



Aalto-yliopisto
Kauppakorkeakoulu

Digitalisoitumisen vaikutus elokuva-alan kannattavuuteen ja toimintatapoihin elokuvateatteri- jakelussa Suomessa

Katja Kolehmainen (ohjaaja)

Janne Jaalivaara

Arttu Talvitie

Asta Viertola

Marika Westman

2013



Suomen elokuväsäätiö

TIIVISTELMÄ

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää miten digitalisoituminen elokuvateatterijakelussa on vaikuttanut elokuva-alan keskeisten toimijoiden, tuotanto-, levitys- ja teatteriyhtiöiden, liiketoimintatapoihin ja kannattavuuteen Suomessa. Tutkimus toteutettiin Suomen elokuvasäätiön toimeksiannosta Aalto-yliopiston tutkimusprojektina kevään 2013 aikana.

Tutkimuksen kohteena oli 15 Suomen elokuvasäätiön ennalta määrittelemää yritystä: viisi tuotantoyhtiötä, viisi levitysyhtiötä ja viisi teatteriyhtiötä. Lisäksi haastateltiin myös muita elokuva-alan asiantuntijoita taustatiedon keruuta varten. Haastatteluiden lisäksi tehtiin numeerinen analyysi yritysten tilinpäätöksistä sekä katsojalukujen kehityksestä vuosilta 2008–2011. Numeerinen analyysi perustui julkisiin tilinpäätöstietoihin ja katsojalukuihin. Analyysissä keskityttiin kunkin toimijaryhmän yhteenlaskettujen liikevaihtojen ja –tulosten analysointiin.

Numeerisessa analyysissä korostuivat alan kausiluonteisuus ja suuret vuosittaiset vaihtelut. Erityisesti tuotantoyhtiöiden kohdalla liikevaihdon ja liiketuloksen vaihtelut olivat suuria. Levittäjille ja teattereille yksi elokuva ei edusta yhtä suurta riskiä kuin tuotantoyhtiölle, mikä heijastui pienempänä vaihteluna vuotuisessa liikevaihdossa ja -tuloksessa. Tilinpäätösten perusteella ei valitettavasti voitu tehdä johtopäätöksiä digitalisoitumisen vaikutuksista yritysten toiminnan volyyymiin tai kustannusrakenteeseen, sillä käytävissä oleva taloudellinen tieto oli eritelty varsin karkealla tasolla. Katsojalukujen tarkastelussa nousi esille kotimaisten elokuvien elokuvakohtaisten katsojalukujen suuri vuosittainen vaihtelu. Lisäksi tuli esille koventunut kilpailu näytösajoista lisääntyneen tarjonnan ja vähentyneiden elokuvasalien myötä.

Alan toimijoiden haastattelujen pohjalta oli nähtävissä, että totuttelu uuteen tekniikkaan on osittain vielä kesken. Digitalisoitumisen olennaisimmat vaikutukset näyttivät keskittyvän elokuvien nopeampaan kiertoon sekä parempaan saatavuuteen, etenkin pienillä paikkakunnilla. Haastateltavien näkemykset digitalisoitumisen vaikutuksista katsojalukuihin erosivat jonkun verran toisistaan. Joidenkin haastateltavien mielestä katsojalukujen kehityksen uskottiin olevan kiinni yksittäisistä kiinnostavista elokuvista. Toisten haastateltavien mielestä taas digitalisoitumisen aiheuttama tarjonnan kasvu ja helpompi saatavuus ovat tuoneet lisää katsojia teattereihin. Haastatteluiden perusteella voidaan myös todeta, että ohjelmistosuunnittelu on noussut entistä tärkeämmäksi elokuvateattereiden toiminnassa. Useat haastateltavat kokivat ohjelmistosuunnittelun haasteellisena. Heidän mukaansa se tuottaa selkeästi lisää työtä teattereille ja näin alkuvaiheessa myös levitysyhtiöille. Teattereiden edustajat kokivat kuitenkin positiivisena asiana sen, että heillä on entistä enemmän valtaa määritellä itse oma ohjelmistonsa laajentuneen tarjonnan vuoksi.

Digitalisoitumisen negatiivisina puolina nähtiin teattereiden suuret alkuinvestoinnit sekä tekniikan entistä suurempi alttius rikkoutua. Haastateltavien mukaan korvausinvestointien suuruutta on hankala arvioida tässä vaiheessa, kun uusi digitekniikka on ollut käytössä vasta vähän aikaa. Monet levitys- ja tuotantoyhtiöiden edustajat nimesivät myös virtual print feen (VPF) merkittäväksi haittapuoleksi, joka estää kustannusten laskua ja siirtää tuloa heikommilta toimijoilta vahvimmalle. Jotkut haastateltavat kokivat kuitenkin VPF:n ansioksi sen, että digitalisoituminen saatiin valmiiksi niinkin nopealla aikataululla.

Kokonaisuudessaan digitalisoituminen nähtiin positiivisena kehityksenä. Suoria taloudellisia vaikutuksia on vaikea tässä vaiheessa vielä hahmottaa. Haastateltavat kokivat, että taloudellisia vaikutuksia voi arvioida vasta joidenkin vuosien kuluttua, kun uuteen tekniikkaan ja sen tarjoamiin mahdollisuuksiin on totuttu. Myös VPF:n poistuminen on tuotanto- ja levitysyhtiöiden mielestä merkittävä edellytys taloudellisten hyötyjen saamiselle. Myös joidenkin katsojaryhmien tottuminen uuteen nopeampaan esitysrytmiin voi viedä aikaa. Uusi tekniikka on kuitenkin tuonut elokuvat entistä paremmin kaikkien katsojien saataville.

ABSTRACT

The objective of this study was to establish how the digitalisation of film in theatre release has affected the business practices and profitability of the main players (production, distribution and cinema companies) in the film industry in Finland. The study was commissioned by the Finnish Film Foundation to be carried out as a research project at Aalto University during spring 2013.

The study focused on 15 companies specified in advance by the Finnish Film Foundation: five production companies, five distributors and five cinema companies. In addition, other film industry experts were interviewed for the purposes of gathering background information. As well as the interviews, a numerical analysis was made of the companies' financial statements and trends in audience figures between 2008 and 2011. The numerical analysis was based on financial information and audience figures received from the Finnish Film Foundation. The analysis focused on the combined turnovers and operating profits in each of the abovementioned areas of the film industry.

The numerical analysis threw a spotlight on the seasonal nature of the film industry and large annual fluctuations. For production companies especially, fluctuations in turnover and operating profit were considerable. For distributors and cinemas, a single film does not entail as great a risk as it does for the production company, which was reflected in smaller fluctuations in annual turnover and operating profit. Unfortunately, based on the financial statements, it was not possible to form any conclusions on the effects of digitisation on the volume or cost structure of the companies' operations, as the available financial information was broken down only to a very basic degree. Inspection of the audience figures showed there to be a large annual fluctuation in film-specific audience figures for domestic films. It also revealed increased competition over screening times as a result of greater options for cinema-goers and a reduced number of cinema screens.

On the basis of the interviews with the industry players, it was evident that there is still some way to go in the adjustment to the new technology. The primary effects of digitisation appeared to centre on the faster circulation of films and better availability, particularly in smaller municipalities. The views of the interviewees on the effects of digitisation on audience figures were somewhat diverse. Some interviewees were of the opinion that the development of audience figures was dependent on individual, interesting films. Others believed that the increased range of films on offer and easier availability achieved through digitisation have brought more people into the cinemas. Based on the interviews, it can also be shown that programme planning has also become increasingly important as a feature of cinemas' business operations. Several interviewees found programme planning to be challenging. They believed that it brings a great deal of additional work for cinemas and, initially, also for distributors. Nonetheless, cinema representatives saw the positive side in the fact that they now have greater authority to set their own schedules thanks to the increased range of films available.

The negative side of digitisation included large initial investments for cinemas and a greater vulnerability to technical malfunctions. Interviewees said that the scale of replacement investment was difficult to judge at this stage, as new digital technology has been in use for only a short time. Many representatives of distribution and production companies also named virtual print fee (VPF) as a significant inconvenience that prevents the calculation of costs and takes revenue away from weaker businesses and hands it to stronger businesses. However, some interviewees found an advantage in VPF as digitisation could be completed in such a short timeframe.

Overall, digitisation was seen as a positive development. The direct financial effects are still difficult to gauge at this time. The interviewees said that the financial effects could only be assessed after a number of years, when the new technology and the possibilities it brings are familiar. Production and distribution companies believe the removal of VPF is also a significant prerequisite for financial benefits. The accustomisation of some audience groups to the new, faster rhythm of screenings will also take some time. Nonetheless, the new technology has made films more available to all cinema-goers.

SISÄLLYSLUETTELO

1. Johdanto.....	6
1.1. Tutkimuksen tausta ja tavoitteet	6
1.2. Tutkimuksen toteutus	7
1.3. Tutkimusraportin rakenne.....	8
2. Numeerinen analyysi	9
2.1. Liikevaihdon ja liiketuloksen kehitys eri toimijaryhmissä vuosina 2008-2011	9
2.1.1. Tuotantoyhtiöt	9
2.1.2. Levitysyhtiöt.....	11
2.1.3. Teatteriyhtiöt	13
2.1.4. Yhteenveto.....	14
2.2. Katsojaluvut ja ensi-illat.....	15
3. Alan toimijoiden haastattelut.....	20
3.1. Tuotantoyhtiöt	20
3.1.1. Tuotantovaihe	20
3.1.2. Elokuvienv levitys	21
3.1.3. Virtual print fee (VPF)	22
3.2. Levitysyhtiöt.....	23
3.2.1. Yleiskatsaus	23
3.2.2. Katsojaluvut.....	24
3.2.3. Levitysstrategia.....	24
3.2.4. Työmäärä.....	25
3.2.5. Samanaikainen julkaisu	25
3.2.6. Kopiokustannukset	25
3.2.7. Fyysisen jakelun loppuminen	26
3.3. Elokvateatterit.....	27
3.3.1. Ohjelmisto	27
3.3.2. Esitystekniikka.....	28
3.3.3. Henkilöstö.....	29
3.3.4. Logistiikka	30
3.3.5. Fyysisen jakelun loppuminen	30
3.3.6. Samanaikainen julkaisu	30
3.3.7. Levittäminen ilman levitysyhtiötä.....	31
3.3.8. Muutosvastarinta	31
3.4. Yhteenveto haastatteluista	31

4. Analyysi ja johtopäätökset.....	34
LIITEET	38

LUETTELO KAAVIOISTA

Kaavio 1. Tuotantoyhtiöiden yhteenlaskettu liikevaihto ja –tulos vuosina 2008-2011.....	9
Kaavio 2. Tuotantoyhtiöiden liikevaihdot vuosina 2008–2011.....	10
Kaavio 3. Tuotantoyhtiöiden liiketulokset vuosina 2008–2011	10
Kaavio 4. Levitysyhtiöiden yhteenlaskettu liikevaihto ja –tulos vuosina 2008-2011	11
Kaavio 5. Levitysyhtiöiden liikevaihdot vuosina 2008–2011	12
Kaavio 6. Levitysyhtiöiden liiketulokset vuosina 2008–2011.....	12
Kaavio 7. Teatteriyhtiöiden yhteenlaskettu liikevaihto ja –tulos vuosina 2008-2011.....	13
Kaavio 8. Teatteriyhtiöiden liikevaihdot vuosina 2008–2011.....	13
Kaavio 9. Teatteriyhtiöiden liiketulokset vuosina 2008–2011	14
Kaavio 10. Yhteenlaskettujen liikevaihtojen kehitys toimijaryhmittäin vuosina 2008–2011	14
Kaavio 11. Yhteenlaskettujen liiketulosten kehitys toimijaryhmittäin vuosina 2008-2011	15
Kaavio 12. Elokvakohtaiset katsojamäärät vuosina 2008–2011	16
Kaavio 13. Kotimaisten elokuvien elokuvakohtaiset katsojaluvut 2008–2011	16
Kaavio 14. Katsojat alueittain vuosina 2008–2011	17
Kaavio 15. Kotimaisten ensi-iltojen määrä vuosina 2008–2012.....	18
Kaavio 16. Ensi-iltavalkokankaiden määrä vuosina 2008–2012.....	18
Kaavio 17. Ensi-illat ja salien lukumäärä vuosina 2008–2011.....	19

1. Johdanto

1.1. Tutkimuksen tausta ja tavoitteet

Elokuva-ala on käynyt viime vuosina läpi merkittävää teknistä murroskautta. Alan tuotanto- ja levitysketjun muuttuminen digitaaliseksi on verrattavissa äänielokuvan murrokseen. Digitalisoituminen alkoi äänen ja jälkityön digitalisoitumisesta 1990-luvun alkupuolella. Vähitellen koko tuotanto- ja levitysketju kuvauskalustosta teatterilevitykseen on muuttunut digitaaliseksi. Elokuvateattereiden digitalisoiminen Suomessa alkoi vuonna 2006. Suomen elokuväsäätiö on tukenut teattereiden digitalisoimista tähän mennessä noin 8 miljoonalla eurolla, eli keskimäärin 30 000-45 000 eurolla per teatterisali. Elokuvan digitalisoituminen on osa laajempaa maailmanlaajuista digitalisoitumistrendiä, jossa ala toisensa jälkeen on vähitellen siirtynyt analogisesta teknologiasta digitaaliseen. Esimerkiksi musiikkiteollisuudessa digitalisoitumiskehitys on tapahtunut Suomessa jo jonkin verran elokuva-alaa aikaisemmin.

Elokuva-ala jakautuu Suomessa perinteisesti kolmeen toimijajoukkoon: tuotantoyhtiöihin, levitysyhtiöihin ja elokuvateatteriyhtiöihin. Tuotantoyhtiöt vastaavat elokuvien tekemisestä: käsikirjoittamisesta aina valmiin materiaalin saattamiseen levitettävään muotoon. Levitysyhtiöt osallistuvat rahoitukseen ja vastaavat useimmiten valmiin elokuvan markkinoinnista ja levittämisestä teattereihin ja tallennemyyntiin. Elokuvateattereiden tehtävänä taas on saattaa elokuva yleisön katsottavaksi valkokankaalla. Näillä kolmella toimijalla on jokaisella oma selkeä työnkuvansa elokuvan tuotantoketjussa. Digitalisoitumisen myötä toimenkuvien sekoittumista ja päällekkäisyyttä on kuitenkin alkanut esiintyä; esimerkiksi tuotantoyhtiöiden on nyt entistä helpompi levittää omia elokuviaan. Digitalisoitumiskehityksellä on ollut vaikutuksia myös alan toimintatapoihin, liiketoimintamalleihin ja kannattavuuteen.¹

Digitalisoituminen vaikuttaa kuhunkin kolmeen toimijajoukkoon eri tavoin. Esimerkiksi tuotantoyhtiöiden kohdalla digitalisoituminen vaikuttaa erityisesti raakamateriaalin kuvaus- ja jälkityövaiheisiin; levitysyhtiöiden kohdalla digitalisoitumisen vaikutus taas kohdistuu merkittävimmin elokuvan varastointi- ja jakeluprosesseihin. Vaikka digitalisoitumisen vaikutuksista onkin kertynyt jo jonkin verran tietoa, kokonaiskuva digitalisoitumisen vaikutuksista eri toimijajoukkoihin – ja elokuvan tuotantoketjuun kokonaisuutena – on jäänyt vajavaiseksi.

Tämän tutkimusprojektin tavoitteena on ollut selvittää miten elokuvan digitalisoituminen on vaikuttanut elokuva-alan kolmen eri toimijajoukon, tuotannon, levityksen ja esittämisen liiketoimintatapoihin ja kannattavuuteen Suomessa. Tutkimusprojekti on toteutettu Suomen elokuväsäätiön toimeksiannosta Aalto-yliopiston tutkimusprojektina. Projekti on rajattu elokuvatuotantojen teatterilevityksessä tapahtuneisiin digitalisoitumisen aiheuttamiin muutoksiin. DVD-myyntiä ja vastaavaa oheistuottoa ei tässä tutkimusprojektissa ole otettu huomioon.

¹ VPF on yksi merkittävimmistä digitalisoimisen mukanaan tuomista liiketoimintamalleista. VPF on digitalisoimisen edistämiseksi ja nopeuttamiseksi kehitetty rahoitusmalli. Yleisimmin käytössä olevassa sovelluksessa elokuvan levitysoikeuksien haltija (levittäjä) suorittaa integraattoriksi kutsulle kolmannelle osapuolelle korvauksen elokuvan digitaalisesta esittämisestä. Integraattori kokoaa VPF-maksut levittäjiltä ja tilittää ne teatteriyhtiölle. Integraattorilla on sopimukset sekä elokuvateatteriyhtiöiden että elokuvalevittäjien (Hollywood-studiot ja independent-levittäjät) kanssa. VPF -mekanismin sovellukset poikkeavat toisistaan eri maissa mutta ne koskevat yleensä suuria elokuvateatteriketjuja. Suomen elokuvateatteriyhtiöistä rahoitusmalli on käytössä vain Finnkinon Oy:ssä, jolla on sopimus Arts Alliance Median (AAM) kanssa. Finnkinolla on Suomessa 14 elokuvateatteria, joissa on 92 elokuvasalia. Sopimuksen yksityiskohtia tai rahoitusmalliin kuluva VPF-maksun suuruutta ei ole julkistettu. Maksut käytetään kattamaan sopimuksin määriteltyä osaa digitaalisen esityslaitteiston hankintakustannuksista. VPF-maksun suuruus perustuu pääosin filmikopion ja digitaalisen esityskopion väliseen hintaeroon ja se koskee sopimuksen piiriin kuuluvissa elokuvateattereissa yleisimmin niin sanottua ensi-iltajakelua. Integraattorin ja teatteriyhtiön välinen sopimus on yleensä määräaikainen ja VPF-maksun periminen lakkaa, kun digitoiminnan kustannukset kyseisen sopimuksen kohteissa on katettu.

1.2. Tutkimuksen toteutus

Tutkimusprojekti toteutettiin Aalto-yliopiston tutkimusprojektina. Projektin ohjaajana toimi KTT Katja Kolehmainen Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulun Laskentatoimen laitokselta. Tutkimusprojekti herätti opiskelijoiden joukossa suurta kiinnostusta, joten projektiryhmään voitiin valita motivoitunut ja monipuolista osaamista edustava joukko Kauppakorkeakoulun ja Taiteiden ja suunnittelun korkeakoulun opiskelijoita. Projektiryhmässä olivat mukana Asta Viertola (elokuvatuotanto), Marika Westman (laskentatoimi), Janne Jaalivaara (taloustiede) sekä Arttu Talvitie (markkinointi).

Tutkimusprojekti toteutettiin kolmessa eri vaiheessa. Tutkimusprojektin ensimmäinen vaihe keskittyi taustanalyysin tekemiseen. Tutkimuksen ensimmäisessä vaiheessa projektiryhmä perehtyi Suomen elokuva-alaa koskevaan julkiseen aineistoon sekä haastatteli elokuvasäätien henkilökuntaa ja muita alan asiantuntijoita. Alaa koskeva ns. julkinen aineisto käsitti mm. katsojalukujen kehitystä koskevaa informaatiota. Tutkimuksen ensimmäinen vaihe suoritettiin helmikuun 2013 aikana.

Tutkimuksen toisessa vaiheessa perehdyttiin tutkimuksessa mukana olleiden yritysten (5 tuotantoyhtiötä, 5 levitysyhtiötä sekä 5 teatteriyhtiötä) taloudellisen tuloksen analysoimiseen. Tutkimuksessa mukana olleet 15 yhtiötä oli valittu elokuvasäätien suosituksesta. Numeerisessa analyysissä käytettiin yhtiöiden julkisia tilinpäätöstietoja. Koska tutkimuksessa mukana olleita yrityksiä koskeva taloudellinen tieto oli saatavissa vain karkealla tasolla, numeerisessa analyysissä keskityttiin lähinnä liikevaihdon ja liiketuloksen kehitykseen vuosina 2008–2011 tutkittavien yksittäisten yritysten sekä kolmen eri toimijajoukon osalta. Tarkempaa analyysiä esimerkiksi eri kuluerien kehityksestä kyseisen aikaperiodin aikana ei voitu tehdä. Tutkimuksen toinen vaihe toteutettiin helmi-maaliskuun 2013 aikana.

Tutkimuksen kolmannessa vaiheessa haastateltiin tutkimuksessa mukana olevien yritysten edustajia. Elokuväsäätio toimitti tutkimusryhmälle yhteystiedot haastateltavien yritysten vastuuhenkilöille. Elokuväsäätio myös lähetti näille etukäteen saatekirjeen, jossa kerrottiin hieman tutkimuksen taustoista ja toivottiin yhteistyötä tutkimusryhmän kanssa. Kiireisistä aikatauluistaan huolimatta kaikkien yritysten edustajat suostuivat haastatteluun. Vain yhtä haastateltavaa emme päässeet haastattelemaan henkilökohtaisesti tämän ollessa tutkimuksen aikana ulkomailla. Hänkin kuitenkin vastasi lähettämäämme sähköpostikyselyyn, joka pohjautui samoihin kysymyksiin, joita olimme käyttäneet henkilökohtaisissa haastatteluissa. Tarkemmat tiedot haastatteluista on kuvattu Liitteessä 1.

