on 13 kuukautta, tuotannon osuus 7 kuukautta ja jälkituotannon osuus 8 kuukautta. Seuraavassa kuviossa on listattu kullekin vaiheelle ominaisia rahoitustarpeita.



Kuvio 4. Tuotannon osa-alueet (Marnell 9.9.2014)

Esituotannon alkuvaiheissa on tärkeää, että tuottajat ja ohjaajat tietävät tekevänsä samaa elokuvaa. Tätä voidaan edistää käymällä läpi käsikirjoitusta, tuotantoaikataulua ja budjetteja, minkä jälkeen budjetista tehdään korjattu versio. Esituotanto määrittelee pitkälti, kuinka paljon rahoitusta elokuva tarvitsee. Rahoitusta etsittäessä budjetin laatiminen on välttämätöntä, sillä se tarjoaa tietoa rahoituksen tarpeesta potentiaalisille sijoittajille ja tukijoille. Ensimmäinen budjetti voi olla korkeampi kuin mahdollisen rahoituksen määrä, jolloin on muutettava käsikirjoitusta ja korjattava budjetteja. Pääkysymykseksi nouseekin: Kuinka paljon rahaa on mahdollista saada? Mahdolliset sponsorit ja yhteistyökumppanit on hyvä ottaa mukaan jo esituotantovaiheessa, jotta mahdolliset muutokset kuvauspaikkoihin tai käsikirjoitukseen voidaan toteuttaa ja näin ollen mahdollistaa yhteistyökumppanien osallis-

tuminen elokuvan rahoitukseen. Mahdollisesti myös tuotannon aikataulusta pitää tehdä uusi versio, jotta kuluja saadaan karsittua. Tämä onnistuu esimerkiksi kuvauspaikkoja karsimalla ja tekemällä useampia kohtauksia lähellä toisiaan. Tämän jälkeen elokuvasta tehdään kuvakäsikirjoitus ja varmistetaan tekijöiden, varusteiden ja kuvauspaikkojen saatavuus. (Marnell 9.9.2014.)

Tuotannon kustannuksiin vaikuttaa Marnellin (9.9.2014) mukaan muun muassa

- tarinan luonne
- näyttelijöiden, kuvauspaikkojen ja erikoistehosteiden määrä
- stunttien määrä
- elokuvan pituus
- vaadittavat rekvisiitat ja asusteet
- jälkiäänitysten ja ääniefektien määrä
- kuvauspaikkojen sijainti.

Tuotantovaiheessa tuottajan tehtävänä on olla aina tavoitettavissa ja konsultoida tarvittaessa muita tekijöitä muutoksista. Hän myös valmistelee, muokkaa ja hyväksyy päivittäiset tai viikoittaiset kuluarviot. Samaan aikaan tuottajan on pidettävä yllä lehdistösuhteita ja tiedotettava projektista. (Kellison ym. 2013, 6–7.)

Jälkituotantovaiheessa tuottaja pitää huolta elokuvan leikkauksen ja muiden jälkitöiden etenemisestä sovituissa aikatauluissa ja budjetissa. Usein hän myös tuntee kuvatun materiaalin ja on mukana otosten valinnassa. Tuottajan on myös tehtävä tarvittavat sopimukset tekijöiden, kuvauspaikkojen, rahoittajien ja levittäjien kanssa tuotannon eri osa-alueiden aikana sekä laadittava tarvittavat anomukset ja hakemukset tukijoita varten. Myyntitaidoista on hyötyä esimerkiksi silloin, kun tuottaja myy samaansa elokuvaidea tekijöille ja rahoittajille. (Kellison, C. ym. 2013, 6–7.)

Kassavirtalaskelma elokuvatuotannossa

Kosken (2012) mainitsemista kassavirtalaskelman ominaisuuksista tärkeimpiä elokuvatuotannon kannalta ovat maksuvalmiuden varmistaminen ja kuukausittaisten tulojen ja menojen selkeä jaksotus visuaaliseen muotoon. Kassavirta sitoo budjetin ja rahoituksen samaan taulukkoon, jotta projektin maksuvalmius voidaan varmistaa koko projektin ajalle. Suomen elokuvasäätiö tai Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus (AVEK) eivät vaadi kassavirtalaskelman toimittamista tukihakemuksen liitteenä, mutta se antaa elokuvan tekijälle hyvän työkalun elokuvan rahavirtojen seuraamiseksi tuotannon eri vaiheissa. Mikäli Suomen elokuvasäätiö kuitenkin myöntää tuen, on hakijan toimitettava säätiölle elokuvan maksuvalmiussuunnitelma. (AVEK 2015d; Suomen elokuvasäätiö 2009; Suomen elokuvasäätiö 2015b.)

Seuraavassa taulukossa on esitetty Punk – Tauti joka ei tapa -elokuvan maksuvalmiussuunnitelma.

Taulukko 2. Punk – Tauti joka ei tapa -elokuvan maksuvalmiussuunnitelma
(Aaltonen 2011, 225)

MAKSUVALMIUSSUUNNITELMA

Tuotantoyhtiö: Illume Oy

7.6.2007

Elokuvan nimi: PUNK - TAUTI JOKA EI TAPA

RAHOITUS	BUDJETTI	7/07	8/07	9/07	10/07	11/07	12/07	1/08	2/08	3/08	yhteensä
ALKUKASSA		-	85 741	86 541	58 341	54 641	43 391	50 487	27 277	3 797	
SES ennakkovalmistelu	8 000	8 000									8 000
Yle ennakkorahoitus	5 000	4 000	1 000								5 000
ESEK 1. maksuerä	20 000	10 000	10 000								20 000
SES tuotantotuki	155 000	108 500			15 500		15 500			15 500	155 000
Yle ennakko-osto	55 000		25 000	10 000			10 000		10 000		55 000
ESEK 2. maksuerä	30 000					10 000				20 000	30 000
Illume omarahoitus	23 608	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	2 000	608	23 608
SMD	7 500								7 500		7 500
KOKO RAHOITUS	304 108	133 500	39 000	13 000	18 500	13 000	28 500	3 000	19 500	36 108	304 108

KUSTANNUKSET	BUDJETTI	7/07	8/07	9/07	10/07	11/07	12/07	1/08	2/08	3/08	yhteensä
Käsikirjoitus ja tuotannonvalmistelu	31 894	31 894									31 894
Elokuvahenkilökunta	79 910	6 000	23 000	23 000	9 000	7 000	5 000	3 910	3 000		79 910
Esiintyjät	7 500	1 000	2 500	2 500			1 000	500			7 500
Kuljetukset, matkat ja majoitus	6 465	2 465	2 000	1 000	500	500					6 465
Lavasteet ja rekvisiitta	500		500								500
Puvut											0
Maskeeraus ja kampaus											0
Studios ja kuvauspaikat	1 600	600	500	500							1 600
Elokuvatekninen kalusto	18 150	4 000	6 000	5 000	3 000	150					18 150
Materiaalikustannukset	1 400	700	300	300	100						1 400
Laboratorio ja digiyksikkö											0
Leikkaus ja kuvankäsittely	30 704		2 000	6 500	6 200	6 200	5 304	1 500	3 000		30 704
Äänen jälkikäsittely	25 380				2 000	5 000	5 000	13 000	380		25 380
Musiikki	22 375			1 000		4 000	4 000	3 000		10 375	22 375
Muut oikeudet	8 500								4 500	4 000	8 500
Kopiokustannukset	33 200							3 200	30 000		33 200
Markkinointikustannukset	1 900								1 000	900	1 900
Sekalaiset kustannukset	1 200		300	300	300	300					1 200
Hallintokulut	9 551	1 100	1 100	1 100	1 100	1 100	1 100	1 100	1 100	751	9 551
Varaus satunnaisiineluihin	23 879									23 879	23 879
KOKONAISKUSTANNUKSET	304 108	47 759	38 200	41 200	22 200	24 250	21 404	26 210	42 980	39 905	304 108
LOPPUKASSA		85 741	86 541	58 341	54 641	43 391	50 487	27 277	3 797	0	

Taulukon vasemmassa laidassa näkyy eri rahoittajien tarjoamat rahasummat ja elokuvan eri kulut eroteltuina eri riveille. Seuraavissa sarakkeissa on kuvattu kunkin rahoittajan ja menoerän kullekin kuukaudelle kohdistuvat määrät. Jokaisen kuukauden kohdalle on myös laskettu yhteen eri rahoittajien tarjoama rahoitus ja kulut sekä kassa kauden lopussa.

2.5 Rahoitusmuodot ja rahanlähteet

Rahoitusta pitkien dokumenttielokuvien tuotannon tukemiseen vuonna 2013 havainnollistetaan seuraavan kuvion avulla, jossa kuvataan tuotantobudjettien jakautumista eri rahoittajien kesken.

Mediaani tuotantobudjetti
Median production budget:

262 464 €



	Elokuvasäätiö / Finnish Film Foundation	43 %
	Televisiokanavat / Television company	15 %
	Kotimainen rahoitus / Domestic investment	12 %
	Ulkomainen rahoitus / Foreign investment	7 %
	Tuotantoyhtiö / Production company	9 %
	AVEK / The Promotion Centre for Audiovisual Culture	9 %
	NFTF, Media, Eurimages -rahastot / -funds	6 %

Kuva 2. Pitkien dokumenttielokuvien rahoitusjakauma (Suomen elokuvasäätiö 2013,13)

Edellä esitetyssä kuvassa on kerrottu pitkän dokumenttielokuvan (kesto yli 1 h) mediaani-tuotantobudjetin rahoituslähteiden jakauma. Suomessa dokumenttielokuvan neljä yksittäistä päärahoittajaa ovat Suomen elokuvasäätiö (43 %), televisiokanavat (15 %), Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus (9 %) ja tuotantoyhtiöiden omarahoitus (9 %). Näistä Suomen elokuvasäätiön ja Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskuksen voidaan katsoa olevan julkista tukea. Toisaalta myös televisioyhtiö Yleisradio tekee laissa säädettyä tuotannon tukemista Yle-veron kautta kerätyin varoin. (Haase 2003, 28; Suomen elokuvasäätiö 2013,13.)

Simosen (30.4.2015) mukaan suomalaisen dokumenttielokuvan lähtökohtana on hakea ensin rahoitusta joko Suomen elokuvasäätiöltä tai AVEK:lta – tämä raha on useimmiten kehittämisrahaa. Hyvin harvoin ensimmäinen rahoittaja on joku muu taho. Tämän jälkeen on elokuvasta kiinni, lähdetäänkö rakentamaan kansainvälistä yhteistuotantoa vai kotimaista tuotantoa, joka tehdään kotimaisella rahoituksella.

Elokuvan budjetit voivat Suomessa vaihdella suuresti. Esimerkiksi elokuvan tuottajana ja levittäjänä toimiva Miika Norvanto on auttanut yrityksensä kautta ison budjetin filmejä, jotka ovat saaneet rahoitusta Suomen elokuvasäätiöltä. Toisaalta hän on tukenut myös itsenäisiä, ns. independent-tuotantoja. Pelkästään independent-tuotantojen budjetit ovat vaihdelleet lähes nollasta eurosta noin miljoonaan euroon. Esimerkiksi Bunny The Killer Thing -elokuvan budjetti on lähellä miljoonaa euroa ja reaali rahaa on mennyt muutama sata tuhatta euroa. Tämä summa on hankittu pankkilainoilla, sponsoreilta ja sijoittajilta.

Norvannon levittämä Autolla Nepaliin puolestaan keräsi 33 000 euroa joukkorahoituksen avulla elokuvan tuotantoa varten. Elokuva myytiin etukäteen sidosryhmille esimerkiksi dvd-videoiden ja elokuvalippujen avulla. (Norvanto 10.2.2015.)

Rahanlähteet voidaan jakaa myös eri tuotannon kolmelle osa-alueelle niiden käyttöiheyden mukaan.

Taulukko 3. Rahanlähteet tuotannon eri vaiheita rahoitettaessa (Erickson, Tulchin & Halloran 2005, 106)

Rahanlähteet	Esituotanto	Tuotanto	Jälkituotanto
yksityinen rahoitus	yleinen	yleinen	satunnainen
pankkilainat	harvinainen	yleinen	harvinainen
ennakkomyynnit	harvinainen	yleinen	yleinen
(verotuet)	harvinainen	satunnainen	satunnainen
julkiset tuet	satunnainen	yleinen	harvinainen
soundtrack-äänitteet	harvinainen	satunnainen	satunnainen
musiikin julkaiseminen	harvinainen	harvinainen	yleinen
tuotesijoittelu	-	harvinainen	harvinainen

Taulukko kuvaa mielestäni hyvin sitä miten eri rahanlähteet ovat olleet käytössä eri tuotannon vaiheissa. Vasempaan laitaan on listattu rahan lähteet, jota seuraa tuotannon eri osa-alueille sijoitettu käyttöiheys. Esimerkiksi yksityinen rahoitus on yleistä esituotantoa ja tuotantoa rahoitettaessa, kun taas jälkituotantoa rahoitettaessa sen käyttö on satunnaista.

Huomioitavaa on myös, että Suomessa toteutettavissa kuvauksissa ei saa verotukea, mutta ulkomailla sitä tarjotaan useassa paikassa. Esimerkiksi Fijillä voi saada 35 prosenttia paikallisesti käytetystä rahasta takaisin, ja Saksassa määrä on 20 prosenttia. Näitä tukia myönnetään muun muassa siksi, että ne voivat lisätä alueen ostokykä, kun paikalliset ihmiset saavat lisää työtä, ja toisaalta ne voivat myös lisätä alueen matkailua. (Erickson ym. 2005, 96–97.)

Seuraavissa kappaleissa käydään läpi suomalaisen dokumenttielokuvan kannalta oleellisia rahanlähteitä.

2.5.1 Oma pääoma

Elokuvaa voidaan rahoittaa sijoitetulla ja sisäisesti aikaansaadulla omalla pääomalla. Usein ainakin osa rahoituksesta tulee yrityksen aiempien projektien tulorahoituksesta, mutta isoissa hankkeissa voidaan hakea lisää rahaa yrityksen ulkopuolelta kerättävästä ulkoisesta rahoituksesta. Ulkopuolelta kerättävää rahoitusta voidaan toteuttaa esimerkiksi osakeannin kautta. Riski ja tuottomahdollisuudet ovat oman pääoman rahoituksessa suurimmat. Oman pääoman sijoittajat ovat usein viimeisenä saamassa rahaa vasta vieraan pääoman jälkeen, mutta toisaalta heillä on mahdollisuus tienata paljonkin, jos elokuva menestyy globaalisti. (Davies & Wistreich 2007, 96; Martikainen & Martikainen 2006, 41.)

Vieraiden omaa pääomaa tarjoavien tahojen käyttö elokuvan rahoituksessa on riskialtista, sillä myös taiteellinen ja liiketaloudellinen määräysvalta voi vähentyä. Esimerkiksi *private placement* -tapauksissa uusi sijoittaja on usein vähemmistöosakkaana, mutta haluaa silti aktiivisesti olla mukana yrityksen hallituksessa ja ohjaamassa yrityksen suuntaa. Toisaalta tarjolla on myös välirahoitukseen kuuluva äänivallaton osake eli etuosake, jonka omistajat eivät saa äänestää yhtiökokouksissa. Etuosakkeisiin voidaan myös liittää erityisehtoja äänestykseen ja osinkoihin liittyen. (Leppiniemi 2009, 104; PwC 2015, 43–44.)

Vuosina 2001–2011 Suomessa toimi myös noin 10 miljoonan euron suuruinen pääomarahasto PMI Venture Fund. Rahaston osakkaiksi tulivat Euroopan Investointirahasto EIF, Suomen Teollisuussijoitus Oy, Suomen itsenäisyyden juhluvuoden rahasto Sitra, Vahinkovakuutusyhtiö If, Alma Media Oyj sekä Tekijänoikeustoiminto Teosto ry. Rahasto sijoitti myös elokuvatuotantoyhtiöihin, mutta odotettua tuottoa ei tullut ja rahasto lakkautettiin. (Vilhunen 2008, 8–9.)

Suomessa omaa pääomaa näkyy laskelmissa tuotantoyhtiön omarahoituksessa, joka on tuotannoissa keskimäärin yhdeksän prosenttia (kuva 2). Tämä ei kuitenkaan aina ole rahaa, vaan se voi muodostua myös oman kaluston käytöstä tai työpanoksesta (Simonen 30.4.2015).

2.5.2 Mezzanine-rahoitus

Mezzanine-rahoituksen rahoitusmuodoista varsinkin voitto-osuuslainat ovat elokuvateollisuuden käytössä. Tällöin pääoman ja koron lisäksi on mahdollista tarjota myös osaa elokuvan tuotoista. Esimerkkinä voidaan mainita esituotannossa oleva *Passion of Mary* -elokuva. Elokuvan tuottajat lupaavat yksityisille lainaajille 25 prosentin tuoton ensimmäisistä elokuvan tuloista ennen elokuvan tuottajia, jonka jälkeen sijoittajat saavat vielä puo-

let elokuvan mahdollisista tuotoista ja rojalteista 25 vuotta eteen päin. (Phoenix worldwide entertainment 2014.)

2.5.3 Vieras pääoma

Suomalaisen elokuvateollisuuden käytössä olevia vieraan pääoman lähteitä ovat pankkien ja sijoittajien lisäksi European Cinema Support Fund sekä Nordisk Film & TV Fond. Vilhusen (2002, 10) mielestä sijoitusriski on pienempi, jos tuotanto on osa yhtiön jatkuvaa toimintaa eikä vain erillinen projekti. Tuottajan kannalta on hyvä harkita myös elokuvaa varten perustettavaa omaa yritystä, jolloin elokuvien tappiot eivät syö aiempien elokuvien tuottoja, vaan elokuva kantaa oman riskinsä. Seuraavaksi on esitelty kaksi merkittävää vieraan pääoman lähdeä.

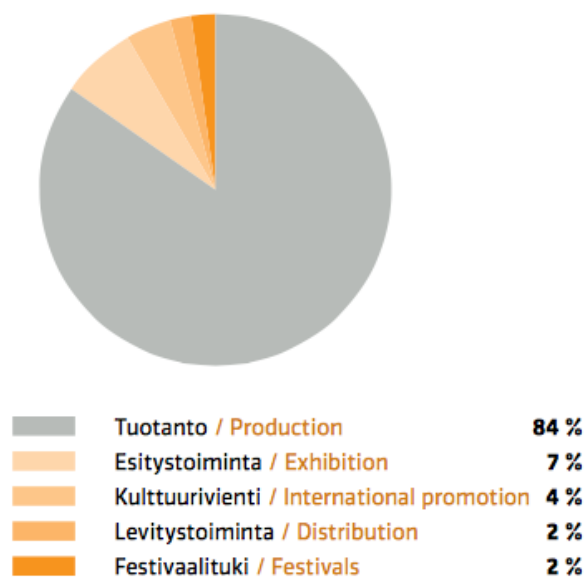
Eurimages eli European Cinema Support Fund on vuonna 1989 perustettu rahasto, jonka tarkoituksena on edistää Euroopan audiovisuaalista teollisuutta tarjoamalla taloudellista tukea. Vuosittainen budjetti on 25 miljoonaa euroa, joka tarjotaan tukena yhteistuotannoille, teatterilevityksille sekä näytöksille. Näistä hyödyllisin on yhteistuotantojen rahoitus ja siinä ehtoina elokuvalla ovat yli 70 minuutin pituus sekä vähintään kahden eri rahaston jäsenmaan osallistuminen. Taloudellinen tuki on muodoltaan korkovapaata lainaa eikä se voi ylittää määrältään 17 prosenttia tuotannon kokonaiskustannuksista tai 500 000 euroa. (Council of Europe 2015a; Council of Europe 2015b; Council of Europe 2015c, 8–9.)

NFTF eli Nordisk Film & TV Fond on perustettu vuonna 1990 ja sen päätarkoitus on edistää korkeatasoista filmi- ja tv-tuotantoa viidessä pohjoismaassa (Tanska, Suomi, Islanti, Norja ja Ruotsi). NFTF:n päämaja sijaitsee Norjan Oslossa ja johtajana toimii Petri Kempinen. NFTF:n tarjoamat tuet ovat tuotantotuki, teatterilevitystuki, versiointituki ja elokuvakulttuurihankkeiden tuki. Versiointituella tuetaan pohjoismaisen elokuvan versiointia toiselle pohjoismaiselle kielelle ja elokuvakulttuurihankkeiden tuella tarkoitetaan esimerkiksi työpajojen, seminaarien tai festivaaliohjelmien tukemista. Rahasto tukee hankkeiden kehittämistä ja tuotantoa lainoin, jotka on maksettava takaisin. Takaisin maksettava määrä voi kuitenkin vaihdella jonkin verran ja tuottaja voi jopa joutua maksamaan NFTF:lle osan elokuvan tuotoista. Jotta NFTF:ltä voisi hakea rahaa, on lisäksi kansallisen perusrahoituksen oltava vahvistettu. Tämä tarkoittaa Suomen tapauksessa Suomen elokuväsäätiötä, muita rahastoja, TV-esityssopimuksen osapuolia sekä levittäjiä. (NFTF 2015a; NFTF 2015b.)

2.5.4 Julkiset tuet

Suomen elokuvasäätiö (SES) on suomalaisten dokumenttielokuvien suurin rahoittaja 43 prosentin osuudellaan. Toinen julkista tukea tarjoava taho on Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus, joka tuki dokumenttielokuvia yhdeksällä prosentilla. (Suomen elokuvasäätiö 2013,13.)

Suomen elokuvasäätiö oli vuonna 2013 suurin elokuvien ja dokumenttielokuvien tukija ja sen tuki jakautuu seuraavasti eri elokuvateollisuuden osa-alueille. (Suomen elokuvasäätiö 2013, 6.)



Kuva 3. Suomen elokuvasäätiön tukien jakautuminen 2013 (Suomen elokuvasäätiö 2013, 6)

Kuvasta voidaan huomata, että huomattavasti suurimman osan eli 84 % vie tuotannon tukeminen. Tätä seurasi esitystoiminta (7 %), kulttuurivienti (4 %), levitystoiminta (2 %) ja festivaalituki (2 %). Näistä elokuvan valmiiksi saattamisen kannalta tärkein muoto on elokuvan tuotannon tuki.

Suomen Elokuvasäätiö on perustettu vuonna 1969 ja sen tehtävänä on tukea ja edistää suomalaista elokuva-alaa. Tukea voivat saada ammattimaisesti toteutetut tuotannot sekä niihin liittyvä esitystoiminta ja levittäminen. Säätiö saa varansa Veikkauksen voittovaroista ja toiminta kuuluu opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuripolitiikan toimialan ohjaukseen. (Suomen elokuvasäätiö 2015c.)

Säätiön tukitoimintaa ohjaa laki elokuvataiteen edistämisestä (21.1.2000/28), jossa säädetään muun muassa, kenelle tukea voidaan myöntää ja mihin tarkoitukseen. Toinen toimin-

taa ohjaava seikka on Euroopan komission hyväksymä notifikaatio, josta ilmenee myös eri tukimuodot ja tukien määrät. (Euroopan komissio 2008; Suomen elokuvasäätiö 2015c.)

Euroopan komission (2008) notifikaatiosta ilmenee Suomen elokuvasäätiön tarjoamat eri tukimuodot, jotka on esitetty seuraavassa taulukossa.

Taulukko 4. Suomen elokuvasäätiön tarjoamat tukimuodot ja tukimäärät (Euroopan komissio 2008)

	enimmäismäärä	enintään % tuotantokuluista
käsikirjoitustuki	9 500 €	
kehittämistuki	100 000 €	
tuotannon ennakkotuki		50 %
tuotannon jälkituki	3,5 € / myyty elokuvalippu tai 390 000 €	50 %
markkinointi- ja levitystuki	50 % / 78 000 €	

Käsikirjoitustuen enimmäismäärä on 9 500 euroa ja se myönnetään henkilöille tai ryhmälle. Tukea hakiessa on elokuvasäätiölle toimitettava työsuunnitelma. Kehittämistukea voidaan myöntää Suomen oikeuksien haltijalle elokuvahanketta varten ja tuen määrä on enintään 100 000 euroa elokuvaa kohden. Tukea voidaan myöntää esimerkiksi käsikirjoituksen kirjoittamiseen, kehittämiseen, tuotanto-, kuvaus- ja lavastussuunnitelmiin sekä muihin rahoitusjärjestelyn ja kustannusarvion toimenpiteisiin. (Euroopan komissio 2008.)

Tuotannon ennakkotukea voidaan myöntää elokuvan viimeistelemistä varten tuotantoyhtiölle, joka on Suomen oikeuksien haltija. Sillä voidaan korvata enintään 50 prosenttia tuotantokustannuksista joihin lasketaan mukaan myös mahdollisesti aiemmin myönnetty kehittämistuki. Oleellista on myös lisätä arvioituun tuotantobudjettiin 7–10 prosentin varaus satunnaisiin kuluihin. Toinen huomioitava seikka on, että budjetin välilliset kulut eivät saa ylittää 5 prosenttia kokonaismäärästä. Näitä ovat esimerkiksi tuotantoyhtiön kiinteän toimiston vuokrat sekä kiinteät tietoliikennekulut. (Euroopan komissio 2008; Suomen elokuvasäätiö 2009, 2.)

Tuotannon jälkitukea voidaan myöntää tuotantoyhtiölle, jos elokuvan ensimmäisenä esitysvuotena on ollut vähintään 45 000 normaalin pääsylipun hinnan maksanutta katsojaa kotimaisissa elokuvateattereissa ja koulukinossa eli koulussa järjestettävissä elokuvanäytöksissä. Jälkituen määrä on 3,5 euroa normaalihintaista myytyä lippua kohden aina 390 000 euroon asti tai 50 prosenttiin tuotantokustannuksista. Markkinointi- ja levitystukea voidaan myöntää tuotantoyhtiöille ja levitysyhtiöille kattamaan Suomen teatterilevitykseen

liittyviä markkinointi- ja levityskustannuksia. Tuen määrä on enintään 50 prosenttia kustannuksista tai enintään 78 000 euroa. (Suomen elokuväsäätiö 2009, 2.)

Viime aikoina elokuväsäätiö on saanut moitteita toimiessaan sääntöjen vastaisesti ja säätiön asemaa ollaan harkitsemassa uudelleen. Mahdollista on jopa säätiön lakkauttaminen tai siirtäminen Kansallinen audiovisuaalinen instituuttiin tai Taiteen edistämiskeskuksen yhteyteen. (Lehtonen 2015.)

AVEK eli Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus tukee tuotantoja käsikirjoitus-, ennakovalmistelu-, tuotanto- sekä jälkituotantotuen avulla. Tuotantotukea myönnetään tuotantoyhtiöille korvaamaan osittaiset tuotantokustannukset, joihin kuuluvat muun muassa henkilökulut ja kalustovuokrat. Jälkituotantotuella AVEK tukee teoksen valmiiksi saattamista kuten editointia ja värimäärityä. (AVEK 2015a.)

Seuraavaan taulukkoon on kerätty AVEK:n internetsivuilta eri vuosilta löytyneet euromääräiset tukisummat lyhyt- ja dokumenttielokuvista sekä mediataiteesta.

Taulukko 5. Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskuksen euromääräiset tukisummat vuosina 2011–2015 (AVEK 2015b; AVEK 2015c)

	lyhyt- ja dokumenttielokuvat	mediataide
käsikirjoitustuki	2 000-5 000	500-4 500
ennakovalmistelutuki	4 000-15 000	1 000-5 000
tuotantotuki	6 000-30 000	1 700-14 750
jälkituotantotuki	6 000-20 000	1 000-6 000

Taulukon lukujen perusteella voidaan päätellä, että lyhyt- ja dokumenttielokuvien tukisummat olivat huomattavasti mediataiteen tukisummia suurempia. Silmämääräisesti katsottuna tukisummien keskiarvo oli melko lähellä eri ääripäiden keskikohtaa. Ainoan poikkeaman huomasi mediataiteen tuotantotuen kohdalla, jossa 14 750 euron tuen saanut Vaakasuora – Horizontal oli ainoana tuotantona huomattavasti keskiarvoa suurempi.

Education, Audiovisual and Culture Executive Agency (EACEA) tukee erilaisia mediaan liittyviä projekteja ja toimii Euroopan komission alaisuudessa. Kuvassa 2 tämä rahoituslähde kuuluu 6 prosentin siivuun yhdessä NFTF:n ja Eurimagesin kanssa. Vuonna 2015 haettavana on muun muassa Development single projects -rahoitus, jossa tuetaan eurooppalaisia vähintään vuoden vanhojen tuotantoyhtiöiden tuotantoja yhteensä 17,5 miljoonalla eurolla. Tuettavien tuotantojen tulee olla animaatioita, luovia dokumenttielokuvia tai fiktioita. Niiden tulee lisäksi sisältää korkeaa taiteellista ilmaisua ja kulttuurillista moninaistamista. Dokumenttielokuville tukea jaetaan 25 000 euroa fiktiivisten tukimäärän

vaihdellessa 30 000 ja 50 000 välillä budjetista riippuen. Animaatioita tuetaan 60 000 eurolla. Suomalaiset tuotannot saavat tukikohteita valittaessa lisäksi 10 lisäpistettä, koska Suomi on niin pieni maa. (Degerman 18.2.2015; EACEA 2015a.)

