

Suomen elokuvasäätiön hallitukselle

KOHTI KYMMENTÄ MILJOONAA KATSOJAA VUOTEEN 2010 MENNESSÄ

Levityspäällikkö Harri Ahokaan muistio
elokuvakäyntifrekvenssin nostamisesta Suomessa

Elokuvasäätiön hallitus antoi 6. toukokuuta 2004 levityspäällikkö Harri Ahokalle laadittavaksi muistion siitä, miten Suomen elokuvakäyntien frekvenssi voitaisiin nostaa nykyisestä 1.5 käynnistä/asukas kahteen vuosittaiseen elokuvakäyntiin. Elokuvasäätiön hallitus käsitteli valmistunutta muistiota kokouksessaan 27. elokuuta. Hallitus päätti yhdistää tehdyn selvityksen osaksi suomalaisen elokuvan uuden tavoiteohjelman käsittelyä. Se on siis osa käynnissä olevaa prosessia, eikä valmis toimintaohjelma.

Esipuhe

Elokuvasäätiön hallitus antoi toukokuun 6. päivänä pitämässä kokouksessaan allekirjoittaneelle laadittavaksi muistion siitä, kuinka Suomessa elokuvakäyntien frekvenssi voitaisiin nostaa nykyisestä 1.5 käynnistä kahteen vuosittaiseen käyntiin asukasta kohti. Toimeksiannon paras puoli on sen tiukka fokuosoiminen yhteen avainkysymyksen, haastavinta puolestaan varsinaisen päämäärän saavuttamisen keinojen pohdiskelu. Elokuvakäyntien määrän kasvattaminen kahteen/asukas/vuosi nostaisi maamme elokuvakäynnit 10 miljoonaan katsojaan nykyisestä hieman alle kahdeksan miljoonan tasosta. Sinänsä tavoite ei ole mahdoton – 25 prosentin nousu katsojaluvuissa on realistinen kasvutavoite ja saavutettavissa. Vuonna 1995 elokuvakäynnit Suomessa olivat pitkän laskukauden jälkeen pudonneet 5,3 miljoonaan kävijään. Nyt lukemat ovat aallonpohjaan verrattuna 45 % korkeammalla.

Elokuvasäätiön tavoiteohjelma 2003 - 2005 on asettanut kotimaisen elokuvan markkinaosuustavoitteen 15-25 prosenttiin. Tätä sinänsä hyvää päämäärää on syytä täydentää myös markkinoiden kokoa koskevalla tavoitteella.

Edelleen on tarpeen tarkastella myös niitä resursseja, joita asetetut tavoitteet vaativat. Muistiossa ei ole tässä vaiheessa esitetty varsinaisia määrärahaesityksiä ennen kuin hallitus on ottanut kantaa sisällöllisiin painotuksiin. Näiltä osin työtä jatketaan säätiön tulevan vuoden budjetin valmistelussa sikäli kun hallitus antaa siihen aiheita.

Toimeksiannon mukaista tehtävää olen lähestynyt mahdollisimman konkreettisesti eli olen keskittynyt niihin käytännössä vaikuttaviin toimiin, joilla annettuun tavoitteeseen päästään. Laajaa filosofointia ja ympäristötekijöiden, tuotantorakenteiden tai levitysmekanismien esittelyä yleisessä muodossa ei muistioon ole juurikaan sisällytetty. Muutostekijät on pyritty ottamaan tarkastelun kohteeksi silloin, kun niiden konkreettinen merkitys on tunnistettu.

Muistion luonteesta johtuen lähdeviitteitä ei ole erikseen merkitty. Asiayhteyksissä on kuitenkin pyritty tuomaan esille mm. tutkimukset, joita on hyödynnetty.

Toivottavaa on, että muistiossa käsitellyistä asioista syntyy keskustelua sekä elokuvasäätiön piirissä että koko elokuva-alalla laajemminkin. Yhteisesti asetettu tavoite on lähempänä toteutumistaan ja motivoi tulokselliseen yhteistyöhön kaikkia osapuolia.

KOHTI KYMMENTÄ MILJOONAA KATSOJAA VUOTEEN 2010 MENNESSÄ!

Helsingissä 16. elokuuta 2004

Harri Ahokas
Levityspäällikkö

1. ELOKUVAN KATSELU SUOMEN ELOKUVATEATTEREISSA

Viimeksi kahden vuosittaisen elokuvateatterikäynnin raja asukasta kohti ylitettiin Suomessa vuosina 1979 ja 1980. Kymmenen miljoonan katsojan rajaa elokuvateattereissa ei meillä ole tavoitettu vuonna 1979 jälkeen.

Elokuvan jakelu- ja esitysmekanismi, joka tuotti 10 miljoonaa elokuvakäyntiä, koostui seuraavasti:

- ? elokuvateattereita 336
- ? istuinpaikkoja 90 000
- ? ensi-iltoja 227
- ? kotimaisia ensi-iltoja 9
- ? kotimainen katsojaosuus 11,9 %
- ? elokuvia levityksessä 1 580
- ? elokuvalipun keskihinta 2,05 euroa (12,21 mk)
- ? käyntifrekvenssi (käyntejä/asukas/vuosi) 2,13

1.1 Laskeva trendi 1980 - 1995

Vuoden 1980 jälkeen seurannut varsin tasainen katsojalukujen alamäki johti pohjakosketukseen vuonna 1995, jolloin elokuvakäyntejä oli vain 5,3 miljoonaa – ja käyntifrekvenssi 1,0. Samanaikaisesti kotimaisen elokuvan katsojaosuus laski myös huolestuttavan alas. Vuonna 1996 se putosi jo 3,7 prosenttiin. Yksikään suomalainen ensi-ilta ei ylittänyt kyseinä vuonna 100 000 katsojan rajaa. Vuoden katsotuin kotimainen Pekko ja muukalainen oli 86 500 katsojallaan vasta maan 17:ksi katsotuin elokuva kaikista elokuvista.