Haastattelut toteutettiin maaliskuun huhtikuussa 2013. Haastatteluista suoritti pääasiassa kaksi tutkimusryhmän edustajaa, joista toinen otti vastuun kysymysrunгон käsittelystä ja haastattelun etenemisestä. Toinen keskittyi ottamaan muistiinpanoja ja esittämään tarkentavia kysymyksiä. Joissakin haastatteluissa oli paikalla myös useampi tutkimusryhmän edustaja, joista kukin esitti halutessaan tarkentavia kysymyksiä. Kysymysrungot olivat tutkimusryhmän yhdessä hahmottelemia ja ne perustuivat elokuva-alan ja digitalisoitumiseen liittyneeseen taustatyöhön. Kysymysrunkoja myös muokattiin tutkimuksen aikana, jos haastatteluissa nousi esiin uusia kysymyksiä. Kaikki haastattelut nauhoitettiin kokonaisuudessaan.

Haastattelumateriaali analysoitiin useampaan kertaan. Ensimmäisen kerran haastattelun kulku ja sisällöstä nousseet huomiot käytiin haastatteluun osallistuneiden tutkimusryhmäläisten kesken läpi heti haastattelun jälkeen. Ryhmäläiset, jotka eivät olleet paikalla haastattelussa saivat haastattelunauhan kuultavakseen, jotta hekin pystyivät muodostamaan oman käsityksensä haastattelusta. Tutkimuksen aikana nousseita teemoja ja huomioita käytiin läpi iteratiivisessa hengessä ryhmän yhteisissä palavereissa. Kun kaikki haastattelut oli tehty, suoritettiin tutkimusryhmän kesken yhteisiä kuunteluita, joissa haastattelunauhat käytiin vielä kertaalleen läpi. Näiden kuunteluiden yhteydessä haastatteluiden sisältöä pystyttiin käymään läpi perusteellisesti koko tutkimusryhmän voimin.

Vaikka tutkimuksen kohteena oli vain 15 alan toimijaa, tutkimusta voidaan kuitenkin pitää varsin edustavana otoksena elokuva-alan toimijoista Suomessa. Tutkimuksessa mukana olleiden yritysten yhteenlaskettu markkinaosuus katsojaluvuilla mitattuna on elokuväsäätöön mukaannoin kaksi kolmasosaa. Tarkemmin ottaen tutkimuksessa mukana olleet tuotantoyhtiöt edustivat noin 47 prosenttia², levitysyhtiöt noin 74 prosenttia ja teatteriyhtiöt noin 80 prosenttia markkinoista katsojaluvuilla mitattuna.

1.3. Tutkimusraportin rakenne

Tämä tutkimusraportti on jaettu neljään osaan. Tutkimusraportin ensimmäisessä osassa on kuvattu tutkimuksen taustaa, tavoitteita ja toteutustapaa. Raportin toisessa osassa esitetään tutkimuksen toisessa vaiheessa suoritettujen numeeristen analyysien keskeisimmät tulokset. Raportin kolmannessa osassa taas tuodaan esille tutkimuksen kolmannessa vaiheessa suoritettujen haastattelujen keskeisimmät löydökset. Nämä löydökset raportoidaan erikseen tuotantoyhtiöiden, levitysyhtiöiden ja teatteriyhtiöiden osalta. Raportin neljännessä ja viimeisessä osassa tuodaan esille tutkimuksen keskeisimmät johtopäätökset.

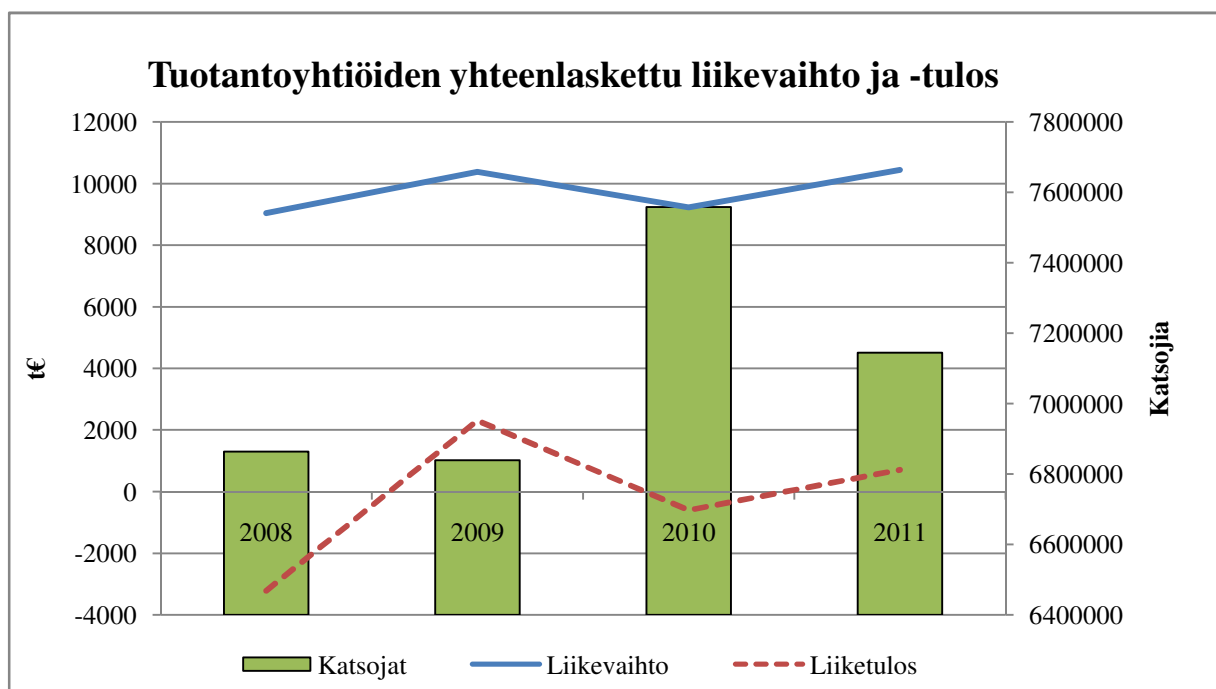
²Osuus vuonna 2011 ensi-iltansa saaneiden suomalaisten elokuvien katsojaluvuista.

2. Numeerinen analyysi

Yksi tutkimuksen tavoitteista oli tutkia digitalisoitumisen vaikutuksia elokuva-alan toimijoiden kannattavuuteen. Kannattavuutta ja toiminnan volyyymiä tarkasteltiin Suomen elokuvasäätiön hankkimien tilinpäätöstietojen pohjalta. Keskityimme tutkimuksessa yritysten liikevaihdon ja liiketuloksen³ kehitykseen, sillä käytettävissä oleva tilinpäätösmateriaali ei mahdollistanut tarkempaa kulurakenteiden muutosten analysointia. Liikevaihdon sekä liiketuloksen kehitystä tarkasteltiin ensin yritysten yhteenlaskettujen vuosittaisten summien avulla. Tällä tavalla oli mahdollista tutkia, miten kunkin toimijaryhmän liikevaihto ja kannattavuus olivat kehittyneet kokonaisuudessaan tutkimusperiodin aikana. Toimijajoukkokohtaisten lukujen tulkinnessa on kuitenkin otettava huomioon yritysten vähäinen määrä, minkä vuoksi yksittäisen yrityksen muutokset voivat vaikuttaa merkittävästi kokonaiskuvaan. Toimijajoukkokohtaisen analyysin lisäksi tarkastelimme kunkin tutkimuksessa mukana olleen 15 yritysten liikevaihdon ja liiketuloksen kehitystä tarkasteluperiodin aikana. Lisäksi tutkimme katsojalukuihin liittyviä muutoksia.

2.1. Liikevaihdon ja liiketuloksen kehitys eri toimijaryhmissä vuosina 2008-2011

2.1.1. Tuotantoyhtiöt

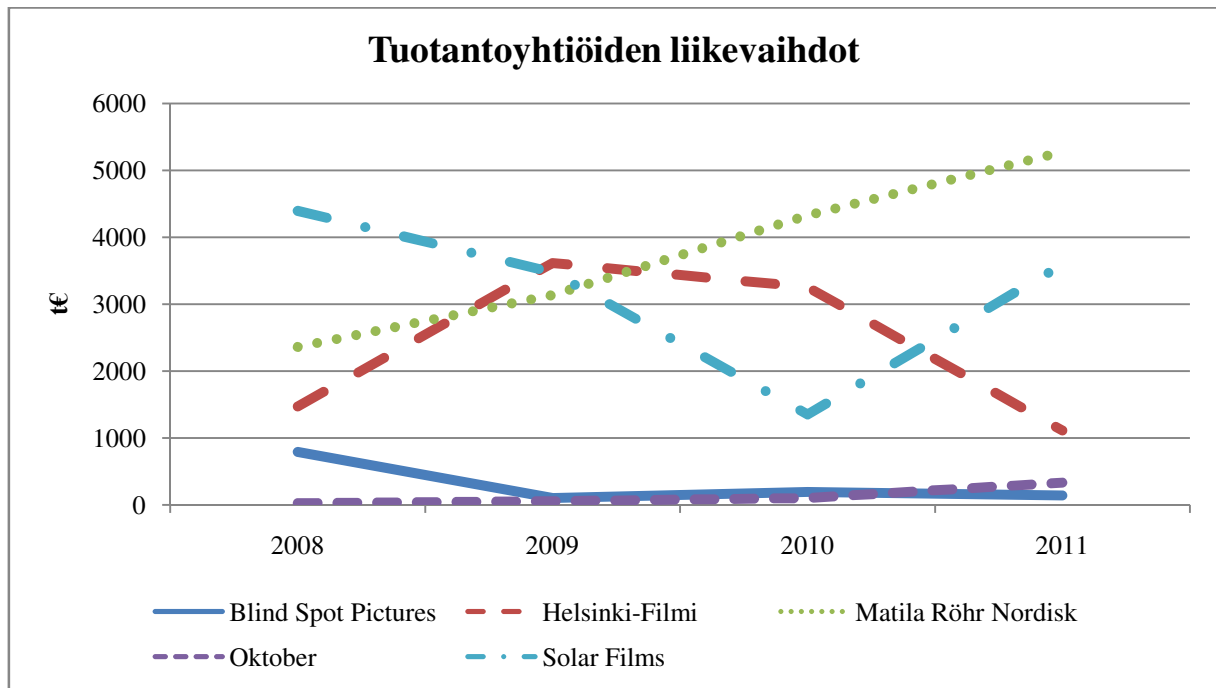


Kaavio 1. Tuotantoyhtiöiden yhteenlaskettu liikevaihto ja -tulos vuosina 2008-2011

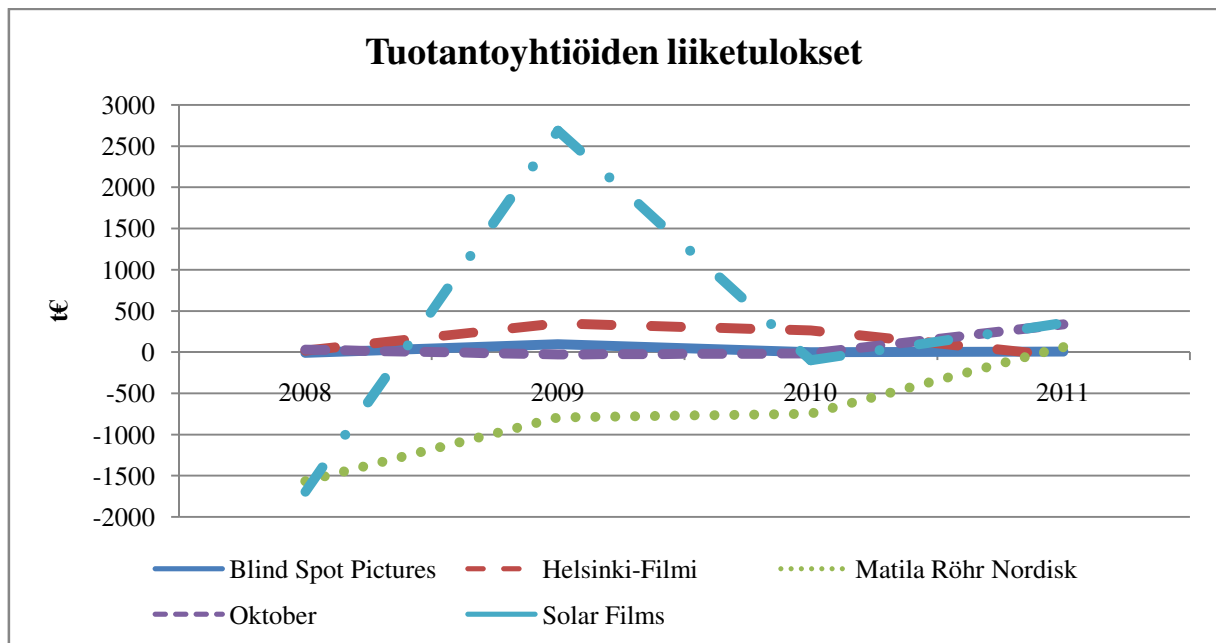
Tuotantoyhtiöiden yhteenlaskettu liikevaihto kasvoi vuodessa keskimäärin 4,9 % vuosien 2008–2011 aikana. Vuonna 2008 tarkastellun viiden yrityksen kumulatiivinen liiketulos oli reilusti negatiivinen. Vuonna 2009 liiketulos oli sen sijaan selvästi positiivinen. Tämä kertoo ennen kaikkea tuotantoyhtiöiden toiminnan projektiluonteisuudesta. Tilikausiin keskittynyt analyysi ei siksi kuvaakaan kovin hyvin tuotantoyhtiöiden kannattavuutta, sillä tuotannon kustannukset ja niiden kerryttämä liikevaihto saattavat sijoittua eri tilikausille. Koska tuotantoyhtiöt ovat usein melko pieniä, on jokaisella yksittäisellä projektilla suuri vaikutustoiminnan kannattavuuteen ja volyyymiin. Tarkasteltaessa vain viittä yhtiötä eivät liikevaihto ja –

³Liiketulos kertoo, kuinka paljon liiketoiminnan tuotoista on jäljellä ennen rahoituseriä ja veroja.

tulos liiku samassa suhteessa kokonaiskatsojalukujen kanssa, koska tutkittavat yhtiöt edustavat vain pientä osaa elokuvan kokonaiskatsojaluvuista Suomessa.



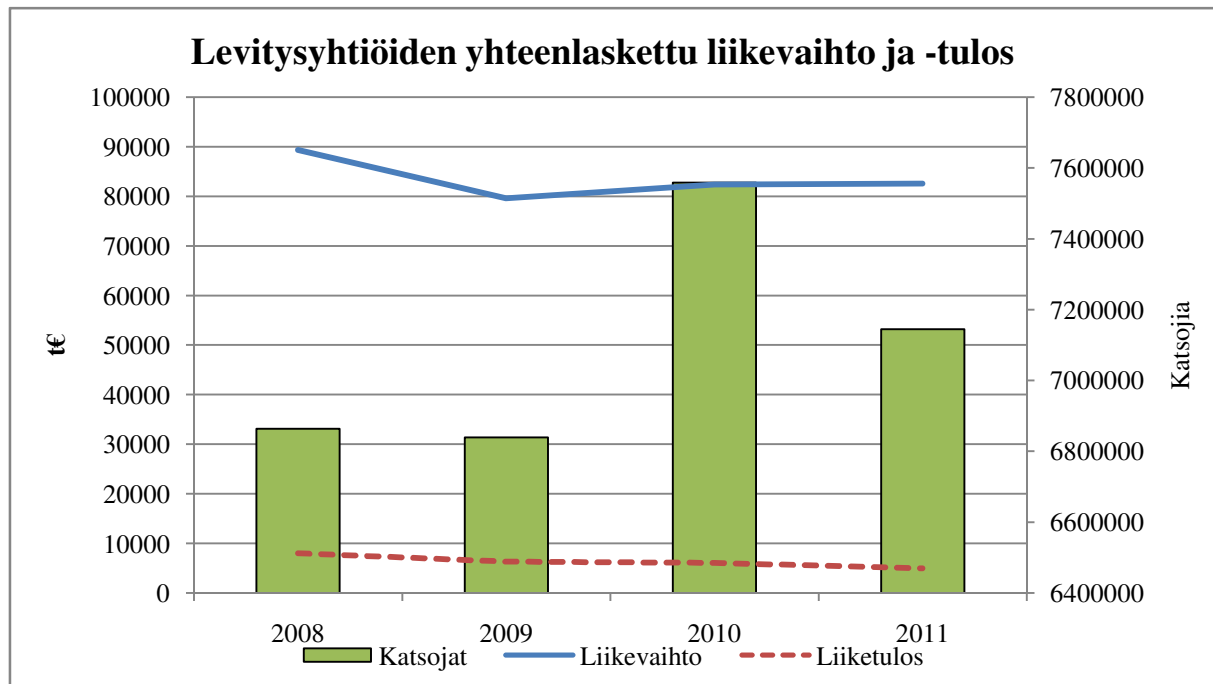
Kaavio 2. Tuotantoyhtiöiden liikevaihdot vuosina 2008–2011



Kaavio 3. Tuotantoyhtiöiden liiketulokset vuosina 2008–2011

Yrityskohtaisissa liikevaihdoissa ja -tuloksissa korostuu tuotantoyhtiöiden volyymin ja kannattavuuden vuosittainen vaihtelu vielä voimakkaammin kuin yhteenlasketussa luvuista (Kaavio 1). Myös yritysten markkinaosuudet vaihtelevat merkittävästi vuodesta toiseen, eikä yhtiöistä yhdelläkään näytä olevan ylivoimasta asemaa toisiin verrattuna.

2.1.2. Levitysyhtiöt

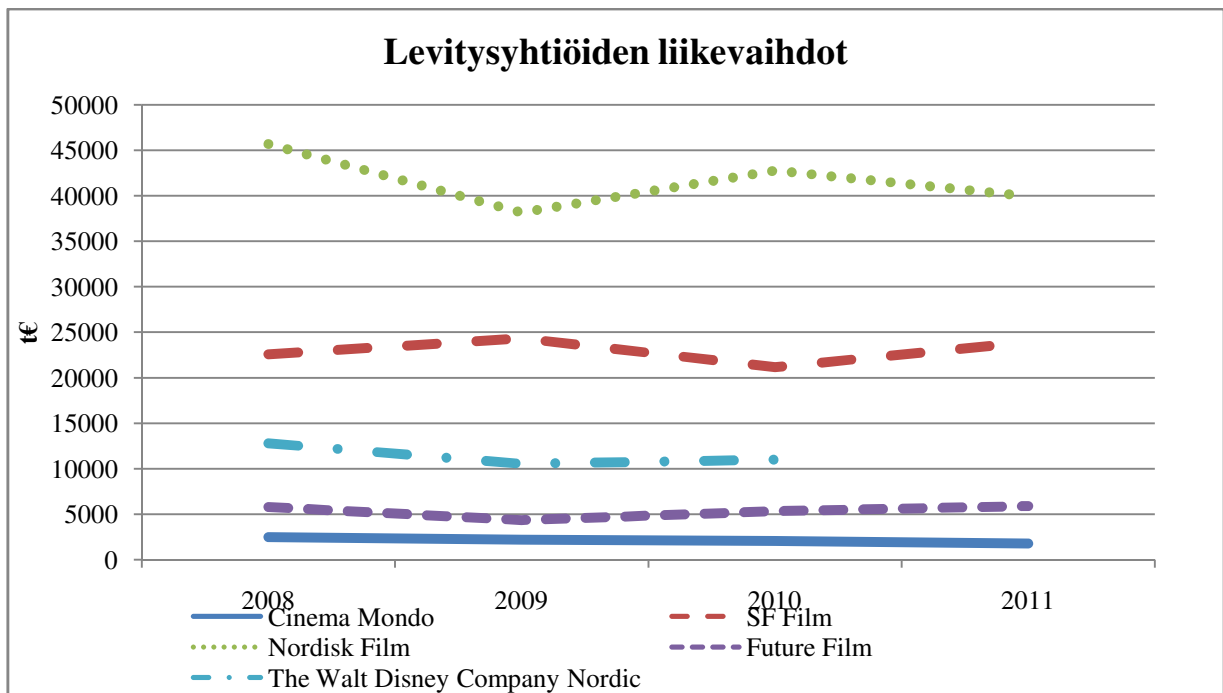


Kaavio 4. Levitysyhtiöiden yhteenlaskettu liikevaihto ja -tulos vuosina 2008-2011⁴

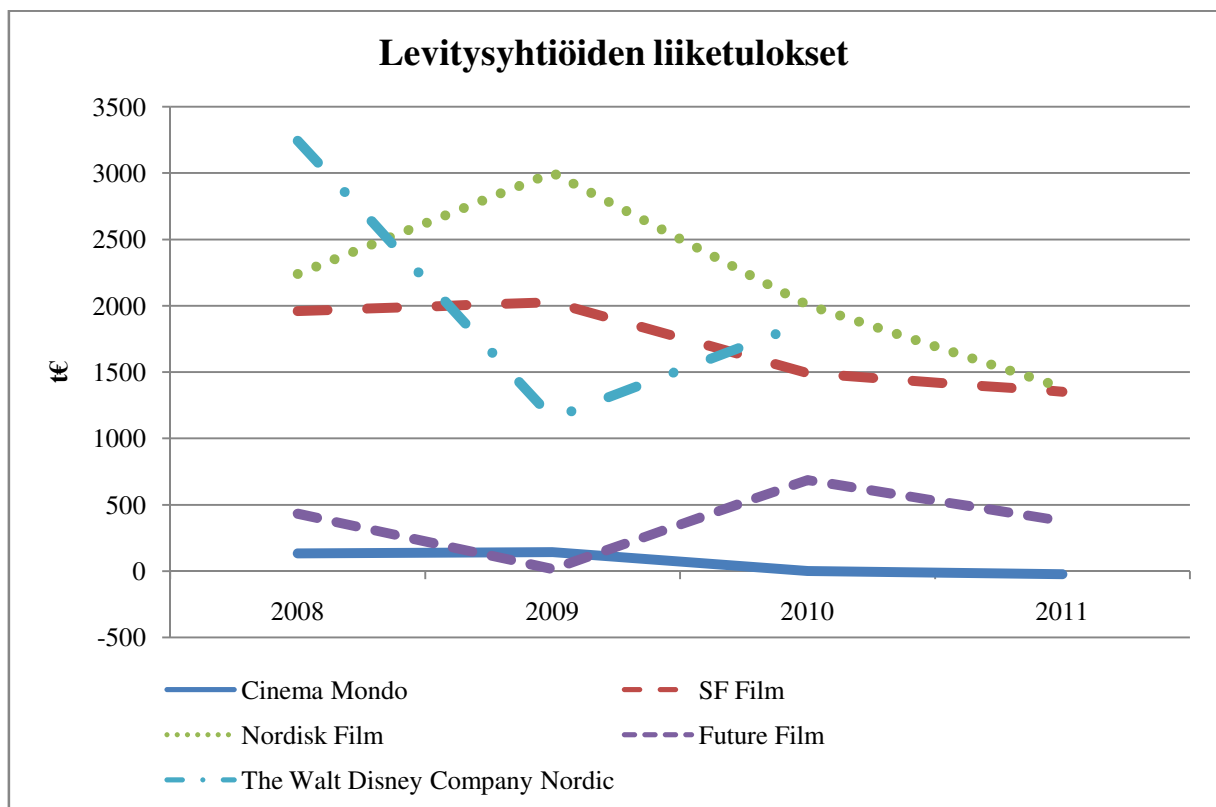
Levitysyhtiöiden keskimääräinen liikevaihdon kasvuprosentti oli tarkasteluperiodilla -2,6 %. Haastatteluiden mukaan suurin osa levitysyhtiöiden liikevaihdosta tulee ulkomaisista elokuvista ja tallennemyynistä. Tekemiemme haastattelujen pohjalta näyttäisi siten siltä, että juuri tallennemarkkinoiden supistuminen olisi ollut keskeinen syy levitysyhtiöiden liikevaihdon laskuun viime vuosina. Haastatteluissa todettiin DVD-myyntien supistuvan vuosi vuodelta. Vaikka VOD (Video On Demand) -palveluiden myynti kasvaa, ei se haastateltavien mukaan pysty korvaamaan DVD-myyntien aiheuttamaa laskua liikevaihdossa.