Toinen EACEA:n kautta haettava mielenkiintoinen rahoitus kulkee nimellä TV Programming, jossa tuki kohdentuu tv-tuotantoihin. Tämän tukiohjelman tarkoitus on luoda laadukasta eurooppalaista sisältöä tv-markkinoille sekä parantaa tuottajien itsenäisyyttä suhteessa televisiokanaviin. Molempia tukia haetaan EACEA:lta sähköisellä lomakkeella, jota varten yrityksen pitää rekisteröityä Euroopan komission E.C. Beneficiary Register -palveluun. (EACEA 2015b; EACEA 2015c.)

2.5.5 Muut säätiöt ja apurahat

Suomessa toimii useita säätiöitä ja rahastoja, joista voi hakea tukea eri tieteen ja taiteen toimialoille. Haettavat avustukset perustuvat usein rahaston sääntöihin, joten säännöt ja hakuohjeet on hyvä lukea huolellisesti. Useimmiten hakemusten täyttäminen tapahtuu verkossa tai sitä varten on olemassa tulostettava lomake. Avustukset voivat kohdistua joko projekteihin tai vaihtoehtoisesti apurahoina työpanosta varten. (Säätiöpalvelu 2015.)

Löytääkseen sopivia apurahoja ja rahastoja on mielestäni hyvä selata säätiöpalvelun ja muiden tarjoamia listoja eri rahastoista, joista voi löytää sopivia vaihtoehtoja. Esimerkiksi Kulttuurirahasto on hyvä aloituskohta videotuotannoille, mutta sopivia rahastoja voi löytyä myös kohderyhmää tukevista säätiöistä ja rahastoista. Jos taas tuotantoa tehdään osittain ulkomailla tai ulkomaisten tahojen kanssa, on mahdollista hakea johonkin maahan erikoistuneen rahaston tukea. Esimerkkinä tästä on Islantilais-suomalainen kulttuurirahasto, jonka tavoitteena on edistää Suomen ja Islannin välisiä yhteyksiä ja kulttuurivaihtoa (Ruotsalais-suomalainen kulttuurikeskus 2015).

2.5.6 Rahoitusfoorumit

Kansainvälisesti kiinnostaville dokumenttielokuville on maailmalla olemassa foorumeita, jossa tekijät esittelevät elokuvansa tv-yhtiöiden edustajille, myyntiagenteille, jakelijoille ja rahoittajille. Yksi merkittävin foorumi järjestetään Amsterdamin dokumenttielokuva festivaalien yhteydessä ja siihen pääsee osallistumaan 50 elokuvaprojektia. Esiteltävät elokuvat valitaan etukäteen kovan karsinnan kautta. Esiteltävistä elokuvista tehdään katalogi, joka jaetaan kaikille etukäteen. Noin puolet projekteista esitellään isossa tilassa noin 300 ihmiselle, kun taas toinen puoli projekteista esitellään pienelle, juuri kyseisestä elokuvasta kiinnostuneelle ryhmälle. Näiden myyntitilanteiden lisäksi foorumi järjestää 800 kahdenkeskistä tapaamista elokuvan tekijöiden ja niistä kiinnostuneiden ostajaehdokkaiden kes-

ken. Vaikka omaa elokuvaa ei valita esiteltävien joukkoon, kannattaa foorumiin osallistua tarkkailijana ja luoda näin suhteita eri toimijoiden kanssa verkostoitumalla. (Aaltonen 2011,190; IDFA 2015.)

2.5.7 Sponsorit

Yritykset, kunnat ja muut tahot voivat mainostaa elokuvassa omaa tuotettaan tuotesijoittelun (*product placement*) tai mainossijoittelun avulla. Vastineeksi tästä liikeyritys tai muu taho voi antaa rahaa, tavaroita tai palveluita. (Aaltonen 2008, 27.)

Tuotesijoittelu on tietoyhteiskuntakaaren (7.11.2014/917) 26. luvun 220. §:n mukaan sallittu

- elokuvateoksissa
- audiovisuaalista sisältöpalvelua varten tehdyissä elokuvissa tai sarjoissa
- urheiluohjelmissa
- kevyissä viihdeohjelmissa.

221. §:n mukaan tuotesijoittelussa ei saa

- vaikuttaa tuotesijoittelulla ohjelmien sisältöön tai niiden sijoitteluun ohjelmistossa
- rohkaista hankkimaan tuotteita tai palveluita
- mainosloukkoisesti tai muuten erityisesti viitata tuotteisiin
- aiheettomasti korostaa tuotteita.

Lisäksi laissa määrätään, että seuraavien tuotteiden tuotesijoittelu on kielletty:

- Tupakkatuotteet.
- Pääasiassa tupakkatuotteita valmistavien tai markkinoivien yritysten tuotteet.
- Lääkärin määräystä edellyttävät lääkkeet ja hoitomuodot.

Yleisölle pitää myös selkeästi ilmoittaa siitä, että ohjelmassa on tuotesijoittelua. Tämän on tapahduttava ohjelman alussa, lopussa ja jokaisen mainoskatkon päätyttyä.

Tuotesijoittelussa elokuvan maailmaan sijoitetaan jonkin määrätyn tuotemerkin tuotteita tai niitä voidaan mainita nimeltä. Tuotesijoittelu ilmiönä löi itsensä läpi 1982 valmistuneessa E.T.-elokuvassa, jossa mainostettiin Reese's-suklaakaramelleja. Niiden menekki kasvoi elokuvan myötä 65 prosentilla. (Koulukino 2015.)

Tuotesijoittelun voi hoitaa joko elokuvan tuottaja tai linkitysyritys. Linkitysyrityksiä ei ole Suomessa, mutta esimerkiksi Ruotsissa suurien elokuvien ja sarjojen tuotesijoitteluja hoitaa Inbetween Entertainment. Yritys on ollut myös Salatut Elämät -sarjan tuotesijoittelussa mukana. Pohjoismaisessa elokuvassa mainospartnerin arvo elokuvalla voi olla 30 000 eurosta 300 000 euroon. (Carnello 9.9.2014.)

Tuotesijoittelusta on Suomessakin useita esimerkkejä. Sponsorien tuotteita näytetään ja käytetään elokuvassa, mikäli ne sopivat tarinaan. Autolla Nepaliin -elokuvassa Volkswagen on ollut yhteistyössä tuottajien kanssa ja molemmat osapuolet ovat hyötäneet. TV-sarjoista puolestaan Brändärit-sarjassa kuvitteellinen mainostoimisto tekee kuvitteellista kampanjaa isoille yrityksille, jotka toimivat jaksojen sponsoreina. Tässä tapauksessa huomattavan iso osa ajasta käytetään sponsorin tunnettavuuden lisäämiseen. (Karjalainen 2014; Norvanto 10.2.2015.)

Mainossijoittelussa mainostajat voivat saada näkyvyyttä esimerkiksi elokuvan alkuteksti-plansseissa tai elokuvaan liittyvässä materiaalissa ja mainonnassa. Esimerkkejä ovat esimerkiksi elokuvaan liittyvät mainosjulisteet ja markkinointikiertueet. Niiden avulla brändi sidotaan osaksi tuotetta ja pystytään rakentamaan näkyviä yhteistyökuvioita, jotka hyödyttävät molempia osapuolia. Esimerkiksi Käräjävuorentie-elokuvassa on tehty näkyvää yhteistyötä painotuotteita tarjoavan yrityksen kanssa. Painotalon logo näkyi elokuvan alussa ja painotuotteissa, ja sitä vastaan elokuvan tekijät saivat kaikki painotuotteet. Tämä on helpoin menettelytapa, sillä se ei vaikuta millään tavalla itse tuotteeseen. Yritys voi käyttää tätä omana referenssinään ja se pystyy myös käyttämään elokuvaa omia käyttötarkoituksiaan varten. (Norvanto 10.2.2015.)

Viime aikoina elokuvien mainonnassa on tapahtunut merkittäviä muutoksia. Mainosten estotekniikat ja piratismi ovat lisääntyneet, minkä vuoksi mainossisältöä koitetaan saada enemmän osaksi elokuvan juonta. Samalla mainostajat siirtyvät elokuvan jälkeisistä maksajista elokuvaa ennalta rahoittaviin tahoihin. (Marnell 9.9.2014.)

Mainossijoittelussa ja tuotesijoittelussa kannattaa kuitenkin olla tarkkana, sillä viestintävirasto tarkkailee ohjelmia ja voi jakaa huomautuksia. Näin kävi muun muassa vuonna 2011, kun Nelosen lähettämässä Unitupa-ohjelmassa oli käytetty laittomasti piilomainontaa ja Tuuri-ohjelman lähettämisen yhteydessä oli jätetty pois ilmoitus ohjelman sponsoinnista. (Viestintävirasto 2011, 14.)

Viestintäviraston lisäksi Yleisradiolla on omat mainontaan liittyvät sääntönsä, jotka löytyvät ohjelmatoiminnan säännöstöstä. Mainontaa määritellään muun muassa seuraavasti:

Ohjelmatoiminnan sisällön muuttuminen mainonnan tai markkinointiviestinnän välineeksi on kauttaaltaan torjuttavaa ja vaarantaa yhtiön riippumattomuutta kaupallisista intresseistä. Piilomainonta kaikissa muodoissaan on torjuttavaa. Tuotteen sijoittaminen ohjelmaan mainostarkoituksessa (Product Placement) on kiellettyä. (Yleisradio 2005, 10.)

Mikäli Yleisradion ohjelmäsäännösten ohjeita ei noudateta, yhtiö voi muokata ohjelmaa tai poistaa sen kokonaan. (Yleisradio 2005, 11.)

2.5.8 Ennakkomyynti

Elokuvan ennakkomyynnillä tarkoitetaan rahan saamista yleisöltä tai jakelukanavalta ennen elokuvan valmistumista. Rahanlähteitä voivat olla esimerkiksi elokuvan teatteri- tai televisiojakelija, kansainvälinen jakelija tai yksityishenkilö. Suomen elokuvasäätiön listasta löytyy 22 Suomessa toimivaa levitysyhtiötä. Levittäjistä ainakin SF Film, Nordisk Film, Elokvakontakti, Isla Sales Oy, Black Lion ja Pirkanmaan elokuvakeskus olivat levittäneet jonkin dokumenttelokuvan vuosina 2013–2014. (Elokvauutiset 2015; Finnkino 2015; Marnell 9.9.2014; Suomen elokuvasäätiö 2015d.)

Elokvat, joissa Norvanto on ollut jakelijana, eivät ole kuitenkaan saaneet ennakkotukea Norvannon Black Lion -yritykseltä, vaan elokuvantekijöiden on pitänyt välillä myös maksaa Norvannolle. Osassa tuotantoja rahat jaetaan vasta kun elokuvateattereista on saatu myyntituloa. Autolla Nepaliin -elokuvan tekijät ottivat Norvantoon yhteyttä leikkausvaiheessa. Tällöin he toivat elokuvan version nähtäväksi ja Norvanto ehdotti muutoksia, jonka jälkeen elokuvaa leikattiin vielä puoli vuotta. Leikkausvaiheen aikana elokuvaan tehtiin markkinointimateriaalia ja mietittiin, mikä on paras päivä aloittaa esitykset. Julkaisupäivä määrittää, miten hyvin elokuva menestyy. Levittäjän tehtäviä ovat myös neuvottelut elokuvateatterien kanssa, markkinointi sekä tulosten raportointi yhteistyötahoille. Elokvallipun hinnasta noin 65–70 prosenttia menee elokuvateatterille ja loput jaetaan jakelijan ja tekijöiden kesken. Näin ollen elokuvateatterilevitys on tuottajan näkökulmasta levittäjän elokuvan tekemistä varten antaman lainan takaisinmaksua. Myös joukkorahoitus on Suomessa lähes aina ennakkomyyntiä ja siihen palataan työn myöhemmässä vaiheessa tarkemmin. (Norvanto 10.2.2015.)

Simosen (30.4.2015) kokemuksen mukaan levittäjät ottavat 30–50 prosenttia teatteri- ja dvd-levityksistä, jolloin 50–70 prosenttia jää tekijälle. Prosenttiosuutta tärkeämpää on kuitenkin määritellä se, kuka maksaa levityksestä koituvat kulut. Näin ollen pienemmällä prosentilla ja paremmilla ehdoilla voi saada enemmän tuottoa. Levittäjiltä saatava ennakko on dokumenttelokuvan tapauksessa ollut pieni. Esimerkiksi Simonen on saanut dokumenttelokuvilleen ennakkoa muutamia tuhansia euroja. Levittäjät tulevat dokumenttelokuviin mukaan yleensä vasta nähdessään elokuvan leikkausversion.

Televisiokanavista lähinnä Yleisradiolta on mahdollista saada ennakkoa dokumenttelokuviin. Esimerkiksi MTV3, AlfaTV ja TV7 eivät halua maksaa ohjelmasta yleensä yhtään

edes jälkikäteen. MTV3:lta on saanut joskus kameramiehen ilmaiseksi heille annettua ohjelmaa vastaan (Westerlund 13.4.2015). Myöskään Simonen (30.4.2015) ei pidä rahoituksen hakemista järkevänä muilta kuin Yleisradiolta. Toisaalta MTV3:lla elokuvaa näytettäessä voi käyttää tuotesijoittelua ja mainossijoittelua vapaammin, mikä korvaa televisioyhtiöltä mahdollisesti saatavaa korvausta. Televisiomyyntistä Viroon voi saada 600 euroa (Simonen 30.4.2015).

Yleisradio panostaa Astalan (22.4.2015) mukaan kotimaisten elokuvien ennako-ostoihin vuonna 2015 noin 5,2 miljoonaa euroa, josta noin 1,3 miljoonaa on dokumenttielokuvien osuus.

Elokuvakohtaisen panoksen suuruus riippuu monista asioista, ei ainoastaan elokuvan kestosta, ja hintahaarukan vaihteluväli voi olla suurikin. Pienimmillään korvaus voi olla niin pitkän näytelmäelokuvan, dokumenttielokuvan kuin lyhytelokuvan kohdalla joitakin tuhansia euroja, enimmillään pitkässä näytelmäelokuvassa viime aikoina noin 250 000, dokumenttielokuvassa ja lyhytelokuvassa joitakin kymmeniä tuhansia. (Astala 22.4.2015.)

Yleisradion ennako-ostosopimus jaetaan maksueriin, jotka maksetaan tuotannon edistymisen mukaan. Kunkin elokuvan ehdoista sovitaan tapauskohtaisesti, mutta yleensä hinta on selvästi alle puolet kokonaiskuluista. Pääsääntöisesti tuottajalle jäävät muut kuin Ylen omien alustojen (tv-kanavat, Areena) edellyttämät oikeudet. Sopimuksen voimassaoloajaksi Yle edellyttää yksinoikeutta television osalta. (Astala 22.4.2015.)

Dokumenttielokuvan osalta myyntitapahtuma alkaa ehdotuksella, joka lähetetään Yleisradion asiasta vastaavalle henkilölle. Simonen näyttää mielellään jonkin videon jo Yleisradioon lähetettävän ehdotuksen yhteydessä. Ehdotus pitää sisällään myös perustiedot elokuvasta, aikataulun, työryhmän ja elokuvan kokoluokan. Fiktio osalta ehdotuksen olisi hyvä sisältää myös jonkinlainen versio koko käsikirjoituksesta. Yleisradion kiinnostuksen herättyä järjestetään tapaamisia, joissa loput asiat sovitaan. Dokumenttielokuvalla on arvon mukaan mahdollista saada 25 000–50 000 euron rahoitus Yleisradiolta. (Simonen 30.4.2015.)

2.5.9 Tuotteiden myynti

Valmiita elokuvia voidaan toimittaa katsojille muun muassa internetin kautta (stream/tiedosto), tallenteina (dvd/blu-ray) sekä järjestämällä elokuvanäytöksiä. Näistä saatavat rahat tulevat kuitenkin usein vasta tuotannon valmistuttua eivätkä näin ollen auta elokuvan tuotannon rahoituksessa.

Internetjakelu

Video on demand -palveluissa eletään murroskautta ja palveluiden käyttö on lisääntymässä. Useilla tuotantoyhtiöillä on käytössään videopalvelu, johon elokuva tulee myyntiin elokuvateatteriesitysten jälkeen. Video voidaan joko vuokrata määrätyksi ajaksi tai luovuttaa ladattavana tiedostona asiakkaalle. Hinnoittelua ja parasta käyttömallia ei vielä kuitenkaan tiedetä. Palveluista Netflix on avannut markkinat laajaan sisällönjakeluun. Kotimainen sisältö ei kuitenkaan välttämättä ole koskaan omassa palvelussa, vaan se jakautuu isojen kansainvälisten palvelujen kesken ja on osa niitä. Isoin kamppailu käydään siitä, mikä on elokuvan arvo ja miten se pystytään kustannustehokkaasti jakelemaan katsojille katsottavaksi. Menestyminen palveluissa on kuitenkin sisällöstä kiinni. Joitakin sisältöjä ihmiset ovat valmiita ostamaan, kun taas toisia sisältöjä he eivät halua katsoa ilmaiseksikaan. (Norvanto 10.2.2015.)

Tällä hetkellä itsenäisistä palveluista mielenkiintoisia ovat Distrify ja Vimeo on demand. Distrify tarjoaa internetissä videoikkunan, jonka kautta yleisö voi katsoa ilmaiseksi trailerin ja tämän jälkeen ostaa tai vuokrata videon itselleen maksutiedot täyttämällä. Vuokrattuaan videon maksaja voi katsoa sitä viitenä eri kertana 30 päivän ajan. Palvelu ottaa 30 prosentin provision myynnistä itselleen. Distrify suosittelee uutuuselokuvan vuokraushinnaksi 3,99 euroa ja myyntihinnaksi 13,99 euroa. Seuraavassa kuvassa on screenshot Distrify-palvelun videoikkunasta. (Candler 2011.)



Kuva 4. Distrify-palvelun videoikkuna

Puolen minuutin katselun jälkeen näytölle ilmestyy vaihtoehdot, joista asiakas voi valita klikkaamalla elokuvan tai jakaa linkin videoon sosiaalisen median kautta. Vuokraustoi-
menpide on melko helppo, mutta kielenä on vain englanti.

Vimeo on demand taas vaatii ostajaa kirjautumaan palveluun internetissä ennen tuotteen ostoa ja on näin ollen asiakkaan kannalta hankalampi. Videon myyjälle palvelu maksaa 159 euroa vuodessa, minkä lisäksi Vimeo ottaa 10 prosentin komission myynnistä. Vimeon hyvänä puolena on laajempi kustomointimahdollisuus ja mahdollisuus ostaa useampia elokuvia tai sarjan eri jaksoja kerralla. (Vimeo 2015.)

Seuraavassa taulukossa on vertailtu näiden kahden palvelun hintarakennetta eri vuokrauskerroilla laskettuna.

Taulukko 6. Video on demand -palveluiden hintavertailu euroina

	Vimeo	Distrify
vuosimaksu	159 €	0 €
provisio	10 %	30 %
vuokrahinta	3,99 €	3,99 €
vuokrausten määrä	tuotto	tuotto
30 kpl	-42,3 €	110,7 €
41 kpl	0,49 €	151,29 €
100 kpl	230 €	369 €
400 kpl	1 397 €	1 476 €
795 kpl	2 933,55 €	2 933,55 €
1000 kpl	3 731 €	3 690 €
5000 kpl	19 291 €	18 450 €

Taulukon vasemmassa laidassa ovat eriteltyinä kululajit, vuokrahinta ja vuokrausten määrät. Vuokrausten määriä seuraavissa sarakkeissa on myyjälle jäänyt euromäärä, kun kulut videon näyttöpalvelusta on vähennetty. Esimerkiksi jos vuokrausten määrä on 100 kappaletta vuodessa, Vimeosta kertyneet tulot ovat 230 euroa, kun taas Distrifyssä tuloja olisi jo 369 euroa. Yli 795 vuokrausta vuodessa myytäessä on Vimeo videon tuottajan kannalta parempi vaihtoehto. Tosin Vimeolla on myös muita hyödyllisiä ominaisuuksia, kuten salasana suojattu videon katselu, jonka vuoksi palvelusta on myös muuta hyötyä. (Vimeo 2015.)

Tallennemyynti

Dvd ja Blu-ray -tallenteita voi myydä joko jakelijan tai jälleenmyyjän avustuksella sekä suoraan kuluttajille. Olen myynyt tekemääni Muutos-elokuvaa yli 700 kappaletta, jolloin käytin yhden jakelijan lisäksi suoria kontakteja eri myyntipisteisiin. Näiden lisäksi elokuvan nettisivuilla oli oma tilauslomake. Jakelijan kautta myytäessä minulle jäänyt osuus oli noin 40 %, kun taas suoraan liikkeiden kanssa kauppa tehtäessä jäi käteen noin 70 % myyntihinnasta. Suoramyynti asiakkaalle nettisivujen kautta on kannattavinta, sillä siitä minulle

jäi yli 90 prosenttia myyntihinnasta. Pienemmät määrät kannattaa tehdä itse, jos omistaa sopivat laitteet, mutta isommat, yli 1 000 kappaleen erät kannattaa tehdä tehtaassa. Näin varmistetaan parempi toimivuus eri soittimissa ja hintakin on kannen kanssa vain noin 1,12 euroa levyä kohden (Tanhuala 30.1.2015).

Elokuvateatterit

Suomessa on ainakin 145 elokuvateatteria, joille elokuvaa voi tarjota. Usein elokuvateatterit käyttävät jakelijoita, mutta myös suoraan elokuvateattereilta voi kysyä halukkuutta ottaa elokuvaa ohjelmistoon. Toisaalta voi myös kysyä teatterin vuokrausta omaa elokuvaa varten, jolloin on kuitenkin hoidettava markkinointi ja mahdollisesti myös lipunmyynti itse. Myös Simonen (30.4.2015) on myynyt pienimmät tuotannot suoraan teattereihin eikä ole käyttänyt jakeluyhtiötä. Elokuvateatterien lisäksi useissa auditorioissa ja konferenssiloissa on melko hyvät video- ja äänentoistolaitteet, joiden avulla voi toistaa elokuvan kohtuullisesti. (Suomen elokuvasäätiö 2015e.)

Festivaalit

Tuottajan on mahdollista saada tuloa myös festivaaleilta. Jos tuottaja lennätetään paikalle, se toimii palkkiona. Myöskään kilpailuista ei makseta, koska on mahdollista saada palkinto. Muissa tapauksissa yleinen palkkio elokuvan näyttämisestä festivaaleilla on 150 ja 600 euron välillä. Erittäin tunnettujen elokuvien tapauksissa on mahdollista saada isompia summia, mutta nämä tapaukset ovat erittäin harvinaisia. (Simonen 30.4.2015.)

2.6 Joukkorahoitus

Joukkorahoitus on osa joukkoistamisen yläkategoriaa, joka käsitteenä näki päivänvalon ensimmäistä kertaa vuonna 2006. Tällöin Howe (2006) yhdisti sanat *crowd* ja *sourcing* yhdeksi *crowdsourcing*-sanaksi. Joukkoistamisella (*crowdsourcing*) tarkoitetaan näin ollen usean tekijän antamaa panosta yhteisen lopputuloksen eteen.

Oxford English Dictionaryn (2015) mukaan crowdsourcing-sanan määritelmä on seuraava: "The practice of obtaining information or services by soliciting input from a large number of people, typically via the Internet and often without offering compensation".

Youngin (2013, 26–28) mukaan joukkoistamista voidaan käyttää muun muassa

- tuotteiden valmistuksessa
- ideoinnissa
- ostamisessa

- rahoituksessa
- teosten kääntämisessä
- äänestämässä.

Joukkoistamisella valmistetun tuotteen esimerkkinä voidaan mainita Raamattu, joka on koottu 40 kirjoittajan 66 kirjasta. Joukkorahoituksessa taas panoksena on raha, jota kerätään isompaa lopputulosta varten. Usein tuen antajat ovat sukulaisia ja ystäviä. (Fundable 2015a; Young 2013, 24.)

Joukkorahoitus on noussut muutaman viimevuoden aikana trendiaiheeksi, mutta sen juuret ulottuvat jo paljon kauemmas. Dresner (2014, 3–4) toteaa joukkorahoituksen juurien yltävän jopa 3000-luvulle eKr. Tällöin varakkaat perheet ja hallitsijat lainasivat varojaan yksityishenkilöille rahoituskohteiden vaihdella yrityksistä infrastruktuuriin. Korkeasti määrättiin sen mukaan, miten hyvin ihmiset tunsivat toisensa ja miten suuresta rahasta oli kyse. Eräs merkittävä tapahtuma joukkorahoituksen historiassa on Vapaudenpatsaan joukkorahoitus vuonna 1876. Ranskalaiset rahoittivat itse patsaan ja yhdysvaltalaiset rahoittivat patsaan jalustan. Molemmissa maissa pidettiin tapaamisia, teatteriesityksiä ja taidehuutokauppoja, jotta tarvittavat rahat saatiin kerättyä. Palkinnoksi lahjoitusta vastaan tarjottiin Vapaudenpatsaan suunnitelleen arkkitehti Frédéric Auguste Bartholdin suunnittelemaa patsaan pienoiversioita nimikaiveruksin.

Vuonna 1982 SEC:n (United States Securities and Exchange Commission) säätämä laki rajoitti pienituloisten ihmisten mahdollisuutta sijoittaa riskipitoisiin sijoituksiin, mikä vaikutti yritysten kykyyn saada rahoitusta. Vuoden 2008 talouskriisi sai aikaan myös pankkien vetäytymisen riskipitoisista lainoista, minkä seurauksena yritysten ja yksityishenkilöiden lainoitusta vähennettiin merkittävästi. (Dresner 2014, 6–9.)

Euroopan komission (2013) tekemän raportin mukaan pk-yrityksen saama julkinen rahoitustuki on laskenut 13 prosenttia, lainojen saanti vähentynyt 11 prosenttia ja kauppaluotot vähentyneet 4 prosentilla. Erityisesti kriisi on iskenyt kulttuurialaan ja luoviin aloihin, jonka seurauksena näille ja muillekin aloille on syntynyt selkeä rahoitusvaje.

Pian talouskriisin jälkeen syntyi vastikepohjaiseen joukkorahoitukseen erikoistunut Kickstarter. Vuonna 2009 Perry Chen perustaman palvelun tarkoituksena oli auttaa muusikoita ja taiteilijoita keräämään rahaa projekteja varten. Toinen joukkorahoituksen lisääntymiseen vaikuttanut tekijä oli sosiaalisen median nousu, jonka avulla sanan levittäminen erilaisista joukkorahoitusprojekteista muille ihmisille helpottui merkittävästi. Vuonna 2012 Barack Obama vahvisti lain, jonka mukaan aloittavat yritykset ja pienyritykset saivat kerätä pääomaa SEC-rekisteröityjen internetsivujen avulla. (Dresner 2014, 9–13.)

Suurimpiin joukkorahoituslustoisiin kuuluvat tällä hetkellä vastikepohjaiseen joukkorahoituskategoriaan kuuluvat Kickstarter sekä Indiegogo. Vuonna 2014 nopeinta vauhtia kasvoi vastikepohjaisen joukkorahoitus (524 %), jota seurasi osakepohjainen joukkorahoitus (114 %). Morrisonin (2014) mukaan vuonna 2015 pelkästään Kickstarterin ja Indiegogon arvioidaan keräävän eri hankkeisiin 4,35 miljardin Yhdysvaltojen dollarin tuki. (Visual.ly 2015.)

Videotuotannon alueella menestyksekkäin tähän asti toteutettu joukkorahoituskampanja on vuoden 2013 The Veronica Mars Movie project. Tekijät olivat tehneet tätä ennen kolme tuotantokautta tv-sarjaa ja päättivät tehdä elokuvan samalla teemalla. Kickstarterin kautta toteutettu kampanja keräsi 5 702 153 dollaria 91 585 tukijalta ollen kahdenneksitoista isoin joukkorahoitusprojekti. (Wikipedia 2015 & IMDb 2015.)

Viime aikoina myös suomalaiset ovat tehneet joukkorahoituksella elokuvia. Puskalan (6.3.2015) mukaan suomalaisten tuottaman Iron Sky -elokuvan lähteminen mukaan joukkorahoitukseen johtui kolmesta syystä. Ensimmäinen on ennakkorahoituksen saamisen hankaloituminen, mitä on pyritty korvaamaan joukkorahoituksella. Toinen syy on dvd-myyntin romahtaminen ja kolmas syy on joukkorahoituksen tuoma vapaus ja riippumattomuus levitysfirmasta. Toisena esimerkkinä on Autolla Nepaliin -elokuva, joka keräsi 33 000 euroa myymällä dvd-tallenteita ja elokuvaalippuja sidosryhmille (Norvanto 10.2.2015).

Joukkorahoitus sopii Norvannon (10.2.2015) mukaan elokuville, jotka suuntaavat kansainvälisille markkinoille. Tällöin riittää pienikin määrä ihmisiä eri puolilta maailmaa, jotta se alkaa kannattaa. Suomalaisessa ympäristössä joukkorahoitus toimii yhteisten tärkeiden aiheiden ympärillä pyörivissä elokuvissa. Autolla Nepaliin -elokuvan tapauksessa menestyksen avaimina olivat teema toisten auttamisesta sekä positiiviset arvot. Elokuvan tulisi koskettaa laajaa yleisöä tai ottaa asioihin kantaa toimiakseen. Tällä hetkellä menossa oleva PMMP-yhtyeen dokumenttielokuva kerää kansainvälistä levitystä varten 7 000 euroa. Tämä kampanja todennäköisesti onnistuu siksi, koska fanit saavat pelkkiä rahaa vastaan nähdä heitä kiinnostavan elokuvan tai saavat muita yhtyeen fanituotteita.