Kaavion 4 perusteella voidaan kuitenkin todeta, että levitysyhtiöiden yhteenlaskettu liikevaihto ja liiketulos olivat huomattavasti tuotantoyhtiöiden vastaavia lukuja vakaampia. Tämä heijastaa sitä, että levitysyhtiöiden on tuotantoyhtiöitä helpompi hajauttaa riskiä useampiin elokuvatuotantoihin. Seuraavalla sivulla esitetyn Kaavion 5 perusteella voidaan lisäksi todeta, että levitysyhtiöiden keskinäinen asema liikevaihdolla mitattuna pysyi vakaana vuosien 2008-2011 aikana.

⁴Walt Disney Company Nordicin liikevaihto ja liiketulos on oletettu vuonna 2011 samaksi kuin vuonna 2010 puuttuvan datan vuoksi.



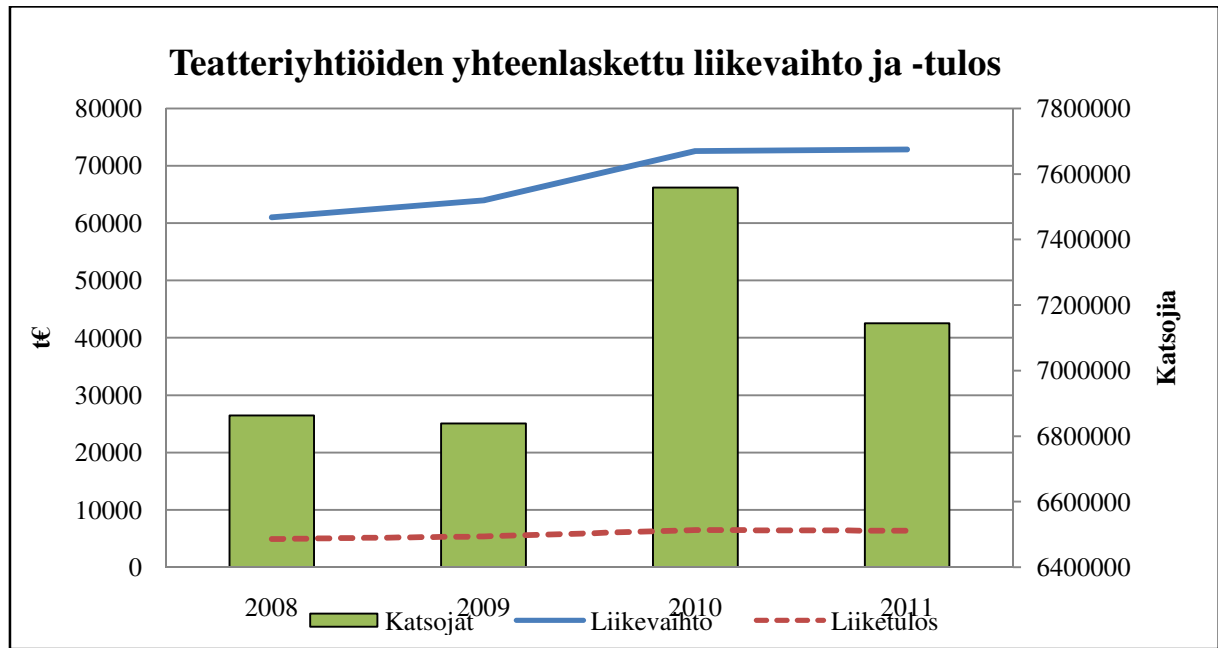
Kaavio 5. Levitysyhtiöiden liikevaihdot vuosina 2008–2011



Kaavio 6. Levitysyhtiöiden liikeluokset vuosina 2008–2011

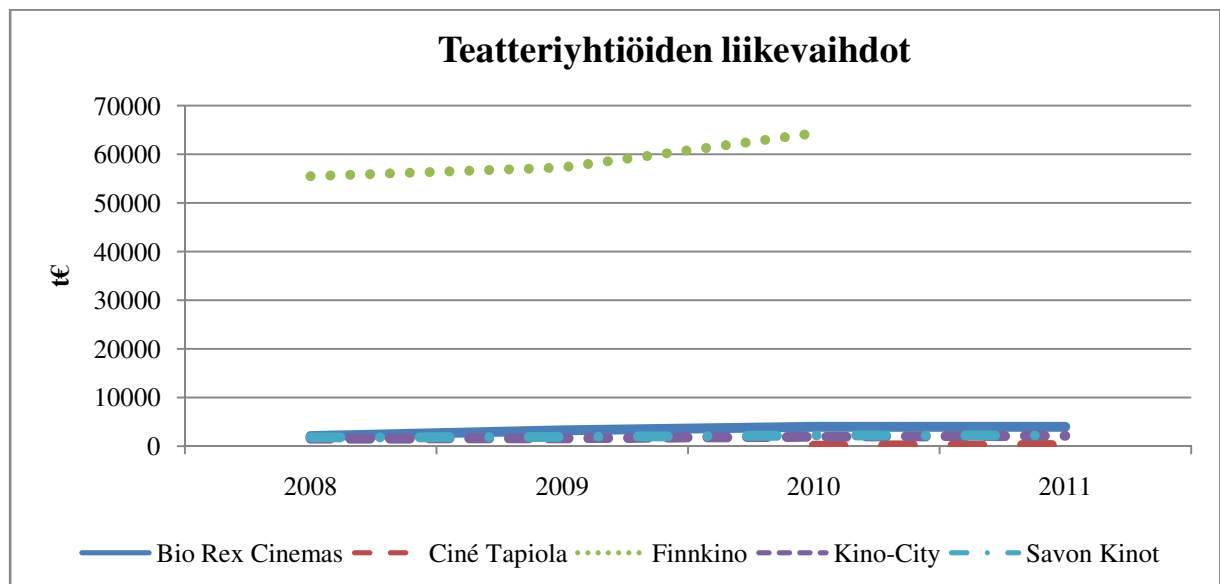
Kaavion 6 perusteella voidaan todeta, että levitysyhtiöiden liikeluokset vaihtelevat vuosittain enemmän kuin näiden yritysten liikevaihdot. Levitysyhtiöiden liikeluokset olivat kuitenkin pysyneet pääosin positiivisina vuosien 2008-2011 aikana.

2.1.3. Teatteriyhtiöt



Kaavio 7. Teatteriyhtiöiden yhteenlaskettu liikevaihto ja -tulos vuosina 2008-2011⁵

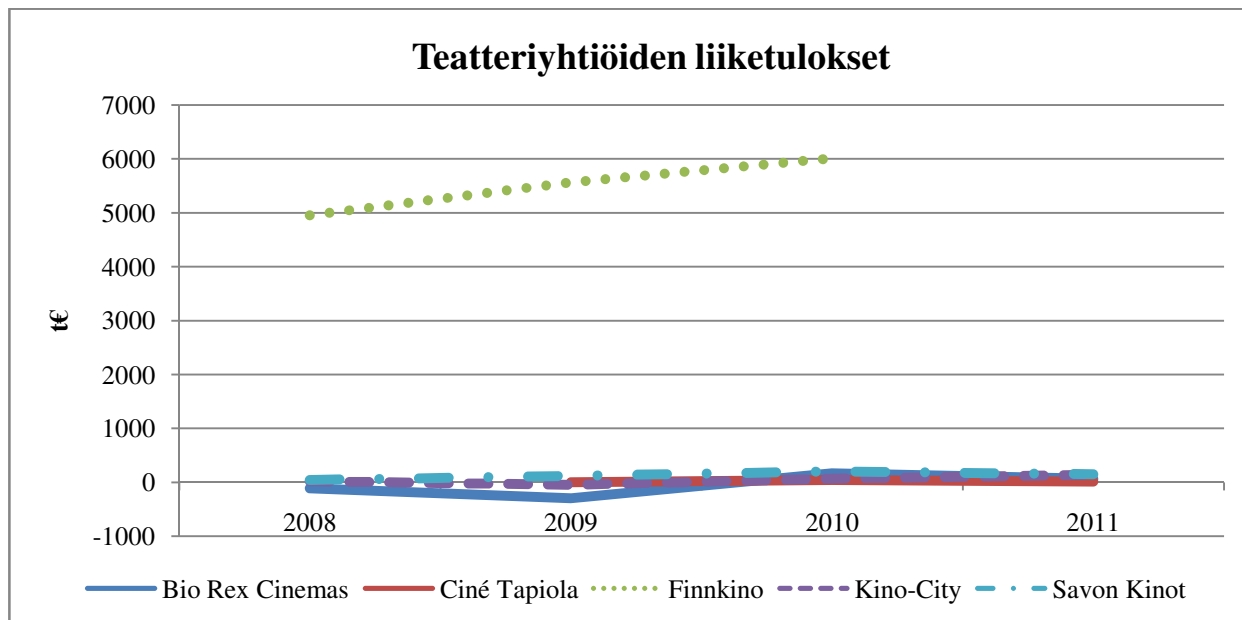
Teatteriyhtiöiden liikevaihto kasvoi keskimäärin 6,1 % vuodessa vuosien 2008–2011 aikana. Teatteriyhtiöiden liikevaihdon kasvu oli tänä tarkasteluperiodina huomattavasti nopeampaa kuin elokuvakäyntien kasvu. Tämä kuvastaa sitä, että liikevaihdon kasvu ei johtunut pelkästään elokuvakäyntien määrän kasvusta. Siihen olivat vaikuttaneet myös muut tekijät, kuten korkeammat lipun keskihinnat, teatterin oheismyynti sekä uusien teatterien avaaminen. Lisäksi on otettava huomioon, että eräs tutkituista teatteriyhtiöistä aloitti esitystoimintansa vasta vuonna 2010. Kaaviosta 7 voidaan myös nähdä, että teattereiden liikevaihto on kasvanut vuosittain voimakkaammin kuin liiketulos.



Kaavio 8. Teatteriyhtiöiden liikevaihdot vuosina 2008–2011

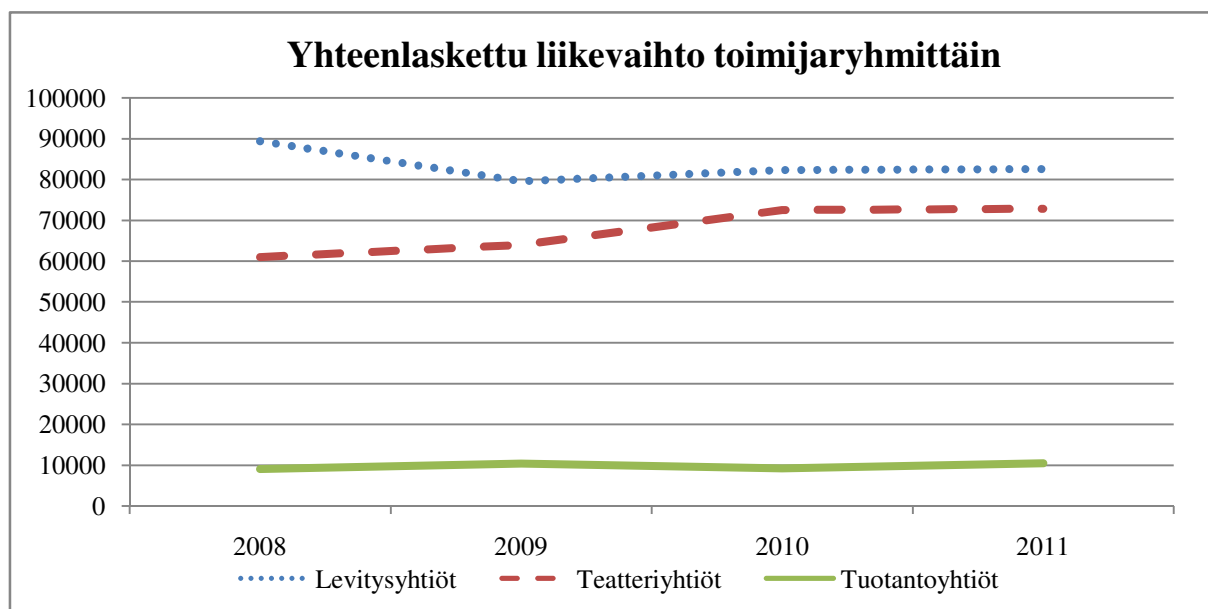
⁵Finnkinon liikevaihto ja liiketulos on oletettu vuonna 2011 samaksi kuin vuonna 2010 vuodelta 2011 puuttuvan datan vuoksi. Tämän vuoksi vuoden 2011 pienempien katsojalukujen vaikutus liikevaihtoon jää Kaaviosta 7 epäselväksi.

Teatteriyhtiöiden liikevaihdoissa heijastuu Finnkinon ylivoimainen markkina-asema ja sen voimistuminen vuosien 2008–2011 aikana (Kaavio 8). Muiden teatteriyhtiöiden liikevaihdon kehitys oli tarkasteluperiodilla hyvin tasaista. Huomionarvoista on kuitenkin se, että teatteriyhtiöidenliikevaihdot kasvoivat lähes poikkeuksetta tarkasteluperiodilla. Teatteriyhtiöidenliiketulosten vaihtelu oli sen sijaan hyvin pientä vuosien 2008-2011 aikana (Kaavio 9).

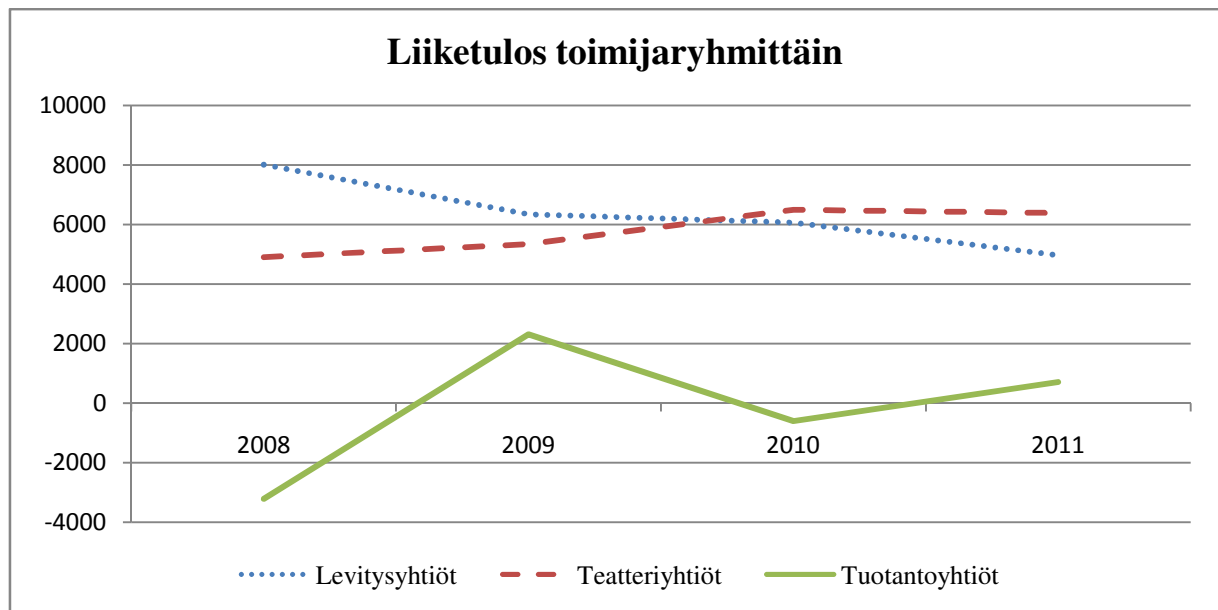


Kaavio 9. Teatteriyhtiöiden liiketulokset vuosina 2008–2011

2.1.4. Yhteenveto



Kaavio 10. Yhteenlaskettujen liikevaihtojen kehitys toimijaryhmittäin vuosina 2008–2011



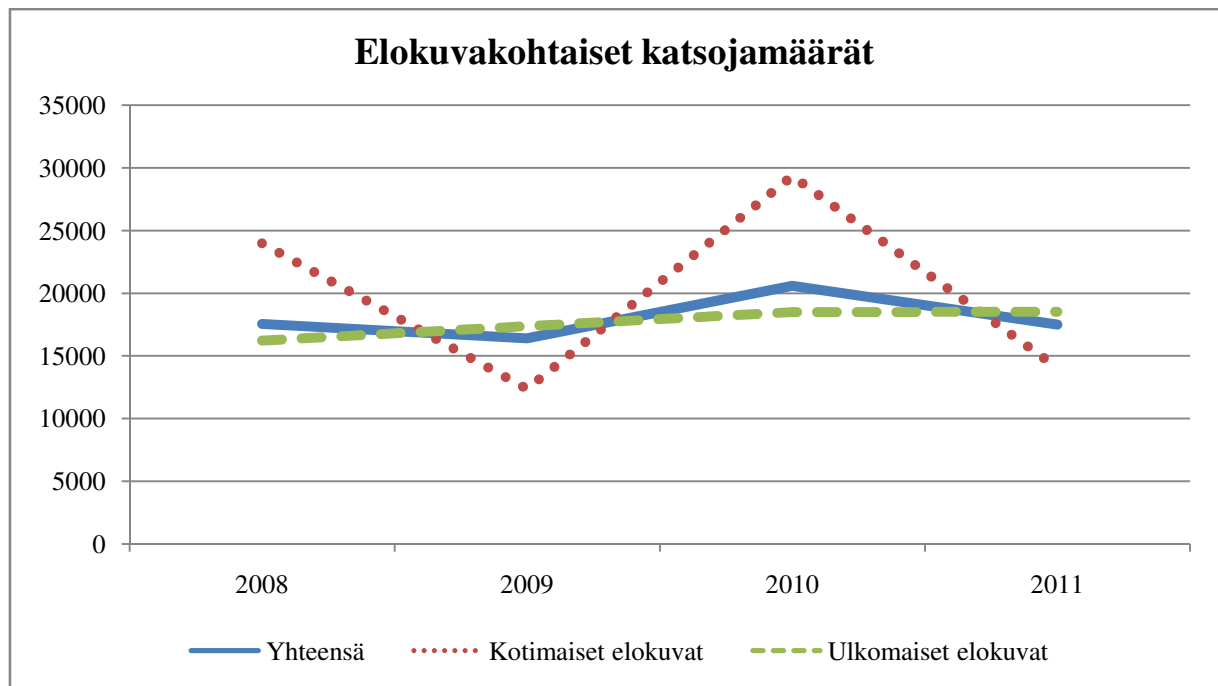
Kaavio 11. Yhteenlaskettujen liikeluostien kehitys toimijaryhmittäin vuosina 2008-2011

Yllä olevista Kaavioista 10 ja 11 nähdään, että tuotantoyhtiöiden toiminta oli volyymiltaan huomattavasti pienempää kuin levitysyhtiöiden ja teatteriyhtiöiden vuosien 2008-2011 aikana. Tarkasteluperiodin osalta voidaan lisäksi todeta, että tuotantoyhtiöiden liiketulos vaihteli huomattavasti muita toimijaryhmiä voimakkaammin. On kuitenkin otettava huomioon, että tarkastellut tuotantoyhtiöt eivät edusta yhtä suurta osuutta toimijaryhmästä kuin tutkitut yhtiöt levitysyhtiöiden ja teatteriyhtiöiden kohdalla.