Simonen (30.4.2015) ei ole nähnyt vielä joukkorahoituksen selvää hyötyä sen aiheuttamaan työmäärään verrattuna. Hän kuitenkin uskoo sen sopivan parhaiten elokuville, jossa haetaan suuria massoja ja joissa joukkorahoitus sidotaan osaksi elokuvan markkinointia.

2.6.1 Joukkorahoituksen neljä alaluokkaa

Joukkorahoitus voidaan jakaa neljään alaluokkaan, joita ovat sijoitus, laina, ennakkomyynti ja lahjoitus. Näiden alaluokkien ominaisuuksia on selvennetty seuraavan taulukon avulla.

Taulukko 7. Joukkorahoituksen neljä alaluokkaa

Alaluokka	Vastike	Hyvät ja huonot puolet	Kenelle sopii?
Sijoitus/osakepohjainen joukkorahoitus (oma pääoma)	Osuus yrityksestä (yleensä osake)	+ mahdollisuus myydä edelleen + sijoittajat tuovat asiantuntijuutta +/- arvo voi muuttua merkittävästi	<ul style="list-style-type: none"> yrityksille perustamiseen ja toiminnan laajentamiseen
Lainamuotoinen joukkorahoitus (vieras pääoma)	Korkoa rahalle, mahdollisia tuotevastikkeita, osuus tuotoista, exit-bonus	+ päätösvalta säilyy yrityksellä + voi olla edullinen - hankkeen on tuotettava, jotta voidaan maksaa takaisin	<ul style="list-style-type: none"> yrityksille ja järjestöille toiminnan perustamiseen ja laajentamiseen
Ennakkomyynti eli vastikepohjainen joukkorahoitus	Yleensä osuus tuotoksista, kuten dvd, cd, kirja tai laite. Voi olla myös kokemus, mainos tai palvelu.	+ raha saadaan ennen tuotteen valmistamista + valmistettava määrä tiedetään - tuotteiden jakelu hankalaa	<ul style="list-style-type: none"> yrityksille ja järjestöille, jotka keräävät rahoitusta tiettyä tuotosta varten
Lahjoitusmuotoinen joukkorahoitus	Hyvä mieli	+ lähes ilmaista rahoitusta - lait rajoittavat	<ul style="list-style-type: none"> yhdistyksille, järjestöille, seurakunnille ja yksityishenkilöille

Taulukosta nähdään kunkin alaluokan vastike sekä hyvät ja huonot puolet. Viimeinen sarakke kertoo, mitä tarkoitusta varten kyseinen alaluokka sopii parhaiten. Seuraavissa kappaleissa on kerrottu alaluokista tarkemmin.

Osakepohjaisella joukkorahoituksella tarkoitetaan yleensä osakeantia vanhoille tai uusille osakkaille. Yritys määrittää oman arvon, minkä jälkeen määrätään osakeannille osakkeen yksikköhinta ja määrä. Näistä kahdesta muodostuu haettavan sijoituksen kokonaismäärä. Invesdor on ainoa Suomessa toimiva osakepohjaiseen joukkorahoitukseen keskittynyt palvelu. Suomen lisäksi se toimii myös Ruotsissa, Virossa ja Tanskassa. Sijoittajat voivat edustaa mitä kansallisuutta tahansa lain sallimissa puitteissa. Palvelu sopii parhaiten vaihtoehtoiseksi lisärahoituksen lähteeksi yrityksille, joilla on jo valmis asiakas-kunta. Invesdorissa kaikki yritykset ovat osakeyhtiöitä, jotka tekevät osakeannin uusille omistajille. (Pietrantonio 29.1.2015.)

Joukkorahoituksen osakeannissa voidaan käyttää kolmen tyyppisiä osakkeita, joita ovat

- A-osakkeet (samat oikeudet kuin jo olemassa olevilla osakkeilla)
- B-osakkeet (vähemmän ääniä kuin A-osakkeilla)
- osakkeet, joissa lunastuslauseke.

(Martikainen & Martikainen 2006, 42; Pietrantonio 29.1.2015.)

Osakeyhtiön yhtiöjärjestyksessä voidaan säätää lunastuslausekkeesta, jonka tarkoituksena on kontrolloida sitä, kenelle yhtiön osakkeen voi myydä. Lunastuslausekkeella voidaan antaa yhtiölle tai sen omistajille etuosto-oikeus suhteessa muihin tahoihin. Lunastuslausekkeen sisältöä ei ole säännelty pakottavasti, vaan yhtiö voi tietyin rajoituksin muotoilla lausekkeen haluamansa sisältöiseksi. (Savolainen 5.2.2015.)

Osakepohjaisen joukkorahoituksen hyvänä esimerkkinä voidaan mainita vuonna 2014 toteutettu Iron Sky Universe -osakeanti, joka keräsi 265 800 euroa. Tämä muodostui 25 euron hintaisista osakkeista. Yritys on perustettu 17.11.2013, jolloin osakepääomaksi on merkitty 2 500 euroa. Tästä voidaan päätellä, että elokuvien tuomat fanit maksavat lähes mitä tahansa, jotta voivat omistaa osan itselle tärkeää yritystä. Seuraavassa on kuva heidän kampanjasivustaan. (Kauppalehti 2015.)

Iron Sky Universe

Iron Sky Universe

Invest now

Target
50.000 - 150.000 €

265.800 Invested so far €

421 Investors so far
See investors ▶

Round secured! 265.800 € invested

532%

Round is closed

Embed this ticker box to your site

If minimum amount is not reached, your investment will be refunded.

Facts

Company name	Iron Sky Universe
Entrepreneur	Tero Kaukomaa, Timo Vuorensola
Investment range	50.000 - 150.000 €
Equity offered	1.96 - 5.66 %
Price per share	25,00 € min investment 10 shares
Number of existing shares	100,000
Valuation	2.500.000,00 €
Start date	8.5.2014
End date	Round is closed
Location	Helsinki, Finland
Field of business	Film, TV and Theatre

Iron Sky Universe is on a mission to bring film into the 21st century. We want to build Iron Sky to a science fiction saga that works across all media, that's produced with the audience and w

Kuva 5. Iron Sky Universe –kampanjasivu Invesdorissa (Invesdor 2015)

Kuvasta näkyy projektin esittelyvideo ja lyhyt kuvaus. Oikeassa laidassa näkyy haettu 50 000–150 000 euron summa, joka ylittyi reilusti. Lopulta yhtiö sai 265 800 euroa 421 sijoittajalta.

Lainamuotoinen joukkorahoitus tarjoaa yrityksille mahdollisuuden hakea isompaa lainasummaa usealta eri sijoittajalta. Vastineeksi heille tulee maksaa korkoa 0–40 prosenttia vuodessa. Esimerkkinä voidaan mainita Harold's Chicken Shack joka haki 15 000 dollaria uutta kanaravintolaa varten. Rahan lainaajat saivat valita korkotason 0–15 prosentin väliltä ja lisäksi he saivat ilmaista ruokaa, jonka määrä riippui lainatun rahan määrästä. Esimerkiksi 2 000 dollaria lainaamalla sai koron lisäksi 50 kanansiipeä. Lainan takaismaksu-aika oli kaksi vuotta. River Cottage puolestaan keräsi vuonna 2014 miljoonaa puntaa lainamuotoisilla minibondeilla ja tarjosi vastikkeeksi seitsemän prosentin koron lisäksi kymmenen prosentin alennuksen ravintolan tuotteista. (Fundastic 2015; Lendsquare 2015; Torrance 2014.)

Lainamuotoisen mallin hyvänä puolena on päätösvallan säilyminen yrityksellä ja se sopii hyvin yrityksen perustamiseen ja laajentamiseen. Laina voi olla myös erittäin edullinen vaihtoehto. Ulkomailla on myös hyväntekeväisyyspohjalta toimivia lainanantajia, jotka antavat lainaa nollakorolla paikallisille yrityksille. Lainamuotoinen joukkorahoitus mahdollistaa lainan saamisen myös niille, jotka eivät syystä tai toisesta voi saada lainaa pankista. (Fundastic 2015.)

Suomessakin toimivan FundedByMe:n sivuilta löytyi kuusi onnistunutta projektia, joiden korkotaso oli kuuden ja viidentoista prosentin välillä. Osassa taas tarjottiin osuutta tuotosta sekä exit-bonusta. Esimerkiksi CLICC-aurinkopaneelien rahoituksessa tarjottiin 4,5 prosentin vuotuista korkoa, jonka lisäksi tarjottiin 5 prosentin osuutta tuotoista ja 15 prosentin exit-bonusta. (FundedByMe 2015e; FundedByMe 2015f.)

Vastikepohjainen joukkorahoitus vastaa Suomessa pitkälti ennakkomyyntiä. Myytävä tuote voi olla esimerkiksi mainos, dvd, cd, laite tai kone, jonka vastineeksi myyjät haluavat rahaa. Kampanja voi liittyä myös esimerkiksi taideteoksen tekemiseen, festivaalien järjestämiseen tai rahan keräämiseen eduskuntavaalikampanjaa varten. Myyjä tekee useimmiten internetin joukkorahoituspalveluun oman kampanjasivun, jossa hän esittelee projektin sanoin, kuvin ja videoin. Tämän jälkeen ostaja tulee sivuille ja valitsee mieleisensä tuotevaihtoehdon tarpeidensa ja budjettinsa mukaan. Vastikepohjainen malli on erinomainen vaihtoehto esimerkiksi luovan alan toimijoille, jotka voivat myydä tuotoksiaan ennakkoon faneille ja muille kiinnostuneille. Esimerkiksi muusikko voi antaa palkinnoksi oman levynsä ja saada ennakkorahoitusta studiokustannuksia varten. Samalla hän saa aavistuksen siitä, kuinka paljon levyjä kannattaa tehdä. Seuraavassa on esimerkki Kuunkuis-kaajat-yhtyeen kampanjasivusta, jolla he keräsivät 18 270 euroa cd:n tekemistä varten.



KUUNKUISKAAJAT LEVYPROJEKTI

Terve, tässä Johanna ja Susan Kuunkuiskaajista! Olemme säveltäneet ja sanoittaneet levyllisen uusia upeita lauluja. Koko bändi jo odottaa into pinkeänä studioon pääsyä toukokuussa. Haammekin tämän kampanjan avulla rahoitusta omakustannelevyn tekoon. Tervetuloa mukaan projektiin ja sydämellinen kiitos tuestanne!

ALKOI 10.03.2014

PÄÄTTYI 31.5.2014

Tykkää 1,7 tuhatta

Twiiittaa 17

Upota <>

323

MESENAATTIA

18270 €

TAVOITE 25000 €

MINIMITAVOITE 3500 €

RAHOITUS ON PÄÄTTYNYT

31.5.2014

Kiitos



Kuunkuiskaajat levyprojekti

Kuunkuiskaajat on Susan Ahon ja Johanna Hytin duo jonka paljaat varpaat monet muistavat vuoden 2010 Suomen Euroviisukarsintojen voiton myötä. Molemmat muistetaan myös Värttinä yhtyeestä.



www.kuunkuiskaajat.fi

Kuva 6. Kuunkuiskaajien levyprojektin kampanjasivu (Mesenaatti 2015d)

Kuvasta nähdään, miten projekti ja sen tekijät esitellään videon ja tekstin keinoin. Oikeassa laidassa näkyy, että 323 henkilöä on ollut tukemassa hanketta yhteensä 18 270 eurola. Näin ollen 3 500 euron minimitaloite on ylittynyt kirkkaasti.

Lahjoitusmuotoinen joukkorahoitus on Suomen lainsäädännön vuoksi lähinnä hyväntekeväisyysjärjestöjen ja yhdistysten käytössä. Poikkeustapauksissa myös yksityishenkilö voi tehdä rahankeräyksen, mutta Mesenaatin kautta se ei ole mahdollista (Seppälä 1.3.2015). Lahjoitusmuotoisissa kampanjoissa usealta ihmiseltä kerätään rahaa isompia projekteja varten. Vastikkeeksi rahan antaja saa hyvän mielen, mutta varsinainen hyöty menee muille. Seuraavassa kuvassa on esimerkki Fidan järjestämästä kampanjasta Nepaliläin kastittomien lasten kouluprojektin hyväksi.



Kuva 7. Fidan järjestämän Näkymätön-kampanjan tukivaihtoehdot (Fida 2015)

Kuvan alalaidassa on rahamäärä, jonka yläpuolta löytyy kunkin rahamäärän mahdollistava tuki Nepalissa. Esimerkiksi 150 eurolla saa lukutaito-opetusta 20 nuorelle.

2.6.2 Joukkorahoituksen lainsäädäntö Suomessa

Finanssivalvonnan (2013) mukaan joukkorahoituksen toimintamalleja ja niiden kehitystä seuraavia suomalaisia viranomaisia ovat

- valtiovarainministeriö
- työ- ja elinkeinoministeriö
- sisäministeriö
- finanssivalvonta
- kilpailu- ja kuluttajavirasto.

Tässä työssä keskitytään näistä lähinnä finanssivalvonnan ohjeisiin ja kutakin joukkorahoitusmuotoa koskeviin lakeihin. Suomen lähellä sijaitsevista maista Tanskalla, Islannilla, Venäjällä ja osassa Saksaa on joukkorahoitusta varten säädetyt lait, jotka Suomesta vielä puuttuvat. (Hemmilä 2012a.)

Valtiovarainministeriössä on kuitenkin huomattu lain tarpeellisuus ja säädöshanke joukkorahoitusta koskien on käynnissä. Valtionvarainministeriön käsitteen mukaan joukkorahoituksella tarkoitetaan toimintaa, jossa vastikkeellisesti (laina- ja sijoitusmuotoinen joukkorahoitus) tuetaan lähinnä liiketaloudellisia hankkeita. (Laiho 26.2.2015.)

Valmisteltavana on kaksi eri lakia; L lainamuotoisesta joukkorahoituksesta ja L sijoitusmuotoisesta joukkorahoituksesta. Säädökset voidaan vielä yhdistää. Lainamuotoisen joukkorahoituslain luonnoksen mukaan lakia ei sovellettaisi rahankeräyksiin ja vastaavasti rahankeräyslain 2 §:ää täydennettäisiin uudella 7) kohdalla, jonka mukaan rahankeräyslakia ei sovellettaisi vastikkeelliseen joukkorahoitukseen. (Laiho 26.2.2015.)

Näiden lakihankkeiden tarkoituksena on vakiinnuttaa vallitseva tilanne, jonka jälkeen joukkorahoituksen ja rahankeräyksen keskinäisestä suhteesta ja sääntelyperusteista ei olisi enää epäselvyyttä. (Laiho 26.2.2015.)

Tässä luvussa on hyödynnetty muun muassa rahankeräyslakia (31.3.2006/255), arvopaperimarkkinalakia (14.12.2012/746), kuluttajansuojalakia (20.1.1978/38), kauppalakia (27.3.1987/355), velkakirjalakia (31.7.1947/622), korkolakia (20.8.1982/633) ja osakeyhtiölakia (21.7.2006/624).

Sijoitusmuotoinen joukkorahoitus

Valtiovarainministeriön (2014) mukaan sijoitusmuotoista lainsäädäntöä määrittellään rahoitusmarkkinalainsäädännön avulla, johon kuuluvat muun muassa

- laki vaihtoehtorahastojen hoitajista (7.3.2014/162)
- arvopaperimarkkinalaki (14.12.2012/746)
- laki luottolaitostoinnasta (610/2014)
- laki sijoituspalveluyrityksistä (922/2007)
- maksulaitoslaki (297/2010).

Useat näistä määrittelevät joukkorahoituksen tapauksessa palveluntarjoajaan liittyviä rahan hallitsemiseen liittyviä toimenpiteitä ja näin ollen eivät vaikuta rahoitusta hakevaan tahoon. Edellä mainituista tärkein rahoituksen hakijan kannalta on arvopaperimarkkinalaki (14.12.2012/746), joka säätelee arvopapereina käsiteltävien osakkeiden vaihdantaa. Näiden lisäksi on tärkeä huomioida osakeyhtiölaki (21.7.2006/624), joka säätelee rahoitettavan tahon toimintaa. Yritysmuodoista otetaan huomioon vain osakeyhtiö, koska se on Savolaisen (5.2.2015) mukaan ainoa Invesdorin hyväksymä yhtiömuoto ja myös ainoa vaihtoehto, joka mahdollistaa osakeannit. Edellä mainittujen lakien lisäksi on hyvä tarkastaa finanssivalvonnan aiheita koskevat ohjeet ja määräykset. Näistä löytyy tietoa muun muassa esitteen laatimisesta ja muista arvopapereiden tarjoamiseen liittyvistä tiedonantovelvollisuuksista. Tärkeimpinä asioina Finanssivalvonta pitää kieltoa käyttää totuuden vastaista tai harhaanjohtavaa tietoa sekä tarjousesitettä koskevia ohjeita. Finanssivalvonnan sivuilta löytyy myös yhteystiedot henkilöille, joilta voi kysyä lisää esimerkiksi arvopaperien tarjoamisesta yleisölle. (Finanssivalvonta 2013; Finanssivalvonta 2015.)

Kielto käyttää totuuden vastaista tai harhaanjohtavaa tietoa

Arvopaperimarkkinalain (14.12.2012/746) 1. luvun 3. §:ssä määritellään kielto antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja:

Arvopaperien ja muiden rahoitusvälineiden markkinoinnissa ja vaihdannassa, joka tapahtuu elinkeinotoiminnassa, sekä täytettäessä tämän lain mukaista tiedonantovelvollisuutta ei saa antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja.

Tieto, jonka totuudenvastaisuus tai harhaanjohtavuus käy ilmi tiedon esittämisen jälkeen ja jolla saattaa olla olennaista merkitystä sijoittajalle, on viivytyksettä oikaistava tai täydennettävä riittävällä tavalla. (Arvopaperimarkkinalaki 14.12.2012/746.)

Arvopaperimarkkinalain (14.12.2012/746) 6. luvun 4.–7. §:issä käsitellään myös velvollisuutta julkistaa arvopaperin arvoon olennaisesti vaikuttavia tietoja. Oleellista on että hintaan oleellisesti vaikuttavat tekijät on julkaistava mahdollisimman pian samanaikaisesti kaikille osapuolille. Lain laiminlyömisestä voidaan rankaista seuraamusmaksulla.

Arvopaperimarkkinalain mukainen esitevelvollisuus

Yleisölle arvopapereita tarjottaessa on lähtökohtaisesti julkaistava Finanssivalvonnan hyväksymä esite, jota määritellään tarkemmin arvopaperimarkkinalain (14.12.2012/746) luvuissa 3–5. Arvopaperimarkkinalain (14.12.2012/746) 4. luvun 6. §:ssä kerrotaan esitteen sisällöstä seuraavaa:

Esitteessä on annettava sijoittajalle riittävät tiedot perustellun arvion tekemiseksi arvopapereista ja niiden liikkeeseenlaskijasta sekä mahdollisesta takaajasta. Esitteessä on oltava olennaiset ja riittävät tiedot liikkeeseenlaskijan ja mahdollisen takaajan varoista, vastuista, taloudellisesta asemasta, tuloksesta ja tulevaisuudennäkymistä sekä arvopapereihin liittyvistä oikeuksista ja muista arvopaperien arvoon olennaisesti vaikuttavista seikoista. Tiedot on esitettävä johdonmukaisessa ja helposti ymmärrettävässä muodossa.

Esitettä ei kuitenkaan tarvitse Arvopaperimarkkinalain (14.12.2012/746) 4. luvun 3. §:n mukaan julkaista, jos arvopapereita tarjotaan

- 1) yksinomaan kokeneille sijoittajille;
- 2) kutakin ETA-valtiota kohden laskettuna alle 150 sijoittajalle, jotka eivät ole kokeneita sijoittajia;
- 3) hankittavaksi vähintään 100 000 euron arvosta kutakin sijoittajaa ja tarjousta kohden taikka nimellistä taikka vasta-arvoltaan vähintään 100 000 euron suuruisina osuuksina;
- 4) Euroopan talousalueella 12 kuukauden aikana yhteenlasketulta vastikkeeltaan alle 1 500 000 euron suuruisen määrän laskettuna; taikka
- 5) Euroopan talousalueella 12 kuukauden aikana yhteenlasketulta vastikkeeltaan alle 5 000 000 euron suuruisen määrän ja arvopaperit haetaan kaupankäynnin kohteeksi monenkeskisessä kaupankäyntijärjestelmässä Suomessa ja sijoittajien saattavilla pidetään tarjouksen ajan kaupankäyntijärjestelmän sääntöjen mukainen yhtiöesite.

Finanssivalvonta päättää esitteen hyväksymisestä kymmenen pankkipäivän kuluessa sen saapumisesta ja ehdottaa tarvittaessa muutoksia siihen. Täydennystoimilla on aikaa kymmenen päivää ja esite tulee voimaan hyväksymisen jälkeen ollen voimassa 12 kuukautta tai kunnes tarjouksen voimassaolo on päättynyt. (Arvopaperimarkkinalaki 14.12.2012/746.)

Jos lakeja rikotaan, on rikkoja mahdollista arvopaperimarkkinalain (14.12.2012/746) 15.–17. luvun mukaan tuomita seuraamusmaksuihin, sakkoihin tai vahingonkorvauksiin. Arvopaperin yleisölle tarjoamista voidaan myöskin joutua lykkäämään tai se voidaan kokonaan kieltää.

Mikäli osakeanti tehdään englanninkielisessä joukkorahoituspalvelussa ja määrä on suuri, on huomioitava myös EU-esitteen vaatimukset. EU-esite vaaditaan, kun arvopaperitarjouksen kokonaismäärä on vähintään 5 miljoonaa euroa tai kun arvopapereita haetaan kaupankäynnin kohteeksi säännellylle markkinalle. (Finanssivalvonta 2013b.)

Osakeyhtiölaki

Osakeyhtiölaki (21.7.2006/624) määrittää 1. luvun 5.–7. §:ssä kolme tärkeää osakeyhtiön toimintaan liittyvää periaatetta:

5 § Toiminnan tarkoitus

Yhtiön toiminnan tarkoituksena on tuottaa voittoa osakkeenomistajille, jollei yhtiöjärjestyksessä määrätä toisin.

6 § Enemmistöperiaate

Osakkeenomistajat käyttävät päätösvaltaansa yhtiökokouksessa. Päätökset tehdään annettujen äänten enemmistöllä, jollei tässä laissa säädetä tai yhtiöjärjestyksessä määrätä toisin.

7 § Yhdenvertaisuus

Kaikki osakkeet tuottavat yhtiössä yhtäläiset oikeudet, jollei yhtiöjärjestyksessä määrätä toisin. Yhtiökokous, hallitus, toimitusjohtaja tai hallintoneuvosto ei saa tehdä päätöstä tai ryhtyä muuhun toimenpiteeseen, joka on omiaan tuottamaan osakkeenomistajalle tai muulle epäoikeutettua etua yhtiön tai toisen osakkeenomistajan kustannuksella.

Jotta yrityksen päätösvalta säilyy oikeilla ihmisillä, on yhtiöjärjestykseen mahdollista määrätä osakeyhtiölain (21.7.2006/624) 3. luvun 7. ja 8. §:ien mukaiset lunastuslausekkeet ja suostumuslausekkeet. Nämä on tarkemmin määritelty liitteessä 2. Nämä ovat hyödyllisiä esimerkiksi silloin, kun omistajia on vain muutamia tai omistajien halutaan olevan riittävän päteviä.

Tarvittaessa on mahdollista kysyä apua myös joukkorahoituspalveluiden henkilökunnalta, jos osakeanti toteutetaan palvelun avustuksella. Esimerkiksi Invesdorin henkilökunta voi auttaa lakiasioissa ja monimutkaisemmissa asioissa heiltä voi saada myös maksullista konsultointia. (Savolainen 26.2.2015.)

Lainamuotoinen joukkorahoitus

Lainamuotoinen joukkorahoitus ei yleensä vaadi palvelun tarjoajalta toimilupaa eikä kuulu Finanssivalvonnan valvontaan (Finanssivalvonta 2015). Myöskään EU:n tasolla ei ole

selvää lainsäädäntöä, mutta European Banking Authority (2015) on tehnyt suosituksen yhtenäisen lainsäädännön kehittämiseksi.

Luotonottajan ja luotonantajan välistä suhdetta tarkastellaan yleensä velkakirjaoikeudellisesta näkökulmasta (Aurejärvi & Hemmo 2004, 3). Joukkovelkakirjoista säädetään myös arvopaperimarkkina- laissa, mutta niitä ei käsitellä tässä osiossa tarkemmin. Velkakirjalais- sa (31.7.1947/622) tärkeimmiksi asioiksi velallisen ja alkuperäisen velkojan suhteen koskevat maksupaikka, erääntymisajankohta ja rahalajia (Aurejärvi & Hemmo 2004, 20). Nämä on tarkemmin kerrottu liitteessä 3.

Luotonantajan tärkeintä hyötyä eli korkoa määrittää korkolaki (20.8.1982/633). Laissa määritellään korkoon liittyvät seikat kuten viivästyskoron määrä. Viivästyskoron määrä on tällä hetkellä 7 prosenttia. Jos luotolle ei ole määrätty korkoa, käytetään korkona Suomen Pankin kulloinkin määrittelemää korkoa, joka on tällä hetkellä 0,5 prosenttia. (Korkolaki 20.8.1982/633; Suomen Pankki 2015.)

Joukkorahoituksen kannalta on hyvä ottaa huomioon, että varojen lainaajat ovat usein kuluttajia. Näin ollen myös kuluttajansuojalaki (20.1.1978/38) tulee huomioida. Laki määrittää muun muassa, mitä seikkoja kuluttajalle pitää markkinoinnissa kertoa. Pantit sekä takaukset ovat tärkeitä seikkoja luottoja ajatellen, mutta koska joukkorahoituksen osalta ei ole tietoa näiden käytöstä, jätetään nämä käsittelemättä.

European Banking Authorityn (2015b) mukaan lainapohjaisia joukkorahoituspalveluja tarjoavat yritykset eivät kuulu luottolaitosliiketoiminnan alaisuuteen ja näin ollen lainatut rahat eivät saa pankkien kaltaista talletussuojaa. Talletussuojarahasto takaa tallettajan varoja kutakin pakkia kohden 100 000 euroon asti (Valtiovarainministeriö 2015).

Vastikemuotoinen joukkorahoitus

Vastikemuotoinen joukkorahoitus muistuttaa pitkälti normaalia verkossa tapahtuvaa kaupankäyntiä. Vastike on yleensä tavara, jolloin sen kauppa luetaan irtaimen kaupaksi. Irtainen kauppa määrittelee kauppalaki (27.3.1987/355). Joukkorahoituksessa irtain voi olla erityisesine (taideteos), lajitavara (syli halkoja), valmistuskaupan tuote (kuluttajaa varten erityisesti valmistettu tai hankittu tuote) tai kulutustavara. Kutakin kaupan lajia koskevat erityisehdot on hyvä huomioida. (Hemmo & Hoppu 2014a.)

Joukkorahoituskampanjan kauppatilanne syntyy usein siten, että tuotteen myyjä laittaa vastikkeen myyntiin joukkorahoituspalveluun. Tämän jälkeen tukija maksaa summan x

vastikkeen tekijälle joukkorahoituspalvelun kautta ja saa vastikkeen arvioidun ajan kuluttua itselleen. Kyseessä on usein ennakkotilauksen tapainen kauppa ja joukkorahoituspalvelun voidaan katsoa olevan enemmän välittäjän roolissa kaupan osapuolen sijaan. Suomen perustuslain (11.6.1999/731) 18. § mahdollistaa elinkeinonvapauden ja tämän kautta tekee kaupankäynnin vapaaksi. Yrityksen tehdessä kauppaa yksityishenkilön kanssa on noudatettava kuluttajansuojalakia. (Hemmo & Hoppu 2014b; Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38.)

Kuluttajansuojalain (20.1.1978/38) 1. §:ssä kerrotaan lain soveltamisesta seuraavaa: "Tämä laki koskee kulutushyödykkeiden tarjontaa, myyntiä ja muuta markkinointia elinkeinonharjoittajilta kuluttajille. Lakia sovelletaan myös, kun elinkeinonharjoittaja välittää hyödykkeitä kuluttajille".

Tämän mukaan joukkorahoituspalvelun sekä tuotteen myyjän tulisi soveltaa kuluttajansuojalakia. Kuluttajansuojalain (20.1.1978/38) 6. § käsittelee kieltoa antaa totuudenvastaista tai harhaanjohtavaa tietoa. Erityisesti neljä ensimmäistä kohtaa on hyvä pitää mielessä kampanjasivua ja vastikkeita sivulle laitettaessa:

- Totuudenvastaiset tai harhaanjohtavat tiedot voivat koskea erityisesti:
- 1) kulutushyödykkeen olemassaoloa, saatavuutta, lajia, laatua, määrää ja muita keskeisiä ominaisuuksia;
 - 2) kulutushyödykkeen alkuperää, valmistustapaa ja -aikaa, käyttöä ja käytön vaikutuksia sekä hyödykkeelle tehtyjen testien tuloksia;
 - 3) kulutushyödykkeen hintaa tai sen määräytymisen perusteita, erityistä hintaetua ja maksuehtoja;
 - 4) kulutushyödykkeen toimitusaikaa ja muita toimitusehtoja

Tärkeää on siis antaa totuudenmukaiset tiedot vastikkeista, hinnoista ja arvioidusta toimitusajasta. Kuluttajansuojalain (20.1.1978/38) 6 luvussa käsitellään myös etämyyntiä:

- 7 § (30.12.2013/1211) Etämyyntiin liittyvät määritelmät
- Etämyyntisopimuksella* tarkoitetaan etämyyntiä varten luodussa myynti- tai palveluntarjontajärjestelmässä tehtävää kulutushyödykesopimusta, joka tehdään ilman, että osapuolet ovat yhtä aikaa läsnä ja jonka tekemiseen käytetään vain yhtä tai useampaa etäviestintä.
- Etäviestimellä* tarkoitetaan puhelinta, postia, televisiota, tietoverkkoa ja muuta välinettä, jota voidaan käyttää sopimuksen tekemiseen ilman, että osapuolet ovat yhtä aikaa läsnä.

Koska joukkorahoituspalvelussa ei voida katsoa kahden osapuolen olevan paikalla samaan aikaan, on etämyyntiin liittyvät asiat ottaa huomioon. Liitteessä 4 on lista ennen sopimusta ilmoitettavista tiedoista, jotka on hyvä ilmoittaa mahdollisuuksien mukaan kampanjasivua laadittaessa tai tilauksen ehdoissa.

Lahjoitusmuotoinen joukkorahoitus

Laihon (2015) ja rahankeräyslain (31.3.2006/255) 3. §:n mukaan joukkorahoitus ilman vastiketta on rahankeräystä. Rahankeräykseen voidaan 11. §:n mukaan hakea lupaa toimeenpanopaikan poliisilaitokselta. Poliisilaitoksen toimialuetta laajemman alueen kattavan rahankeräyksen luvat myöntää poliisihallitus. Lupa voidaan myöntää pääasiassa yleishyödyllisille yhdistyksille ja näin ollen voittoa tuottavat yritykset on 7. §:n ja arpajaishallinnon (2015) mukaan rajattu pois hakijoista. Suomessa toimivat yritykset eivät siis voi käyttää lahjoitusmuotoista joukkorahoitusta.

2.6.3 Joukkorahoituspalvelut Suomessa sekä muut vaihtoehdot

Joukkorahoituspalveluita on maailmassa erittäin paljon, joista joitakin merkittävimpiä on lajiteltu seuraavaan kuvaan nelikentän avulla.



Kuva 8. Joukkorahoituspalvelut nelikentässä alaluokkiin jaoteltuina (Pietrantonio 29.1.2015)

Osakepohjaista joukkorahoitusta suomen kielellä tarjoaa suomalainen Invesdor sekä ruotsissa toimiva FundedByMe. Invesdor tekee vain sijoitusmuotoista joukkorahoitusta kun taas FundedByMe tarjoaa sijoitusmuotoista, lainamuotoista ja ennakkomyyntimuotoista joukkorahoitusta. Seuraavassa taulukossa on vertailtu 50 000 euron ja 100 000 euron osakeantien hintoja eri palveluissa.

Taulukko 8. Osakepohjaisten joukkorahoituspalveluiden hinnat (FundedByMe 2015a; Pietrantonio 30.1.2015)

	FundedByMe	Invesdor
Aloituskasvu	500,00 €	500,00 €
Provisio	8 %	6 %
50 000 € osakeanti	4 500,00 €	3 500,00€
100 000 € osakeanti	8 500,00 €	6 500,00€

Taulukon vasemmassa laidassa on listattuna aloitusmaksu sekä myyntikomissio, joiden lisäksi on ajateltu kuluja 50 000 euron ja 100 000 euron osakeantaneille. Seuraavissa sarakkeissa on vertailtu eri palveluiden kuluja. Molemmissa vaihtoehdoissa voidaan nähdä Invesdorin olevan edullisempi vaihtoehto.

Koulussa toteutetun osakepohjaiseen joukkorahoituksen kurssiin liittyen tein liitteenä 5 olevan kampanjasivun elokuvien tuotantoyhtiötä varten tehtävää osakeantia ajatellen. Tämä osakeanti on kuitenkin tulossa vasta myöhemmin. Näin ollen keskityn seuraavassa vastikepohjaisen joukkorahoituskampanjan toteutusta varten sopiviin palveluihin projektielokuvaa ajatellen.

Vastikepohjaisia joukkorahoituspalveluita on ulkomailla useita, joista suurimpia ovat Kickstarter ja Indiegogo. Kickstarterissa on 25 suomalaisten tekemää kampanjaa ja Indiegogossa määrä on 430 kappaletta. Virallisesti Kickstarter ei ole vielä Suomessa, mutta he ovat laajentaneet toimintaa Ruotsiin, ja uskon Suomen olevan vuorossa piakkoin. Tämän vuoksi olen ottanut heidät myös mukaan hintojen vertailuun. (Kickstarter 16.2.2015; Krowdster 2015c.)

Ennakkomyyntiin perustuvaa eli vastikepohjaista joukkorahoitusta eri palveluista tarjoaa Suomessa vain Mesenaatti, joten tutkin, minkälaisia elokuvia ja tv-tuotantoja palvelussa on ollut. Löysin yhteensä 11 hanketta, joista kahdeksan oli onnistunut ylittämään minimitaloituksen. Näistä seitsemän oli elokuvia ja yksi oli tv-sarja. Keskimääräinen Mesenaatista saatu tuki onnistuneissa projekteissa oli 4 770 euroa, joka vastasi 31,41 prosenttia projektien keskimääräisestä 15 187 euron tavoitteesta. Palvelu laskuttaa 7 % provision, jonka lisäksi rahat välittävä Holvi ottaa 3 % summasta ja 0,9 euroa tapahtumasta. (Mesenaatti 2015a.)

FundedByMe on Ruotsissa toimiva palvelu, jonka kielitarjonnasta löytyy myös suomi. Ensisijainen kampanjakieli on kuitenkin englanti. Palvelu tarjoaa vastikepohjaista joukkorahoitusta, jonka hinta Mangopay-maksupalvelun kanssa on 7,8 % summasta ja 0,18 euroa tapahtumaa kohden. Jos kampanjat eivät saa tavoitetta täyteen, rahoituksen hakija jää

ilman rahaa. Tällä hetkellä palvelussa oli neljä onnistunutta suomalaista kampanjaa, joiden rahallinen keskiarvo oli 2 215 euroa. Yhtään elokuvaan tai luovaan toimintaa liittyvää kampanjaa suomalaisten tekemissä kampanjoissa ei ollut. (FundedByMe 2015b; Funded-ByMe 2015c; FundedByMe 2015d.)

Seuraavassa esimerkissä on laskettu kunkin palvelun kulut kampanjalle, jonka vastikkeiden yhteissumma on 16 000 euroa. Mukana on myös omaan internetsivuun perustuva joukkorahoituspalvelu.

Taulukko 9. Vastikepohjaisten joukkorahoituspalveluiden hintavertailu

	Kickstarter	Indiegogo	Mesenaatti	FundedByMe	Oma sivu
Perustamiskulut	- €	- €	- €	- €	145 €
100*5€ tuote	60 €	72 €	140 €	57 €	52 €
500*25€ tuote	1 150 €	1 100 €	1 700 €	1 065 €	600 €
3*1000€ tuote	241 €	223 €	303 €	235 €	103 €
siirtokulut	- €	23 €	1 €	2 €	- €
Kaikki yhteensä	1 451 €	1 418 €	2 144 €	1 358 €	900 €

Taulukon vasemmassa laidassa on listattuna eri kulumuodot ja palkintovaihtoehdot. Viimeisellä rivillä on eri palkintokategorioista ja perustamiskuluista syntyneet menot yhteensä. Seuraavissa sarakkeissa on kunkin palvelun aiheuttamat kustannukset. Siirtokuluilla tarkoitetaan rahojen siirtoa palvelusta omalle, Suomessa sijaitsevalle pankkitilille. Huomattavaa taulukossa on se, että kulujen määrät vaihtelevat oman sivun 5,63 prosentista Mesenaatin 13,4 prosenttiin asti. Näin ollen vertailun kallein on 138 % kalliimpi kuin halvin vaihtoehto. Tämän pohjalta voidaankin pohtia, mitä tällä erotuksella eli 1 243 eurolla saa.

Norvanto (2015) on käyttänyt joukkorahoituskampanjoissa Indiegogota, Mesenaattia ja omaa verkkokauppaa, joita hän pitää myös järkevimpinä tapoina toteuttaa kampanjoita. Indiegogon hyvä puoli oli globaalius, mutta käyttö on koettu hankalaksi. Oma verkkokauppa on ollut helpoin ja paras. Verkkokaupan huonona puolena on vaikeus houkuttaa ihmisiä sinne, mutta hyvänä puolena rahasiirrot; lisäksi muut asiat toimivat halutulla tavalla heti ja selkeästi. Myös Simosen (30.4.2015) Säälistäjät-elokuvassa käytettiin omaa sivua myytäessä lippuja ennakkonäytökseen.

2.6.4 Joukkorahoituksen näkymät lähitulevaisuudessa

Tulevaisuudessa joukkorahoituksen odotetaan kasvavan nopeasti ja ottavan entistä vanhemman paikan yritysten rahoituksen lähteenä pankkien ja sijoittajien ohella. Joukkorahoituksen määrän arvellaan kasvavan vuoden 2014 kymmenestä miljardista dollarista aina kahteenkymmeneen miljardiin dollariin asti vuoden 2015 aikana. Yhdysvalloissa odote-

taan lakimuutosta, joka sallisi osakemuotoisen joukkorahoituksen varakkaiden sijoittajien lisäksi myös tavallisille ihmisille. Toisaalta joukkorahoituksen yleistyessä odotetaan hallituksilta myös mahdollisuutta vähentää joukkorahoituksen kautta tulleet tappiot verotuksessa. Alalle uskotaan tulevan eri aihealueisiin keskittyviä joukkorahoituspalveluita esimerkiksi uusiutuvalle energialle, taiteilijoille, lääketieteelle ja keksinnöille. Näistä lisääntyvistä palveluista on esimerkkinä Watsi, jonka kautta rahoitetaan köyhille ihmisille esimerkiksi leikkauksia ja turvallisia synnytyksiä. (Gilpin 2015; Vanderbush 2015; Watsi 2015.)

Lawton (2010) on myös pohtinut, että joukkorahoitussijoituksille avautuu jälkimarkkinat, jonka seurauksena sijoittajat voisivat käydä kauppaa osuuksillaan julkisessa pörssissä. Tämä voisi jopa tuhatkertaistaa joukkorahoituksen markkinat ja myös mahdollistaa joukkorahoitussijoituksiin keskittyvien rahastojen syntymisen.

Vuonna 2014 Invesdor julkaisikin uutisen maailman ensimmäisestä joukkorahoituksen markkinapaikasta. Tämä on toteutettu yhteistyössä listaamattomia yrityksiä välittävän Privanetin kanssa, jonne luotiin oma Invesdor-lista. Invesdor-listalle tuli 20.11.2014 Rakuuna Olut, joka on tällä hetkellä ainoa listalla oleva yritys. Yrityksen osakkeen hinta on tippunut listauksen 10 eurosta 6,5 euroon. Vuoden 2015 aikana on listalle tulossa myös muutama muu yritys, joista ensimmäinen maaliskuun alussa. (Invesdor 2014; Niemeläinen 23.2.2015; Privanet 2015.)

Drake (2015) arvelee Aasian joukkorahoituksen lähitulevaisuuden sisältävän enenemässä määrin innovatiivisia projekteja ja kiinteistöalan hankkeita. Kiinteistöihin liittyen odotetaan kiinteistömeklarien omien joukkorahoituspalveluiden määrän huomattavaa lisääntymistä. Myös suurten yritysten ennustetaan tulevan joukkorahoituksen osaksi. Kiinteistöalan joukkorahoitusta voisi verrata esimerkiksi lomaosakkeen ostoon. Joukkorahoituksessa kukin rahoittaja voisi ostaa osan kiinteistöstä ja saada vastineeksi luvan käyttää kiinteistöä tietyn viikon ajan. Mikäli omaa käyttöä ei ole, voisi hän vuokrata viikon käyttöoikeuden muille ja saada vuokratuloja.

3 Case: Exlibris – Symbolien salaisuus

3.1 Yrityksen ja projektin esittely

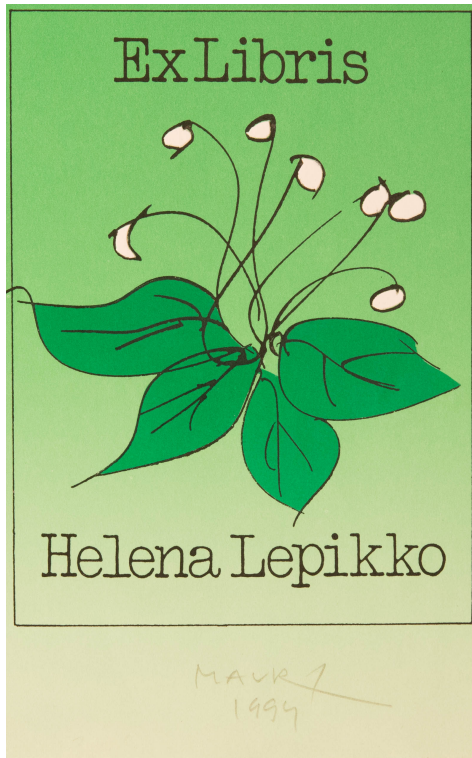
Arvotuotanto Ky on vuonna 2012 perustettu yritys, joka tekee videoita, valokuvia ja tapahtumien äänentoistoa. Yhteistyö Mauri Päivisen kanssa alkoi vuoden 2012 tienoilla kun aloimme tekemään Afrikka valitsi minut -dokumenttielokuvaa. Elokuva valmistui vuonna 2014 ja se sai 650 000 katsojaa televisiossa. Elokuvan teon aikana teimme myös noin 50 minuutin mittaisen lähetystyöstä kertovan juhlavideon sekä Ristin Voitto -lehden historiaa käsittelevän videon. Projektina toimiva Exlibris – Symbolien salaisuus -elokuva on toinen Yleisradiolle tarjottava Päivisen kanssa toteutettu dokumenttielokuva.

Exlibrisharrastus on peräisin 3 400 vuoden takaa faaraoiden aikakaudelta Egyptistä, jolloin papyruskääröjä ja pergamentteja säilöttiin omistajalaatoin varustetuissa arkuissa. British Museumin kokoelmissa on vanhin tunnettu laatta, se on noin vuodelta 1400 eKr. Ensimmäinen paperille tehty exlibris (kirjanomistajamerkki) on peräisin 900-luvun Japanista. Luostareissa munkit kirjoittivat kirjoja käsin ja koristelivat kirjojen kansiin sukuvaakunoita tai omistajan nimikirjaimista muodostetun monogrammin. Suomessa vanhimmat exlibrikset ovat 1500-luvulta, joista tunnetuin on Mikael Agricolan kirjankannen painanta. Hyvä exlibris kuvaa tekijänsä silmin kohteensa arvostamia asioita kuten harrastuksia, aatetta tai ammattia. (Lundström & Piironen 2006, 2–12.)

Oikeaoppisessa exlibriksessä eli kirjanomistajamerkissä on Lundströmin ja Piironen (2006, 5) mukaan nähtävissä

- sanat Ex Libris
- omistajan nimi
- kuva-aihe
- tekijän nimikirjaimet ja valmistusvuosi.

Seuraavassa kuvassa on Mauri Päivisen tekemä exlibris Helena Lepikolle.



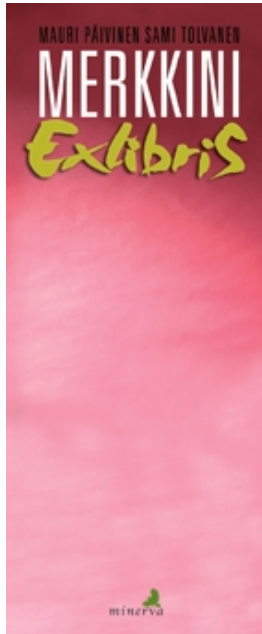
Kuva 9. Mauri Päivisen luoma exlibris Helena Lepikolle

Kuvasta näkyy kuva-aihe, kohteen nimi ja sanat Ex Libris. Mauri on signeerannut työn ja lisännyt exlibriksen valmistusvuoden 1994.

Olen tuntenut ja seurannut taiteilija Mauri Päivisen elämää vuodesta 2009 lähtien. Hän on tehnyt uransa aikana 276 exlibristä eri painotekniikoita käyttäen. Taideteosten aiheina ovat olleet muun muassa

- rouva Eeva Ahtisaari
- emeritusarkkipiispa John Vikström
- arkkipiispa Leo
- taiteilija Viktor Klimenko
- kapellimestari Osmo Vänskä
- tohtori Lasse Lehtinen
- emerituspäätoimittaja Tapani Ruokanen.

Elokuvan tarkoituksena on seurata exlibriksen syntymistä ja elävän kuvan keinoin avata katsojalle, miten symboliikka muuttuu grafiikan avulla eläväksi kuvaksi. Elokuva on Päivisen ja Yleisradion mukaan ensimmäinen laatuaan. Elokuvan synopsiksena toimii Päivisen vuonna 2004 suunnittelema Merkkini Exlibris -kirja (kuva 10), jossa taiteilija esittelee 120 suunnittelemaansa exlibristä. Elokuvan kohderyhmänä ovat exlibriksistä, taiteesta ja kulttuurista kiinnostuneet henkilöt.



Kuva 10. Merkkini Exlibris -kirjan kansi

Elokuvan ohjaajana toimii Mauri Päivinen ja itse toimin elokuvan tuottajana, kuvaajana ja editoijana. Tarpeen mukaan käytämme myös muusikoita ja muita avustavia henkilöitä elokuvan eri tekovaiheissa. Elokuvan ensimmäiset otokset on kuvattu vuoden 2010 kirjamesseilla, jonka jälkeen Päivinen on kehittänyt ideaa ja tehnyt elokuvalla käsikirjoitusta. Tämän osion tarkoituksena on tehdä elokuvalla rahoitussuunnitelma, joukkorahoituksen kampanjasivu sekä kampanjavideo.

3.2 Rahoituksen suunnittelu

Jotta tarvittavaa rahoitusta voidaan hakea, on tiedettävä, mitä elokuvalta vaaditaan. Vaadittavia asioita ovat muun muassa raha, aika, henkilöstö ja kalusto. Vaadittavien resurssien arvioiminen kuuluvat tuottajan tehtäviin. Tässä osiossa käydään läpi rahaan liittyviä työkaluja, joiden avulla tuottaja voi hallita kassavirtoja paremmin sekä saada rahoitusta rahoittajilta.

Rahoitusta eri rahoittajilta haettaessa vaaditaan käsikirjoituksen lisäksi yleensä kolme asiakirjaa. Näitä ovat budjetti, rahoitussuunnitelma ja tuotantosuunnitelma. Budjetti määrittelee vaadittavan rahamäärän, jotta elokuva on mahdollista tehdä. Rahoitussuunnitelma määrittää, kuinka paljon eri rahoittajilta tulee rahaa budjetissa määriteltä rahoitustarvetta varten. Tuotantosuunnitelma sisältää tiedot elokuvan tekijöistä, alustavan tuotantoaikataulun, levityssuunnitelman sekä alustavan rahoitussuunnitelman. Ulkomaisia tukia hakiessa voidaan vaatia myös mahdollisten tulojen arviointia, mutta sellaisista papereista ei ole tällä alalla juurikaan hyötyä. (Aaltonen 2011, 137–147; Simonen 30.4.2015.)

3.2.1 Rahoitustarve

Elokuvan rahoitustarvetta miettiessäni käytin apuna taulukkoa 10. Taulukosta selviää Yleisradion käyttämät laskutushinnat eri työntekijöille.

Työtehtävä	€ / tunti
ohjaaja	50
kuvaaja	40
äänisuunnittelija	45
äänitarkkailija	40
kuvaussuunnittelija	45

Taulukko 10. Yleisradion laskutushinnat ulkopuolisilta asiakkailta (alv 0 %)

(Kempas 23.4.2014)

Yleisradion taulukosta sain pohjaa eri osa-alueiden hinnoittelulle, jonka jälkeen aloitin budjetin rakentamisen. Elokuva-alalla on useita budjetointiohjelmia, joista kansainvälisesti katsottuna yleisimpiä ovat Moviemagic Budgeting ja Gorilla. Näiden hinnat vaihtelevat 180 ja 500 euron välillä. Ostin Gorilla-ohjelman ja rakensin budjettipohjaa ohjelman valmiista pohjasta yhdistäen siihen saamiani suomalaisten elokuvan budjettimalleja. Budjetissa (taulukko 11) on otettu huomioon vain tuotannon osuus. Markkinointi sekä sponsorietauina saatavat hotellimajoitukset on jätetty budjetin ulkopuolelle.

Taulukko 11. Exlibris – Symbolien salaisuus -elokuvan tuotantobudjetti euroina

TUOTANTOBUDJETTI

Kategoria	Määrä
Käsikirjoitus ja oikeudet	800
ESITUOTANTO YHTEENSÄ	800
Tuotantohenkilöstö	600
Ohjaus	11 600
Kuvaus (sis. kalusto)	4 650
Äänitys (sis. kalusto)	3 920
Setin operoijat	50
Setin lavastus	150
Lokaatioiden kulut	420
Matkat	1 800
TUOTANTO YHTEENSÄ	23 190
Editointi	9 110
Musiikki	800
Äänen jälkituotanto	750
JÄLKITUOTANTO YHTEENSÄ	10 660
Varaus satunnaisiin kuluihin @ 10 %	3 465
Vakuutukset	450
Yleiset ja hallinnolliset kulut	3 075
MUUT YHTEENSÄ	6 990
KAIKKI YHTEENSÄ	41 640
SIS. ALV 24 %	51 634

Taulukon vasempaan laitaan on listattu tuotannon kuluerien nimet ja oikealle euromääräiset summat. Taulukosta nähdään, että esituotanto tarvitsee 800 euroa, tuotanto 23 190 euroa ja jälkituotanto 10 660 euroa. Muut kulut ovat 6 990 euroa, joka sisältää toimiston vuokran, puhelinkulut, muita pienkuluja sekä 10 prosentin varauksen satunnaisiin kuluihin. Näistä saadaan koottua elokuvalla 41 640 euron budjetti, joka 24 prosentin arvolisäveron kanssa on 51 634 euroa.

3.2.2 Rahoituksen lähteet

Tässä kappaleessa on mietitty elokuvalla sopivia rahoituksen lähteitä ja mahdollisesti saatavia rahamääriä Suomen levitystä ajatellen. Rahoitusta etsittäessä asiaa helpottaa, että elokuvan budjetti on huomattavasti keskiarvoa alhaisempi.

Yleisradio

Astalan (22.4.2015) mukaan dokumenttielokuvia tuetaan joitakin kymmeniä tuhansia tai toisen määritelmän mukaan selvästi alle puolet. Näiden perusteella 9 000 euroa olisi sopiva summa ja vastaa noin 17,7 prosenttia kokonaisbudjetista.

AVEK

AVEK:n tarjoamista tuista projektielokuvan kannalta ajankohtaisia olivat tuotantotuki sekä jälkituotantotuki. Koska tuotantotukea ei tänä vuonna 2015 tarjota dokumenttielokuville, on teosta esiteltävä mediataidetuotantona. Kuten sivun 19 taulukossa 5 mainittiin, on tuotantotuki mediataidetuotannoille ollut 1 700–14 750 euroa ja jälkituotantotuki 1 000–6 000 euroa. Tämän pohjalta voidaan ajatella, että 10 000 tuotantotukeen ja 4 000 jälkituotantotukeen olisivat mahdollisia. Tuotantotuella ei ole kiinteitä määräaikoja, joten päätin hakea elokuvalla ensin 10 000 euron tuotantotukea. Liitteessä 6 on listattu tukihakemuksiin vaadittavat liitteet. (AVEK 2015d.)

Suomen elokuvasäätiö

Tarkastellessani Suomen elokuvasäätiön myöntämien tuotantotukien määrää vuosina 2007–2014, alle tunnin mittaisten dokumenttielokuvien tuotantotuki oli keskimäärin 43 018 euroa ja yli tunnin mittaisten dokumenttielokuvien tuotantotuki keskimäärin 69 957 euroa. Näiden lukujen pohjalta 20 000 euron tuotantotuki vaikuttaa sopivalta. Suomen elokuvasäätiön vaatimat hakemusliitteet löytyvät liitteestä 7. (Suomen elokuvasäätiö 2015f.)

Näytin alustavan rahoitussuunnitelman Simoselle, joka teki muutamia huomioita. Elokuvasäätiön tuotantotuki oli kokonaisuudesta noin 39 prosenttia budjetista: alussa tuotantotuen olisi hyvä olla 50 ja 70 prosentin välillä eli mieluummin yläkanttiin. Näin ollen on pelivaraa, jos säätiö ei lähdekään tukemaan niin isolla summalla. Toisena huomiona tuli se, että AVEK:n tuotantotukea ja jälkituotantotukea ei voi hakea samaan aikaan. Lisäksi yhden talon rahoituksen tulisi olla suunnitelmassa samalla rivillä. Kolmas huomio oli muun mahdollisen rahoituksen rivi, joka olisi hyvä saada esimerkiksi omarahoitusosuuden sisälle. (Simonen 30.4.2015.)

Näiden neuvojen pohjalta siirsin muun mahdollisen rahoituksen osuuden sekä AVEK:n jälkituotantotuen osuuden elokuvasäätiön osuuteen. Näin ollen elokuvasäätiön osuus saatiin 20 000 eurosta 25 180 euroon, mikä muodosti 49,7 prosenttia kokonaiskuluista.

Seuraavaan taulukkoon on koottu lopullinen, eri rahoituksen lähteistä muodostuva rahoitussuunnitelma.

Taulukko 12. Exlibris – Symbolien salaisuus -elokuvan rahoitussuunnitelma

Yle TV1 / ennakko-osto	9 000
AVEK	10 000
SES tuotantotuki	25 180
NB Seinä	3 500
Arvotuotanto Ky -omarahoitus	1 500
joukkorahoituskampanja	1 546
KOKO RAHOITUS	50 726

Taulukosta nähdään kolmen tärkeimmän lähteen arvioidut tukiosuudet. Näiden lisäksi on saatu tukea NB Seinältä 3 500 euroa sekä tuotantoyhtiö Arvotuotanto Ky:ltä 1 500 euroa. Tulevaisuudessa rahoitusta odotetaan saatavan myös joukkorahoituskampanjasta 1 546 euroa. Näin ollen kokonaisrahoitukseksi muodostuu 50 726 euroa sisältäen verot. Joukkorahoituksen osuus on arvioitu selkeästi alakanttiin, jotta se ei syö mahdollisia tukia ilmaisen rahan lähteiltä.

Sponsorit

Budjetin ulkopuolelle jätetyt yhteistyötahot tulevat osaltaan auttamaan elokuvan teossa. Granolta tulemme saamaan kopiointi- sekä skannauspalveluita ja Hartolan Linna -hotellilta majoitus- ja ruokapalveluita kuvausmatkoilla. Hartolan museo tarjoaa galleriatilan, jossa voimme kuvata elokuvaa varten taiteilijan työhuonetta ja näyttelyn kokoamista kuvaavat kohtaukset. Sponsoreita mietittäessä on pidettävä mielessä Yleisradion rajoitukset sponsoroimista koskien. Itse elokuvassa ei sponsoriyhtiöitä saa mainostaa, mutta oheismateriaalissa ja dvd:n kansissa se on mahdollista.

3.2.3 Maksuvalmiussuunnitelma

Taulukkoon 13 on laadittu Exlibris – Symbolien salaisuus -elokuvalle yhden kuukauden maksuvalmiussuunnitelma. Koko laskelma löytyy liitteestä 8, joka on jaettu kahdeksan kuukauden ajalle kesäkuusta 2015 tammikuuhun 2016 asti.

Taulukko 13. Exlibris – Symbolien salaisuus -elokuvan maksuvalmiussuunnitelma kesäkuulle 2015

RAHOITUS	BUDJETTI	6/2015
ALKUKASSA		-
Yle TV1 / ennakko-osto	9 000	9 000
AVEK	10 000	10 000
SES tuotantotuki	25 180	25 180
NB Seinä	3 500	3 500
Arvotuotanto Ky –omarahoitus	1 500	1 500
joukkorahoituskampanja	1 546	773
KOKO RAHOITUS	50 726	49 953
KUSTANNUKSET	BUDJETTI	6/2015
Käsikirjoitus ja oikeudet	992	992
Tuotantohenkilöstö	1 190	149
Ohjaus	14 384	2 100
Kuvaus (sis. kalusto)	5 766	1 442
Äänitys	4 861	1 215
Setin operoijat	62	62
Setin lavastus	186	93
Lokaatioiden kulut	521	130
Matkat	2 232	500
Editointi	11 296	500
Musiikki	992	
Äänen jälkituotanto	930	
Varaus satunnaisiin kuluihin	4 297	
Vakuutukset	558	558
Yleiset ja hallinnolliset kulut	2 459	307
KOKONAISKUSTANNUKSET	50 726	8048
LOPPUKASSA		41 905 €

Jokainen kuukausi alkaa alkukassasta, johon lisätään rahoituslähteistä saatavat rahat. Tästä summasta vähennetään kuukausittaiset kustannukset ja erotus lisätään seuraavan kuukauden alkukassaan. Kahdeksan kuukauden tarkastelujakson lopuksi kassa jää tyhjäksi.

Simonen (30.4.2015) kehotti myös pohtimaan arvolisäveron liikkeitä. Yleensä arvolisävero ei näy laskelmissa eikä sitä vaadita, mutta se on hyvä pitää mielessä ainakin pidemmissä tuotannoissa, jotta yllätyksiltä vältytään.