Mitä suuremmalla volyymilla toimitaan, sitä pienempää riskiä yksittäinen elokuva edustaa yrityksen kannalta. Tuotantoyhtiöiden liikevaihdon ja liikeluoksen muutoksista näkyy toiminnan riippuvuus elokuvan saamista katsojamääristä ja tuotannonvaiheesta kun taas levitysyhtiöiden ja teatteriyhtiöiden liikevaihdosta ja – tuloksesta heijastuu liiketoiminnan helpompi ennakoitavuus ja riskin hajautuminen useammalle elokuvalle.

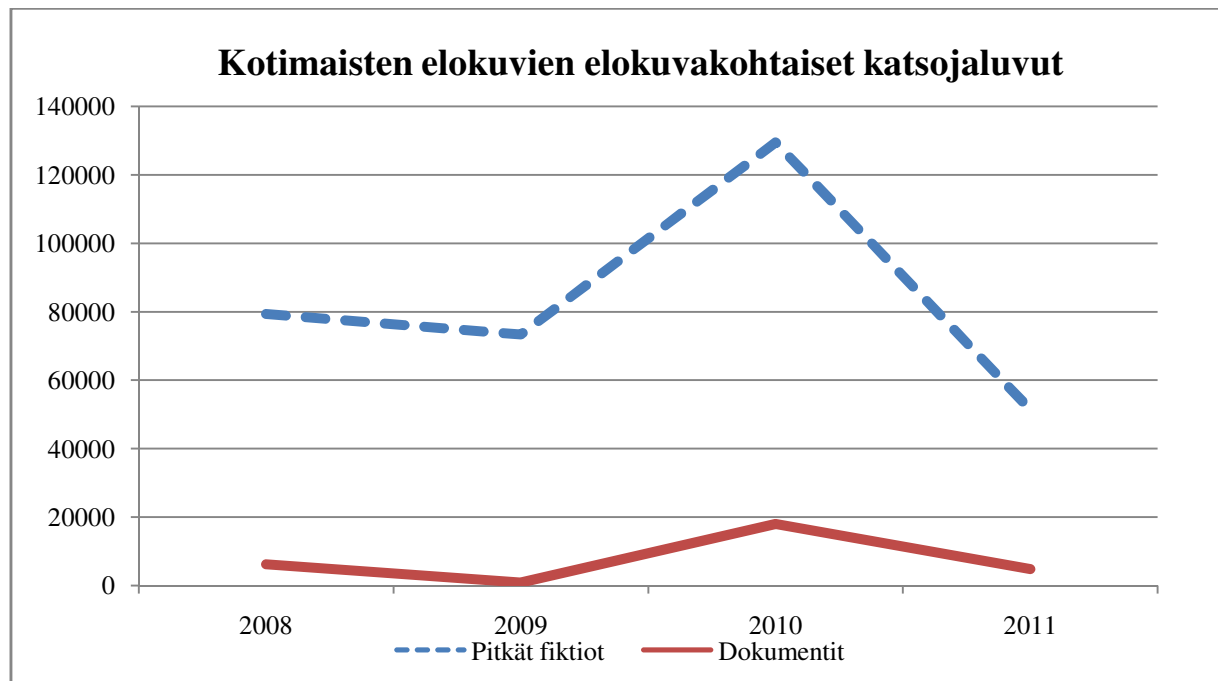
2.2. Katsojaluvut ja ensi-illat

Haastatteluissa nousi esille voimakkaasti digitalisoitumisen ja katsojalukujen mahdollinen yhteys. Tämän takia tarkastelemme lyhyesti myös katsojalukuja ja niiden kehitystä vuosina 2008-2011. Katsojaluvut ovat oleellisia kaikkien kolmen toimijaryhmän kannalta. Tuotantoyhtiöiden kannalta merkitystä on enemmän elokuvakohtaisilla katsojaluvuilla kun taas teatterien ja levittäjien kannalta kokonaiskatsojaluvut ovat tärkeämpiä.



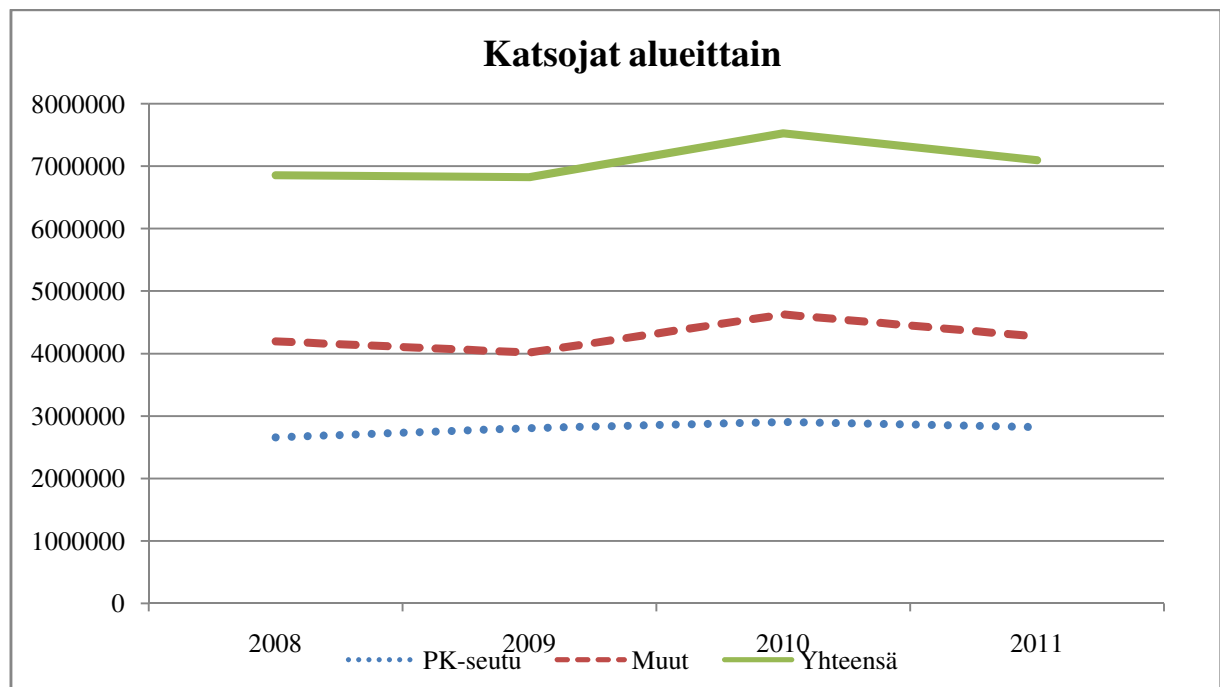
Kaavio 12. Elokuvakohtaiset katsojamäärät vuosina 2008–2011

Suomalaisten elokuvien keskimääräisissä katsojamäärissä on tarkasteluvälillä ollut huomattavasti suurempaa vaihtelua kuin ulkomaisten elokuvien kohdalla. Kaavion 12 perusteella näyttää siltä, että suomalaisella elokuvalla on suuri merkitys kokonaiskatsojalukujen kehitykseen. Vuonna 2010, jolloinkoko maan katseluluvut olivat korkeat, myös suomalaisen elokuvan keskimääräinen katsojamäärä oli selvästi muita vuosia korkeammalla. Varsinkin levitysyhtiöiden ja teatteriyhtiöiden liiketoiminnan kannalta tämä vaihtelu on oleellista. Koko alan kannalta on mielenkiintoista huomata, miten suuri vaikutus kotimaisen elokuvan menekillä on kaikkien toimijoiden menestykseen.



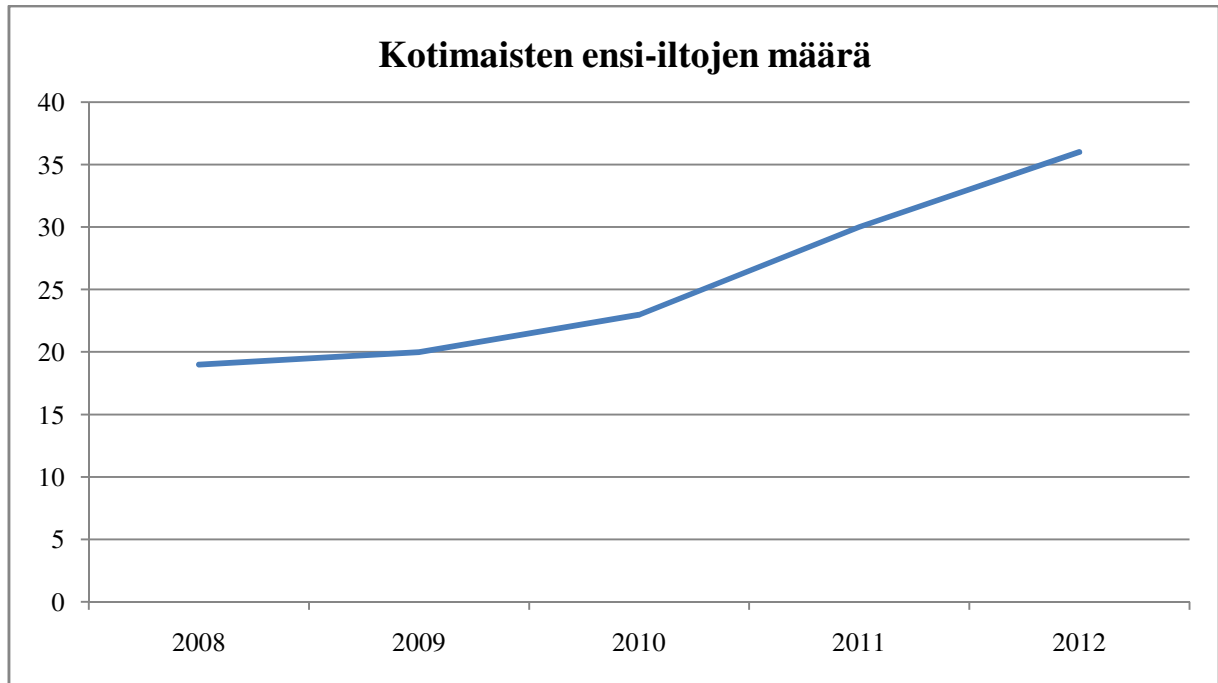
Kaavio 13. Kotimaisten elokuvien elokuvakohtaiset katsojaluvut 2008–2011

Kun katsotaan tarkemmin kotimaisen elokuvan elokuvakohtaisten katsojalukujen kehitystä, huomataan, että pitkien fiktioiden sekä dokumenttien elokuvakohtaiset katsojaluvut ovat muuttuneet vuosittain samansuuntaisesti. Dokumenttien ensi-iltojen määrä on kehittynyt suotuisasti vuodesta 2008 alkaen. Vuonna 2008 ensi-iltansa saikolme dokumenttia, vuonna 2009 neljä dokumenttia, vuonna 2010 yhdeksän dokumenttia ja vuonna 2011 kuusi dokumenttia. Pitkien fiktioiden ensi-iltamäärät ovat olleet 16 vuonna 2008 ja 2009, 14 vuonna 2010 ja 24 vuonna 2011. Kaaviosta 13 voidaan huomata, että vaikka ensi-iltojen määrä on kasvanut merkittävästi vuodesta 2008, eivät elokuvakohtaiset katsojaluvut ole kehittyneet samassa suhteessa. Esimerkiksi vuonna 2011 kokonaiskatsojamäärä jakautui muita vuosia useamman fiktion kesken, minkä johdosta fiktiokohtaiset katsojamäärät jäivät alhaisemmiksi.



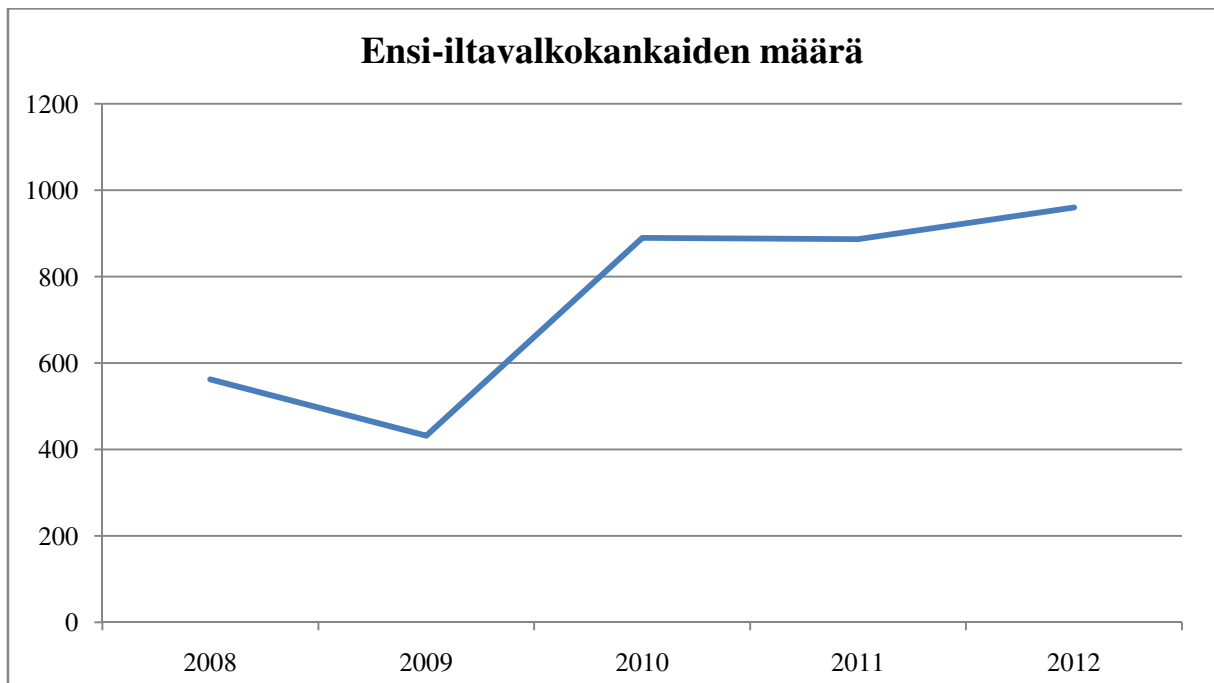
Kaavio 14. Katsojat alueittain vuosina 2008–2011

Pääkaupunkiseudulla kävijämäärät ovat muuttuneet maltillisesti vuosien 2008–2011 aikana. Katsojamäärien kasvu on ollut merkittävämpää muualla Suomessa. Käsitlemme seuraavassa tarkemmin sitä, miten digitalisoituminen on vaikuttanut voimakkaimmin juuri pienten paikkakuntien teattereihin kopioiden paremman saatavuuden ansiosta.



Kaavio 15. Kotimaisten ensi-iltojen määrä vuosina 2008–2012

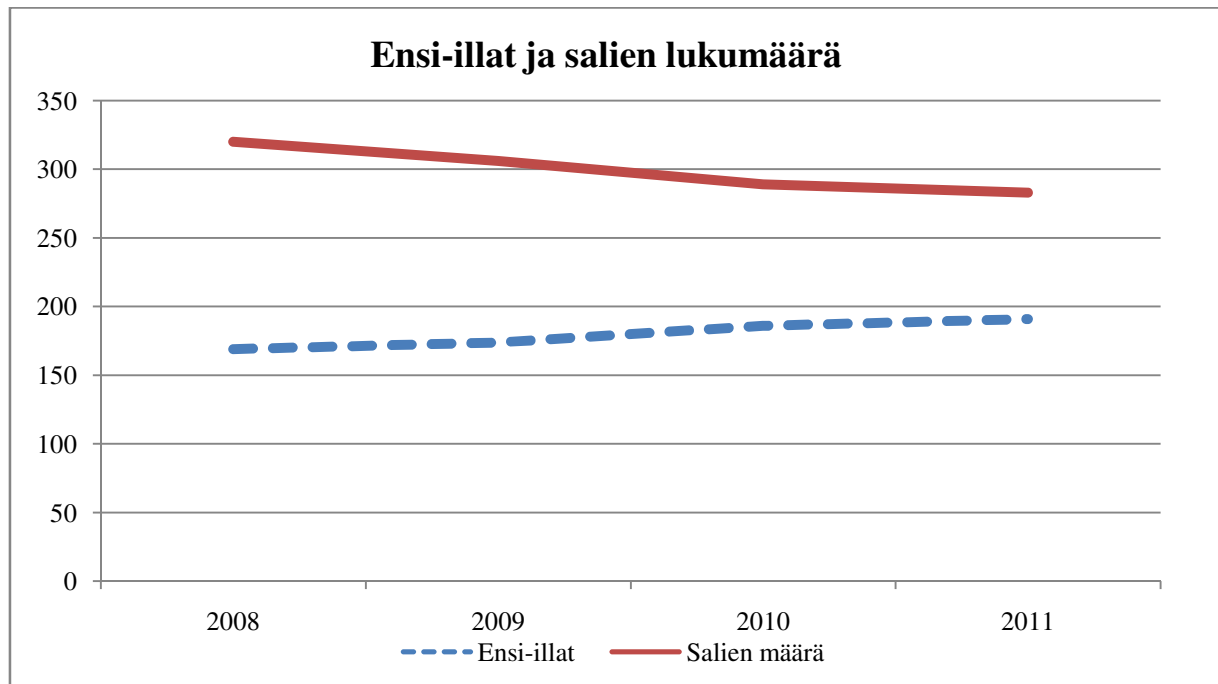
Kotimaisten ensi-iltojen määrä on kasvanut huomattavasti vuosittain aikavälillä 2008–2012. Haastatteluissa nousi esille dokumenttien ja pienibudjettisten elokuvien helpompi levittäminen valkokankaalle digitalisoitumisen myötä. Muiden elokuvien kohdalla digitalisoinnin ei nähty suoraan vaikuttaneen suoraan ensi-iltojen määrään vaikka tarkasteluperiodin aikana ensi-iltojen määrä onkin noussut huomattavasti.



Kaavio 16. Kotimaisten ensi-iltavalkokankaiden määrä vuosina 2008–2012

Ensi-iltavalkokankaiden määrä on myös kasvanut merkittävästi vuodesta 2008. Ensi-iltavalkokankaiden määrän kasvu nostettiin haastatteluissa yhdeksi digitalisoitumisen suurimmista hyödyistä. Haastateltavien

mukaan suurimman hyödyn muutoksesta ovat saaneet pienten paikkakuntien teatterit, jotka eivät ennen digitalisoimista saaneet juurikaan ensi-iltoja.



Kaavio 17. Ensi-illat ja salien lukumäärä vuosina 2008–2011

Kaaviosta 17. voidaan nähdä, että salien määrä on selvästi vähentynyt vuodesta 2008. Samanaikaisesti ensi-iltojen määrä on kasvanut voimakkaasti. Digitalisoitumisen seurauksena myös esityskopioiden määrä on kasvanut voimakkaasti, joten on selvää, että kilpailu esityspaikoista on koventunut. Myös haastatteluissa nousi esiin haasteet hyvien näytösaikojen saamisessa. Elokuvateatterien kannalta taas ohjelmistosuunnittelun joustavuus on kasvanut ja mahdollisuus valita esitettävä ohjelmisto on parantunut, mikä on ollut teattereille huomattava hyöty.

3. Alan toimijoiden haastattelut

Tässä kappaleessa tuodaan esille keskeiset löydökset haastatteluista. Käsittelemme jokaista toimijaryhmää aluksi omana kappaleenaan ja lopuksi vedämme yhteen haastatteluiden tulokset toimijaryhmäkohtaisesti. Kappaleet on jäsennelty haastatteluissa esiinnousseiden teemojen mukaisesti. Kappaleissa esitetään myös haastatteluista saatuja suoria lainauksia. Näitä ei kuitenkaan linkitetä yksittäisiin henkilöihin tai yrityksiin.

3.1. Tuotantoyhtiöt

3.1.1. Tuotantovaihe

Elokuvatuotanto on muuttunut viimeisen kahden vuosikymmenen aikana asteittain kokonaan digitaaliseksi. Elokuvatuotannon digitalisoituminen alkoi äänen ja jälkityövaiheen digitalisoitumisella. Myöhemmässä vaiheessa myös kuvaus- ja esitystoiminta ovat muuttuneet digitaalisiksi. Tuotanto- ja esitysvaiheita tai niiden vaikutusta kustannuksiin ja kannattavuuteen ei voida kokonaan erottaa toisistaan. Tuotantoyhtiöiden kannattavuuden osalta täytyykin tarkastella digitalisoitumisen vaikutuksia koko tuotantoketjuun. Näin saadaan paras kuva tuotantoyhtiöiden toiminnassa ja taloudessa tapahtuneista muutoksista.

Haastattelemillamme tuotantoyhtiöiden edustajilla oli erilaisia näkemyksiä siitä, millaisia vaikutuksia digitalisoitumisella on ollut elokuvatuotannon kannattavuuteen ja toimintatapoihin. Miltei kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että tuotantovaiheen digitalisoitumisen aiheuttamat säästöt ovat olleet korkeintaan marginaalisia: se mikä on toisaalla säästetty, on siirretty suoraan johonkin toiseen työvaiheeseen. Jotkut haastateltavat arvioivat kustannusten jopa nousseen, koska teknisen laadun vaatimus on digitaalisuuden myötä kasvanut: esimerkiksi jälkityöhön käytetty aika ja sitä myötä jälkityön kustannukset ovat nousseet jonkin verran. Eräs haastateltava kuvasi tilannetta seuraavasti:

”Mutta sitten toisaalta samaan aikaan laatuvaatimukset on kasvaneet... niin se ei ole estänyt post-kustannusten laskua mutta se on jarruttanut sitä, että tehdään yhä hienompia asioita postissa ja sitten se maksaa enemmän. Ihmistyöhön tietysti maksaa aina saman verran tai hyvin taitavan vaikka värimäärittelijän palkka on nykyään yhä selkeämmin se asia mistä maksetaan, se laite millä se tehdään ei oo enää niin merkittävä.”

Työryhmien koko ei ole ainakaan pienentynyt digitalisoitumisen myötä. Kameraryhmässä tarvitaan edelleen vähintään sama määrä henkilöitä. Vaikka filmionpoistunut käytöstä, kameraryhmän työtehtävät ovat edelleen samoja kuin filmiaikana. Nyt työryhmässä saattaa olla yksi lisähenkilö, 'digital imaging technician' (DIT⁶), joka huolehtii digitaalisen materiaalin siirrosta ja workflowsta. Digitalisoituminen on erään haastateltavan mielestä lisännyt myös kahdella kameralla kuvaamista. Tämä kasvattaa entisestään työryhmän kokoa: kameraryhmiä tarvitaan kaksi. Myös muuta henkilöstöä, kuten valoryhmään liittyvää henkilöstöä, tarvitaan lisää. Tarve kahdella kameralla kuvaamiseen liittyy yleensä ohjaajan toivomaan materiaalin määrään. Se ei ole merkittävästi lyhentänyt kuvausaikaa. Kun kallista filmimateriaalia ei enää tarvitse säästellä, kuvataan herkästi enemmän ottoja kuin ennen. Raakamateriaalin lisääntyminen on lisännyt myös leikkausvaiheen työmäärää: leikkaustyöryhmässä saattaa nykyään olla leikkaajan lisäksi kahdesta kolmeenkin leikkausassistenttia. Kokonaisuudessaan voidaan siten todeta, että digitalisoituminen ei ole ainakaan johtanut säästöihin elokuvatuotannon henkilöstökustannuksissa. Painetta on ollut ennemminkin henkilökustannusten nousuun.

Digitaalisuus on vaikuttanut myös muihin toimintatapoihin. Monitoroinnin myötä kuvattava kuva on reaaliaikaisesti koko kuvausryhmän nähtävillä. Aikaisemmin lopullisen kuvan näki vain kuvaaja luupin läpi.

⁶Digital imaging technician työskentelee yhteistyössä kuvaajan kanssa ja on vastuussa mm. kuvamateriaalin siirrosta muistikorteilta editoitavaan muotoon.

Muu ryhmä joutui odottamaan filmimateriaalin kehitystä. Digitaalisuuden ansiosta materiaalia on nyt mahdollista katsella myös erilaisilta laitteilta, kuten kannettavalta tietokoneelta. Tällöin materiaali on helpommin koko ryhmän saatavilla. Toisaalta tämä on joissakin tapauksissa vähentänyt tai kokonaan lopettanut päivittäismateriaalin eli niin sanottujen dailiesien yhteisiä katseluita.

Joidenkin haastateltavien mielestä digitalisoituminen on lisännyt ja helpottanut dokumentaaristen elokuvien tekemistä ja levittämistä. Suurin osa haastatelluista mainitsi kuitenkin, että dokumenttien kustannukset ovat edelleen liian suuret suhteessa tuotto-odotuksiin: näiden haastateltavien mielestä dokumenttien tekemistä ei voida siten sanoa merkittäväksi liiketoiminnaksi. Erään haastateltavan mukaan dokumenttien levittämisestä valkokankaalle on tullut ”buumi”, vaikka se ei ole aina järkevää. Sen sijaan tuottajien tulisi arvioida tarkemmin milloin elokuva kuuluu valkokankaalle ja milloin ei. Myös halvemmat tuotantokustannukset olivat joidenkin haastateltavien mielestä harha. Vaikka kallista filmimateriaalia ei enää juurikaan käytetä, materiaalikustannukset muodostavat lopullisesta budjetista kuitenkin vain pienen osan. Dokumenttielokuvan kustannukset ovat siten riippuvaisia paljolti muusta kuin käytetystä materiaalista.

”Sen digin minuuttihinta on, mä veikkaan, et aika lähellä yhtä kallis ku filmi. Eli kun se menee eri firmojen kautta, kun ne siirtää sen siihen muotoon, että se menee meidän edittiin, niin kyl se on aika sama.”

”Ja dokkareiden elokuvateatterilevitys menee ihan hyvin. Se ei kyllä varsinaisesti oo bisnestä, siellä vieläkin on kulut niin suuria, että se ehkä enemmän vaan lisää niiden näkyvyyttä ja yhteiskunnallista merkittävyyttä, mutta se ei oo vielä liiketoimintaa.”

3.1.2. Elokuvien levitys

Digitalisoitumisen myötä elokuvien teatterilevitys on tullut entistä helpommaksi ja nopeatahtisemmaksi. Kopiokustannukset ovat vain murto-osa entisten filmikopioiden kustannuksista ja yhdellä digital cinema package (DCP⁷)-kopiolla elokuvaa pystyy levittämään nopeammin ja useammalle paikkakunnalle kuin ennen. Ensi-iltakankaiden määrä on siten moninkertaistunut digitalisoitumisen myötä, kun kaikki pienetkin paikkakunnat ja teatterit voivat saada elokuvan ohjelmistoonsa heti ensimmäisellä viikolla. Koska markkinointi on entistä valtakunnallisempaa ja keskittyneempää ensi-iltaviikolle, sen vaikutukset näkyvät parhaiten, kun elokuva aloittaa kaikkialla Suomessa samaan aikaan. Eräs haastateltava kuvasi muutosta seuraavasti:

”Elokuvateattereissa digitaalinen jakelu on tarkoittanut aloituskynnyksen laskua jossain määrin... ensimmäisen filmikopion valmistamisen kustannus oli kuitenkin aika iso.”

Halvemmat kopiokustannukset ovat mahdollistaneet erityisesti dokumenttien ja muiden pienen budjetin elokuvien levittämisen teattereihin. Joidenkin haastateltavien mielestä kuitenkin viime aikojen teatteriensi-iltojen määrä on ollut jo turhankin korkea ja vaikka kotimaisen elokuvan katsojaluvut ovat tehneet ennätyksiä parina viime vuotena, on suuri teatterielokuvien määrä aiheuttanut myös kilpailua katsojista. Jotkut haastateltavat sanoivat, että nykyisin on haasteellisempaa saada elokuvalla yli 100 000 katsojaa, saati että päästäisiin 200 000 katsojan rajan yli. Yksi haastateltava totesi seuraavaa:

”Tuotteiden määrä on kasvanut, mutta todella suosittujen määrä on pienentynyt.”

Toiset haastateltavat kokivat kilpailun hyvänä asiana laajentuneen tarjonnan myötä ja uskoivat, että hyvät ja onnistuneesti markkinoidut elokuvat löytävät katsojansa huolimatta siitä, kuinka monta muuta kotimaista elokuvaa on samanaikaisesti ohjelmistossa. Kuitenkin osa haastateltavista oli sitä mieltä, että kun kilpailu

⁷DCP on nimitys standardoidulle tavalle toimittaa elokuvien esityskopiot teattereihin digitaalisessa muodossa. Kopioiden jakelu toteutetaan tavallisimmin kiintolevyillä, joilta elokuva ladataan teatterin omalle palvelimelle.

pienentää elokuvien keskimääräisiä katsojalukuja, on tuottajan entistä vaikeampi saada elokuvasta voittoa. Tämä taas vaikeuttaa tulevien projektien rahoittamista ja tuottamista. Jotkut uskoivat, että ensi-iltojen määrä tulee itsestään laskemaan jokseenkin kestäväälle tasolle, jonka he määrittivät noin 20-30 vuosittaisen ensi-illan tasolle. Toiset taas kaipasivat elokuvasäätion suurempaa roolia elokuvien määrän hillitsemisessä, minkä he katsoivat olevan pitkälti riippuvainen elokuvasäätion jakamien tukien määrästä.

”...nyt kun kopioiden määrä ei oo minkäänlainen kustannuskysymys, niin kopiomäärät on kasvanu niin isoiksi, että se on myös polarisoinut elokuvien menekkiä: että täydellinen onnistuminen tai täydellinen epäonnistuminen. Ja elokuvateattereiden valta määrittellä näiden välillä on kasvanut todella isoksi.”

Useat haastateltavat kokivat, että elokuvan elinkaari teattereissa on lyhentynyt digitalisoitumisen myötä entisestään. Kilpailun myötä myös hyvien salien ja esitysaikojen saaminen on muuttunut hankalammaksi. Erityisesti yksisalisten teattereiden kohdalla jotkut haastateltavat kokivat, että etenkin pienten kotimaisten elokuvien on hankala saada jalansijaa isoilta ulkomaisilta hittielokuvilta. Digitalisoitumisen myötä helpottunut ohjelmistosuunnittelu aiheuttaa haastateltavien mielestä ”tulos ja ulos”-tilanteen, jossa paineet ensi-iltakatsojien määrästä kasvavat.

Vaikka digitalisoituminen on osaltaan helpottanut elokuvien levittämistä, oli suurin osa haastateltavista haluttomia levittämään omia elokuviaan ilman levitysyhtiötä. Jotkut haastateltavat mainitsivat kuitenkin, että eräs tutkimuksen ulkopuolinen yritys on viime aikoina levittänyt elokuvaansa ilman levitysyhtiötä. Sen lisäksi, että levitysyhtiöillä on tärkeä sija elokuvan rahoittamisessa haastateltavat kokivat, että levitysyhtiöillä on sellaista ammattitaitoa ja resursseja markkinointiin ja levittämiseen, mitä tuotantoyhtiöiltä puuttuu. Muutamat haastateltavat sanoivat, että tuotantoyhtiöt mainitsivat, että he voisivat harkita elokuvien levittämistä joiltakin osin itse, esimerkiksi niin, että levittäjä hoitaisi teatterilevityksen ja tuotantoyhtiö vastaisi VOD⁸- oikeuksien myynnistä. Pääsääntöisesti tuotantoyhtiöiden edustajat kokivat kuitenkin, että levitysyhtiöillä on vakiintunut asema alalla, mikä tuo niille erilaista uskottavuutta levittäjänä kuin tuotantoyhtiöillä voisi olla.

3.1.3. Virtual print fee (VPF)

Virtual print fee jakoi haastateltujen tuotantoyhtiöiden mielipiteet jyrkästi. Haastateltavien mukaan tuotantoyhtiöt eivät olleet alunperin mukana sopimassa VPF:n käyttöön otosta tai sen suuruudesta, joten monillakaan haastatelluista ei ollut selkeää näkemystä siitä, millaisista summista loppujen lopuksi puhutaan. Tämä tietämättömyys aiheutti myös erilaisia näkemyksiä siitä, kuinka kauan VPF-malli tulee jatkumaan tai tuleeko se lainkaan poistumaan. Monet uskoivat, että VPF-maksu tai jokin sen tapainen järjestelmä tulee tästä eteenpäin olemaan aina voimassa. Nekin haastateltavat, jotka määrittivät nykyisen VPF-kauden muutama vuoteen uskoivat, että laitekannan päivittämisestä aiheutuvat kustannukset maksatetaan tuotantoyhtiöillä myös tulevaisuudessa. Eräs haastateltava totesi seuraavasti:

”Jos mikään on varmaa niin ne tykit pitää kohta uusia, tulee seuraavat teknologiat, tulee 4K, ja erilaisia muita parannuksia, ja sit siinä kohtaa maksumieskin on etukäteen selvillä.”

Pääsääntöisesti tuotantoyhtiöiden edustajat kokivat VPF-maksun toimintaa rajoittavana ja haitallisena tuotantoyhtiöiden kannalta. Eniten VPF:n nähtiin vaikuttaneen pienten budjettien elokuvaan, kuten dokumentteihin, sillä niiden kohdalla VPF-maksu edustaa huomattavasti suurempaa osuutta kokonaisbudjetista kuin pitkien fiktioiden kohdalla. Erään toimijan näkemyksen mukaan VPF-maksu on vaikuttanut levittäjien halukkuuteen ottaa dokumentteja levitykseen.

⁸VOD eli video on demand tarkoittaa ladattavaa bittimuotoista videotiedostoa, jota levitetään esimerkiksi internetin kautta.

VPF:stä huolimatta elokuvien ensi-iltavalkokankaiden määrä on digitalisoitumisen myötä moninkertaistunut. Haastateltavien näkemykset VPF:n vaikutuksesta kustannuksiin ja säästöihin erosivat paikoin. Osa haastateltavista koki, että VPF:n vuoksi kopiokulut ovat digiaikana aivan yhtä suuret kuin ne olivat filmikopioiden aikana. Toiset taas olivat sitä mieltä, että VPF:stä ja korkeista kopiomääristä huolimatta tuotantoyhtiö säästää nykyään kustannuksissa verraten entiseen. Vaikka moni koki, että kopiokustannusten alenemisesta saatu hyöty valui VPF:n myötä tuottajalta teatterille, olivat kaikki haastatellut kuitenkin sitä mieltä, että esityskopiomäärien lisääntyminen on elokuvien tuottajia hyödyttävä asia. Eräs haastateltava totesi asiasta seuraavasti:

”Toinen puoli asiassa on se, että kun kopiokustannukset on laskeneet, niin on se kuitenkin selkeesti säästöä verrattuna vanhaan maailmaan.”

VPF:n haitaksi nähtiin myös se, että ainoastaan yhdellä taholla on ollut mahdollisuus ottaa maksu käyttöön eikä tuottajilla ole mahdollisuutta olla levittämättä elokuvaa VPF-maksua veloittaviin teattereihin, kun elokuvan halutaan menestyvän. Kaikki haastatellut tuotantoyhtiöiden edustajat olivatkin sitä mieltä, että VPF:n tulisi filmikopioiden tavoin olla hyväksyttävä kustannus elokuvasäätiön jakamassa markkinointi- ja levitystuessa. Jotkut myös peräänkuuluttivat levitysyhtiöitä ottamaan osan VPF-maksuista kannettavakseen, koska digitalisoitumisen katsottiin hyödyttävän kaikkia elokuvaketjun toimijoita. Haastateltavien mielestä levitysyhtiöt ovat ainoita, jotka eivät ole osallistuneet siitä syntyneisiin kustannuksiin.

”Tää välikäsi on se, joka ei tässä oikeesti vielä oo omaa osuuttaan maksanut. Että digitoinnin kustannukset ovat maksaneet elokuvateatterit ensisijassa ja VPF:n kautta tuottajat. Levittäjät ei oo näihin talkoisiin osallistunut.”

3.2. Levitysyhtiöt

3.2.1. Yleiskatsaus

Levitysyhtiö on elokuva-alan ”tukkumyyjä.” Välikäsi tuotantoyhtiöiden ja teatteriyhtiöiden välillä. Perinteisesti levitysyhtiön harteilla on ollut elokuvan markkinointi ja esityssopimuksien tekeminen teatteriyhtiöiden kanssa. Levitysyhtiöillä on myös DVD-levitystä, mutta sitä ei tässä tutkimuksessa erityisesti käsitellä. Kotimaisten elokuvien tapauksessa levitysyhtiö on myös merkittävä rahoittaja. Koska levittäjä saa tietyn osan elokuvan lipputuloista, ovat kaikki digitalisoitumisen vaikutukset lipputuloihin oleellisia myös levittäjän kannalta. Näitä tekijöitä käsitellään kuitenkin tarkemmin teatteriyhtiöitä koskevassa kappaleessa. Digitalisoiminen ei levittäjien näkökulmasta ole vaikuttanut levittäjien ja teatterien välisiin esityskorvaussopimuksiin.

Haastattelujen perusteella digitalisoinnin mukanaan tuoma kulujen laskeminen ei ole merkittävästi vaikuttanut levitysyhtiöiden kannattavuuteen tutkitun ajanjakson aikana. Perinteisesti levitysyhtiö ohjaa kaikki levittämisestä koituvat kulut tuotantoyhtiön maksettavaksi, joten muuttuneet kuluerät vaikuttavat lähinnä tuotantoyhtiön toimintaan. Vaikka tuottaja maksaa sopimuksen mukaan elokuvan levittämisen kulut, niin pienentyneet levityskulut kuitenkin pienentävät levitysyhtiön riskiä. Levitysyhtiö ottaa maksettavakseen kaikki kulut ja vähentää ne saaduista lipputuloista ennen kuin alkaa jyvittämään tuottoa. Pienemmät kulut tarkoittavat täten pienempää riskiä levitysyhtiölle. Kokonaiskuvaa katsoessa kopiokustannukset ovat kuitenkin pieni osa, kun huomioidaan markkinointi- ja levityskustannukset ja minimum guarantee(MG⁹)-maksut. Kotimaisen elokuvan kanssa toimiminen on kuitenkin haastateltujen mukaan levittäjälle riskialtista toimintaa. Eräs haastateltava kuvasi riskiä seuraavasti:

⁹Minimum guarantee on levitysyhtiön tuotantoyhtiölle maksamaa ennakkomyyntimaksua, jolla tuotantoyhtiö rahoittaa elokuvan tekemistä. MG vähennetään tuottajan osuudesta teatterilipputuloista ja muista myyntituloista.

”Riskit on sitä luokkaa, että yks kotimainen floppi voi viedä koko levitystoiminnan katteen.”

Kuitenkin toimiminen kotimaisen elokuvan parissa nähtiin palkitsevaksi, koska siinä pääsee prosessiin aivan eri tasolla kuin esimerkiksi Hollywood-tuotannoissa. Eräs haastateltava kuvasi kotimaisen elokuvan asemaa seuraavasti:

”Kotimaisen elokuvan kanssa toimiminen on suola koko alalle, että tavallaan aasikin saa ison Hollywood-elokuvan menemään.”

Kulujen lisäksi digitalisoitumisen nähtiin yksinkertaistaneen ja järkevöittäneen levitystoimintaa. Sekä kopioiden kuljettaminen ja hävittäminen ovat helpottuneet. Myös elokuvien tekstittäminen nopeutunut, koska tekstitys on helpompi lisätä kopioon. Eräs levittäjä kertoi myös, että nykyään levittäjää lähestyy enemmän sellaisia tahoja, joilla on jo elokuva valmis ja he tarvitsevat ainoastaan levittäjän ammattitaitoa, eivät niinkään rahoitusta.

Lisäksi levitysyhtiöt nostivat esiin haastatteluissa sen, että kilpailu näytösajoista on koventunut tarjonnan lisääntyessä. Levittäjän on nykyään vaikeampi saada hyviä näytösaikoja teattereista kovan kilpailun takia. Joustavampi ohjelmistosuunnittelu on kuitenkin myös tuonut enemmän mahdollisuuksia levitysyhtiöillekin esimerkiksi pienten teattereiden monipuolistuneen ohjelmiston myötä. Tähän paneudutaan tarkemmin teatteriyhtiöitä koskevassa kappaleessa.

3.2.2. Katsojaluvut

Suurin osa haastateltavista oli sitä mieltä, että digitalisointi on vaikuttanut positiivisesti katsojalukuihin. DCP-kopio, jolta teatteri voi ladata esityskopion omaan teatteriinsa, pystyy kiertämään useita teattereita jo ennen ensi-iltaa. Tämä mahdollistaa sen, että pienet paikkakunnat voivat saada elokuvan ohjelmistoonsa jo ensi-iltaviikonloppuna. Aikaisemmin nämä paikkakunnat eivät välttämättä saaneet elokuvaa ollenkaan ohjelmistoonsa tai elokuva saatiin ohjelmistoon vasta useita viikkoja ensi-illan jälkeen, jolloin filmikopion laatu oli jo kärsinyt ja DVD-julkaisukin lähestyi. Tämä ei haastateltavien mukaan erityisesti houkutelut katsojia. Digitaalisen kopion myötä näistä ongelmista on kuitenkin päästy eroon.

3.2.3. Levitysstrategia

Elokuvien esittäminen useammalla kankaalla samaan aikaan on osaltaan laajentanut mahdollista asiakaskuntaa ja on siten lisännyt katsojia. Myös samanaikainen aloitus nähtiin haastatteluissa katsojalukuja nostavaksi tekijäksi. Silloin elokuva hyötyy ”ensi-ilta -hypestä” ja maanlaajuisesta markkinointikampanjasta. Haastatteluissa tuli kuitenkin myös ilmi, että kaikki elokuvat eivät välttämättä hyödy näistä tekijöistä samalla tavalla. Suurimmiksi hyötyjiksi nähtiin ”ryntäyselokuvat,” jotka on suunnattu nuoremmalle yleisölle. Jotkut elokuvat taas voisivat hyötyä siitä, että elokuva ehtisi pyöriä jonkin aikaa teattereissa ja ”word of mouth” ehtisi päästä liikkeelle. Tähän nähtiin syyksi se, että esimerkiksi vanhempi yleisö ei ole niin altista markkinointitoimenpiteille: useat henkilöt ovat tottuneet siihen, että elokuva on ohjelmistossa pidempään. Yhden levittäjän näkemyksen mukaan nykyisin on vaikeampaa päästä yhtä suuriin katsojalukuihin kuin aiemmin, koska ”word of mouth” -ilmiötä ei pystytä hyödyntämään yhtä tehokkaasti.