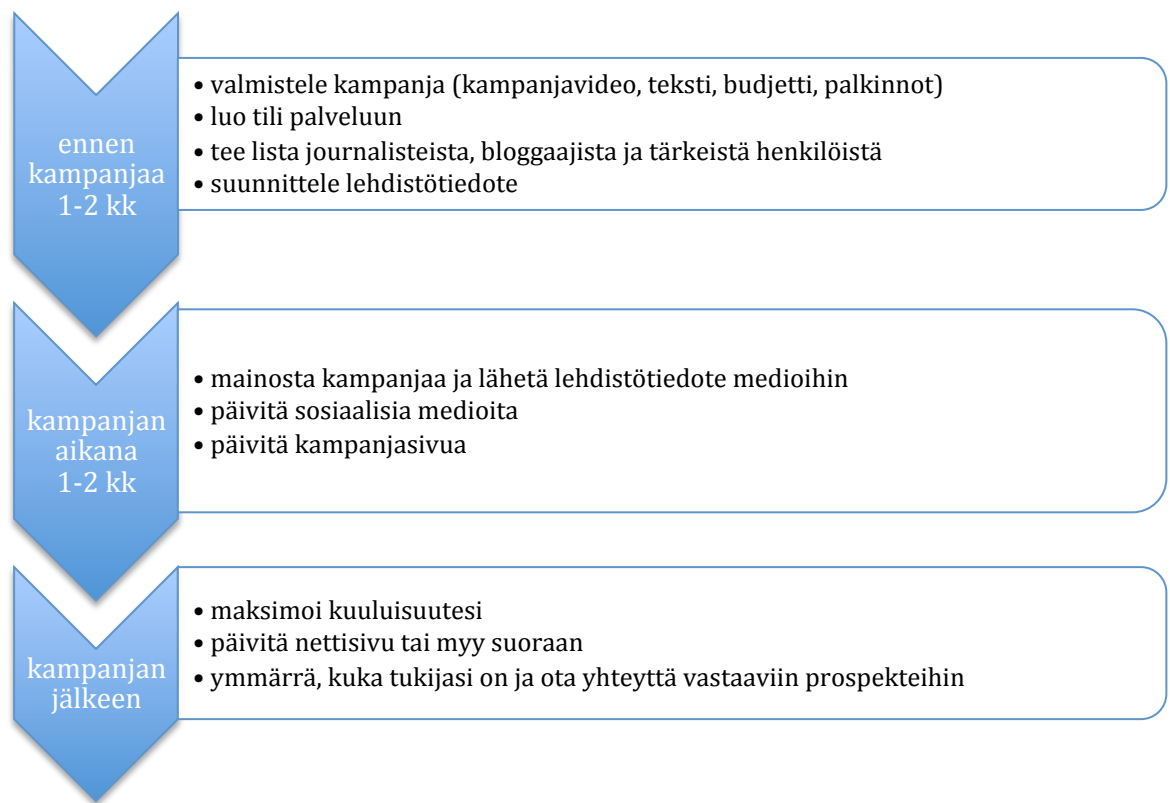
3.2.4 Tuotantosuunnitelma

Kun budjetti ja maksuvalmiussuunnitelma on tehty, on elokuvasta mahdollista tehdä tuotantosuunnitelma (liite 9). Tuotantosuunnitelmaan on koottu elokuvan lyhyt kuvaus, tekijät, tuotannon aikataulu, levityssuunnitelma ja rahoitussuunnitelma. Tuotantosuunnitelma antaa nopeasti oleelliset tiedot elokuvasta mahdollisille rahoittajille.

3.3 Joukkorahoituskampanja

3.3.1 Kampanjan rakenne

Joukkorahoituskampanjan suunnittelu on hyvä aloittaa jo hyvissä ajoin ennen kampanjan julkaisua. Kampanja voidaan tuotannon tavoin jakaa kolmeen vaiheeseen, jotka kuvaillaan kuviossa 5.



Kuvio 5. Joukkorahoituskampanjan aikataulutus (Tresca 2014,18)

Kuviosta nähdään, että kampanjan suunnittelu on hyvä aloittaa 1–2 kuukautta ennen kampanjan käynnistämistä. Suunnitteluun kuuluu joukkorahoitussivun ja -videon tekeminen sekä kohderyhmään vaikuttavien medioiden ja bloggaajien löytäminen ja kontaktointi. (Tresca 2014,18.)

Aikaisemmin Googlella on ollut oma hakukone, jonka avulla voi etsiä kampanjan kohde-ryhmälle sopivia blogeja eri asiasanoilla. Nyt se on lopetettu, mutta Googlen kuvahaun ja suomalaisten blogihakujen (blogilista.fi, blogihaku.com) kautta on mahdollista edelleen etsiä sopivia blogeja, joiden tekijöille omaa projektia voi mainostaa.

Myös lehdistötiedote on hyvä luoda ja lähettää eri medioihin. Liitteessä 10 on projektielokuvan kampanjaa varten tehty lehdistötiedote, jossa kerrotaan hankkeesta sekä mukana olevista exlibriksistä. Edellä mainittujen toimien lisäksi on rakennettava kampanjasivun tekstiosuus ja suunniteltava kampanjassa myytävät palkinnot. Palkintoja miettiessä on myös laskettava, että niistä jää myös jotain itselle (Puskala 6.3.3015).

Kampanjan aikana kampanjaa tulee mainostaa ja sosiaalisiin medioihin on hyvä luoda uutta sisältöä hankkeeseen liittyen. Myös kampanjasivua tulee päivittää aiheeseen liittyvillä uutisilla. Joissakin tapauksissa on suoramainoksia lähetetty faksilla, jos se on ollut kyseisen yrityksen kohde-ryhmälle tuttu vaihtoehto. Elokuvien ja pelien markkinoinnissa puolestaan on hyvä käyttää sosiaalista mediaa. Näiden lisäksi osa yrityksistä järjestää myyntitilaisuuksia, jossa hanketta esitellään. Henkilökohtaisten tapaamisten hyvä puoli on se, että vain muutamat saavat tietää epäonnistumisesta, kun taas tieto internetissä tehdyssä kampanjassa epäonnistumisesta leviää laajalle. (Puskala 6.3.3015; Pietrantonio 29.1.2015.)

Autolla Nepaliin -elokuvan tapauksessa sosiaalinen media oli hyvin tärkeä. Sosiaalisessa mediassa persoonaan liittyvät jutut ovat tärkeitä ja elokuvaa edustanut Juho Leppänen oli hyvä omalla tyylillään, hän osasi ottaa yleisön ja fanit. Kampanjat liittyvät henkilökemiaan ja voivat myös kääntyä itseään vastaan, jos joku ei pidä kampanjoijan naamasta tai tavasta tehdä asioita. Yleensä kuitenkin vaaditaan, että joku laittaa persoonansa peliin ja takaa onnistumisen. (Norvanto 10.2.2015.)

Kampanjan jälkeen ainakin Indiegogon joukkorahoituspalvelun voi vaihtaa verkkokaupaksi. Tällöin ei kerätä enää tavoitetta varten, mutta osaa tuotteista voi ostaa itselleen. Vaihtoehtoisesti tuotteen voi laittaa myyntiin omille sivuille ja jälleenmyyjille. Joukkorahoituskampanjaan osallistuneille henkilöille voi tehdä markkinatutkimusta ja selvittää, mistä löytyy heidän kaltaisiaan ostajia. (Puskala 6.3.3015.)

Erkki Tuominen ja Tauno Piironen vierailivat toimistolla ja lupasivat auttaa markkinoinnissa omien exlibrisyhdistystensä jäsenille neljä kertaa vuodessa ilmestyvän lehden avulla. Olemme myös yhteydessä kansainväliseen exlibrisyhdistys FISAE:en (International Federation of Ex-libris Societies) tärkeiden kontaktien saamiseksi. Näiden lisäksi markkinointia

tullaan kohdistamaan exlibriksistä kirjoittaviin blogeihin ja lehtiin sekä tv- ja radiokanaviin. Myös taidefilmien tekijöiden ja taideoppilaitosten kautta uskon saavani tietoa elokuvasta oleellisille tahoille.

3.3.2 Joukkorahoituksen hyödyt

Joukkorahoituksen hyötyihin kuuluvat muun muassa

- idean laadun todentaminen
 - rahan ja muiden resurssien kerääminen
 - projektin seuraajien lisääntyminen
 - tuotteen kehittäminen kohderyhmän toiveiden mukaiseksi
 - kohdemarkkinoiden löytäminen tuotetta/elokuvaa varten
 - interaktiivisen kanssakäymisen mahdollisuus jokaisen asiakkaan kanssa.
- (Dean 2012, 106; Lawton & Marom 2013, 75.)

Ideaalitulanteessa jostakin tuotteesta tai aiheesta kiinnostunut henkilö lähtee rahoittamaan hanketta valitsemallaan summalla ja lähettää tapahtumasta ilmoituksen sosiaalisen median kautta. Näin ostajasta saadaan myös tuotteen markkinoija ja sanoma joukkorahoituskampanjasta voi levitä jopa tuhansille aiheesta kiinnostuneille seuraajille. Toisaalta hankkeen tukijat voivat toimia yhteisönä ja antaa tuotteeseen ideoita. Elokuvan tapauksessa tukijat voivat esimerkiksi katsoa sen ennakkoon ja antaa palautetta, jotta siitä voidaan tehdä parempi.

Suomalainen 15 miljoonan euron Iron Sky -elokuva on myös nähnyt joukkorahoituksessa selkeitä hyötyjä, minkä vuoksi hekin ovat lähteneet keräämään rahaa joukkorahoituksella. Elokuvarahoitus on muutoksessa ja ison budjetin elokuvalla on vaikeaa saada ennakkorahoitusta keräämällä rahaa useista maista. Tämä yhdessä dvd-myyntin romahtamisen kanssa on hankaloittanut ennakkorahoituksen saamista huomattavasti. Toiseksi maailmanlaajuinen fanipohja hankaloittaa elokuvan saamista faneille yhtä aikaa ja näin ollen Iron Sky -elokuva on ryhtynyt hakemaan muita perinteisestä poikkeavia kanavia rahoitukseen ja levitykseen. Joukkorahoitus ei ole ainoa oikea ratkaisu, mutta Iron Skyn tekijät ovat todenneet sen parhaaksi, sillä se hyödyntää internetin etuja. Tuotantoyhtiö voi olla vapaampi ja riippumattomampi levityksessä, sillä joukkorahoitus mahdollistaa suoran tuotteiden ennakkomyynnin kuluttajille jakelijoiden sijaan. Näin ollen levittäjät eivät voi vaikuttaa elokuvan sisältöön ja julkaisuaikoihin. Jos elokuva ilmestyisi täysin eri aikaan eri maissa, kaukana asuvat fanit hankkisivat sen laittomasti ennen virallista julkaisua. Elokuvan kuvausten jälkeen Iron Skyn tuottajat aikovat myös järjestää joukkorahoituskampanjan, jossa myydään elokuvassa käytettyjä asuja faneille. Myös tällä tavoin saadaan lisää rahaa, jota muutoin ei olisi mahdollista saada. (Puskala 6.3.2015.)

Edellä mainittujen seikkojen lisäksi joukkorahoituskampanja auttaa kartoittamaan markkinoiden kysyntää ja siirtämään tuotannon toimenpiteitä, kunnes tilaus on saatu (Lawton & Maron 2013, 75). Esimerkkelokuvaa mietittäessä tämä auttaa tarvittavan dvd-tilausmäärän ennakkointia ja ensi-iltaesitykseen vaadittavan tilan koon arviointia ennakkoon. Myös aiheesta kiinnostuneiden ihmisten yhteystietojen keräyksellä tulevia projekteja varten uskon olevan jatkossa hyötyä. Esimerkiksi exlibris-yhdistysten käydessä toimistolla esitin idean exlibristen tekemistä käsittelevästä oppaasta tai opasvideosta, ja ne saivat myönteisen vastaanoton.

3.3.3 Joukkorahoituksen heikkoudet ja sudenkuopat

Usein vastikkeesta muodostuvia kustannuksia ei lasketa tarpeeksi tarkkaan. Postituskulut tai vastikkeiden valmistuskulut voivat viedä kampanjan jopa miinukselle. Esimerkiksi Iron Skyn kampanja myi lautapeliä Eurooppaan 40 eurolla, mutta muualle hinnan piti olla 90 euroa, jotta postikulut saatiin katettua. On myös laskettava kampanjaan kulunut työaika. Iron Sky -elokuvan kampanjan aikana 6–7 ihmistä hoiti kampanjaa ja teki lisäsisältöä. Varsinaista kampanjaa edelsi 1–2 kuukauden ennakkovalmistelu. Kampanjaa ei kannata sijoittaa vuodenvaihteen lähistölle, sillä silloin yleisön rahat kuluvat lahjoihin ja matkoihin. Myös Norvanto (10.2.2015) on sitä mieltä, että työtä joutuu tekemään joukkorahoituksessa paljon esimerkiksi yhden hyvän sponsorin hankkimiseen verrattuna. (Ruisaho 6.3.2015; Puskala 6.3.2015.)

Itse huomasin käytännön puutteen avatessani tilejä eri palveluihin. Missään vaiheessa ei varmistettu henkilöllisyyttäni. Näin ollen esimerkiksi tekaistulla nimellä esiintyvät ihmiset voisivat laittaa rahat omaan taskuunsa ja huijata rahat hyväuskoisilta tukijoilta. Kansainvälisiä palveluita on lisäksi niin runsaasti, että on vaikea tietää, kuinka laillisesti ne toimivat ja minne rahat oikeasti menevät. Tämän vuoksi on hyvä selata internetistä käyttäjäkokemuksia eri palveluista.

Myös Finanssivalvonta (2013, 12) on tiedottanut joukkorahoituksen riskeistä toimittajatapaamisessaan. Riskitekijöitä sijoittajien kannalta ovat

- luottoriskit
- operatiiviset riskit
- markkinariskit
- juridiset riskit
- väärinkäytös- ja huijausriskit.

Nämä seikat on hyvä pitää mielessä joukkorahoituspalvelua valitessa ja kampanjaa tehtäessä oman sivuston kautta. Tärkeää on tiedottaa tuotteisiin ja niiden arvoon tai toimitusaikaan vaikuttavat seikat totuudenmukaisesti tukijoille.

3.3.4 Kampanjasivu

Tresca (2014, 194) on listannut kampanjasivun tärkeimpiä sisältöjä ja mietinnän aiheita. Ensimmäisenä tulisi kertoa, keitä kampanjan takana olevat henkilöt ovat ja miksi he ovat oikeita ihmisiä toteuttamaan kyseessä olevaa projektia. Seuraavaksi tulee kertoa tuotteesta ja mitä ainutlaatuisia etuja se tuo ostajalle. Sivustoa laatiessa tulee ajatella tyypillistä tukijaa ja syitä, miksi hänen pitäisi olla kiinnostunut tästä projektista. Tukijoita ajatellen tulee miettiä, onko erilaisia palkintoja tarpeeksi ja ilmoittaa, milloin tukijat saavat omat palkintonsa. Myös rahojen kohde tulisi ilmoittaa selkeästi samoin kuin se, mitä tapahtuu, jos rahaa tulee tavoitetta enemmän. Viimeiseksi tulee miettiä onko video tarpeeksi houkutteleva. (Tresca 2014, 194–195.)

Myös Norvanto (10.2.2015) on samoilla linjoilla, sillä hänen mielestään kampanjasivulla on vastattava seuraaviin kysymyksiin:

- Miksi kyseinen projekti tehdään?
- Miksi projekti on tärkeä?
- Ketä se hyödyttää?
- Mitkä ovat konkreettiset hyödyt asiakkaalle itselleen?

Tunteisiin voidaan vedota, mutta ei ihminen liikutu ainoastaan siitä. Ihmisen on koettava konkreettinen hyöty, joka kampanjasta saadaan. Mitä paremmin pystyy muotoilemaan, mitä elokuvaa tukemalla saadaan aikaan ja mitä paremman vastineen rahoille pystyy antamaan, sitä helpommin ihmiset lähtevät projektia tukemaan. On pyrittävä win-win-tilanteeseen, jossa asiakas kokee saavansa enemmän kuin antaa. Tällöin kampanja menestyy todennäköisesti. (Norvanto 10.2.2015.)

Internetissä on kampanjan suunnittelun avuksi myös Krowdster-niminen palvelu, jonka tehtävänä on analysoida dataa neljästä eri palvelusta (Indiegogo, Kickstarter, Pozible ja Tubestart). Rajatessani palvelun koskemaan video- ja filmituotantoja 10 000–19 999 euron tavoitesummalla löysin muutamia hyödyllisiä ohjenuoria eri osa-alueille. Näillä ehdoilla kampanjoita löytyi vain Indiegogosta ja Kickstarterista. Keskimääräinen tekstin määrä onnistuneissa kampanjoissa oli 739–1 330 sanaa ja valokuvien määrä yhden ja seitsemän kuvan välillä. Silmämääräisesti arvioiden kuvia oli noin neljä kampanjaa kohden. Kampanjoita päivitettiin kuudesta yhdeksääntoista kertaa kampanjoiden aikana ja tukijoiden määrä oli keskimäärin 44 ja 230 tukijan välillä. Kommentteja kampanjat saivat keskimäärin Kickstarterin kuudesta Indiegogon 42 kommenttiin saakka. (Krowdster 2015a.)

3.3.5 Palkinnot

Vastikepohjaisessa joukkorahoituksessa ihmiset saavat vastineeksi jonkun palkinnon. Näitä kutsutaan myös vastikkeiksi. Itse olen esimerkiksi tukenut Lil-Mule -laitetta Kickstarter-sivuston kautta. Maksoin noin 500 euroa kampanjasivun kautta ja sain parin kuukauden päästä postissa valmiin laitteen, joka on kuin hitaasti moottorin avustuksella mateleva neliön muotoinen skeittilauta. Laitteeseen kiinnitetään videokamera ja sitä käytetään erikoisvideoefektien tekemiseen.

Suomessa toimivan Mesenaatin onnistuneet videohankkeet tarjosivat palkinnoiksi tukijoilleen muun muassa

- elokuvan tallennetta (dvd/blu-ray)
- elokuvan ladattavaa versiota
- ekstramateriaalia ja poisleikattuja kohtauksia
- aikaa tekijöiden kanssa
- aiheeseen liittyviä kasseja ja rintanappeja
- elokuvanäytöksiä.

Näistä suosituin oli elokuvan tallenteen tarjoaminen ja se esiintyi usein eri palkkiotasoilla. Esimerkiksi Maailma X -hanke tarjosi tallennetta viidessä eri palkkiotasossa ja muodosti näin pohjan, jonka päälle tuli muita tuotteita. (Mesenaatti 2015b.)

Steinberg (2012, 60–61) on listannut filmitoimialalle sopivia joukkorahoituspalkintoja eri palkintotasoille. Alhaisimmalla tasolla ovat esimerkiksi elokuvan digitaalinen lataus, dvd-tallenne, kiitos lopputeksteihin, kuvia kulissien takaa, elokuvan musiikkitalenne, t-paita ja muki. Keskitasolla voidaan tarjota esimerkiksi tuottajan nimeä lopputeksteihin, elokuvajulistetta, nimikirjoituksella varustettua käsikirjoitusta tai valokuvaa, näytöstä tai kutsua juhliin. Korkeimmalla palkintotasolla palkintona voi olla esimerkiksi pieni rooli elokuvassa, mahdollisuus toimia ohjaajan assistenttina, puhelu ohjaajan tai näyttelijän kanssa, iPad elokuvaversio kera tai henkilökohtainen elokuvanäytös.

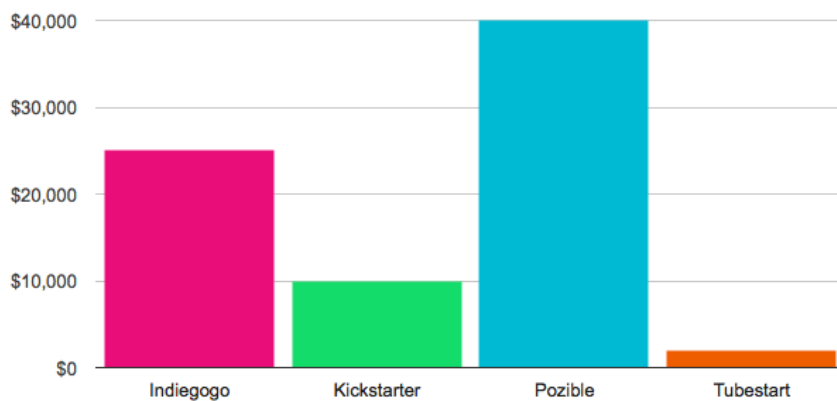
Simosen (30.4.2015) mukaan sellaiset palkinnot ovat hyviä, jotka eivät edellytä itse elokuvan valmistumista. Näin ollen vastikkeet voitaisiin toimittaa, vaikka elokuvalla kävisi huonosti. Mielestäni sellaiset palkinnot ovat hyviä, jotka houkuttelevat yleisöä vielä ostamaan lopullisen elokuvan jossakin muodossa. Toisaalta tarrojen ja t-paitojen myynti tuntuu krääsältä, jota on vaikea tehdä houkuttelevaksi yleisölle. Tämän vuoksi muiden oheistuotteiden pitäisi olla niin ainutlaatuisia tai keräilytuotteita, jotta niitä halutaan ostaa. Tästä hyvänä esimerkkinä on mielestäni Machine Soul EP -vinyyli, jossa konemusiikkiartistien ennen julkaisematonta musiikkia on koottu yhdelle vinyylilevyille (Mesenaatti 2015e).

Krowdsterin (2015) keräämä data kertoo eri palveluiden palkintotasosta seuraavan taulukon avulla.

Taulukko 14. Kymmenen parhaiten myyvää palkintotasoa (Krowdster 2015b)

	Indiegogo	Kickstarter	Pozible	Tubestart
1	\$ 25	\$ 25	\$ 50	\$ 10
2	\$ 50	\$ 50	\$ 100	\$ 5
3	\$ 100	\$ 10	\$ 35	\$ 25
4	\$ 10	\$ 100	\$ 10	\$ 50
5	\$ 20	\$ 5	\$ 25	\$ 100
6	\$ 5	\$ 20	\$ 20	\$ 15
7	\$ 30	\$ 35	\$ 55	\$ 150
8	\$ 15	\$ 15	\$ 300	\$ 20
9	\$ 35	\$ 30	\$ 5	\$ 0
10	\$ 250	\$ 1	\$ 250	\$ 1

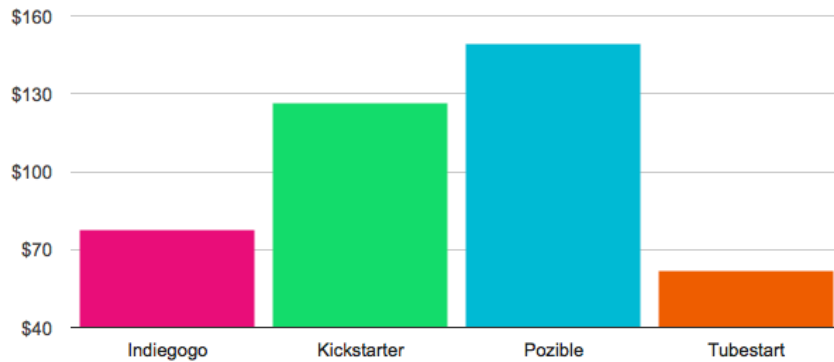
Taulukon eri sarakkeissa nähdään kunkin eri palvelun palkintotasot niin, että ylimpänä on suosituin vaihtoehto ja siitä seuraavana nähdään seuraavaksi suosituin vaihtoehto. Esimerkiksi Indiegogon suosituimmat palkintotasot ovat 25, 50 ja 100 dollaria. Huomioitavaa on se että 25, 50 ja 100 dollarin palkinnot olivat suosituimpia palkintotasoja ja ne löytyvät viiden suosituimman tason joukosta jokaisessa palvelussa. Pienimmät palkintotasot olivat 0 ja 1 dollaria, kun taas isoimmat palkintotasot on kuvattu seuraavassa kuviossa.



Kuvio 6. Arvokkaimmat palkintotasot eri palveluissa (Krowdster 2015b)

Arvokkaimmat tukitasot vaihtelivat aina Tubestartin 2 000 dollarista Poziblen 40 000 dollariin asti. (Krowdster 2015b)

Toinen osviittaa antava näkökulma on keskimääräinen tukisumma filmi ja video - kategoriassa. Keskimääräistä tukisummaa on kuvattu seuraavassa kuviossa.



Kuvio 7. Keskimääräinen filmi ja video -kategorioiden tukisumma eri palveluissa (Krowdster 2015d)

Kuvio kertoo, että Tubestartin tuki oli keskimäärin 61,98 dollaria (54,42 €) jota seurasi Indiegogon 77,28 dollaria (67,85 €) ja Kickstarterin 126,09 dollaria (110,70 €). Suurin keskimääräinen tukisumma 149,37 dollaria (131,14 €) oli Pozible-palvelulla.

Kysyin Yleisradion Astalalta (22.4.2015) yhtiön suhtautumista joukkorahoituksen palkintoihin. Hänen mukaansa voidaan vaatia tapauskohtaista tulkintaa, mutta lähtökohtaisesti kiellettyä on ainoastaan tittelien myyminen, jotka voidaan luokitella mainosluonteiseksi.

Näiden tutkimusten ja tilastotietojen perusteella tein seuraavan palkintolistan:

- 25 € - dvd 900 kpl
- 30 € - nopean tilaajan etu: dvd+lippu Helsingin ensi-iltaan 50 kpl
- 30 € - nopean tilaajan etu: dvd+lippu Turun ensi-iltaan 50 kpl
- 40 € - dvd+lippu Helsingin ensi-iltaan 150 kpl
- 40 € - dvd+lippu Turun ensi-iltaan 150 kpl
- 500 € - Nimi elokuvan lopputeksteihin 50 kpl
- 5 000 € - Nimi elokuvan apulaistuottajaksi lopputeksteihin 5 kpl

Dvd:t ja paketit on tarkoituksella hinnoiteltu melko edullisiksi. Lisäksi 50 nopeimmalle tilaajalle on kymmenen euron etu, jolla koetetaan saada nopeasti exlibrisharrastajat tietoisiksi hankkeesta.

Näiden palkintojen lisäksi on mahdollista myös taiteilija Päivisen tekemien exlibristen arvonta elokuvien näytöksissä niin, että kaksi kappaletta arvottaisiin Turun näytöksissä ja kaksi Helsingin näytöksissä. Toisena ideana tuli järjestää illallinen taiteilijan ja elokuvan tekijöiden kanssa jonkin elokuvanäytöksen yhteyteen.

Alkuperäinen idea oli pitää näytös vain Helsingissä, mutta koska exlibriksen harrastajia on paljon Turun seudulla, myös siellä päätettiin järjestää oma näytös. Tarpeen mukaan on

mahdollista myös muuttaa palkintojen määrää tai lisätä uusia palkintoja, jos joku palkintotyyppi osoittautuu menestykseksi. Seuraavassa taulukossa on kuvattu eri palkintojen tuottoja ja kuluja.

Taulukko 15. Joukkorahoituskampanjan palkintojen tuotot ja kulut sisältäen alv 24 %

Palkinnon hinta	Määrä	Yhteensä	Kulut levyistä	Muut kulut
25,00 €	900	22 500,00 €	1 093,68 €	1 350,00 €
30,00 €	50	1 500,00 €	60,76 €	575,00 €
30,00 €	50	1 500,00 €	60,76 €	575,00 €
40,00 €	150	6 000,00 €	182,28 €	225,00 €
40,00 €	150	6 000,00 €	182,28 €	225,00 €
500,00 €	50	25 000,00 €	- €	- €
5 000,00 €	5	25 000,00 €	- €	- €
			1 579,76 €	2 950,00 €
Tulot yhteensä		87 500,00 €	Kulut yhteensä	4 529,76 €

Taulukosta nähdään, että mikäli kaikki palkinnot myytäisiin, tulisi myyntituloja noin 87 500 ja kuluja 4 529,76 euroa. Näin ollen kampanja tuottaisi 82 970,24 euroa. Näihin ei ole laskettu maksutoiminnasta kertyneitä kuluja tai käytettyä aikaa. Viimeisen sarakkeen muihin kuluihin on laskettu postikuluja 1,5 euroa toimitettua dvd:tä kohden. 30 euron palkintoihin sisältyvät 500 euron muut kulut koostuvat elokuvateatterien vuokrista ja matkakuluista. Samalla summalla saa tarvittaessa myös useamman näytöksen, sillä esimerkiksi Turun tila on käytössä kello 18–24 (Nummelin 17.3.2015).

3.3.6 Kampanjavidео

Videot ovat joukkorahoituksen välttämättömyys ja muodostavat tärkeän osa kampanjan menestystä määriteltäessä. Myös videon pituudella on väliä, sillä alle kolmen minuutin videot tuovat kampanjalle 50 prosenttia korkeammat onnistumisprosentit kuin pidemmillä videoilla varustetut kampanjat. (Green 2014, 129.)