Elokuvan elinkaari onkin monien haastateltavien mukaan lyhentynyt. Haastateltavien näkemyksen mukaan elinkaaren pituus elokuvateatterissa on ”muutamia viikkoja.” Eräs haastateltava kuitenkin huomautti, että elokuvien aikaisempi elinkaari johtui juuri siitä, että filmikopiot ehtivät vasta niin myöhään pienemmille paikkakunnille. Tämän haastateltavan näkemyksen mukaansa, kuinka monta esitysviikkoa elokuvalla on per teatteri, ei ole kuitenkaan muuttunut mitenkään merkittävästi. Elinkaari onkin nykyään ikään kuin ”pino”, jossa kaikki esitysviikot tapahtuvat samanaikaisesti heti ensi-illan jälkeen. Muutos on kuitenkin lisännyt paineita elokuvan ensi-illalle ja sen onnistumiselle.

Kaikki haastateltavat olivat kuitenkin sitä mieltä, että digitalisointia merkittävämpi tekijä kohonneille katsojaluvuille on ollut ensi-iltaelokuvien kasvanut määrä ja katsojia kiinnostavat elokuvat.

3.2.4. Työmäärä

Monet levittäjät mainitsivat, että digitalisoituminen on kasvattanut levittäjän työmäärää. Merkittävänä työmäärän lisääjänä nähtiin DCP -kopioiden lisäksi lähetettävät koodiavaimet, joiden avulla elokuva saadaan pyörimään elokuvateattereissa. Avainten lähettäminen ja sen koordinointi vie paljon aikaa. Myös teattereiden kanssa toimiminen voi vaatia enemmän panostusta muuttuneen ohjelmistosuunnittelun kautta. Eräs levitysyhtiö mainitsi, että digitalisoitumisen myötä he ovat joutuneet jopa palkkaamaan enemmän työntekijöitä. Muut levittäjät eivät kuitenkaan olleet joutuneet tästä syystä palkkaamaan lisää työntekijöitä, mutta sanoivat työtaakan olevan kuitenkin raskaampi kuin aiemmin.

3.2.5. Samanaikainen julkaisu

Alalla on ollut puhetta ensi-illan julkaisemisesta useamman jakelukanavan kautta samanaikaisesti. Niin sanotusta ”simultaneous releasesta,” jossa elokuva julkaistaisiin samaan aikaan esimerkiksi elokuvateattereissa ja VOD-palveluiden kautta. Useampi haastateltavista oli sitä mieltä, että tällainen simultaneous release olisi tulevaisuutta. Eräs haastateltava mainitsi, että esimerkiksi Hollywood-studiot ovat kiinnostuneet ajatuksesta. Useat haastateltavat kuitenkin mainitsivat, että tällaisia kokeiluja on tehty Suomessa ja maailmalla, mutta ne ovat kaikki päättyneet huonosti. Eräässä kotimaassa tapahtuneessa tapauksessa elokuva oli vedetty pois teattereiden ohjelmistosta, kun ilmeni, että se julkaistaan samaan aikaan myös muiden kanavien kautta.

Monilla haastateltavilla tuntui kuitenkin olevan vahva uskomus siihen, että elokuvateatterit säilyttävät oman asemansa, vaikka simultaneous release alkaisi yleistyä. Eräs haastateltava korosti elokuvateattereiden merkitystä esimerkiksi markkinointikanavana seuraavasti:

”Elokuvateatterit tulevat varmasti säilyttämään merkityksensä, koska se elokuva markkinoidaan elokuvateatterin kautta.”

Useimmat haastateltavista kokivat asian näin. Toinen merkittävä tekijä oli elokuvateatterikokemus: elokuvissakäymisen kokonaisvaltainen kokemus ja sen sosiaalinen aspekti.

3.2.6. Kopiokustannukset

Digitaalisten kopioiden ansiosta levityskulut ovat pienentyneet jonkin verran. Aikaisemmin master-negatiivin kehittäminen saattoi maksaa jopa kaksikymmentätuhatta ja esityskopio tuhannesta pariin tuhanteen. DCP-masterin tekeminen maksaa muutaman tuhannen ja esityskopiot 100-200 euroa. Markkinajohtaja Finnkinon käyttämä VPF-maksu oli useiden haastateltavien mielestä merkittävä osa kopiokustannuksia. Eräs haastateltava kuvasi tilannetta seuraavasti:

”Meillähän se yksittäinen kopiokustannus on murto-osa siitä, mitä se oli 35mm:sen aikana, mutta tokihan me maksetaan VPF-maksua”

DCP-kopion hinnan päälle joudutaan siis Finnkinon kohdalla maksamaan VPF-maksu, joka arvioitiin noin 600–700 euron paikkeille. Tämä osaltaan vähentää kulujen pienenemistä. Monessa yhtiössä myös sanottiin, että koska salien määrä on kasvanut niin merkittävästi, ei kokonaissäästö ole merkittävä. Muutamassa haastattelussa mainittiin, että VPF-maksua periviin teattereihin levittäminen on suurin piirtein yhtä kallista

kuin filmiaikanakin.¹⁰Haastateltujenlevittäjien mukaan suurin haitta maksusta on pienen budjetin elokuville, esimerkiksi dokumenteille, kun taas isoihin elokuvaan maksulla ei ole ollut yhtä suurta vaikutusta. Eräs levittäjä kertoi, että he levittäjänä ottavat huomioon VPF-maksun suunnitellessaan levitysstrategiaa. Erään levittäjän mukaan VPF:n portaitaisuuden takia on toisinaan järkevää odottaa muutama viikko ja vasta tämän jälkeen antaa elokuva teatterille esitettäväksi tai vaihtoehtoisesti antaa elokuva ainoastaan kilpailevalle teatterille. Toisten levittäjien mukaan taas tällaiseen viivytelyyn ei voida lähteä.

Ennen kuin elokuva alkaa tekemään voittoa tuottajalle, vähentää levitysyhtiö levitykseen ja markkinointiin menneet kulut kuten myös maksamansa MG:n. Siten elokuvan menestyessä edes maltillisesti päätyy VPF tuottajan maksettavaksi. VPF-maksu kuitenkin merkitsee levitysyhtiölle myös riskiä. Jos elokuva ei menestykään, ottaa levitysyhtiö tämän maksun kontollensa.

Monet haastateltavat näkivät VPF-maksun yhtenä merkittävimpanä haittapuolena digitalisoitumisessa, joka on kuitenkin muuten hyödyttänyt koko alaa. Haastateltavien mukaan digitalisoitumisen kokonaisuhyöty voidaan nähdä vasta, kun VPF-maksu lakkautetaan. Tällöin levityksen halpeneminen alkaa nousta selkeämmäksi. Tähän mennessä säästö on ollut pientä. Haastateltujen perusteella näyttäisi myös siltä, että kopiokulut ovat pieni osa levitys- ja markkinointikustannuksia ja vielä pienempi osa elokuvan kokonaiskustannuksia. Jotkut haastateltavista myös viittasivat siihen, että mahdolliset säästöt ohjattaisiin markkinointiin ja median ostoihin, minkä vuoksi levitys- ja markkinointibudjetit eivät kulujen pienenemisestä huolimatta ole juurikaan loppusummaltaan pienentyneet.

On myös esitetty ajatus, että VPF-kulut voitaisiin osittain laittaa levitysyhtiön maksettavaksi, mutta näin ole kuitenkaan tehty. Se, että tuottaja maksaa sopimuksen mukaan kaikki elokuvan levittämiseen liittyvät kulut, on luonnollista seurausta perinteisestä käytännöstä, jossa tuottaja maksaa kaikki kulut. Haastatellut levitysyhtiöiden edustajat eivät nähneet syytä siihen, miksi VPF olisi jollakin tavoin erilainen kulu. Syyksi sille, että tuottaja maksaa kaikki kulut sanottiin pääasiassa se, että kaikki tekijänoikeudet elokuvaan pysyvät tuottajalla. Levitysyhtiö on vain välikäsi. Eräs haastateltava huomautti myös, että jos VPF-maksu jäisi levittäjän kuluksi, heikkenisi levitysyhtiöiden kyky rahoittaa suomalaista elokuvaa merkittävästi.

Kuitenkin muutama haastateltava teki sen huomion, että koko elokuvateatterikentän nopea digitalisoituminen on ollut tärkeä tekijä koko alan kannattavuudelle ja toimivuudelle. Jos siirtyminen filmikopioista digitaalisiin olisi kestänyt pitkään, olisi kahden formaatin siirtymäkausi ollut raskas. Levitykseen olisi jouduttu käyttämään samaan aikaan filmi- ja digikopioita, joka olisi ollut kaikista kallein levitysmalli, kuten eräs haastateltava asian esitti:

”Digitaalinen levitys plus 35mm:nen oli meille taloudellisesti kaikista raskain kuvio.”

Elokuvasäätiö on tukenut teattereiden digitalisoimista. Eräs haastateltava toi myös esille, että VPF-maksun käyttöönotollakin on voinut olla vaikutusta digitalisoitumisen etenemiseen:

”Onhan toi VPF nopeuttanut digitalisoitumista tässä maassa.”

3.2.7. Fyysisen jakelun loppuminen

Kysyimme haastateltavilta myös siitä, minkälaisenahe näkevät digitaalisen jakelun tulevaisuuden. Siirrytäänkö pois fyysisistä kovalevyistä esimerkiksi jakeluun satelliitin tai internet-verkon kautta. Kaikki uskoivat tämän olevan tulevaisuutta, mutta eivät uskoneet sen tapahtuvan aivan piakkoin. Joillain teattereilla on kuitenkin jo valmiuksia tähän ja esimerkiksi oopperat ja vastaavat oheisohjelmisto levitetäänkin satelliittien kautta. Satelliittinähtiin kuitenkin monissa tapauksissa epäluotettavina. Kuitenkaan ei mainittu

¹⁰Numeerisen analyysin pohjalta tätä ei voida vahvistaa. Mikäli elokuvaa esitettäisiin Finnkinon kaikissa saleissa, kokonaiskustannus olisi joidenkin laskelmien mukaan 8400-9600 euroa per elokuva.

yhtään tapausta, jossa esitys olisi jouduttu perumaan teknisten ongelmien takia. Satelliittilähetysten alkaminen vain vähän ennen näytäntöä koettiin kuitenkin stressaavana testaamismahdollisuuden puuttuessa.

Fyysisen jakelun uskottiin loppuvan, kun tekniset ongelmat saadaan ratkaistua ja joku kehittää sen ympärille liiketoimintamallin, joka mahdollistaisi aineettoman jakelun. Tällainen rakennemuutos vaatisi kuitenkin koko alalta panostusta ja jonkin tahon, joka laittaisi sen liikkeelle. Hidastavaksi tekijäksi nähtiin alkuinvestointi ja mahdollinen siirtymäaika, jonka aikana pitäisi käyttää kahta formaattia: fyysistä kopiota ja aineetonta kopiota. Tämä voisi taas muodostua kalliiksi.

3.3. Elokvateatterit

3.3.1. Ohjelmisto

Kuten aikaisemmin on jo tuotu esille, digitalisoitumisella on ollut suuri vaikutus elokuvateattereiden esitettävään ohjelmistoon ja sen suunnitteluun. Esityskopioiden määrän kasvu ja se, että fyysisen kopion ei tarvitse olla esityshetkellä teatterissa mahdollistaa elokuvien samanaikaisen julkaisun pienemmilläkin paikkakunnilla ja sama tallenne voidaan kopioida useaan saliin. Käytännössä jokaisen teatterin on mahdollista saada haluamansa ensi-ilta. Monet haastateltavat kokivat tämän olevan merkittävä digitalisoitumisen tuoma hyöty teattereille. Tosin muutos koskee lähinnä pienten paikkakuntien teattereita, koska suuret teatterit ovat saaneet ensi-illat myös filmiaikana. Esityskopioiden laatu ei myöskään kärsi pitkänkään ajan kuluessa, toisin kuin filmiaikana, jolloin filmikela kului huomattavasti esitettäessä.

Ohjelmiston sisällön voidaan myös katsoa monipuolistuneen. Varsin merkittävänä digitalisoitumisen luomana mahdollisuutena voidaan pitää myös 3D-tekniikkaan perustuvia elokuvia, jotka ovat keränneet suuria katsojalukuja. 3D-elokuvien näytösten korkeammat lipunhinnat ovat vaikuttaneet positiivisesti teatteriyhtiöiden liikevaihtoon. Toisaalta 3D-näytöksiin liittyy kustannuksia 3D-lasien puhdistukseen ja ylläpitoon liittyen. Erään teatterin näkemyksen mukaan levitysyhtiön tulisi osallistua näihin kustannuksiin, sillä levitysyhtiön saama prosentuaalinen esityskorvaus on yhtä suuri 3D-elokuvienkin kohdalla.

Erityisesti kotimaistendokumenttielokuvien esittäminen on viime vuosina yleistynyt, sillä dokumentteja on entistä useammin mahdollista tuoda kankaalle kopiokustannusten pienennyttyä. Haastateltujen teatteriyhtiöiden edustajat totesivat kuitenkin totesivat, että dokumenttien on suhteellisen vaikea saavuttaa taloudellista menestystä. Elokvateatterit ovat myös kokeilleet oopperanäytösten, konserttien ja urheilutapahtumien esittämistä suorana. Useamman haastateltavan mielestä erikoisnäytökset saattavat myös houkutella uusia katsojia muunkin elokuvan pariin.

Kasvaneen tarjonnan ja kopioiden määrän myötä ohjelmistosuunnitteluprosessin merkitys on kasvanut voimakkaasti elokuvateattereissa. Haastatteluissa nousi esille, että teattereilla on nykyään huomattavasti suurempi vastuu omasta ohjelmistostaan. Teatterien kokemusten mukaan kaikkiin ohjelmistosuunnittelun mahdollisuuksiin ja haasteisiin ei ole vielä totuttu. Kasvanut tarjonta vaatii myös opettelua ja runsaudenpula on saattanut yllättää pienemmät teatterit. Teatterit ovat saattaneet haalia itselleen liikaa elokuvia pohtimatta tarkemmin, mikä olisi juuri heidän kohdeyleisölleen sopivaa. Haastateltavat kuvasivat tilannetta seuraavasti:

”Ei elokuvateatteri pyörittäminen oo enää se sama. Ennen se oli helppoo. Sä sait sen kopion ja sit sä esitit sen. Piste. Se tehtiin sun puolesta, mut toisaalta sulla ei ollu mahdollisuutta vaikuttaa.”

”Se on ihan päivän selvä juttu, että siinä vaiheessa, kun filmikelasta päästiin eroon, ohjelmistosuunnittelun merkitys kasvoi ihan huomattavasti. Se, että jokainen saa ensi-illan silloin kuin haluaa, on se suurin etu.”

Toinen ohjelmistosuunnitteluun vaikuttava tekijä on se, että vaikka elokuvien ja kopioiden määrä on kasvanut huomattavasti, on salien määrä valtakunnallisesti jopa laskenut. Tästä johtuen on entistä tärkeämpää asetella näytökset saleihin siten, että saavutetaan optimaaliset katsojaluvut. Väärän ohjelmistovalinnan kustannukset voivat olla erityisesti pienelle teatterille merkittävät, joten paineet ohjelmistosuunnittelun onnistumisessa ovat kasvaneet. Eräs haastateltava totesi ohjelmistosuunnittelusta seuraavaa:

”Toki sitten jos kukaan ei käy katsomassa niin kyllä sitten äkkiä lentää ulos. Ei ole tilaa pitää pyörimässä jotain, mitä kukaan ei käy kattomassa. Tää on aika raaka peli.”

Ohjelmistosuunnittelu on haastateltavien mukaan muuttunut myös huomattavasti joustavammaksi, koska digitaalisessa formaatissa oleva elokuva on helpompi siirtää pienempään saliin katsojalukujen ollessa pienet. Lisäksi lisääntynyt elokuvien määrä mahdollistaa huonosti tuottavan elokuvan korvaamisen nopeammin uusilla. Tämä vaatii tilanteen seuraamista ja reagointia teattereilta. Lisäksi, koska digitaalisissa projekteissa ei tarvita kelausta eikä pujottamista ja samaan projektoriin voi ladata useamman elokuvan kerrallaan, on konehuoneessa tehtävän työn määrää vähentynyt, mikä on osaltaan myös lisännyt ohjelmistosuunnittelun joustavuutta. Joustavuuden kasvua kuvattiin seuraavasti:

”Nyt voidaan suunnitella arvioitun menekin mukaan niin, että oikeat elokuvat ovat oikeaan kellonaikaan”

Erään haastateltavan mielestä digitaaliset kopiot mahdollistavat myös vanhempien elokuvien esittämisen helpommin, kun elokuva on ladattuna teatterin omalle serverille. Elokuvaa voidaan esimerkiksi palauttaa ohjelmistoon hetkeksi ennen kuin elokuvan jatko-osa saa ensi-iltansa. Myös yksityistilaisuuksien mahdollisuudet ovat lisääntyneet, kun teatterit eivät ole enää riippuvaisia kopioiden olinpaikasta vaan tilaisuuden järjestäjällä on laajemmat mahdollisuudet valitessaan näytettävää elokuvaa.

Eräs teatteri huomioi myös, että digitalisoimisen myötä on elokuvasta helpompi saada useampia erilaisia kopioita. Erityisesti 3D-elokuvien kohdalla tämä on tullut esiin, koska elokuvista on esityksessä yleensä myös 2D-versio. Lisäksi dubattujen elokuvien kohdalla tästä on hyötyä, sillä usein ohjelmistossa on myös alkuperäisversio ja toisilla paikkakunnilla sekä suomeksi että ruotsiksi puhuttu versio.

Uuden ohjelmistosuunnittelun mahdollisuudet ovat saaneet myös katsojien huomion. Haastatellut teatterit ovat saaneet asiakkailta positiivista palautetta siitä, että elokuvat ovat ohjelmistossa tuoreempina. Toisaalta muutos vaatii katsojilta myös totuttelua ja näin muutoksen alussa on saatu asiakkailta kyselyitä elokuvista, jotka ovat jo poistuneet ohjelmistosta. Tottumusten muuttuminen saattaa viedä aikaa kohderyhmästä riippuen.

Monessa haastattelussa kävi ilmi, että varsinkin kotimaisen elokuvan kannalta kasvaneet kopiomäärät ja ensi-iltojen samanaikaisuus ovat vaikuttaneet positiivisesti katsojalukuihin. On kuitenkin selvää, että ohjelmistosuunnittelulla ja uusilla formaateilla on tulevaisuudessa entistä suurempi rooli. Elokuvateattereiden liiketoiminnan kannalta digitalisoitumisen tuomat muutokset vaikuttavat lupaavilta.

3.3.2. Esitystekniikka

Uuteen digitaalitekniikkaan liittyvät tekijät nimettiin haastatteluissa digitaalisuuden yhdeksi haittapuoleksi. Sekä korkeat aloitusinvestoinnit, että tekniikan korkeat käyttö- ja ylläpitokustannukset rasittavat teattereiden tulosta. Teatterit ovat investoineet uuteen tekniikkaan suuria summia. Vaikka Suomen elokuvasäätiö on tukenut teattereita huomattavasti, ovat teatterit joutuneet investoimaan myös itse suuria summia. Haastatteluissa ilmeni, että teatterit kokevat joutuneensa tekemään suuret investoinnit, vaikka todelliset säästöt digitalisoinnista valuvat kuitenkin levittäjälle ja tuottajalle. Erään haastattelun mukaan levittäjien

kanssa oli aluksi puhetta siitä, että teatterien suuria investointeja voitaisiin mahdollisesti kompensoida esityskorvausten pienentymisellä, mutta näin ei kuitenkaan ole tapahtunut. Eräs teatteri mainitsi myös, että teatterin suuret investoinnit digitaaliseen tekniikkaan ovat asettaneet lipunhinnalle nostopaineita. Muiden teattereiden näkökulmasta digitalisoimisen vuoksi ei ole nostettu lippujen hintoja muuta kuin 3D-näytösten kohdalla.

Kaikki haastateltavat olivat samaa mieltä siitä, että digitaalinen tekniikka ei ole yhtä kestävää ja luotettavaa kuin vanha tekniikka. Teatterien mukaan laitteistoon kohdistuu siten kustannuksia huomattavasti enemmän kuin ennen. Kustannuksia aiheuttavat mm. 3D-lasit, lamppujen lyhyempi käyttöikä, erilaiset ohjelmistopäivitykset sekä tekniset ongelmat. Teatterit arvioivat, että korvausinvestointeja tullaan tarvitsemaan useammin kuin filmiprojektoriainakana. Kuitenkin, koska tällä hetkellä käytössä olevat projektorit ovat uusia eikä käyttökokemusta ole kuin muutaman vuoden ajalta, vielä ei pystytä tarkasti arvioimaan, kuinka korkeiksi kustannukset tulevat todellisuudessa nousemaan. Yksi teatteri totesi, että jo nyt ensimmäiset hankitut digitaaliset projektorit ovat liian vanhoja tietyille päivityksille, esimerkiksi High Frame Rate-päivitykselle, ja että vanhojen projektorien valoteho on heikompi kuin uudempien mallien. Yksi haastateltava kuvasi tekniikan herkkyyttä seuraavasti:

”Tekniikka ei ole niin kestävää kuin vanha tekniikka ja korvausinvestointeja tulee nopeammin...on servereitä, on IT-tekniikkaa ja on versiopäivityksiä... niin sieltä tulee niitä kustannuksia sitten enemmän.”

Toinen haastateltava totesi uudesta tekniikasta taas seuraavaa:

”Digitalisoitumisen huono puoli on se, että sitä ei ilmastointiteipillä korjata.”