Kampanjavidео voidaan jakaa kolmeen osaan, joita ovat esittely, myynti ja työnäyte. Esittelyn tarkoituksena on kertoa mahdollisille tukijoille elokuvantekijästä ja siitä, mitä muuta hän tekee elokuvan lisäksi. Useat elokuvantekijät tekevät virheen jättäytyessään itse pois videolta. Ihmisten antaessa rahoitusta ihmisille on elokuvan rahoituksesta vastaavan henkilön erityisen tärkeää esiintyä videolla. Ensimmäisessä osassa eli esittelyssä voidaan kertoa esimerkiksi harrastuksista, työstä ja siitä, miten päätyi elokuva-alalle. Tätä seuraa myyntiosuus, joka voidaan jakaa lyhyeen projektin esittelyyn, tarkoituksen kertomiseen sekä palkintojen esittelyyn. Lyhyt projektin esittely tulisi olla korkeintaan muutaman lauseen mittainen ja siinä olisi hyvä ilmetä elokuvan juoni tai idea tiiviissä muodossa. Tarkoi-

tuksen kertomisessa tulisi kertoa, miksi on tekemässä filmiä ja mitä varten rahaa kerätään sekä muita kampanjan kannalta oleellisia tietoja. Myyntiosuuden päättää palkintojen esittely, joita mahdolliset tukijat saavat vastineeksi rahalle. Palkintoja voidaan esitellä lyhyesti myös videon avulla. Videon loppuun on suositeltavaa lisätä työnäyte esimerkiksi aikaisemmista videotuotannoista. (Trigonis 2013, 65–66.)

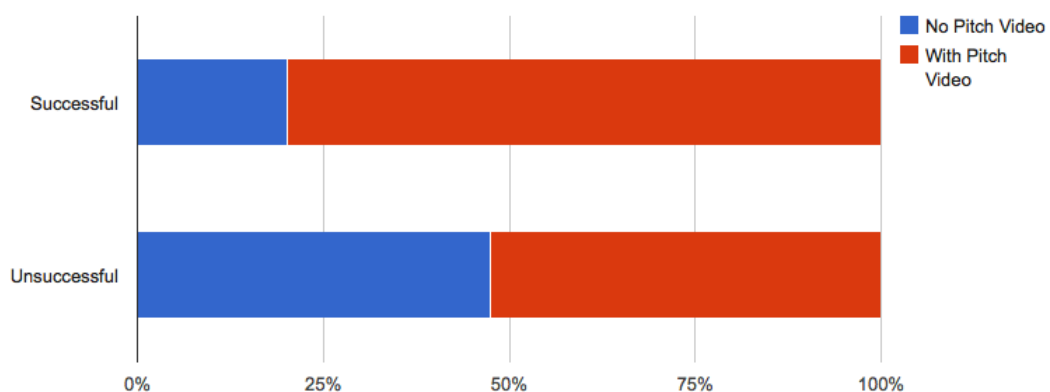
Tutkimuksen mukaan 80 prosenttia ihmisistä ei katso videota kokonaan. Tämä huomioon ottaen on asiat esitettävä mahdollisimman tiiviisti ja ajoittaa tuen pyytäminen kampanjavideon alkuun. Edellä mainittujen mielipiteiden tavoin Dean (2012, 109) kehottaa kertomaan

- miten tärkeä tämä elokuva on minulle
- miksi olen tekemässä sitä
- miten tukijat voivat auttaa elokuvan teossa.

Näihin kysymyksiin vastaamalla on mahdollisuus nostaa tulevan tuen määrää huomattavasti.

Videot ovat tärkeitä, koska niiden avulla pystyy konkretisoimaan sen, kuka rahoituksenkerääjä on ihmisenä. Valokuvat eivät riitä, vaan mahdolliset tukijat haluavat tietää videon avulla, miten elokuvantekijä toimii ja reagoi, onko hän hyvä tyyppi. Pelkät valokuvat eivät auta luotettavuuden ja uskottavuuden kehittymisessä. Videossa on hyvä laittaa persoona peliin ja olla rehdisti oma itsensä. Roolia ei voi esittää, vaan kaikki on tehtävä täysillä. Täytyy myös olla selvä konsepti, miten videot tekee. Videoita varten on suunniteltava ”julkinen minä”: kuinka elokuvantekijä esiintyy ja minkälaista infoa antaa, jotta sillä on arvoa asiakkaalle. (Norvanto 10.2.2015.)

Krowdster (2015a) on analysoinut video ja elokuvahankkeiden kampanjavideoiden vaikutusta kampanjoiden menestykseen ja saanut seuraavat tulokset.



Kuvio 8. Kampanjavideoiden osuus video- ja filmikampanjoissa, joilla on 10 000–19 999 dollarin keräystavoite (Krowdster 2015a)

Kuviosta nähdään, että menestyneistä kampanjoista 79,94 prosentilla kampanjoista oli video, kun taas vain 52,55 prosentilla epäonnistuneista kampanjoista oli video. Näin ollen kampanjavideon sisältäneet kampanjat saavuttivat minimitalvoitteensa 52,12 prosenttia paremmin.

Elokuvan kohderyhmää miettiessä tuli mieleeni, että kampanjavideolla olisi hyvä olla myös exlibris-harrastajille tunnettuja henkilöitä. Näin ollen otimme ohjaajan kanssa yhteyttä suomalaisten exlibrisjärjestöjen puheenjohtajiin, joita ovat Suomen Exlibrisyhdistyksen Erkki Tuominen ja Exlibris Aboensis ry:n Tauno Piironen. He tulivatkin katsomaan elokuvasta tehtyjä suunnitelmia ja juttelemaan aiheesta. Elokuvan näytteitä pidettiin yllättävän hyvinä ja he antoivat suunnitelmieni mukaisen videotodistuksen sijoittajia ja rahoittajia varten. Ensimmäisessä versiossa vedottiin isoihin säätiöihin ja tukijoihin, kun taas toisessa versiossa yksityishenkilöihin.



Kuva 11. Kampanjavideon kuvankaappaus Tauno Piironen osuudesta

Kuvassa nähdään kampanjasivulla oleva kuvankaappaus kampanjavideosta. Tässä Tauno Piironen vetoaa yleisöön, jotta he tukisivat hanketta. Vasemmassa laidassa on elokuvan Päivisen tekemä Merkkini Exlibris -kirja, joka toimii elokuvan synopsiksena.

Liitteessä 11 on kirjoitettu käsikirjoitus, jota noudatettiin melko tarkkaan. Videolla kuvataan tuottajan taustaa aiheeseen, sitä miksi elokuva halutaan tehdä, miten ihmiset voivat tukea hanketta ja mihin rahat käytetään.

3.3.7 Joukkorahoituspalvelun valinta

Suomessa toimivista joukkorahoituspalveluista ainoana vaihtoehtona pidän Mesenaattia, sillä Indiegogo oli koettu haastavaksi käyttää. Ajattelen, että tärkeimpiä joukkorahoituspalvelun ominaisuuksia ovat

- palvelun saavuttaman yleisön koko
- palvelun hinta
- käytettävyys tulevilla projekteilla ja liiketoiminnassa.

Mesenaatin yleisön ajattelen olevan jonkin verran hyödyksi, mutta kohdeyleisöni saa helpommin kontaktin ottamalla yhteyttä exlibrisyhdistyksiin ja kulttuurin vaikuttajiin. Palvelun hintavertailussa (taulukko 9) Mesenaatti oli yli puolet omaa sivua kalliimpi, mikä vielä korostuu toisen vuoden jälkeen. Tämänkin vuoksi oma sivu olisi järkevämpi ratkaisu varsinkin, kun osa tarvittavista laitteista ja ohjelmista on jo valmiina. Kolmas ja ehkä merkittävin asia on käytettävyys tulevilla projekteilla ja liiketoiminnassa. Joukkorahoituksella on merkittäviä mahdollisuuksia niin luovilla aloilla kuin esimerkiksi kiinteistöjen joukkorahoituksessakin. Oman yritykseni kohdalla mielenkiintona on esimerkiksi tulevien videoprojektien sekä vaimon cd-levyn joukkorahoitus jatkossa. Oma sivu antaa helpon mahdollisuuden edistää myös tulevia projekteja valmiille asiakaskunnalle. Toisaalta palvelusta voisi kehittyä luoville aloille oma joukkorahoituspalvelu, jolla olisi laaja käyttäjäkunta Suomessa.

Vuonna 2015 Jussi-palkinnon saanut Autolla Nepaliin -elokuva oli joukkorahoitettu käyttäen omaa sivustoa. Näin ollen aloin tutkia myös sitä vaihtoehtoa, että kampanjan voisi toteuttaa itse kohtuullisin kustannuksin. Internetistä löytyikin Googlen avulla useita Wordpress-teemoja vertailevia sivuja. Tärkeänä teeman ominaisuutena pidin sivuston ulkoasua sekä käännettävyyttä eri kielille. Teema on kuin kotisivun layout, joka muodostaa tärkeän osan sivustoa rakennettaessa. Etsinnän jälkeen löytyikin Franklin-niminen teema, joka oli yhteensopiva WPML-kielikäännösosan kanssa ja valitsin sen kokeilualustaksi. WPML mahdollistaa joukkorahoitussivun suomentamisen ja kääntämisen nopeasti eri kielille tarpeen tullen. (Premium WP 2015.)

Avasin joukkorahoituskokeilua varten tuotantotuki.com-osoitteen Namecheap-palvelun kautta ja noin päivän verran asensin tarvittavia lisäosia ja sisältöä, jotta sivu alkoi näyttää toivotulta. Seuraavassa taulukossa on listattuna oman joukkorahoitussivuston perustamisesta koituneet kustannukset.

Taulukko 16. Joukkorahoitussivun perustamiskustannukset

Domain	€ 12,00	/vuosi
Worpress-pohja	€ 66,96	(ikuinen)
Social-plugin	€ 45,88	(ikuinen)
Slide-plugin	€ 20,48	(ikuinen)
Yhteensä 1. vuosi	€ 145,32	

Taulukosta näkyy, että 1. vuoden kokonaiskustannuksiksi eri osioista muodostui 145,32 euroa. Kielikäännöslisäosan hinta olisi vielä noin 200 euroa, mutta sen ikuinen lisenssi oli jo ennestään hankittuna. Samoin myös tiedostojen hallinnointiin käytettävä serveri löytyi ennestään ja sen kustannus muutoin olisi noin 30 euroa kuukaudessa. Tulevina vuosina sivuston kustannukset ovat vain 12 euroa.

4 Johtopäätökset ja pohdinta

4.1 Työn prosessi ja eteneminen

Tarkoitukseni oli hakeutua maisteriohjelmaan, joka vaati ammattikorkeakoulututkintoa. Tämän vuoksi herättelin syksyllä ideaa opinnäytetyön tekemisestä tänä keväänä. Mietin, mistä aiheista olisin kiinnostunut ja päädyin elokuvan rahoitukseen ja tuotantoon. Syyskuussa kävin kuulemassa tuottajille suunnattua seminaaria, jonka seurauksena kiinnostus kasvoi. Tämän jälkeen päätin hakea jatkoaikaa opiskelua varten ja sain sen marraskuun lopussa. Melko pian tämän jälkeen tapasin opinnäytetyön ohjaajan, jonka kanssa sain lopullisen idean koottua.

Lähdin pohtimaan rahoitussuunnitelman tekemistä yritysteorian kautta käyden läpi yrityksen erilaisia rahoituslähteitä. Tästä etenin elokuvateollisuuden puolelle ja tutkin käytössä olevia rahoituslähteitä ja rahanhallinnan menetelmiä. Tärkeimpiä rahanlähteitä tutkin internetin ja haastattelujen avulla. Sain tietooni mahdolliset tukisummat projektina toimivaa elokuvaa ajatellen. Lisätietoa sain viime hetkellä tehdystä Ulla Simosen haastattelusta; Simonen on tuottanut 50 elokuvaa, joista 30 on ollut dokumentteja. Simosen haastattelusta sain paikoin tukea jo keräämälleni teorialle ja toisaalta toisen mielipiteen Norvannolta kysytyihin asioihin.

Joukkorahoituksen kampanjasivun teoriapohjaa lähdin rakentamaan alan kirjallisuuteen tukeutuen. Teoriat syventyivät Norvannon haastattelun sekä Tampereen elokuvajuhlien seminaarin myötä. Seminaarissa oli useiden onnistuneiden kampanjoiden tekijöitä, joista yksi oli Iron Skyn Puskala. Vaihtoehtoina joukkorahoituspalveluista olivat Mesenaatti ja oma sivu, joista ainakin aluksi valitsin oman sivun sen jatkomahdollisuuksien vuoksi. Valinnan jälkeen lähdin tutkimaan erilaisia sivupohjia, jonka jälkeen ostin kotisivun ja tarvittavat ohjelmalisenssit sivuston valmiiksi saattamiseksi. Kampanjasivun sisältöä rakentaessani käytin hyväkseni ohjelmasta jo aiemmin valmistettua materiaalia, jota muokkaamalla sain riittävästi tekstiä ja infoa sivulle. Palkintoja miettiessäni hyödynsin kirjallisuudesta ja haastatteluista saamaani teoriaa ja pyrin tekemään niistä kohderyhmälle sopivat ja helpot toteuttaa.

Kampanjavideota lähdin rakentamaan tutkimalla aiemmin toteutettuja videoita ja lukemalla kokemuksia aiemmin kampanjan toteuttaneilta henkilöiltä. Näiden tutkimusten ja hyväksi havaittujen kokemusten pohjalta kuvasin ensin exlibrisjärjestöjen johtajia heidän vieraillessaan studiolla, minkä jälkeen tein oman osuuteni. Kuvausten jälkeen editoin videoita

yhden kokonaisuuden, joka sisälsi myös näytteen vanhasta tuotannosta, Päivisen tekemiä exlibriksiä, nimikyltit sekä synopsiksena toimivan kirjan kannen.

4.2 Työn tulokset

Tämän työn tavoitteena oli luoda Exlibris – Symbolien salaisuus -elokuvalle rahoitussuunnitelma sekä joukkorahoituksen kampanjasivu ja kampanjavideo. Seuraavissa kappaleissa on kerrottu kustakin produktiosta lisää.

Rahoitussuunnitelma on esitetty kokonaisuudessaan taulukossa 12 ja sitä on hyödynnetty myös tuotantosuunnitelmassa (liite 9). Näiden lisäksi kävin läpi elokuvaprojektien rahanhallinnassa käyttämäni maksuvalmiussuunnitelman teorian ja tein tutkimusteni pohjalta elokuvalle maksuvalmiussuunnitelman (liite 8) ja tuotantobudjetin (taulukko 11). Edellä mainitut dokumentit ovat tärkeitä haettaessa elokuvalle rahoitusta.

Toisena tavoitteena ollut joukkorahoituksen kampanjavideo koostui kahdesta osiosta. Piironen puhe oli enemmänkin suosittelutyypinen, jonka tarkoituksena oli kehottaa tukijoita auttamaan hankkeessa. Oma osuuteni kertoi ideasta, rahojen käytöstä ja aiemmasta yhteistyöstäni Mauri Päivisen kanssa. Tutkimuksen mukaan alle kolmen minuutin videoilla on huomattavasti paremmat pärjäämismahdollisuudet, joten lopputuloksena syntyi 2 minuuttia 50 sekuntia pitkä video. Kuva 11 on kuvankaappaus Piironen osuudesta, kuva 12 omasta osuudestani.



Kuva 12. Kuvankaappaus kampanjavideon Christianin osuudesta

Koko kampanjavideo löytyy kampanjasivulta osoitteesta www.tuotantotuki.com sekä YouTubesta osoitteesta <https://www.youtube.com/watch?v=ssOetpYVzVs>.

Kolmantena tavoitteena oli tehdä joukkorahoituskampanjalle kampanjasivu. Kampanjasivu löytyy kokonaisuudessaan osoitteesta www.tuotantotuki.com. Päädyin oman sivuston tekemiseen, koska sitä on mahdollista lähteä laajentamaan myös tulevia tuotantoja ajatellen. Kampanjasivun ylälaudassa on kampanjan lyhyt tiedote, jota seuraa kampanjan tavoitetta esittävä ympyrämuotoinen grafiikka ja muut rahan liittyvät tiedot. Näiden jälkeen tulee kampanjavideon ikkuna, jonka alapuolelta löytyy pidempi selitys kampanjan kuvauksesta. Tekstiosuuksien pituus on vähän yli 800 sanaa, joka vastaa hyvin menestyksekkäiden kampanjoiden tekstiosuuksia. Kuvauksen oikealla puolella on tuoreimmat uutiset sekä valittavana olevat tukivaihtoehdot ja myyjäryityksen tiedot. Alimpana on lista tukijoista kuvien kera. Halutessaan tukijalla on myös mahdollisuus estää nimensä näkymisen tukijoiden listalla. Liitteessä 14 on kuva kampanjasivusta.

Kampanjasivun oikeasta laidasta tukija voi valita haluamansa vaihtoehdon ja painaa tuenappulaa, jonka seurauksena hän siirtyy kassasivulle. Kassasivulta hän voi vielä halutessaan muuttaa tuotteiden määrää. Tukija täyttää kassasivulla myös omat tietonsa ja luo palveluun tilin. Tilinluontimahdollisuuden tein pakolliseksi, sillä sen avulla toivon tukijoiden tukevan myös muita hankkeita jatkossa. Vaihtoehtoisesti tukija voi täydentää omat tietonsa sosiaalisen median avulla. Viimeiseksi tukija hyväksyy tilausehdot ja painaa ostappulaa, joka ohjaa hänet PayPal-maksupalveluun. Maksun jälkeen saan sähköpostiini tiedot tilauksesta ja tilaaja saa kuitin tilauksesta omaan sähköpostiinsa.

Haaga-Helian ja Invesdorin järjestämällä osakepohjaisen joukkorahoituksen kurssilla syntyi myös kampanjasivu mahdollista osakeantia varten. Osakeanti olisi hyödyllinen yrityksen laajentuessa suurempien budjettien vaatimiin elokuviin. Invesdorin sivua oli helppo käyttää ja sähköpostin välityksellä tuli päivittäiset raportit sivuston kävijöistä. Kuvat kampanjasivusta löytyvät liitteestä 5.

Varsinaista vastikepohjaisen joukkorahoituksen kampanjaa ei voitu toteuttaa opinnäytetyön tekemiseen tarjotun ajan puitteissa. Toisaalta eduskuntavaalien kanssa kilpailu rahan ja huomion keräämisessä ei tuntunut järkevältä ja toisaalta opinnäytetyön palauttaminen tulee antamaan paremmat edellytykset kampanjan toteuttamista varten sen vaatiman ajan vuoksi.

4.3 Tavoitteiden saavuttaminen

Elokuvan rahoituksen osalta oppimiseni kannalta uutta tärkeää tietoa olen saanut useista elokuvan tuottamiseen ja rahoitukseen liittyvistä teoksista sekä luennoilta. Erityisen tärkeänä pidän kuitenkin Jouko Aaltosen kirjaa, joka kokoaa dokumenttielokuvan rahoituksen kannalta tärkeät tahot ja menetelmät yhteen. Myös Simosen haastattelu tarjosi merkittävää tietoa, joka vastaa tämän päivän tilannetta dokumenttielokuvan rahoitusmarkkinoilla. Opinnäytetyön aikana olen oppinut useita asioita vaadittaviin rahoitussuunnitelmiin ja -dokumentteihin liittyen, aion hyödyntää niitä myös tulevilla projekteilla ahkerasti. Näitä samoja asioita varten olen myös hakenut Aalto-yliopiston tv- ja elokuvatuotantolinjalle opiskelemaan. Opinnäytetyöstä on varmasti apua myös muille elokuvan teosta ja dokumenttielokuvan rahoituksesta kiinnostuneille henkilöille, jotka kamppailevat samojen kysymysten parissa.

Joukkorahoituksen osalta olen oppinut huomattavasti lisää Invesdorin ja Haaga-Helian järjestämällä kurssilla, jonka osana tekemäni osakepohjanen joukkorahoitussuunnitelma elokuvatuotantoyhtiölle oli tuomarien valinta toteuttamiskelpoisimmaksi ideaksi. Myös Tampereen elokuvajuhlien yhteydessä järjestetty luento joukkorahoituksesta antoi lisätietoa joukkorahoituksen eri hyödyntämistavoista. Tärkeä osa oli myös Miika Norvannolla, joka kertoi näkemyksistään ja antoi kritiikkiä joukkorahoituskampanjaani liittyen.

Kaiken kaikkiaan opinnäytetyö on opettanut minulle laajasti juuri niitä asioita, joita olen halunnut oppia ja antanut paremmat edellytykset käyttää julkista tukea ja joukkorahoitusta käynnissä olevassa sekä tulevissa elokuvatuotannoissa.

4.4 Toteutustapa

Teorian pohjana on käytetty alan kirjallisuutta ja artikkeleita. Haastatteluissa on käytetty puolistrukturoitua teemahaastattelua, jossa kysymyksiä on esitetty myös varsinaisten liitteistä 12 ja 13 löytyvien kysymyslistojen lisäksi. Haastattelut on toteutettu puhelimitse ja henkilökohtaisten tapaamisten avulla niin, että haastattelut on tallennettu ja purettu kotona opinnäytetyön eri kohtiin.

4.5 Tutkimuksessa esiin nousseita ongelmia

Elokuvatuotannon rahoituksen teoriaa tutkiessani törmäsin useiden tuottajien haluttomuuteen olla mukana opinnäytetyössä ajan vähyyden tai haluamieni taloustietojen vuoksi. Myös Suomen elokuvasäätiöstä sain melko heikosti apua, sillä dokumenttielokuvien tuotantoneuvoja tuntui olevan hyvin kiireinen ja jopa sanoi, ettei aio minua auttaa tittelistään

huolimatta. Onneksi sain haastateltua Miika Norvantoa sekä Ulla Simosta, jotka antoivat arvokasta tietoa elokuvan rahoitukseen ja joukkorahoitukseen liittyen.

Tutkimuksen perinpohjaista analyysiä ajatellen opinnäytetyön kesto on rajattu puoleen vuoteen. Näin ollen tulosten raportointi sekä matkan aikana ilmenevien kehitysehdotusten lisääminen työhön ei ole tämän syvemmin mahdollista. Toisaalta se antaa muille mahdollisuuden keskittyä tarkemmin esimerkiksi joukkorahoituksen tietyn osa-alueen tutkimiseen.

Erään takaiskun koin myös kampanjavideota tehdessä, kun toinen exlibrisjärjestöistä ei halunnutkaan olla mukana kampanjavideolla. Jo kertaalleen tehty video piti editoida uudelleen niin, että kyseisen järjestön edustajaa ei siinä näy. He olivat yhdistyksen hallituksen kokouksessa päättäneet, etteivät voi mainostaa yksittäistä rahoitushanketta. Kuitenkin nopean asian korjauksen ansiosta välimme eivät ehtineet viiletä liikaa ja uskon yhteistyön olevan heidän kanssaan mahdollista tulevaisuudessa, kun elokuva on lähempänä valmistumista.

4.6 Reliabiliteetti ja validiteetti

Reliabiliteetti tarkoittaa tulosten pysyvyyttä ja tutkimuksen kykyä antaa tuloksia, jotka eivät ole sattumanvaraisia. Validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä eli kykyä mitata sitä, mitä oli tarkoituskin mitata. (Vilka 2007, 177–179.)

Rahoituksen suunnittelun kirjallisuuslähteinä on käytetty tunnettuja suomalaisia teoksia, joiden pohjalta teoria voidaan kuvata toimivaksi ja toistettavaksi. Joukkorahoituksen osalta validiteettia huonontaa mielestäni tutkimuskirjallisuuden alkuperä: kirjallisuus käsittelee pääasiassa Yhdysvaltojen tilannetta. Näin ollen kirjallisuudessa ei ole esimerkiksi tutkittu joukkorahoituksen toimivuutta suomalaista palvelua käyttäen. Toisaalta suomalaiset asiantuntijat toivat tarvittua näkökulmaa ja heidän kokemuksensa onnistuneista suomalaisista joukkorahoitushankkeista nostivat osuuden luotettavuutta. Työn alkuperäinen idea oli tutkia elokuvan rahoitusta yleensä, mutta päätin rajata työn koskemaan ainoastaan dokumenttielokuvia niin hyvin kuin se vain oli mahdollista. Dokumenttielokuvaan liittyen haastateltavana oli Ulla Simonen, jolla on 30 dokumenttielokuvan kokemus. Näin on varmistettu, että työ vastaa suomalaisen dokumenttielokuvan rahoitusrakennetta.

Kaikkien kolmen tuotoksen eli rahoitussuunnitelman, joukkorahoituksen kampanjasivun ja kampanjavideon tekemiseen on käytetty laajaa teoriapohjaa, jonka jälkeen Miika Norvanto ja Ulla Simonen ovat vielä arvioineet tuotoksia. Arvioiden jälkeen tuotoksia paranneltiin kehitysehdotuksien pohjalta.

Edellä olevan perusteella voi arvioida työn validiteetin ja reliabiliteetin vastaavan työn luonteen mukaisia vaatimuksia.

4.7 Jatkoimenpiteet

Kesän aikana 2015 aion toteuttaa joukkorahoituskampanjan ja markkinoida elokuvaa. Kevään aikana heräsi kipinä toteuttaa lisäksi osakepohjainen joukkorahoitus elokuvayhtiölle: tätä varten tekemäni suunnitelma on jo pitkällä. Se toteutunee kuitenkin aikaisintaan muutaman kuukauden kuluttua.

Opinnäytetyön tekoprosessissa olisin halunnut tarkemmin päästä tutkimaan, miten tehdä eri rahoittajille menestyksekkäitä rahoitushakemuksia, joilla voisi saada mahdollisimman paljon tukea. Tämän haluaisinkin antaa tuleville päättötyön tekijöille tutkimuksen aiheeksi. Myös elokuvan jakelijoiden ja video on demand -palveluiden toimintatavoista ja rahoituskeinoista olisi hyvä tehdä tutkimus, joka kokoaisi levityskanavat ja heidän käyttämänsä maksuperiaatteet yhteen. Joukkorahoituksen osalta uusien trendien tutkiminen ja mahdollisuuksien hyödyntäminen Suomessa olisi mielenkiintoista. Näitä olisivat esimerkiksi kiinteistöjen ja tieteen joukkorahoitus.

Lähteet

Aaltonen, J. 2008. Käsikirjoituksesta tuotantoon. Luettavissa:

http://www.lapinlisa.fi/ohjeet/material/Kasikirjoituksesta_tuotantoon.pdf. Luettu: 18.2.2015.

Aaltonen, J. 2011. Seikkailu todellisuuteen – Dokumenttielokuvan tekijän opas. Liike Kustannus Oy. Helsinki.

Arpajaishallinto 2015. Syventävää tietoa rahankeräyksistä. Luettavissa:

https://www.poliisi.fi/luvat/syventavaa_tietoa_rahankerayksista. Luettu: 16.3.2015.

Arvopaperimarkkinalaki 14.12.2012/746.

Astala, E. 22.4.2015. Tilaaaja. Yleisradio. Sähköposti.

Aurejärvi, E. & Hemmo, M. 2004. Luotto-oikeuden perusteet. Talentum. Helsinki.

Luettavissa: [http://ezproxy.haaga-helia.fi:2149/#/luotto-](http://ezproxy.haaga-helia.fi:2149/#/luotto-oikeuden/Book/Book/%252FKIRJAT%252FJURIDICA%252F952-14-0781-6.xml/p2)

[oikeuden/Book/Book/%252FKIRJAT%252FJURIDICA%252F952-14-0781-6.xml/p2](http://ezproxy.haaga-helia.fi:2149/#/luotto-oikeuden/Book/Book/%252FKIRJAT%252FJURIDICA%252F952-14-0781-6.xml/p2).

Luettu: 27.3.2015.

AVEK 2015a. Tukiohjeisto. Luettavissa:

http://www.kopioisto.fi/avek/tuen_hakeminen/fi_FI/tuen_hakeminen/_files/91080295795417965/default/AVEK%20Tukiohjeisto%202014-2015.pdf. Luettu: 24.1.2015.

AVEK 2015b. Mediataiteen tukipäätökset. Luettavissa:

http://www.kopioisto.fi/avek/paatokset/fi_FI/mediataide/. Luettu: 8.2.2015.

AVEK 2015c. Lyhyt- ja dokumenttielokuvien tukipäätökset. Luettavissa:

http://www.kopioisto.fi/avek/paatokset/fi_FI/lyhyt_ja_dokumenttielokuvat/. Luettu: 8.2.2015.

AVEK 2015d. Tuotantotuki. Luettavissa:

http://www.kopioisto.fi/avek/tuen_hakeminen/fi_FI/tuotantotuki/. Luettu: 4.3.2015.

Candler, S. 2011. Selling your film blog. Luettavissa:

<http://www.sellingyourfilm.com/blog/tag/distrify/>. Luettu: 25.2.2015.

Carnello, P. 9.9.2014. Perustaja. Inbetween entertainment. Seminaariesitys. Helsinki.

Council of Europe 2015a. What we do? Luettavissa:
http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/About/default_en.asp. Luettu: 9.2.2015.

Council of Europe 2015b. Co-production support. Luettavissa:
http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/Support/SupportCoprod_en.asp. Luettu: 9.2.2015.

Council of Europe 2015c. Co-production regulations. Luettavissa:
http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/Source/Regulations/Co-ProductionRegulations2015_EN.pdf. Luettu: 9.2.2015.

Davies, A. & Wistreich, N. 2007. The film finance handbook: How to fund your own film. Netribution Limited. London, United Kingdom.

Dean, C. 2012. The Art of film funding. Michael Wiese Productions. Studio City, CA, United States.

Degerman, K. 18.2.2015. Head of Office. Creative Europe Desk/Media. Sähköposti.

Drake, D. 7.1.2015. Top 4 Crowdfunding Developments and Predictions for Asia in 2015. Luettavissa: <http://www.entrepreneur.com/article/241389>. Luettu: 2.3.2015.

Dresner, S. 2014. Crowdfunding. Bloomberg press. United States.

EACEA 2015a. Development single projects + slate funding. Luettavissa:
https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions/media/development-single-projects--plus-slate-funding_en. Luettu: 18.2.2015.

EACEA 2015b. TV Programming 2015. Luettavissa:
https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/funding/tv-programming-2015_en. Luettu: 18.2.2015.

EACEA 2015c. Guide for experts on assessment of tv program actions. Luettavissa:
<https://eacea.ec.europa.eu/sites/eacea-site/files/documents/guide-for-experts-tv-2015.pdf>. Luettu: 18.2.2015.

E-conomic 2015. Kassavirta – Mitä tarkoittaa Kassavirta? Luettavissa:
<https://www.e-conomic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/kassavirta>. Luettu: 12.3.2015.

Elokuvauutiset 2015. Kotimaisten elokuvien katsojaluvut 2013. Luettavissa:
<http://www.elokuvauutiset.fi/site/sf-2011/muut-tilastot/4102-kotimaisten-elokuvien-katsojaluvut-2013>. Luettu: 14.4.2015.

Erickson, G., Tulchin, H. & Halloran, M. 2005. The Independent film producer's survival guide. Schirmer Trade Books. New York, United States.

Euroopan komissio 2008. Valtiontuki NN 70/2006 – Suomi: Suomen elokuvatuotannon tukiohjelma. Luettavissa:
http://ec.europa.eu/competition/state_aid/cases/217271/217271_970693_30_1.pdf.
Luettu: 8.2.2015.

Euroopan komissio 2013. 2013 SMEs' Access to Finance survey. Luettavissa:
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/finance/files/2013-safe-analytical-report_en.pdf.
Luettu: 23.3.2015.

European Banking Authority 2015. EBA recommends convergence of lending-based crowdfunding regulation across the EU. Luettavissa: <https://www.eba.europa.eu/-/eba-recommends-convergence-of-lending-based-crowdfunding-regulation-across-the-eu>.
Luettu: 27.3.2015.

European Banking Authority 2015b. Opinion of the European Banking Authority on lending-based crowdfunding. Luettavissa:
<https://www.eba.europa.eu/documents/10180/983359/EBA-Op-2015-03+%28EBA+Opinion+on+lending+based+Crowdfunding%29.pdf>. Luettu: 27.3.2015.

Fida 2015. Näkymätön. Luettavissa: <http://www.evaatelamaan.fi>. Luettu: 14.4.2015.

Filpus, L. 2007. Välirahoituksella hallinta säilyy. Luettavissa:
<http://www.morningstar.fi/fi/news/83005/Välirahoituksella-hallinta-säilyy.aspx>.
Luettu: 22.1.2015.

Finanssivalvonta 2013. Ajankohtaista sijoittajansuojasta. Luettavissa:
http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Tiedotteet/Esitelmat/Documents/Ajankohtaista_sijoittajansuojasta_151113.pdf. Luettu: 26.3.2015.

Finanssivalvonta 2013b. Esitteet. Luettavissa:
<http://www.finanssivalvonta.fi/fi/listayhtiolle/esitteet/Pages/Default.aspx#.UpM39ldoJoY>.
Luettu: 26.3.2015.

Finanssivalvonta 2015. Joukkorahoitus. Luettavissa:

<http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Toimiluvat/joukkorahoitus>. Luettu: 23.3.2015.

Finnkino 2015. Eedenistä pohjoiseen. Luettavissa: <http://www.finnkino.fi/Event/300119/>.

Luettu: 14.4.2015.

Fundable 2015a. What is crowdfunding? Luettavissa:

<https://www.fundable.com/learn/resources/guides/crowdfunding-guide/what-is-crowdfunding>. Luettu: 25.2.

Fundastic 2015. 4 Platforms that Help Crowdfund Business Loans. Luettavissa:

<https://www.fundastic.com/posts/185-4-platforms-that-help-crowd-fund-business-loans#.VS0xxM5Ujd4>. Luettu: 14.4.2015.

FundedByMe 2015a. What is fundedbyme. Luettavissa:

<https://www.fundedbyme.com/fi/what-is-fundedbyme/>. Luettu: 7.2.2015.

FundedByMe 2015b. What fees do I have to pay for reward campaigns. Luettavissa:

<https://fundedbyme.zendesk.com/hc/en-us/articles/203416859-What-fees-do-I-have-to-pay-for-reward-campaigns->. Luettu: 7.2.2015.

FundedByMe 2015c. What fees are involved for credit card payments. Luettavissa:

<https://fundedbyme.zendesk.com/hc/en-us/articles/202209576-What-fees-are-involved-for-credit-card-payments->. Luettu: 7.2.2015.

FundedByMe 2015d. Suomessa toteutetut kampanjat. Luettavissa:

https://www.fundedbyme.com/fi/browse/?type=r&multiselect_multiselect-type=r&state=closed&multiselect_multiselect-state=closed&countries=FI&multiselect_multiselect-countries=FI&sorted-by=popular&index=0. Luettu: 7.2.2015.

FundedByMe 2015e. Toteutetut ja käynnissä olevat lainamuotoiset joukkorahoituskampanjahakemukset. Luettavissa:

https://www.fundedbyme.com/en/browse/?type=l&multiselect_multiselect-type=l&state=live&state=closed&multiselect_multiselect-state=live&multiselect_multiselect-state=closed&sorted-by=popular&index=0. Luettu: 14.4.2015.

FundedByMe 2015f. CLICC Solar Products Made in Berlin. Luettavissa:
<https://www.fundedbyme.com/en/campaign/3720/smart-clicc-solarproducts-from-berlin/?type=l&button=tile&from=browse>. Luettu: 14.4.2015.

Gilpin, L. The rise of crowdfunding: 10 things to know. Luettavissa:
<http://www.techrepublic.com/article/the-rise-of-crowdfunding-10-things-to-know/>.
Luettu: 19.2.2015.

Green, C. 2014. Banker's Guide to New Small Business Finance. John Wiley & Sons, Inc.
New Jersey, United States.

Haase, A. 2003. Suomalaisen dokumenttielokuvan rahoitus ja tuotantoprosessi.
Luettavissa: http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Dokumenttielokuvan_rahoytus_ ja_tuotantoprosessi.pdf. Luettu: 18.2.2015.

Hemmilä, A. 2012a. Legal Challenges Related To Crowdfunding, Volume 1. Luettavissa:
<http://www.arcticstartup.com/2012/10/23/legal-challenges-crowdfunding-finland>.
Luettu: 19.3.2015.

Hemmo, M. & Hoppu, K. 2014. Sopimusoikeus. Irtaimen kauppa ja vuokra. Intranet. Luettavissa: [http://ezproxy.haaga-helia.fi:2099/teos/IACBXXBTAFJB#kohta:11.\(\(20\) IRTAIMEN\(\(20\)KAUPPA\(\(20\)JA\(\(20\)VUOKRA\(\(20\). Luettu: 18.3.2015.](http://ezproxy.haaga-helia.fi:2099/teos/IACBXXBTAFJB#kohta:11.((20) IRTAIMEN((20)KAUPPA((20)JA((20)VUOKRA((20)

Hemmo, M. & Hoppu, K. 2014b. Sopimusoikeus. Kuluttajasopimukset. Intranet. Luettavissa: [http://ezproxy.haaga-helia.fi:2099/teos/IACBXXBTAFJB#kohta:12.\(\(20\) KULUTTAJASOPIMUKSET\(\(20\). Luettu: 18.3.2015.](http://ezproxy.haaga-helia.fi:2099/teos/IACBXXBTAFJB#kohta:12.((20) KULUTTAJASOPIMUKSET((20)

Howe, J. 2006. The Rise of Crowdsourcing. Luettavissa:
<http://archive.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>. Luettu: 17.1.2015.

Idfa 2015. Idfa forum. Luettavissa: <http://www.idfa.nl/industry/forum/about-the-forum.aspx>.
Luettu: 8.4.2015.

IMDb 2015. Veronica Mars. Luettavissa: <http://www.imdb.com/title/tt0412253/>.
Luettu: 15.2.2015.

Invesdor 2014. The first secondary market for crowdfunding created. Luettavissa:
<https://www.invesdor.com/finland/en/media/news/136>. Luettu: 19.2.2015.

Invesdor 2015. Iron Sky Universe. Luettavissa:
<https://www.invesdor.com/finland/en/pitches/226>. Luettu: 14.4.2015.

Kauppalaki 27.3.1987/355.

Kauppalehti 2015. Iron Sky Universe Oy. Luettavissa:
<http://www.kauppalehti.fi/yritykset/yritys/iron+sky+universe+oy/25841463>. Luettu:
14.4.2015.

Kellison, C., Morrow, D. & Morrow, K. 2013. Producing for TV and New Media. Focal Press. Burlington, MA, United States.

Kempas, A. 23.4.2014. Assistentti. Yle Tuotanto ja Design. Sähköposti.

Kickstarter 2014. 2014: By the numbers. Luettavissa:
<https://www.kickstarter.com/year/2014/data?ref=yir2014>. Luettu: 12.1.2014.

Kickstarter 16.2.2015. Kickstarter in Finland. Sähköposti.

Korkolaki 20.8.1982/633.

Koski, T. 2010. Kassavirtalaskelma pk-yrityksen johtamisen työvälteenä.
Luettavissa: <http://www.slideshare.net/Spinno/talousjohtaminenkassavirta>.
Luettu: 12.3.2015.

Koski, T. 2012. PK-YRITYKSEN STRATEGINEN TALOUSJOHTAMINEN. Helsingin seudun kauppakamari. Helsinki.

Koulukino 2015. Ganes - Tuotesijoittelu elokuvassa. Luettavissa:
<http://www.koulukino.fi/?id=1660>. Luettu: 18.2.2015.

Krowdster 2015a. Campaign analytics. Luettavissa:
<https://app.krowdster.co/analytics/campaign>. Luettu: 14.2.2015.

Krowdster 2015b. Reward analytics. Luettavissa:
<https://app.krowdster.co/analytics/reward>. Luettu: 14.2.2015.

Krowdster 2015c. Creator analytics. Luettavissa:
<https://app.krowdster.co/analytics/creators>. Luettu: 14.2.2015.

Krowdster 2015d. Supporter analytics. Luettavissa:
<https://app.krowdster.co/analytics/supporter>. Luettu: 14.2.2015.

Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38.

Laiho, J. 26.2.2015. Arpajaishallintopäällikkö. Arpajaishallinto. Sähköposti.

Laki elokuvataiteen edistämisestä 21.1.2000/28.

Laki tietoyhteiskuntakaaresta 7.11.2014/917.

Lawton, K. The Big Bang of Crowd Funding: Startups as a Public Asset Class.

Luettavissa:

http://static.slidesharecdn.com/swf/ssplayer2.swf?doc=tnfovcpart3thebigbangofcrowdfunding-100702230742-phpapp02&stripped_title=the-big-bang-of-crowdfunding-startups-as-a-public-asset-class-4670733. Luettu: 19.2.2015.

Lawton, K. & Marom, D. 2013. The Crowdfunding revolution. The McGraw-Hill Companies. United States.

Lehtonen, V-P. 11.3.2015. Elokuvasäätöön tulossa rajuja muutoksia – ministeriö pohtii uusia malleja rahanjakoon. Luettavissa: <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1425961290612>.
Luettu: 30.3.2015.

Lendsquare 2015. Harolds Chicken Shack. Luettavissa:
<https://lendsquare.com/haroldschickenshack>. Luettu: 14.4.2015.

Leppiniemi, J. & Puttonen, V. 2002. Yrityksen rahoitus. WSOY. Helsinki.

Leppiniemi, J. 2009. Rahoitus. WSOY Oppimateriaalit Oy. Helsinki.

Lundström, M. & Piironen, T. 2006. Exlibrikset –kiehtova harrastus. Exlibris Aboensis. Turku.

Karjalainen, M. 2014. Brändärit uudistaa Suomen tv-mainosmaailmaa. Luettavissa: <http://summa.talentum.fi/article/mm/12-2014/70717>. Luettu: 18.2.2015.

Marnell, J. 9.9.2014. Tuottaja. Background & Current projects. Right2Screen. Seminaariesitys. Helsinki.

Martikainen, T & Martikainen, M. 2006. Rahoituksen perusteet. WSOY Oppimateriaalit Oy. Helsinki.

Mesenaatti 2015a. Info. Luettavissa: <http://mesenaatti.me/info/>. Luettu: 7.2.2015.

Mesenaatti 2015b. Maailma X. Luettavissa: <http://mesenaatti.me/maailma-x>. Luettu: 18.3.2015.

Mesenaatti 2015c. Projektit. Luettavissa: <http://mesenaatti.me/projektit/>. Luettu: 14.4.2015.

Mesenaatti 2015d. Kuunkuiskaajat levyprojekti. Luettavissa: <http://mesenaatti.me/kuunkuiskaajat-levyprojekti/>. Luettu: 14.4.2015.

Mesenaatti 2015e. Machine Soul –Documentary film. Luettavissa: <http://mesenaatti.me/en/machinesoul/>. Luettu: 2.5.2015.

Morrison, K. 2014. Kickstarter vs Indiegogo: Which is Best for Your Crowdfunding Campaign? Luettavissa: <http://www.adweek.com/socialtimes/kickstarter-vs-indiegogo-best-crowdfunding-campaign-infographic/205069>. Luettu: 6.2.2015.

Nasdaq OMX 2015. First north bonds. Luettavissa: <http://www.nasdaqomxnordic.com/bonds/firstnorth>. Luettu: 6.4.2015.

NFTF 2015a. Introduction. Luettavissa: <http://www.nordiskfilmogtvfond.com/index.php/about-us/introduction/>. Luettu: 9.2.2015.

NFTF 2015b. Säännöt. Luettavissa: http://www.nordiskfilmogtvfond.com/files/2014/2080/1488/Guidelines_FI-2015.pdf. Luettu: 9.2.2015.

Niemeläinen, J. 23.2.2015. Meklari. Privanet Pankkiiriliike Oy. Sähköposti.

Niskanen, J. & Niskanen, M. 2010. Yritysrahoitus. Edita Publishing Oy. Helsinki.

Norvanto, M. 10.2.2015. Tuottaja. Black Lion Oy. Puhelinhaastattelu.

Nummelin, P. 17.3.2015. Yhteyshenkilö. Varsinais-Suomen elokuvakeskus. Sähköposti.

Oxford English Dictionary 2015. Crowdsourcing. Luettavissa:

<http://www.oed.com/view/Entry/376403?redirectedFrom=crowdsourcing#eid>.

Luettu: 25.2.2015.

Patentti- ja rekisterihallitus 2015. Vastauksia yrityksen perustamiseen ja ilmoittamiseen liittyviin kysymyksiin. Luettavissa:

<http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/useinkysytyt/useinkysytytyksi.html>. Luettu: 6.4.2015.

Phoenix worldwide entertainment. 2014. The Passion of Mary. Pdf-esite.

Pietrantonio, A. 29.1.2015. Account Manager. Invesdor Oy. Luento. Helsinki.

Pietrantonio, A. 30.1.2015. Account Manager. Invesdor Oy. Sähköposti.

Piiroinen, T. 1993. Exlibrikset –kiehtova harrastus. Exlibris Aboensis. Turku.

Premium WP 2015. 10+ Best Crowdfunding Wordpress Themes. Luettavissa:

<http://www.premiumwp.com/10-best-crowdfunding-wordpress-themes/>. Luettu: 6.2.2015.

Privanet 2015. Noteeraukset. Luettavissa: <http://www.privanet.fi/fi/noteeraukset>.

Luettu: 19.2.2015.

Puskala, J. 6.3.2015. Social Media Strategist. Yhteisörahoitus elokuvatuotannoissa. Iron Sky Universe. Keskustelutilaisuus. Tampere.

PwC 2015. Yhtiön listautuminen Suomessa. Luettavissa:

https://www.pwc.fi/fi/julkaisut/tiedostot/pwc_listautuminen.pdf. Luettu: 17.2.2015.

Päivinen, M. 22.1.2015. Ohjaaja. Haastattelu. Kerava.

Rahankeräyslaki 31.3.2006/255.

Ruisaho, J. 6.3.2015. Partner. Yhteisörahoitus elokuvatuotannoissa. Helomedia Oy. Keskustelutilaisuus. Tampere.

Ruotsalais-suomalainen kulttuurikeskus 2015. Islantilais-suomalainen kulttuurirahasto. Luettavissa: <http://www.hanaholmen.fi/fi/rahastot/islantilais-suomalainen>.
Luettu: 22.2.2015.

Savolainen, M. 5.2.2015. Marketing and communications. Invesdor Oy. Sähköposti.

Savolainen, M. 26.2.2015. Marketing and communications. Invesdor Oy. Sähköposti.

Seppälä, P. 1.3.2015. Perustajajäsen. Mesenaatti.me. Sähköposti.

Simonen, U. 30.4.2015. Tuottaja. Elokuvatuotantoyhtiö Made Oy. Haastattelu. Helsinki.

Steinberg, D. 2012. Kickstarter handbook. Quirck Books. Philadelphia, PH, United States.

Suomen elokuvasäätiö 2009. Tuotannon tukiohjeet. Luettavissa:
http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Tuotannon_tukiohjeet.pdf. Luettu: 8.2.2015.

Suomen elokuvasäätiö 2013. Elokuvuvuosi 2013. Luettavissa:
http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvuvuosi_2013.pdf. Luettu: 9.2.2015.

Suomen elokuvasäätiö 2015a. Hakemuksen laskelmaliitteet. Luettavissa:
http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/TUOTANTOTUEN_BUDJETOINTI-_RAPORTOINTI-_JA_TILITYSLOMAKKEET.xls. Luettu: 16.2.2015.

Suomen elokuvasäätiö 2015b. Hakuohje: Tuotantotuki. Luettavissa:
<http://ses.fi/tukitoiminta/hakuohjeita/tuotantotuki/>. Luettu: 13.3.2015.

Suomen elokuvasäätiö 2015c. Suomen elokuvasäätiön esittely. Luettavissa:
<http://ses.fi/saatio/esittely/>. Luettu: 8.2.2015.

Suomen elokuvasäätiö 2015d. Levitysyhtiöt. Luettavissa: <http://ses.fi/elokuva-ala/levitysyhtiot/>. Luettu: 8.4.2015.

Suomen elokuvasäätiö 2015e. Elokuvateatterit. Luettavissa: <http://ses.fi/elokuva-ala/elokuvateatterit/>. Luettu: 25.2.2015.

Suomen elokuvasäätiö 2015f. Tuotannon tukipäätökset. Luettavissa:
<http://ses.fi/tukitoiminta/paatokset/tuotanto/>. Luettu: 9.2.2015.

Suomen Pankki 2015. Korkolain mukainen viitekorko ja viivästyskorot, %. Luettavissa:
http://www.suomenpankki.fi/fi/tilastot/korot/pages/tilastot_markkina-_ja_hallinnolliset_korot_viitekorko_fi.aspx. Luettu: 30.3.2015.

Suomen Pankki 2015b. Euribor rates, daily values. Luettavissa:
http://www.suomenpankki.fi/en/tilastot/korot/pages/tilastot_markkina-_ja_hallinnolliset_korot_euriborkorot_pv_chrt_en.aspx. Luettu: 6.4.2015.

Suomen perustuslaki 11.6.1999/731.

Säätiöpalvelu 2015. Apurahan hakijalle. Luettavissa: <http://www.saatiopalvelu.fi/apurahan-hakijalle.html>. Luettu: 22.2.2015.

Tanhuala, N. 30.1.2015. Myyjä. Thunder & Lightning Trading Oy. Sähköposti.

Tietoyhteiskuntakaari 7.11.2014/917.

Tilastokeskus 2015. Hallussapitovoitto ja –tappio. Luettavissa:
http://www.stat.fi/meta/kas/hal_voitt_tappi.html. Luettu: 6.4.2015.

Torrance, J. 2014. Fearnley-Whittingstall's River Cottage raises £1m through mini bonds. Luettavissa: <http://realbusiness.co.uk/article/26990-fearnley-whittingstalls-river-cottage-raises-1m-through-mini-bonds->. Luettu: 14.4.2015.

Tresca, S. 2014. Kickstarter UK Handbook. Seahorse Press. Marston Gate, United Kingdom.

Valtiovarainministeriö 2014. Komission tiedonanto joukkorahoituksen tarjoamien mahdollisuuksien hyödyntämisestä Euroopan unionissa. Luettavissa:
[http://www.eduskunta.fi/triphome/bin/thw/?\\${APPL}=akirjat&\\${BASE}=akirjat&\\${THWIDS}=0.39/1427101119_342013&\\${TRIPPIFE}=PDF.pdf](http://www.eduskunta.fi/triphome/bin/thw/?${APPL}=akirjat&${BASE}=akirjat&${THWIDS}=0.39/1427101119_342013&${TRIPPIFE}=PDF.pdf). Luettu: 23.3.2015.

Valtiovarainministeriö 2015. Suojan kattavuus. Luettavissa:
http://talletussuoja.fi/tietoatallettajalle/suojattavat_tuotteet/suojan_kattavuus/Sivut/default.aspx. Luettu: 27.3.2015.

- Vanderbush, A. EquityNet's Crowdfunding Predictions. Luettavissa:
<https://www.equitynet.com/blog/2015-crowdfunding-predictions/>. Luettu: 19.2.2015.
Velkakirjalaki 31.7.1947/622.
- Verohallinto 2015. Yrityksen perustaminen - osakeyhtiö ja osuuskunta. Luettavissa:
[https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ja_osuuskunta/](https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ja_osuuskunta/Perustaminen)
Perustaminen. Luettu: 6.4.2015.
- Viestintävirasto 2011. Päätös television- ja radiotoimintalain rikkomisesta. Luettavissa:
https://www.viestintavirasto.fi/attachments/muutpaatokset/Paatos_Tuuri_ja_Unitupa_JULKINEN_versio.pdf. Luettu: 18.2.2015.
- Vilhunen, J. 2008. Elokuvatuotannon rahoitusrakenteen vahvistaminen. Suomen Elokuvasäätiö. Helsinki.
- Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki. Luettavissa:
<http://hanna.vilka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf>. Luettu: 7.5.2015.
- Vimeo 2015. Vimeo On Demand: Selling Videos. Luettavissa:
<https://vimeo.com/help/faq/creator-services/vimeo-on-demand-selling-videos#how-do-i-sell-my-video-using-vimeo-on-demand>. Luettu: 25.2.2015.
- Visual.ly 2015. Crowdfunding statistics. Luettavissa: <http://visual.ly/crowdfunding-statistics-and-trends>. Luettu: 25.2.2015.
- Watsi 2015. Fund treatments. Luettavissa: <https://watsi.org/fund-treatments>.
Luettu: 19.2.2015.
- Westerlund, R. 13.4.2015. Omistaja. Wester Production Oy. Haastattelu. Helsinki.
- Wikipedia 2015. List of highest funded crowdfunding projects. Luettavissa:
http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_highest_funded_crowdfunding_projects.
Luettu: 15.2.2015.
- Yleisradio 2005. Ohjelmatoiminnan säännöstö. Luettavissa:
<http://avoinyle.fi/www/fi/liitetiedostot/ots.pdf>. Luettu: 17.3.2015.
- Young, T. 2013. Everything guide to crowdfunding. Adams media. Avon, Massachusetts, United States.

Yrittäjäkoulu 2015. Kassabudjetti. Luettavissa:

[http://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=kassabudjetti%20t5%20xls&source=web&cd=4&ved=0CC0QFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww.yrittajakoulu.fi%2Fyrittajyyden_oppia%2Fdokumen-
tit%2Fkasvurahoitus%2Flitteet%2Fkasvurahoitus_T5.xls&ei=QSgfVb_9O4awsAHgo4KQ
Cw&usg=AFQjCNGCYf7EiThiTjV-
ovO5j5mxWW9LXQ&sig2=C1hy2TR4sqvKBgOpwMUrqa&bvm=bv.89947451,d.bGg](http://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=kassabudjetti%20t5%20xls&source=web&cd=4&ved=0CC0QFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww.yrittajakoulu.fi%2Fyrittajyyden_oppia%2Fdokumen-
tit%2Fkasvurahoitus%2Flitteet%2Fkasvurahoitus_T5.xls&ei=QSgfVb_9O4awsAHgo4KQ
Cw&usg=AFQjCNGCYf7EiThiTjV-
ovO5j5mxWW9LXQ&sig2=C1hy2TR4sqvKBgOpwMUrqa&bvm=bv.89947451,d.bGg). Lu-
ettu: 4.4.2015.

Liitteet

Liite 1. Kassavirtalaskelma eli kassabudjetti vuodeksi

KASSABUDJETTI												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	kausi											T5
1 KASSA KAUDEN ALUSSA												
TOIMINNAN KASSAANMAKSUT												
2 Käteismyynti												
3 Maksut myyntisaamisista												
4 Muut tulot												
5 Toiminnan kassaanmaksut yht. (2-4) =	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOIMINNAN KASSASTAMAUS												
6 Käteisostot												
7 Maksut ostoveljoista												
8 Arvonlisävero												
9 Palikat												
10 Ennakonpidätys ja sosiaaliturvamaksut												
11 Vuokrat												
12 Rahoitusmenot												
13 Verot												
14 Muut menot												
15 Toiminnan kassastamaksut yht. (6-14) =	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INVESTOINTIMENOJEN KASSASTAMAUS												
16												
17												
18												
19 Investointimen. kassastamaks. yht. (16-18) =	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PÄÄOMARAHOITUKSEN KASSAAN- JA KASSASTAMAUS												
20 Lainojen lyhennykset												
21 Lainojen nostot												
22 Omistajien lisäjoitukset												
23 Osingonjakot/ omistajien yksityiskäyttö												
24 Muu pääomarahotus +/-												
25 Pääomarahotuksen nettovaikutus (20-24) +/-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KASSAVARAT												
26 Kassavarojen muutos (5 - 15 - 19 + 25)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27 KASSA KAUDEN LOPUSSA (1 + 26)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Liite 2. Osakeyhtiölain (21.7.2006/624) luvussa 3 mainitut lunastus- ja suostumuslausekkeet

7 § Lunastuslauseke

Yhtiöjärjestyksessä voidaan määrätä, että osakkeenomistajalla, yhtiöllä tai muulla henkilöllä on oikeus lunastaa muulta omistajalta kuin yhtiöltä toiselle siirtyvä osake. Lunastuslausekkeessa on määrättävä, keillä on lunastusoikeus ja miten useiden lunastukseen oikeutettujen keskinäinen etuoikeus määräytyy.

Jollei yhtiöjärjestyksessä määrätä toisin, lunastuksessa noudatetaan seuraavaa:

- 1) lunastusoikeus koskee kaikenlaisia saantoja;
- 2) saman saannon kohteena olevat osakkeet on kaikki lunastettava;
- 3) lunastushinta on osakkeen käypä hinta, jona vastikkeellisessa saannossa muun selvityksen puuttuessa pidetään sovittua hintaa;
- 4) hallituksen on ilmoitettava osakkeen siirtymisestä sille, jolla on oikeus lunastaa osake, kirjallisesti tai siten kuin kutsu yhtiökokoukseen toimitetaan kuukauden kuluessa siitä, kun osakkeen siirtymisestä on ilmoitettu hallitukselle;
- 5) lunastusvaatimus on esitettävä yhtiölle tai yhtiön käyttäessä lunastusoikeuttaan osakkeen saajalle kahden kuukauden kuluessa siitä, kun osakkeen siirtymisestä on ilmoitettu hallitukselle; sekä
- 6) lunastushinta on suoritettava kuukauden kuluessa 5 kohdassa mainitun määräajan päättymisestä tai, jos lunastushintaa ei ole kiinteästi määrätty, lunastushinnan vahvistamisesta.

Edellä 2 momentin 4–6 kohdassa tarkoitettuja määräaikoja ei voida yhtiöjärjestyksessä pidentää.

Ennen kuin on käynyt selville, käytetäänkö lunastusoikeutta, ei sillä, jolle osake on siirtynyt, ole yhtiössä muuta osakkeeseen perustuvaa oikeutta kuin oikeus suoritukseen varoja jaettaessa ja etuoikeus osakeannissa. Osakeannista johtuvat oikeudet ja velvollisuudet siirtyvät sille, joka käyttää lunastusoikeuttaan.

Yhtiö voi lunastaa osakkeen vain jakokelpoisilla varoilla. Lunastuksesta päättämiseen yhtiössä sovelletaan, mitä 15 luvun 10 §:n 2 momentissa säädetään.

8 § Suostumuslauseke

Yhtiöjärjestyksessä voidaan määrätä, että osakkeen hankkimiseen luovutustoimin vaaditaan yhtiön suostumus. Määräys ei kuitenkaan koske osaketta, joka on hankittu pakko- huutokaupassa tai konkurssipesästä.

Suostumuksen antamisesta päättää hallitus, jollei yhtiöjärjestyksessä määrätä toisin. Yhtiöjärjestykseen voidaan ottaa määräyksiä suostumuksen antamisen edellytyksistä. Jos samalla saannolla on hankittu useita osakkeita, kysymys suostumuksen antamisesta on ratkaistava niiden kaikkien osalta samalla tavoin, jollei yhtiöjärjestyksessä määrätä toisin. Jos suostumusta koskevasta ratkaisusta ei ole kirjallisesti ilmoitettu hakijalle kahden kuukauden kuluessa hakemuksen saapumisesta yhtiölle tai yhtiöjärjestyksessä määrättyssä lyhyemmässä ajassa, suostumus katsotaan annetuksi.