3.3.3. Henkilöstö

Teattereiden mukaan digitalisoituminen on asettanut uusia edellytyksiä henkilöstön osaamiselle. Samalla se on kuitenkin mahdollistanut myös moniosaamisen hyödyntämisen. Suurin osa haastateltavista totesi henkilöstön työvuorosunnittelun muuttuneen joustavammaksi digitalisoitumisen myötä, sillä digitaalisten projektorien käyttö ei vaadi samanlaista erityisosaamista kuin filmiprojektorien käyttö eikä fyysinen läsnäolo projektorihuoneessa ole enää välttämätöntä samalla tavoin kuin filmiaikana. Tällöin tekniikan osaava henkilökunta voi toimia myös muissa tehtävissä ja projektorin käyttö on helpommin opetettavissa useammalle henkilölle. Joidenkin teatterien kohdalla todettiin, että ristiin tekemisen myötä ovat henkilöstökulut pienentyneet ja resursseja on voitu siirtää enemmän asiakaspalveluun. Haastateltavat kuvasivat tilannetta seuraavasti:

”Moniosaamisen kautta ollaan saatu sit vähän joustoa työvuorosunnitteluun ja sieltä kautta ehkä sitten jonkun verran saadaan säästöjä.”

”Puhdasta koneenhoitajaa ei enää tarvitse olla.”

Haastateltavat näkivät ristiin tekemisestä olevan hyötyä sekä moni- että yksisalisille teattereille, mutta suurimman edun haastatteluiden perusteella ovat saaneet suurimmat teatterit. Joustavuus on lisääntynyt siten, että tarpeen tullen yksisalinen teatteri pyörii yhden henkilön voimin. Haastateltavat nostivatkin esiin, että henkilöstön koulutukseen on kuitenkin jouduttu panostamaan paljon. Erään teatterin näkemyksen mukaan digitointi onkin nimenomaan lisännyt henkilöstökustannuksia, koska joka paikkakunnalla tulee olla koulutettu henkilökunta sekä lisäksi valmiudessa tekninen henkilökunta tarvittavia korjauksia varten. Eräs haastateltava kuvasi tilannetta seuraavasti:

”Vaikka koneenhoitajan työ on nykyään periaatteessa napin painamista, pitää osata tehdä jotain, jos laite ei toimikaan.”

Toinen haastateltava taas kuvasi tilannetta seuraavasti:

”Nyt koneenkäyttö on enemmän sellaista että sen voi useampikin hanskata. Toki se edelleenkin vaatii tosi paljon ammattitaitoa ja me ollaan koulutettu meidän henkilöstöä tosi paljon.”

Koska muutos digitaaliseen esittämiseen tapahtui niin nopeasti, erään haastateltavan mukaan teatterit eivät ehtineet digitalisoida kaikkia saleja ennen kuin filmikopioita ei enää ollut saatavilla. Teatterit olisivat toivoneet levitysyhtiöiltä enemmän ja aikaisemmin informaatiota filmikopioiden valmistuksen loppumisesta, jotta tarpeettomalta salien sulkemiselta olisi vältytty.

3.3.4. Logistiikka

Haastatteluissa nousi myös esille muutamia haasteita liittyen kopioiden kiertoon. Erään teatteriyhtiön mukaan paineita asettaa se, että DCP-kopioita on vähän liikkeellä, vaikka kopiot ovatkin edullisia. Kun filmiaikana kiire ladata kopiot kohdistui loppuviikkoon, nykyään DCP-kopiot kiertävät jatkuvasti teatterista toiseen. Erään teatterin mukaan kopioiden kiertoaikataulu on niin tiukka, että toisinaan on vaikeuksia ehtiä ladata elokuva serverille ennen kuin kopio täytyy jo lähettää seuraavaan teatteriin. Tällöin teatterilla tulee olla jatkuvasti henkilökuntaa valmiudessa latauksia varten ja erään teatterin kohdalla tämän nähtiin jopa lisänneen henkilökustannuksia. Lisäksi osa kopioista kiertää teatterit jo niin ajoissa, että teattereilla ei riitä serveritilaa kaikille tuleville ja ohjelmistossa oleville elokuville. Teatterit ovat joutuneet investoimaan omiin kovalevyihin joihin he voivat siirtää elokuvat väliaikaisesti ongelman välttämiseksi. Kahden teatterin kohdalla nousi esille myös se, että KDM (Key Delivery Message)-viestit, joilla kopio voidaan esittää, tulevat teattereille viime tingassa. Lisäksi toisinaan KDM:t on tehty toimimaan niin rajoitetun ajan, että teatterille jää vähän liikkumavaraa esittämisaikojen suhteen eikä elokuvaa voida mm. testata etukäteen.

3.3.5. Fyysisen jakelun loppuminen

Kaikki teatterit olivat samaa mieltä siitä, että tulevaisuudessa tullaan siirtymään elokuvien lataamiseen verkon tai satelliitin kautta sen sijaan, että fyysiset DCP-kopiot kiertävät teattereita. Haastateltavien keskuudessa esiintyi erilaisia näkemyksiä käyttöönoton mahdollisesta ajankohdasta ja siitä, miksi uutta levitysmuotoa ei ole otettu vielä käyttöön. Ongelmana nähtiin muun muassa se, että tällä hetkellä ei ole vielä löytynyt sellaista tahoja, joka lähtisi viemään muutosta eteenpäin. Erään haastateltavan näkemysten mukaan teattereilla ei ole suoranaista intressiä maksaa uudesta levitystavasta aiheutuvia investointeja, koska kopioon ja levittämiseen liittyvät kustannukset kuuluvat perinteisesti levitysyhtiön maksettavaksi. Moni haastateltava lisäksi mainitsi nykyisen tekniikan riittämättömyyden ja hitaat latausajat esteeksi käyttöönotolle. Yhdellä haastatelluista teattereista on kuitenkin jo tekniikka valmiina satelliittien kautta lataamiseen. Teatterin mukaan esteenä on tällä hetkellä enää se, että kaikkia elokuvia ei ole kuitenkaan mahdollista ladata vielä uudella tekniikalla. Verkon kautta lataaminen nähtiin teattereissa hyvänä askeleena, joka tulee tuomaan pitkällä aikavälillä säästöjä mm. henkilökustannuksiin ja rahtikustannuksiin. Tärkeänä nähtiin myös se, että kaikki teatterit ottaisivat uuden toimintamallin käyttöön samanaikaisesti, jotta ei tarvitsisi pyörittää päällekkäin kahta eri järjestelmää.

3.3.6. Samanaikainen julkaisu

Suurin osa haastatelluista teattereista näki samanaikaisen julkaisun haasteena teattereille, sillä teatterin kilpailuetu perustuu omaan ikkunaan. Teatterien nähtiin olevan tärkeä myös elokuvan tuottajan kannalta, sillä teatteri-ikkuna määrittelee elokuvan menestymismahdollisuudet toimimalla eräänlaisena markkinointikanavana. Samanaikainen julkaisu haittaisi teatterien näkemysten mukaan kaikkia arvoketjun

osia. Teattereille oma ikkuna on jopa elinehto, sillä jos samanaikainen julkaisu otettaisiin käyttöön, tulisi teatterien erikoistua jollain tavalla, mikä nostaisi lippujen hintoja. Joidenkin toimijoiden näkemyksen mukaan teatterilla on kuitenkin kilpailuetua ilman omaa ikkunaakin, koska teatteri tarjoaa jotain, mitä muut jakelukanavat eivät tarjoa: kokonaisvaltaisen elämyksen.

3.3.7. Levittäminen ilman levitysyhtiötä

Teatterit näkivät täysin mahdollisena sen, että tuottaja levittäisi elokuvansa itse. Olettamana kuitenkin on, että tuottaja tällöin ottaa vastuulle kaikki levittäjän velvollisuudet, kuten markkinoinnin. Haastateltavat nostivat kuitenkin esille, että ammattimaisten levittäjien kanssa on helppo toimia, koska heidän kanssaan on vakiintuneet toimintatavat ja levittäjillä on tarvittava ammattitaito, kun taas tuotantoyhtiön joutuu opettamaan ”talon tavoille”. Mahdollisena haittana nähtiin myös se, että tuottajalla ei välttämättä ole riittäviä resursseja ja ammattitaitoa elokuvan markkinointiin, eikä kykyä saada tarvittavaa näkyvyyttä elokuvalle.

3.3.8. Muutosvastarinta

Haastatteluissa ilmeni myös, että osassa teattereista esiintyi muutosvastarintaa digitoinnin yhteydessä. Vastarintaa esiintyi lähinnä uuden tekniikan opetteluun hankaluuden vuoksi. Nuorille tekniikan omaksuminen on osoittautunut helpommaksi ja luontevammaksi kuin vanhemmille, joten joissain teattereissa koneenkäyttäjät ovat vaihtuneet nuorempiin. Muutosvastarinnalle ei ollut joissain teattereissa tilaa, sillä digitalisoinnin ainoana vaihtoehtona oli teatterin sulkeminen. Lisäksi eräs haastateltava totesi muutosvastarintaa esiintyneen puhtaan tietämättömyyden takia ja siinä pelossa, että digitalisoitumisen tuhoaa elokuvakulttuurin.

3.4. Yhteenveto haastatteluista

Kaiken kaikkiaan koko elokuvaketjun digitalisoituminen nähtiin tuotantoyhtiöissä positiivisena asiana. Vaikka digitalisoitumisen vaikutuksia on hankala arvioida näin lyhyen ajan jälkeen, suurin osa haastatteluista oli sitä mieltä, että tekninen kehitys on ollut väistämätöntä ja että se on hyödyttänyt koko alaa. Joidenkin haastateltavien mielestä digitalisoituminen ja sen helpottama elokuvien levitys ja tarjonnan laajeneminen on vaikuttanut positiivisesti etenkin kotimaisen elokuvan katsojalukuihin. Toiset haastateltavat taas olivat varovaisempia arvioissaan. Heidän näkemyksensä oli, että vuoden 2012 kaltaisissa luvuissa tuskin tullaan pysymään. Eräs haastateltava kuvasi tilannetta seuraavasti:

”Elokuvien lukumäärä on tekijä, joka on nostanut katsojamääriä ennen kaikkea, mutta digitalisoituminen on taatusti myös auttanut asiaa merkittävästi.”

Toinen haastateltava taas kuvasi tilannetta seuraavasti:

”Jos on 37 ensi-iltaa niin onhan siinä syytäkin peitota sellainen vuosi kun oli vaikka 20 ensi-iltaa. Mutta sitten myös diversiteetti on kasvanut.”

Vaikka kilpailu oli joidenkin mielestä kasvanut tarjonnan myötä, nähtiin laajempi elokuvatarjonta etenkin katsojien kannalta positiivisena asiana. Elokuvien helppo saatavuus nähtiin paitsi katsojia myös koko elokuva-alaa hyödyttävänä asiana. Myös kuvanlaadun tekninen parantuminen koettiin hyvänä asiana - ja tärkeänä kilpailussa Hollywood-elokuvien kanssa.

”Kyllä se loppupeleissä aika nopeesti huomattiin se, kun suomalaiset leffat tehtiin usein 16 milliselle niin ne oli aina suttusemman näköisiä kuin nämä jenkileffat, ja nyt me ollaan samalla viivalla teknisesti, että selkeä nopea parannus.”

Taloudellisia kokonaisvaikutuksia haastatellut tuotantoyhtiöt uskoivat näkevänsä vasta VPF-maksun poistumisen jälkeen. Säästöt tuotantovaiheessa ovat olleet melko olemattomia. Levitysvaiheessa säästöjä oli monen haastateltavan mielestä syntynyt alentuneiden kopiokustannusten myötä. Silti lähes kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että VPF syö suuren osan syntyneistä säästöistä. Haastateltavat olivat myös pääsääntöisesti sitä mieltä, että tuotantoyhtiöt ovat hyötäneet digitalisoitumisesta vähiten kaikesta kolmesta alan toimijasta. Haastateltavat kuvasivat tilannetta seuraavasti:

”Niin no sehän nyt tavallaan tarkoittaa, että filmikopion poisjäämisestä tuotantoyhtiöille ja levitysyhtiöille koitunut hyöty suurelta osin, ei kokonaan, mutta suurelta osin ulosmitataan elokuvateattereille.”

”Kyllähän digitalisoituminen kokonaisuudessaan on hyvä asia, että ainoa mitä mä suren on, että sen hyödyistä niin iso osa menee muutenkin taloudellisesti vahvimmalle osalle elokuvateollisuutta, että se tuntuu epäoikeudenmukaiselta.”

Koko elokuvaketjun digitalisoituminen teattereita myöten on vielä melko tuore muutos. Haastateltujen mukaan vasta opettelee uusia toimintatapoja ja pyrkii hyödyntämään digitaalisuuden tuomat mahdollisuudet parhaalla mahdollisella tavalla. Kaikesta huolimatta haastatellut kokivat, että varsinainen elokuvan tekeminen ei ole juurikaan muuttunut. Tuotantoyhtiöiden ydintoimintaa on edelleenkin parhaiden mahdollisten elokuvien tekeminen katsojille.

”Meidän tehtävä on yrittää tuottaa sellaisia elokuvia, mitä ihmiset haluaa katsoa ja mistä ihmiset ovat valmiita maksamaan jonkun esityskorvauksenkin, oli se jakelukanava mikä tahansa.”

Levitysyhtiölle merkittävin hyöty on tullut kasvaneista katsojaluvuista, joiden myötä tuotot ovat kasvaneet. Se, kuinka merkittävä tekijä digitalisoituminen on ollut kasvaneille katsojaluvuille, ei ole selvää. Suurin osa haastateltavista mainitsi kuitenkin merkittävimmäksi tekijäksi yleisöä kiinnostaneet hyvät elokuvat, joita viime vuosina on tullut. Myös kotimaisen elokuvan genrealikoima on monipuolistunut viime vuosien aikana. Useammassa yhteydessä mainittiin tietty asennemuutos, joka suomalaisella elokuva-alalla on ollut. Muutosta kuvattiin muun muassa seuraavasti:

”Tuottajienkin silmät on auennu, et oikeesti mietitään enemmänki sitä kaupallista aspektia. Tai sit tehään pienellä pikkujuttuja.”

”On lähetty laajentamaan tarinoiden skaalaa”

Yksi haastateltavista myös mainitsi, että Veikkauksen kampanja ”Tiistaisin kaksi lippua yhden hinnalla kotimaisiin elokuviin” näkyy selvänä piikkinä kotimaisen elokuvan katsojakäynnissä.

Kulut eivät kuitenkaan ole digitalisoitumisen myötä erityisesti levitysyhtiöillä pienentyneet, koska ne yleensä laskutetaan tuottajalta. Pienemmät levityskulut ovat pienentäneet riskiä vähän, mutta suuressa mittakaavassa tämä säästö on pientä. Näitä säästöjä on voitu ohjata esimerkiksi markkinointiin. Tämä on hyvä asia, koska markkinointibudjetit ovat kaikkien haastateltujen levittäjien mielestä pienentyneet viime vuosina. Yhtenä syynä tähän mainittiin merkittävästi laskeneet DVD-myyntit. Haastateltavien mukaan merkittävämpi riskin lasku syntyy vasta, kun VPF-maksu poistuu.

Yhtenä haittapuolena digitalisoitumisesta nähtiin kasvanut työmäärä, mutta tämän ei kuitenkaan yleisesti nähty vaikuttavan kannattavuuteen. Myös teattereiden kanssa toimiminen nähtiin joissain tapauksissa raskaammaksi, koska hyvien esitysaikojen saaminen on vaikeampaa ja koska joissain teattereissa ei vielä täysin hallita ohjelmistosuunnittelua.

Teattereiden näkökulmasta digitalisointi on vaikuttanut taas ohjelmistoon ja sen suunnitteluun, henkilöstön osaamisvaatimuksiin, tekniikkaan ja sen kustannuksiin sekä toiminnan logistiin ratkaisuihin ja mahdollisuuksiin. Teatterit nostivat ohjelmistoon liittyvät muutokset merkittävimmäksi hyödyksi. Digitalisoinnin myötä kaikilla teattereilla on mahdollisuus saada elokuva ohjelmistoon heti ensi-iltaviikonlopusta alkaen. Tästä ovat hyötynet erityisesti pienet ja pienillä paikkakunnilla toimivat teatterit. Lisäksi ohjelmistosuunnittelun joustavuutta on lisännyt digitaalisten elokuvien helppo siirtäminen salista toiseen sekä konehuoneessa tehtävän työn väheneminen. Uudenlainen ohjelmisto kuten 3D-elokuvat, oopperat, teatterit ja konsertit on monipuolistanut ohjelmistoa ja samalla voi houkuttaa uudenlaista yleisöä myös elokuvien pariin. Eräs haastateltava korosti ohjelmiston monipuolisuuden tärkeyttä seuraavasti:

”Se, että meillä on digitaaliset laitteet ei auta yhtään, jos ei ole sellaisia elokuvia, joita ihmiset haluavat katsoa.”

Digitaalisuuden myötä esitystekniikka on muuttunut täysin. Uuden tekniikan korkeat alkuinvestoinnit sekä käyttö- ja ylläpitokustannukset ovat digitalisoinnin kääntöpuoli. VPF- rahoitusmalli nähtiin teatterien keskuudessa ristiriitaisesti. Toisten mielestä maksu asettaa teatterit epätasa-arvoiseen asemaan, sillä kaikilla teattereilla ei ole mahdollisuutta hyödyntää mallia investointien takaisinmaksussa, kun taas toisten näkemyksen mukaan maksu on kompensoinut isoja investointeja. Tekniikan kustannuksia lisää se että, digitaalitekniikan käyttöikä on lyhyempi ja tekniikka on herkempi rikkoutumiselle ja erilaisille tietoteknisille ongelmille. Eräs haastateltava kuvasi tekniikan kustannuksia seuraavasti:

”Vois sanoa et on se, ei taida riittää tuplasti, mutta yli kaks kertaa kalliimpaa, ehkä kolmekin kertaa. Jos lipunhintaan on ollut nostopaineita niin kyllä se tulee siitä, että se on niin paljon kalliimpaa ylläpitää.”

Teatterit eivät kuitenkaan osanneet arvioida vielä tulevien korvausinvestointien ja muita kustannusten suuruutta tai ajankohtaa. Eräs haastateltava totesi ainoastaan:

”...versiopäivitykset ja korvausinvestoinnit jäävät nähtäväksi.”

Uuden tekniikan myötä myös henkilöstön ammattitaitovaatimukset ovat muuttuneet. Teatterit ovat kokeneet hyödyllisenä sen, että pelkkäkoneenhoitajaa ei välttämättä enää tarvitse ja tekniikka on helpommin opetettavissa useammalle henkilölle, sillä tämä on mahdollistanut moniosaamisen ja ristiintekemisen hyödyntämisen teattereissa. Joustavuus henkilöstösuunnittelussa on vähentänyt henkilöstökustannuksia joissain tapauksissa tai toisaalta mahdollistanut panostamisen asiakaspalveluun. Kuitenkin teatterit ovat joutuneet panostamaan henkilöstön kouluttamiseen uuden tekniikan myötä, mikä on vaatinut resursseja teattereilta.

Uuden tekniikan myötä teattereille on aiheutunut uudenlaisia haasteita liittyen kopioiden kiertoon. DCP-kopioiden kierto päivittäin nopealla aikataululla on aiheuttanut joillekin teattereille lisätöitä. Samoin KDM-viestien saapuminen viime tingassa teatteriinkin sekä viestien rajoitettu käyttöaika ovat aiheuttaneet lisäharmia muutamille toimijoille. Kaikki teatterit näkivät siirtymisen verkon tai satelliitin kautta lataamiseen digitalisoitumisen mahdollistamana seuraavana askeleena, joka tuo teattereille kustannussäästöjä pitkällä aikavälillä. Näkemykset muutoksen aikataulusta kuitenkin erosivat merkittävästi teatterien keskuudessa, mutta oleellisenä nähtiin, että kaikki teatterit siirtyvät uuteen malliin samanaikaisesti. Kokonaisuudessaan digitalisoiminen oli teatterien mielestä hyvä asia, vaikka kustannuksia siitä onkin koitunut. Eräs haastateltava tiivistä digitalisoinnin seuraavasti:

”Sillä pelastettiin koko suomalainen ei pelkästään leffateatteri, mutta myös tuotantoyhtiöt.”

4. Analyysi ja johtopäätökset

Vaikka elokuvateattereiden digitalisoitumisprosessi on lähestulkoon saatu päätökseensä, uuteen aikakauteen totuttelu on yhä kesken. Niin tuotantoyhtiöt, levitysyhtiöt kuin teatteritkin ovat joutuneet muuttamaan toimintatapojaan. Joissakin tapauksissa digitalisoituminen on jo vaikuttanut kustannusrakenteisiin. Kuitenkin lopulliset vaikutukset kannattavuuteen nähdään vasta, kun uusiin toimintatapoihin on totuttu ja niiden potentiaaliset hyödyt on saatu realisoitua. Viime aikainen katsojalukujen kohoaminen viittaisi siihen, että digitalisoituminen on mahdollisesti helpottanut elokuvien saatavuutta katsojille. Näyttäisi kuitenkin siltä, että joillakin katsojilla on vielä totuttelemista uuteen nopeatahtisempaan elokuvakiertoon. Muutos siis vaatii myös katsojilta katsomistottumusten muokkaamista.