Ennen suostumuksen antamista luovutuksensaajalla ei ole yhtiössä muuta osakkeeseen perustuvaa oikeutta kuin oikeus suoritukseen varoja jaettaessa ja etuoikeus osakeannissa. Etuoikeuden nojalla saatu osake ei ilman yhtiön suostumusta tuota tätä parempaa oikeutta.

Liite 3. Velkakirjalaki (31.7.1947/622)

3 §

Jollei maksupaikkaa ole määrätty, suoritettakoon maksu velkojan asunnossa. Jos hän harjoittaa kauppaa tai muuta liikettä, on maksu suoritettava hänen liikehuoneistossaan. Velkojan muutettua maasta toiseen tai saamisen siirryttyä muussa maassa asuvalle velkojalle on maksu kuitenkin suoritettava aikaisemmalla maksupaikalla.

Velkojalla on oikeus siinä maassa, jossa maksu on tapahtuva, määrätä toinen maksupaikka, kuin edellä on sanottu, jollei tästä koidu velalliselle olennaista hankaluutta tai kustannusta.

Milloin velkoja on muuttanut asuinpaikkaa tai saaminen on siirtynyt toiselle eikä velallisella ole tietoa siitä, missä maksu tällöin on suoritettava, älköön velallinen olko vastuussa siitä johtuvasta maksun viivästymisestä; ja vastatkoon velkoja kustannuksesta ja vahingosta, joka on aiheutunut velalliselle siitä, ettei tämä ole tietänyt sanotusta muutoksesta.

5 §

Jollei erääntymisajasta ole sovittu, olkoon velallinen velvollinen maksamaan velan velkojan vaatiessa ja oikeutettu suorittamaan sen, milloin itse haluaa. Erääntymättömän pääoman korko suoritettakoon vuosittain velkakirjan antopäivää vastaavana kalenteripäivänä.

Jos eräpäivä tai maksuajan viimeinen päivä on arkilauantai, pyhäpäivä, itsenäisyyspäivä, vapunpäivä taikka joulu- tai juhannusaatto, maksu saadaan suorittaa ensimmäisenä arkipäivänä sen jälkeen. Sama on voimassa, jos eräpäivä tai viimeinen maksupäivä on päivä, jona pankkien yleisesti keskinäisissä maksuissaan käyttämät maksujärjestelmät eivät säädöskokoelmassa julkaistavan Suomen Pankin ilmoituksen mukaan ole Euroopan keskuspankin tai Suomen Pankin tekemän päätöksen vuoksi käytössä. (22.10.1999/958)

7 §

Milloin velkakirja on asetettu maksettavaksi sellaisena rahalajina, joka ei ole käypä maksupaikalla, saa maksun, jollei toisin ole sovittu, suorittaa maksupaikan rahalla maksupäivän arvon mukaan.

Jollei velkakirjaa, joka on määrätty maksettavaksi sellaisena rahalajina, joka ei ole käypä sillä paikkakunnalla, missä maksun tulee tapahtua, makseta aikanaan, ja sanotun rahan kurssi siellä on laskenut, voi velkoja vaatia maksun paikkakunnan rahalla sen päivän kurssin mukaan, jona maksu olisi ollut suoritettava. Jos asianhaarat antavat aiheita velkojan kurssinlaskun johdosta kärsimän vahingon muulla tavoin arvioimiseen, sovitettakoon maksu sen mukaan. Jos voidaan olettaa, ettei velkoja ole kurssinlaskusta joutunut vahinkoon, olkoon 1 momentti noudatettavana. Milloin viivästymisen johtuu velkojasta taikka lainmääräyksestä, yleisen liikenteen keskeytyksestä tai muusta sentapaisesta ylivoimaisesta esteestä, jota velallisen antaessaan velkakirjan ei ollut otettava lukuun, sovellettaisiin niin ikään 1 momenttia.

Liite 4. Kuluttajansuojalain (30.12.2013/1211) 6. luvun 9. §

Ennen sopimuksen tekemistä annettavat tiedot

Ennen koti- tai etämyyntisopimuksen tekemistä kuluttajalle on annettava seuraavat tiedot:

- 1) kulutushyödykkeen pääominaisuudet siinä laajuudessa kuin on asianmukaista ottaen huomioon kulutushyödyke ja käytetty viestintä;
 - 2) elinkeinonharjoittajan nimi;
 - 3) elinkeinonharjoittajan maantieteellinen osoite sijoittautumisvaltiossa sekä, jos elinkeinonharjoittaja toimii toisen elinkeinonharjoittajan asiamiehenä tai edustajana, hänen päämiehensä nimi ja maantieteellinen osoite;
 - 4) elinkeinonharjoittajan puhelin- ja faksinumero sekä sähköpostiosoite, jos nämä ovat käytettävissä;
 - 5) elinkeinonharjoittajan sen toimipaikan maantieteellinen osoite, jonne kuluttaja voi toimittaa valituksensa, jos osoite poikkeaa 3 kohdassa tarkoitettusta osoitteesta, sekä, jos elinkeinonharjoittaja toimii toisen elinkeinonharjoittajan asiamiehenä tai edustajana, sama tieto hänen päämiehestään;
 - 6) kulutushyödykkeen kokonaishinta veroineen tai, jos täsmällistä hintaa ei hyödykkeen luonteen takia kohtuudella voida laskea etukäteen, hinnan määräytymisen perusteet;
 - 7) tarvittaessa kulutushyödykkeen kokonaishintaan sisällytettävät toimitus- ja muut kulut tai, jos näitä kuluja ei voida kohtuudella laskea etukäteen, tieto siitä, että tällaisia lisäkuluja voi aiheutua;
 - 8) etäviestintäkäytännön käytämisestä sopimuksen tekemisessä syntyvät kulut, jos siitä veloitetaan perushintaa enemmän;
 - 9) maksua, toimitusta ja muuta sopimuksen täyttämistä koskevat ehdot sekä tarvittaessa asiakasvalituksia koskevat käytännöt;
 - 10) tarvittaessa peruuttamisoikeuden käyttämisestä koskevat ehdot, määräajat ja menettelyt;
 - 11) tarvittaessa tieto siitä, että jos kuluttaja peruuttaa sopimuksen, hänen on vastattava tavaroiden palauttamiskustannuksista, sekä etämyynnissä myös tieto palauttamiskustannusten määrästä, jos tavarat eivät ole luonteensa vuoksi palautettavissa tavanomaisella tavalla postitse;
 - 12) tieto siitä, että jos kuluttaja käyttää peruuttamisoikeuttaan tehtyään 15 §:n 1 momentissa tarkoitettua palvelun suorittamista koskevan pyynnön, hänen on maksettava elinkeinonharjoittajalle 19 §:n 1 momentissa tarkoitettujen kustannukset;
 - 13) tarvittaessa tieto peruuttamisoikeuden puuttumisesta tai olosuhteista, joissa peruuttamisoikeuden voi menettää;
 - 14) maininta tavaroita koskevasta lakisääteisestä virhevastuusta;
 - 15) tarvittaessa maininta asiakastuesta, muista kaupanteon jälkeisistä palveluista ja takuusta sekä niitä koskevista ehdoista;
 - 16) maininta käytäntöjen olemassaolosta ja tarvittaessa tieto siitä, miten niistä voi saada jäljennöksen;
 - 17) tarvittaessa sopimuksen kesto tai, jos sopimus on voimassa toistaiseksi tai sitä jatketaan automaattisesti, sen päättämistä koskevat ehdot;
 - 18) tarvittaessa kuluttajan sopimusveloitteiden vähimmäiskesto;
 - 19) tarvittaessa tieto elinkeinonharjoittajan kuluttajalta edellyttämistä rahoitusta koskevista vakuuksista ja niihin sovellettavista ehdoista;
 - 20) tarvittaessa digitaalisen sisällön toimivuus, mukaan lukien digitaalisen sisällön yhteentoimivuus laitteistojen ja ohjelmistojen kanssa siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja siitä tietää tai hänen voidaan kohtuudella olettaa siitä tietävän;
 - 21) tieto mahdollisuudesta ja tavoista saattaa riita kuluttajariitalautakunnan tai muun vastaavan elimen käsiteltäväksi.
- Huutokaupassa, johon kuluttaja voi osallistua muutenkin kuin etäviestintä, 1 momentin 2–5 kohdassa tarkoitettujen tietojen voidaan korvata vastaavilla tiedoilla huutokaupanpitäjältä.
- Jos kuluttajalla on koti- tai etämyyntisopimuksen mukaan peruuttamisoikeus, hänelle on 1 momentin 10 kohdassa tarkoitettujen tietojen lisäksi annettava peruuttamislomake. Edellä 1 momentin 10–12 kohdassa tarkoitettujen tietojen voidaan antaa peruuttamisohjeessa. Peruuttamislomakkeen ja -ohjeen muodosta ja sisällöstä säädetään oikeusministeriön asetuksella.

Arvotuotanto 's IPO

[Tweet](#) [Share](#) [Like](#) [Share](#) You and 4 others like this.

Our mission is to create three documentary movies with good values to tell stories about Finnish people. For that purpose we are seeking capital to get needed equipments and cover costs.

Our story

NOTE: THE FOLLOWING PITCH IS PART OF A STUDENT EXERCISE FROM HAAGA-HELIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCE. IT IS NOT CURRENTLY RAISING FUNDING.

My name is Christian Valtanen and I became entrepreneur when I was 17 years old. First I sold product but since 2010 started doing event videos. I have got my training at Avainmedia Lähetysjärjestä and Yleisradio Oy.

Our business & market situation

Our company is created 2012 and it is number one event video DVD business in Finland with Tapahtumavideo.com brand and five years experience. That time I have made over 100 dvd productions. During last years we have been doing documentary movies and our last big movie "Afrikka valitsi minut" got 650 000 viewers in Yle TV1 on January 2014. Also Fida International's 100 year historical documentary from last year is one of our productions.

We have several ideas for future documentaries that we would want to create and for that purpose we are doing an initial public offering for a new movie production company.

About team

I, Christian Valtanen, am a producer of the company with BBA degree in business and Finance. My tasks in these productions include financing, videography and editing.

Second important person is Director Mauri Päivinen who has made over 60 videos while working at Yleisradio Oy. Now he is retired and continues working with documentary movies.



Christian Valtanen

Producer

<http://fi.linkedin.com/pub/christian-valtanen/25/269/a66/en>

Invest now

Target

50.000 - 200.000 €

1.96 - 7.41 Equity offered %

0 Invested so far €

0 Investors so far
[See investors](#) ▶

50.000 € until round is secured

0%

Round is being showcased

If minimum amount is not reached, your investment will be refunded.

Facts

Company name	Arvotuotanto (Haaga-Helia)
Entrepreneur	Christian Valtanen
Investment range	50.000 - 200.000 €
Equity offered	1.96 - 7.41 %
Price per share	100,00 €
Number of existing shares	25,000
Valuation	2.500.000,00 €
Start date	Inactive
End date	To be announced
Location	Kerava, Finland
Field of business	Film, TV and Theatre
Reference number	439
http://www.arvotuotanto.com	

How can I participate?

In addition to investing in the company, there are various ways that you can help the entrepreneurs out.

Perhaps you know some key people that you could introduce the entrepreneurs to, or maybe you have advice that is relevant to the company's business.

Just telling a friend, or sharing the pitch on social media is a big help.

You have the power to help make the dreams of these entrepreneurs come true and to support Northern European growth entrepreneurship.



Mauri Päivinen

Director

Uses of funds

Our equipment do not match with current demands and quality of national television. For that purpose we need updated camera and light equipments.

1. 42 727 € is the cost of camera equipments. This includes a camera, lenses, recorders and few lights.
2. 7 232 € is required for post production equipments to handle improved quality. This includes a Mac Pro computer and large file backup system.
3. Each of the following movies costs about 200 000 € to create and we are looking for grants and supporters who could finance half of those costs.

Risks


This investment has risk to lose part of all of the investments. However, our goal is to provide investors increase in stocks value and dividends.

Financials

	2014	2015	2016	2017	2018
Sales	47.389 €	55.000 €	144.194 €	170.000 €	200.000 €
Sales growth %		16.1%	162.2%	17.9%	17.6%
Operational costs	27.000 €	34.700 €	87.300 €	128.000 €	133.000 €
EBITDA	20.389 €	20.300 €	56.894 €	42.000 €	67.000 €
EBITDA %	43.0%	36.9%	39.5%	24.7%	33.5%

Forecasted CAGR (forward 4 years) 43.33%

Documents

 cashflows_2014-2019.xlsx	44.3 KB
--	---------

Liite 6. Lista AVEK-tukien vaadittavista liitteistä

Tuotantotuki

Hakemuksessa tulee olla seuraavat tiedot:

- valmis käsikirjoitus tai kuvaus teoksen sisällöstä
- työ/tuotantosuunnitelma sisältäen myös aikataulun
- kustannusarvio ja rahoitussuunnitelma
- esitys- ja levityssuunnitelma (elokuvateatteri, televisio, galleria tai muu vastaava)
- keskeisten tekijöiden esittely
- selvitys hakijan aikaisemmasta toiminnasta
- voimassaoleva kauppa- tai yhdistysrekisteriote (enintään 6 kk vanha)

Jälkituotantotuki

Jälkituotantotukea voidaan myöntää tuotantoyhtiölle erityisistä syistä teoksen valmiiksi saattamiseen.

Hakemuksessa tulee olla seuraavat tiedot:

- synopsis tai muu sisältökuvaus
- työkopio tai leikkausversio
- jälkituotantovaiheen kustannusarvio ja rahoitussuunnitelma
- vahvistettu esitys- ja levityssuunnitelma (elokuvateatteri, televisio, galleria tai muu vastaava)
- keskeisten tekijöiden esittely
- selvitys hakijan aikaisemmasta toiminnasta
- voimassaoleva kauppa- tai yhdistysrekisteriote (enintään 6 kk vanha)

Liite 7. Suomen elokuvasäätiön tuotantotuen vaadittavat hakemusliitteet

Tuenhakijan tulee toimittaa säätiölle tukihakemuksen liitteinä:

- elokuvan käsikirjoitus
- yksityiskohtaisesti eritelty kustannusarvio
- rahoitussuunnitelma
- tuotantosuunnitelma, joka sisältää tuotantoaikataulun ja tiedot taiteellisen ja taloudellisen vastuun kannalta keskeisistä henkilöistä
- säätiön vahvistaman mallin mukaan laadittu markkinointi- ja levityssuunnitelma
- sähköisessä hakujärjestelmässä täytettävä elokuvatiedot -lomake

Tukipäätöksen edellytyksenä on, että tuenhakija on toimittanut säätiölle rekisteröityä yhteisöä koskevat asiakirjat:

- viimeiseksi valmistunut, tilintarkastajan hyväksymä tilinpäätös: tasekirja ja tilintarkastuskertomus
- voimassa oleva enintään 6 kk vanhan kaupparekisteriote
- enintään 3 kuukauden vanha verovelkatodistus tai verotiliote
- enintään 3 kuukauden vanha todistus maksetuista eläkevakuutusmaksuista
- ajantasainen osakasluettelo (OYL 3 luku)
(osakasluettelo toimitetaan vain kerran ja päivitetään mikäli yhtiön omistuksessa tapahtuu muutoksia)

Lisäksi tulee toimittaa sopimus elokuvaohjaajan kanssa, josta tulee käydä ilmi:

- ohjaajalle elokuvaan syntyvien oikeuksien luovutus tuotantoyhtiölle
- elokuvan kaupalliset hyödyntämisoikeudet

MAKSUVALMIUSSUUNNITELMA											
Tuotantoyhtiö: Arvotuotanto Ky											
Elokuvan nimi: Exlibris - Symbolien salaisuus											
1.5.2015											
RAHOITUS	6/2015	7/2015	8/2015	9/2015	10/2015	11/2015	12/2015	1/2016	1/2016	1/2016	1/2016
BUDJETTI	6/2015	7/2015	8/2015	9/2015	10/2015	11/2015	12/2015	1/2016	1/2016	1/2016	1/2016
ALKUKASSA	-	41 905	36 335	29 399	22 460	17 872	11 354	4 837	4 837	4 837	4 837
Yle TV1 / ennakko-osto	9 000	9 000									9 000
AVEK	10 000	10 000									10 000
SES tuotantotuki	25 180	25 180									25 180
NB Seinä	3 500	3 500									3 500
Arvotuotanto Ky –omarahoitus	1 500	1 500									1 500
joukkorahoituskampanja	1 546	773									1 546
KOKO RAHOITUS	50 726	49 953	42 678	36 335	29 399	17 872	11 354	4 837	4 837	4 837	50 726
KUSTANNUKSET											
Käsikirjoitus ja oikeudet	992										992
Tuotantohenkilöstö	1 190	149	149	149	149	149	149	149	149	149	1 190,4
Ohjaus	14 384	2 100	2 100	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	84	14 384
Kuvaus (sis. kalusto)	5 766	1 442	1 442	1 442							5 766
Äänitys	4 861	1 215	1 215	1 215							4 861
Setin operoijat	62	62									62
Setin lavastus	186	93	93								186
Lokaatioiden kulut	521	130	130	130							520,8
Matkat	2 232	500	500	400	132	100	100	100	100		2 232
Editointi	11 296	500	1 000	1 296	2 000	3 000	3 000	3 000	3 000		11 296
Musiikki	992					496	496	496	496		992
Äänen jälkituotanto	930					465	465	465	465		930
Varaus satunnaisiin kuluihin	4 297							4 297	4 297		4 297
Vakuutukset	558										558
Yleiset ja hallinnolliset kulut	2 459	307	307	307	307	307	307	307	307	307	2 459
KOKONAISKUSTANNUKSET	50 726	8048	6343	6936	6939	6517	6517	6517	6517	4837	50725,6
LOPPUKASSA		41 905 €	36 335 €	29 399 €	22 460 €	17 872 €	11 354 €	4 837 €	4 837 €	0 €	

ARVOTUOTANTO KY
WWW.ARVOTUOTANTO.COM
045-110 6118

EXLIBRIS – SYMBOLIEN SALAISUUS

TUOTANTOSUUNNITELMA 3.4.2015
28-40 min. HD1080 50 mbps (mxf/mov)

Ohjelma koostuu monien tunnettujen suomalaisten exlibriksistä (kirjanomistajamerkeistä) ja sen materiaalina ovat taiteilija Mauri Päivisen suunnittelemat exlibrikset, niiden luonnoskuvat ja arkistofilmit. Synopsiksena toimii kirja "Merkkini Exlibris - Mauri Päivinen, Sami Tolvanen 2004".

Taiteellinen henkilökunta:

Ohjaus	Mauri Päivinen
Käsikirjoitus	Mauri Päivinen
Kuvaus	Christian Valtanen
Kuvausassistentti	Hanna Valtanen
Äänisuunnittelu	Christian V, Mauri P.
Leikkaus	Christian Valtanen
Musiikki	Myles O'mainnian, Hanna Valtanen Maarit Peltomaa, Heli Ahvenainen-Saaristo
Tuotanto	Christian Valtanen / Arvotuotanto Ky

Tuotantoaikataulu:

ennakkosuunnittelu	syyskuu 2014 – toukokuu 2015
kuvausjakso	kesäkuu 2015 – syyskuu 2015
kuvaleikkaus	elokuu 2015 – joulukuu 2015
äänien jälkityö	lokakuu 2015 – joulukuu 2015
alustava ensi-ilta	elokuvasäätiöllä joulukuussa 2015

Levityssuunnitelma:

Elokuvateatterilevitys Suomessa, dvd-levitys myös ulkomailla, Kotimainen tv-levitys YLE TV1, Kotimaiset ja kansainväliset elokuvafestivaalit, Exlibris-maailmankonferenssi 2016, koulukino.

Alustava rahoitussuunnitelma:

Yle TV1 / ennakko-osto	9 000
AVEK	10 000
SES tuotantotuki	25 180
NB Seinä	3 500
Arvotuotanto Ky -omarahoitus	1 500
joukkorahoituskampanja	1 546
KOKO RAHOITUS	50 726

TIEDOTE

Helsinki 29.4.2015

Vapaa julkaistavaksi: 4.6.2015

JOUKKORAHOITUSKAMPANJA KÄYNNISTYY EXLIBRIS – SYMBOLIEN SALAISUUS -ELOKUVALLE

Mauri Päivisen ohjaamaa Exlibris – Symbolien salaisuus -elokuvaa varten on käynnistetty joukkorahoituskampanja Tuotantotuki.com-palvelussa. Elokuvassa kerrotaan, kuinka eri henkilöiden exlibrikset (kirjanomistajamerkit) ovat syntyneet ja kuinka ne kuvaavat henkilöiden persoonaa sekä merkin valmistusprosessia. Samalla taustoitetaan henkilöä itseään ja suhdetta exlibrikseen käyttäen apuna luonnoskuvia, arkistofilmejä ja tuoretta videomateriaalia.

Elokuvassa on mukana exlibrikset muun muassa seuraavilta henkilöiltä:

- rouva Eeva Ahtisaari
- arkkipiispa Leo
- opettaja evp Kalevi Hanhinen
- toiminnanjohtaja Harri Hakola
- museonhoitaja Vesa Järvinen
- päätoimittaja Leevi Launonen
- kirjailija Lasse Lehtinen
- kansanedustaja Saara Karhu
- päätoimittaja Tapani Ruokanen
- lähetysjohtaja Richard Brevis.

Joukkorahoituskampanja on voimassa 4.8.2015 asti. Tuotantotuki.com on elokuvaan ja luoviin projekteihin keskittyvä uusi joukkorahoituspalvelu, jonka pilottiprojektina elokuva toimii.

Hankkeesta lisätietoa löydät kampanjasivulta osoitteesta www.tuotantotuki.com

Lisätiedot elokuvan sisällöstä:

Mauri Päivinen, ohjaaja (044 070 6470)

Lisätiedot joukkorahoitukseen liittyen:

Christian Valtanen, tuottaja (045 110 6118)

info@arvotuotanto.com

Liite 11. Kampanjavideon käsikirjoitus

Christian:

Nimeni on Christian Valtanen ja olen ollut yrittäjänä 11 vuotta, joista viimeiset 5 vuotta media-alalla. Olen ollut muun muassa Lontoon ja Sochin olympialaisissa Iltalehden valokuvaajana ja videokuvaajana.

Olemme tehneet ohjaaja Mauri Päivisen kanssa muutamia elokuvia, joista viime vuonna ensi-illan sai *Afrikka valitsi minut*. Se keräsi Tv1:llä ja areenassa 650 000 katsojaa.

Nyt suunnitteilla oleva Exlibris-elokuva kertoo symboleista exlibristen eli kirjanomistajamerkkien takana ja siitä mistä exlibristen aiheet saavat alkunsa. Elokuvassa kuvataan taiteilija Mauri Päivisen työtä sekä tunnettuja suomalaisia, jotka kertovat omista taiteilijan tekemistä exlibriksistään. Elokuva on tärkeä hanke, sillä se levittää tietoa exlibris-harrastuksesta suomalaisille ja mahdollisesti myös ulkomaita myöten.

Suomalaisten exlibrisjärjestöjen puheenjohtajat kävivät vierailemassa täällä studiolla ja näin he kertovat hankkeesta.

Tauno Piironen, Exlibris Aboensis:

Olemme tavanneet tuotantoyhtiön sekä taitelija Mauri Päivisen kanssa ja nähneet exlibris-elokuvasta olevia suunnitelmia, jotka perustuvat *Merkkini exlibris* -kirjaan. Asia on tärkeä, eikä vastaavaa ole tehty aiemmin Suomessa.

Katsomme hankkeen olevan merkittävä taiteellinen teos, joten toivomme, että Suomen elokuvasäätiö, AVEK sekä muut säätiöt ja yksityishenkilöt lähtevät tukemaan tätä hanketta.

Christian:

Tällä kampanjalla keräämme rahaa elokuvan tekemistä varten. Rahat käytetään muun muassa matkustamiseen, kuvauksiin, editointiin, musiikin tekemiseen ja miksaukseen, kaluston vuokrauksiin sekä dvd:n tekemiseen.

Kampanjasivun oikeasta laidasta löydät eri tukivaihtoehdot, joista voit valita itsellesi sopivan. Tulemme järjestämään Helsingissä elokuvan ensi-illan ja toivon myös sinun olevan siellä mukana. Olisi hienoa jos voit kertoa tästä kampanjasta myös ystävillesi Facebookissa ja muilla tavoin.

Kiitos tuestasi!

Liite 12. Haastattelukysymykset Miika Norvannolle 10.2.2015

Missä haarukassa tekemiesi/jakelemiesi elokuvien budjetti on liikkunut?

Minkälaisilla tavoilla olet rahoittanut elokuvaa?

Minkälaisia sponsoriilejä teillä on ollut?

Oletko harkinnut joukkorahoitusta elokuvien rahoittamisessa?

Miksi ajattelit, että joukkorahoitus on sopiva vaihtoehto?

Mitä palveluita olette käyttäneet joukkorahoituksessa?

Minkälaisia ohjelmia käytät elokuvan budjetin, aikataulun sekä henkilöiden hallintaan?

Voitko kertoa miten elokuvan jakelijat toimivat? (ennakkotuki, myyntiprovisio, aikataulu)

Kuinka paljon jakelijat ottavat ja kuinka paljon jää itselle?






Mitkä ovat tärkeimmät markkinointikeinot?

Liite 13. Haastattelukysymykset Ulla Simoselle 30.4.2015

1. Mitä tehtäviisi kuuluu tuotannon eri vaiheissa?
2. Ketä yleensä kuuluu dokumenttielokuvatuotannon ryhmään?
3. Voitko kuvailla dokumenttielokuvan rahoitusprosessia? Missä vaiheessa rahaa tulee keneltäkin yms.
4. Minkälaisia laskelmia ja papereita tulee tehdä rahoitukseen liittyen?
5. Minkälaisia sponsori/tuotesijoitteluliitejä on ollut?
6. Minkälainen on hyvä elokuvaidea, johon on mahdollista saada tukea elokuvasäätiöltä yms?
7. Mitä elementtejä hyvä tukihakemus sisältää?
8. Voitko kertoa miten myyntitapahtuma etenee Ylen kanssa ja mitä papereita lähetät missäkin vaiheessa?
9. Voitko kertoa yhteistyöstä jakelijoiden kanssa?
10. Miten myyntitapahtuma etenee?
11. Kuinka paljon jakelijoilta on mahdollista saada tukea?
12. Kuinka suuri osa lipputuloista/dvd-myynteistä jää jakelijalle ja kuinka paljon itselle?
13. Mistä tuottaja saa palkan ja kuinka paljon se on? Onko kiinteä vai komissio?
14. Mistä tuotantoyhtiön voitto koostuu?
15. Voisitko katsoa näitä tekemiäni papereita (budjetti, tuotantosuunnitelma, maksuvalmiussuunnitelma) ja kertoa, jos niissä on kommentoitavaa?

Liite 14. Kuva elokuvan kampanjasivusta

TUE

JAA SOMESSA     

0%
Rahoitettu


5€
Tuettu

9,000€
Tavoite

0
Tukijaa

23 Päivää 17 Tuntia 38 Minuuttia 59 Sekuntia Aikaa jäljellä tukea

Exlibris kampanjavidео



Tauno Piironen
Exlibris Aboensis

EXLIBRIS - SYMBOLIEN SALAISUUS

Projektin esittely

Exlibriksistä ja Mauri Päivisen toiminnasta on tekellä puolen tunnin mittainen dokumenttielokuva. Elokuvan tarkoituksena on seurata exlibriksen syntymistä ja elävän kuvan keinoin avata katsojalle miten symboliikka muuttuu grafiikan avulla eläväksi kuvaksi. Elokuva on tärkeä, koska se esittää symboliikan kuvana ja avaa näköaloja exlibris-talteen. Elokuva on Päivisen ja Yleisradion mukaan ensimmäinen laatuaan. Elokuvan synopsiksena toimii Päivisen vuonna 2004 suunnittelema MERKKINI EXLIBRIS -kirja, jossa tekijä esittelee 120 suunnittelemaansa exlibristä.

Mikä on exlibris?

Exlibrisharrastus on peräisin 3 400 vuoden takaa faaraoiden alkakaudelta Egyptistä, jolloin papyruskääröjä ja pergamentteja säilöttiin omistajalaatoin varustetuissa arkuissa. British Museumin kokoelmassa löytyy vanhin tunnettu laatta vuodelta noin 1400 eKr. Ensimmäinen paperille tehty exlibris on peräisin 900-luvun Japanista. Luostareissa munkit kirjoittivat kirjoja käsin ja koristelivat kirjojen kansin sukuvaakunolta tai omistajan nimikirjaimista muodostetun monogrammin. Suomessa vanhimmat exlibriksit ovat 1500-luvulta, joista tunnetuin on Mikael Agricolan kirjankannen painanta. Hyvä exlibris kuvaa tekijänsä silmän kohteensa arvostamia asioita kuten harrastuksia, aatetta tai ammattia.

UUTISET

Kampanjan testikäyttö on alkanut

KAMPAJAN TUKIVAIHTOEHDOT

Exlibris - Symbolien salaisuus

VALITSE TUKIPAKETTI

TUE 25€ 900 of 900 jäljellä
Exlibris - Symbolien salaisuus -DVD-talenne (sis. pk.)