Vaikka tuotantoyhtiöt, levitysyhtiöt ja teatterit toimivat kaikki samalla alalla, on niiden välillä nähtävissä suuriakin näkemyseroja digitalisoitumisen vaikutuksista. Erityisesti kustannusten ja voittojen jakamisen osalta erot näkemyksissä sekä tietämättömyys muiden toimijoiden tulonmuodostuksesta korostuivat selvästi. Tuotantoyhtiöiden näkökulmasta tuottajat kantavat suurimman taloudellisen ja taiteellisen vastuun koko elokuvakentästä. Kuitenkin tuotantoyhtiöt kokivat olevansa alallataloudellisesti kaikkein heikoimmassa asemassa, myös digitalisoitumisen jälkeen. Levitysyhtiöiden asema rahoittajana ja päävastuullisena markkinoijana on suuren riskin ottamista, mutta myös voitot voivat olla onnistumisen kohdalla suuria. Teattereiden tehtäväksi jää elokuvien saattaminen valkokankaalle ja katsojien nähtäväksi. Ohjelmistosuunnittelun onnistuessa teatteritoiminta voi olla hyvinkin kannattavaa, mutta virheet voivat sattuessaan olla kohtalokkaita etenkin pienille teattereille.

Viime vuosina kohonneiden katsojalukujen syyt olivat haastateltujen mielestä moninaisia. Iso osa haastatelluista sanoi toimialasta riippumatta, että katsojamäärät ovat ainoastaan kiinnostavista elokuvista riippuvaisia. Monet kuitenkin myönsivät, että digitalisoitumisen myötä elokuvatarjonta on kasvanut ja monipuolistunut. Tämä ei ole voinut olla osaltaan vaikuttamatta katsojakäyrien positiiviseen kehitykseen. Myös valtakunnallisen markkinoinnin hyödyt saadaan nykyään entistä paremmin käytettyä, kun elokuvat voivat avata kaikkialla Suomessa samaan aikaan. Eräs haastateltavista totesi yksinkertaisesti, että tarjonta luo kysyntää. Kuitenkaan pelkkä digitalisoituminen tai tarjonnan lisääntyminen eivät ole syynä katsojalukujen nousuun, sillä katsojaluvut eivät ole nousseet samaa tahtia kuin vuosittaisten ensi-iltojen määrä.

Eri toimijat tarkastelevat katsojalukuja hieman eri näkökulmista. Teattereiden kannalta oleellisinta ovat kokonaiskävijämäärät, kun taas tuotantoyhtiöitä luonnollisesti kiinnostaa juuri oman elokuvan katsojaluvut. Toki teattereillekin yksittäisen elokuvan menestys on tärkeää, koska virhevalinnat voivat tulla kalliiksi. Kuitenkin ohjelmistosuunnittelun avulla teattereiden on entistä helpompi säädellä jonkun tietyn elokuvan salipaikkaa tai esitysaikaa. Vaikka suuret Hollywood-hitit tuovat paljon katsojia teattereille myös kotimaisella elokuvalla on suuri merkitys teatterin kannattavuudelle. Haastateltujen mukaan kotimaisen elokuvan merkitys teatterille kasvaa, mitä kauemmas pääkaupunkiseudusta mennään. Kotimaisen elokuvan merkitys heijastuu myös elokuvakohtaiset katsojamäärät –kuvaajasta (Kaavio 12, sivu 16). Kuvaajasta näkyy, miten kotimaisten elokuvien katsojamäärillä on huomattava vaikutus elokuvakohtaisten katsojamäärien kehitykseen. Ulkomaisten elokuvien elokuvakohtaiset katsojamäärät ovat taas huomattavasti tasaisemmat.

Vaikka kokonaiskatsojamäärien kasvu oli kaikkien haastateltujen mielestä positiivista, jotkut tuotantoyhtiöiden edustajat olivat huolissaan yksittäisten elokuvien menestymisestä. Kilpailutilanteesta johtuen tuotantoyhtiöiden edustajat olivat sitä mieltä, että suurien katsojalukujen saaminen on entistä haastavampaa. Kotimaisten ensi-iltaelokuvien määrä on ollut viime vuosina korkealla, kuten myös niiden suhteellinen katsojaosuus kaikista elokuvateatterikatsojista. Tuotantoyhtiöiden näkökulmasta elokuvakohtaiset katsojaluvut ovat laajasta tarjonnasta huolimatta - tai juuri sen takia - laskeneet. Tilastojen valossa ei kuitenkaan voida nähdä, että näin olisi käynyt (ks. Kaaviot 12 ja 13, sivu 16).

Elokuvakohtaiset katsojamäärät vaihtelevat vuodesta toiseen. Systemaattista laskua yksittäisten elokuvien katsojamäärissä ei voida kuitenkaan havaita, ainakaan lyhyellä tarkasteluperiodilla.

Monet tuotantoyhtiöiden edustajat toivoivat vuosittaisen ensi-iltamäärän putoavan jokseenkin kestävämmälle tasolle. Myöskään levitysyhtiöillä ei ole mahdollisuuksia levittää vuosittain määräänsä enempää kotimaisia elokuvia. Kotimaiset elokuvat ovat levittäjälle yleensä suurempi taloudellinen riski kuin Hollywood-elokuvat. Ne myös työllistävät levitysyhtiöiden henkilökuntaa enemmän kuin Hollywood-elokuvien valmiina tulevat kampanjamateriaalit. Kuitenkin monet levittäjät näkivät, että kotimaisten elokuvien parissa työskentely on antoisampaa kuin melko lailla valmiiden Hollywood-kampanjoiden tekeminen. Vaikka levitysyhtiöillä on paljon elokuvatarjontaa jolla voidaan kattaa kokonaiskuluja, on taloudellinen riski etenkin kotimaisten elokuvien kohdalla suuri. Yhteenlaskettuna levittäjien tuotantoyhtiöille maksamat MG:t sekä elokuvien markkinointibudjetit voivat nousta satoihin tuhansiin euroihin. Mikäli elokuva ei saa tarpeeksi katsojia, nämä kulut jäävät levittäjän maksettavaksi. Myös tuotantoyhtiöiden kannalta on toivottavaa, että yksittäisen elokuvan katsojamäärät ylittäisivät break evenin, koska vasta tuolloin levittäjä voi omat kustannukset vähennettyään tilittää tuloja myös tuotantoyhtiöille.

Näkemykset VPF-maksusta erosivat merkittävästi toimijoiden keskuudessa. Itsenäisillä teattereilla ei juurikaan ollut käsitystä siitä, miten VPF toimii tai mikä sen suuruus on, eivätkä he kokeneet sen tuovan erityistä kilpailuetua heille. Levitysyhtiöt suhtautuivat VPF-maksuun kaksijakoisesti. Toisaalta he kokivat sen epäoikeudenmukaiseksi tulonsiirroksi heikoimmalta toimijalta vahvimmalle. Kuitenkin jotkut haastateltavat olivat sitä mieltä, että VPF on nopeuttanut teattereiden digitalisoitumista ja poistanut kahden formaatin ongelman. Yksikään levitysyhtiö ei kokenut, että heidän tulisi osallistua VPF-maksuihin, vaan että se on normaalia tuottajalta laskutettavaa kuluja. Jos ajatellaan, että levitysyhtiö on verrattavissa markkinointia tai rahoitusta tarjoaviin yrityksiin, on luonnollista, että levitysyhtiö ei ota kuluja maksettavakseen vaan laskuttaa kaiken asiakkaalta. Monet levitysyhtiöt sanoivat, että VPF-maksu tulisi poistumaan kunhan nykyisen laitekannan investoinnit on kuoletettu. Tarkkaa aikaa kukaan ei kuitenkaan osannut poistumiselle määrittellä, vaan kaikki haastatellut puhuivat joistakin vuosista. Tuotantoyhtiöiden näkemys VPF:stä oli yksinomaan kielteinen. He kokivat sen taloudellisena rasitteena, joka syö muutoin laskeneiden kopiokustannusten tuomia säästöjä. Osa haastatelluista koki, että levitysyhtiöiden tulisi myös osallistua VPF-maksuun, sillä digitalisoitumisen tuomista säästöistä ja mahdollisista voitoista hyötyvät kaikki alan toimijat. Tuotantoyhtiöiden edustajat eivät uskoneet VPF:n poistuvan ikinä. Vähintäänkin he kokivat, että laitekannan päivittämisestä syntyviä kuluja jyvitetäisiin jonkinlaisen maksun muodossa tuottajille jatkossakin. Sekä tuotantoyhtiöiden, että levittäjien edustajat olivat sitä mieltä, että VPF tulisi vähintäänkin hyväksyä SES:n jakamaan levitys- ja markkinointitukeen samoin kuin aikanaan filmikopioista syntyvät kustannukset.

Huolimatta VPF:stä kaikki haastateltavat sanoivat esityskopiomäärien kasvaneen parina viime vuotena reilusti. Jotkut tuotantoyhtiöiden edustajat uskoivat, että VPF:stä ja kasvaneista kopiomääristä huolimatta tuotantoyhtiö säästää nykyisin verrattuna filmikopioiden tekemiseen. Välttääkseen VPF-maksuja tuotantoyhtiöiden edustajat eivät kokeneet tarpeellisena tai mahdollisena kopiomäärien pudotusta nykyisestä. Myöskään vanhanmallisella kaupungista kaupunkiin tapahtuvalla ”vyörytystaktiikalla” levitettävät elokuvat eivät saaneet suurta kannatusta niin tuotantoyhtiöiden kuin levitysyhtiöiden edustajien keskuudessa, joitakin poikkeuksia lukuunottamatta. Vaikka levitysyhtiöt jossain määrin pyrkivät neuvomaan teatterien omistajia siinä, mitä elokuvia kannattaa esittää heti ensi-iltana ja minkä kanssa kannattaa odottaa, harvat olivat valmiita kieltäytymään elokuvien antamisesta teattereille. Kuitenkin joidenkin pienempien elokuvien kohdalla haastateltavat kokivat hyötyä olevan word-of-mouthin odottelemisesta sen sijaan, että elokuva avattaisiin kaikkialla Suomessa yhtä aikaa.

Ohjelmistosuunnittelun tarpeellisuus on digiaikana korostunut niin teattereiden kuin levitysyhtiöiden edustajien mielestä. Kun periaatteessa kaikki elokuvat ovat kaikkien saatavilla heti ensi-illasta lähtien, tulee teattereiden olla tarkkana siitä, mitkä elokuvat ne valitsevat kulloinkin esitettäväksi. Ohjelmistosuunnittelu

oli joidenkin teattereiden edustajien mielestä haasteellisempaa nyt, kun levitysyhtiöt eivät enää samoissa määrin sanele elokuvien julkaisu-aikoja kussakin teatterissa. Ammattitaito ja elokuvien sekä katsojien mieltymysten tuntemus ovat tänä päivänä erityisen tärkeitä teattereiden omistajille. Levittäjiä ja teattereiden yhteistyön merkitys ohjelmistosuunnittelussa korostuu etenkin näin digitaalisuuden alkuvaiheilla, kun monet teatterien omistajat vielä opettelevat ohjelmistosuunnittelun kiemuroita. Eräs haastateltava väläytti peräti sellaista ajatusta, että Suomeenkin voitaisiin perustaa ohjelmistosuunnitteluun perehtyneitä yrityksiä, jotka ostopalveluna hoitaisivat teattereiden ohjelmistosuunnittelua.

Levittäjiä kannalta ohjelmistosuunnittelu on osittain myös kääntänyt valtasuhteita pääläelle. Kun aikaisemmin levitysyhtiöt pystyivät käytännössä sanelemaan, milloin elokuvia voitaisiin esittää etenkin pienemmissä teattereissa, nykyään teatterit voivat itse valikoida ohjelmistoaan enemmän. Tämä asettaa myös paineita elokuvan onnistumisessa heti ensi-iltaviikonloppuna, sillä elokuvat on entistä helpompi ja nopeampi siirtää huonompaan esitysaikaan, pienempään saliin tai kokonaan pois ohjelmistosta. Toisaalta joillakin teattereilla oli haastateltavien mukaan vaikeuksia ymmärtää, että nyt kun esityskopio ei poistu heidän serveriltään tietyn ajan jälkeen, he voisivat pitää sitä ohjelmistossa pidempään, vaikka sitten harvennetulla esitysvälillä.

Levitysyhtiöiden ja tuotantoyhtiöiden edustajien mielestä elokuvatarjonnan kasvamisen ja uudenlaisen ohjelmistosuunnittelun myötä kilpailu esitysajoista sekä suurista saleista on koventunut. Samana päivänä voi saada ensi-iltansa entistä useampiokuva, niin ulkomainen kuin kotimainen. Levitysyhtiöiden tulee olla entistä tarkempia elokuvien lanseerausajankohdan suhteen ja olla tietoisia siitä, mitä muita elokuvia on samaan aikaan ohjelmistossa. Tilastot osoittavat, että vuosittainen ensi-iltojen määrä on ollut kasvussa, kun taas koko maan laajuisesti teatterisalit ovat vähentyneet viime vuosina (ks. Kaavio 17, sivu 19). Tämä tukee levitysyhtiöiden ja tuotantoyhtiöiden näkemystä kilpailun kiristymisestä. Mikäli salien määrää halutaan kasvattaa, se tulisi useimpien haastateltujen teattereiden edustajien mielestä tehdä lisäämällä monisalisten teatterien määrää. Yksisalisilla teattereilla on suhteessa suuremmat vuokra- ja henkilöstökulut kuin monisalisilla, mutta vähemmän ristiintekemisen tuomia hyötyjä.

Kilpailutilanteen ja ohjelmistosuunnittelun myötä monet haastateltavat uskoivat elokuvien elinkaaren lyhentyneen digiaikana. Etenkin tuotantoyhtiöiden edustajat kertoivat kokevansa painetta ensi-iltakatsojien saamiseksi. Monet kokivat, että elleiokuva heti menesty teatterissa, sitä ollaan heti siirtämässä huonompaan katseluaikaan ja pienempään saliin. Tämä taas vaikeuttaisi katsojien elokuvan löytämistä ja näin ollen vahingoittaisi elokuvan mahdollisuuksia saada tarpeeksi katsojia. Jotkut levitysyhtiöiden edustajat kuitenkin näkivät, että elokuvan elinkaari oli ennemminkin tiivistynyt kuin lyhentynyt. Tällä he tarkoittivat sitä, ettäokuva saa nyt lyhyemmässä ajassa saman verran esitysaikaa ja myös katsojia kun se olisi ennen saanut pitkällä juoksulla. Elinkaaren lyhentymisen vaikutus näyttäisikin osittain syntyvän siitä, että nykyään elokuvat aloittavat useammilla paikkakunnilla yhtä aikaa, kun ennen ne kiersivät maakuntia hitaammin. Elinkaaren ei myöskään automaattisesti tarvitse lyhentyä, sillä kun esityskopiot säilyvät teattereiden servereillä, niitä voi esittää pitkänkin ajan kuluttua vaikkapa katsojien toiveesta. Tämä luo myös uusia mahdollisuuksia kerätä katsojia pitkällä aikavälillä, mikä ei olisi ollut samaan tapaan mahdollista filmikopioiden aikana.

Monet haastateltavat etenkin levitysyhtiöissä ja teattereissa kokivat, että digitalisoituminen on tietyllä tapaa demokratisoinut elokuvien esittämistä. Pienillä kaupungeilla ja teattereilla on mahdollisuus esittää elokuvat samaan aikaan kuin isommilla paikkakunnilla ja suuremmissa teatteriketjuissa. Tämä on tuonut joidenkin levitysyhtiöiden edustajien mielestä enemmän neuvotteluvaraa nimenomaan pienille teattereille. Kuitenkin osa teattereiden edustajista mainitsi, että nykytilanne ei silti ole vaikuttanut teattereiden ja levittäjiä välisiin korvausprosentteihin. Levitysyhtiöt saavat sopimuksen mukaisesti samansuuruisen korvauksen lipputuloista kuin ennenkin. Teattereiden edustajat eivät kokeneet, että he voisivat neuvotella suurempia osuuksia lipputuloista etenkin suurten hittielokuvien kohdalla.

Kysyttäessä mahdollisesta teatterin kanssa tehtävästä samanaikaisesta julkaisusta esimerkiksi VOD-palveluissa, haastateltavat olivat lähes yksimielisesti sitä mieltä, ettei se toimisi. Samanaikaista julkaisua on kokeiltu sekä ulkomailla että Suomessa, eivätkä kokeilut ole olleet kovin onnistuneita. Monet olivat sitä mieltä, että sekä teatteri-ikkuna että VOD-ikkuna kärsisivät tästä ratkaisusta. Kuitenkin jotkut levitysyhtiöiden edustajat olivat varovaisen uskaliaita asian suhteen ja sanoivat, että se voisi joissakin yksittäistapauksissa toimia. Eräs haastateltava rinnasti samanaikaisen levittämisen nettipiratismiin, joka perinteisesti on mielletty etenkin tallennemyynnin tuhoajaksi. Kuitenkin tämän haastateltavan mielestä sekä piratismi että samanaikainen julkaisu toimivat osaltaan elokuvan markkinointina ja voisivat jopa hyödyttää teattereita.

Eräs tuotantoyhtiön edustaja toivoi, että kotimaisia elokuvia julkaistaessa Suomessa tuottajalla olisi mahdollisuus julkaista elokuva ulkomaisissa VOD-palveluissa tai vaikka omilla nettisivuillaan niin, että VOD-levityksestä rajattaisiin Suomi kokonaan pois. Haastateltava totesi kuitenkin, että sitä voisi olla teknisesti hankala toteuttaa eikä uskonut levittäjien tai etenkin teatterien suostuvan siihen. Samanaikaisen julkaisun esteeksi voisi myös joidenkin levitysyhtiöiden edustajien mielestä nousta latauksen hinta. Nettilatauksesta saatettaisiin joutua pyytämään teatterilippuun verraten korkea hinta, jolloin se tuskin saisi suurta suosiota. Pääsääntöisesti kaikki haastateltavat halusivat säilyttää teatteri-ikkunan nykyisellään, mutta muiden julkaisumuotojen kanssa yhtäaikaisuus oli monen mielestä tulevaisuutta. Teatteri-ikkuna haluttiin säilyttää paitsi katsojalukujen vuoksi myös siksi, että sen koettiin toimivan markkinointina tulevaa tallennemyyntiä varten.

Haastattelujen perusteella digitaalisuus ei ole toistaiseksi synnyttänyt muita uusia liiketoiminnan muotoja kuin teattereiden tarjoamat oopperanäytökset ja muut erilaiset oheistapahtumat. Toimijoilla ei myöskään ollut selkeitä intressejä lähteä uusia liiketoiminnan muotoja kehittämään, vaikka jonkinlaista päällekkäisyyttä roolien suhteen digitaalisuus sallisikin, esimerkiksi sen, että tuotantoyhtiöt levittäisivät omia elokuviaan. Tulevaisuuden liiketoimintamalleja on hankala lähteä spekuloidaan. Voi olla, että niitä syntyy, kun uuteen tekniikkaan on totuttu ja tekemisen mallit ovat rutinoituneet. Digitaalisuuden tuomat taloudelliset vaikutukset näkyvät myös vasta, kun uusi tekniikka on ollut jonkin aikaa käytössä. Suurimmalla osalla haastatelluista oli hankaluuksia arvioida, millaisia vaikutuksia digitalisoitumisella oli ollut juuri heidän talouteensa. Pääsääntöisesti muutokset ovat tapahtuneet käytännön tasolla, tekemisen tavoissa. Taloudelliset hyödyt ovat toistaiseksi nähtävillä enemmän joidenkin kustannusten laskussa kuin liikevaihdossa, mutta kokonaiskustannukset ovat pääsääntöisesti säilyneet ennallaan. Teatterien osalta myös laiteinvestoinnit hämärtävät vielä kokonaiskuvaa, sillä vaikka pienet teatteritkin ovat saaneet tukea laitehankintoihinsa ne ovat liikevaihtoonsa nähden joutuneet tekemään suuria investointeja myös itse. Haastatelluilla oli erilaisia näkemyksiä siitä, mitkä alan toimijajoukot ovat hyötyneet eniten digitalisoitumisesta. Kaikki olivat kuitenkin yhtä mieltä siitä, että kotimaiset elokuvakävijät ovat hyötyneet muutoksesta eniten.

LIITEET

Liite 1. Luettelo haastatteluista

Haastattelupäivä	Yritystyyppi	Haastattelun kesto
13.2.2013	Suomen elokuvasäätiö	1 h 53 min
19.2.2013	Suomen elokuvasäätiö	2 h 35 min
28.2.2013	Aalto-yliopisto, ELO	1 h 43 min
14.3.2013	Levitysyhtiö 1	1 h 56 min
15.3.2013	Teatteriyhtiö 1	2 h 19 min
19.3.2012	Tuotantoyhtiö 1	45 min
20.3.2013	Teatteriyhtiö 2	54 min
21.3.2013	Levitysyhtiö 2	1 h 33 min
26.3.2013	Tuotantoyhtiö 2	56 min
28.3.2013	Levitysyhtiö 3	1 h 11 min
3.4.2013	Levitysyhtiö 4	56 min
3.4.2013	Levitysyhtiö 5	1 h 38 min
5.4.2013	Tuotantoyhtiö 3	1 h 13 min
16.4.2013	Teatteriyhtiö 3	1 h 18 min
18.4.2013	Teatteriyhtiö 4	1 h 8 min
23.4.2013	Tuotantoyhtiö 4	1 h 42 min
25.4.2013	Teatteriyhtiö 5	1 h 6 min
7.5.2013	Tuotantoyhtiö 5	Sähköpostihaastattelu