1.2 Nouseva trendi 1996-

Vuoden 1996 jälkeen elokuvakäynnit ovat olleet puolestaan varsin tasaisessa kasvussa, vain vuonna 2001 koettiin takaisku. Kahtena viime vuonna on lähestytty jo kahdeksan miljoonan kävijän rajaa.

Vuonna 2002 kasvu oli Euroopan vahvimpia lähes 18 % nousulla. Kasvuun on suurimpana yksittäisenä tekijä vaikuttanut kotimaisen elokuvan suosion ja markkinaosuuden kasvu. Vuonna 1999 se nousi peräti 25 prosenttiin ollen vuonna 2003 lähes 22 %. Suomalaisella elokuvalla on ollut yli miljoona katsojaa vuoden 1999 jälkeen lukuun ottamatta vuotta 2001. Toinen merkittävä tekijä on multiplex–elokuvateattereiden synty 1998 alkaen.

Vuoden katsotuinten elokuvien joukossa kotimainen elokuva on tätä nykyä enemmän sääntö kuin poikkeus. Kymmenen katsotuinten elokuvan joukossa oli viisi kotimaista elokuvaa vuonna 1999. Vuonna 2003 Pahat pojat oli puolestaan koko vuoden katsotuin elokuva 614 000 kävijällään.

Katsojalukujen määrällisen kehityksen ohella on syytä korostaa, että elokuvan asema Suomessa on positioitunut uudelleen. Elokuva ei ole enää marginaalissa suhteessa

muihin taiteisiin eikä kansalaisten vapaa-ajan valintoihin. Sen asema ihmisten elämässä ja harrastuksissa on vahvistunut monin tavoin, samoin mediassa ja julkisen vallan piirissä. Elokuvakulttuuria ovat vahvistaneet mm. vahva elokuvafestivaaliliike sekä hyvään kasvuun lähtenyt DVD-jakelu. Televisiokanavillamme elokuvatarjonta on ollut runsasta television alkuajoista lähtien. Television varhaisen vaiheen hankala kilpailutilanne elokuvateattereille on kääntynyt ehkä jo parempaan suuntaan.

Vaikka tämän esityksen keskeinen fokus on elokuvateatterikäynneissä, ei ole liioiteltua väittää että Suomessa katsotaan elokuvia nyt enemmän kuin koskaan aikaisemmin. Siitä huolimatta, että vuonna 1955 maassamme kirjattiin 55 miljoonaa elokuvateatterikatsojaa!

Johtopäätös:

Viimeisen 25 vuoden elokuvatilastollinen anti viittaa siihen, että maamme katsojalukujen kokonaiskehityksessä kotimainen elokuva on tullut entistä tärkeämmäksi menestystekijäksi.

2. ELOKUVATEATTERITOIMINNAN MUODOT

Elokuvateattereiden omistus on ketjuuntunut kautta maailman varsin vahvasti. Lähes jokaisessa maassa on omat kansalliset elokuvateatteriketjunsä ja varsinkin Euroopassa toimii myös useita ylikansallisia ketjuja, joilla on teattereita useissa maissa. Suomessa ei vuoteen 1997 mennessä käytännössä toiminut merkittävässä mitassa kansainvälisiä elokuvateatteriyhtiöitä. Ruotsalais-norjalaiseen omistukseen perustuvan Oy Sandrew-Metronome Finland Ab on viime vuosina noussut Suomen toiseksi suurimmaksi elokuvateatteriyhtiöksi. Jo alun perin yhtiö rakensi toiminta-ajatuksensa multiplex-elokuvateatterikonseptin varaan. Kuitenkin vain yhdessä kaupungissa eli Turussa sen markkinaosuus on suurempi kuin maan suurimmalla elokuvateatteriketjulla Finnkino Oy:llä.

Yhdeksällä paikkakunnalla Suomessa toimiva Finnkino on osa SanomaWSOY – konsernia. Suomen lisäksi sillä on elokuvateattereita Baltian maissa. Sandrew Metronome on taas osa pohjoismaista mediakonsernia Yhtiön omistaa puoliksi ruotsalainen Anders Sandrew Stiftelse ja norjalainen mediayhtiö Schibsted. Yhtiöllä on tytäryhtiöitä Tanskassa, Ruotsissa, Norjassa sekä Suomessa.

Muut Suomessa toimivat elokuvateatteriyhtiöt ovat selvästi pienempiä ja perustuvat usein perheyhtiön yritysmalliin. Valtaosa maan 220 elokuvateatterista on yksityisiä yhden omistajan ja yhden valkokankaan teattereita. Kuitenkin suurin osa katsojista ja liikevaihdosta syntyy kahden markkinaosuudesta suurimman yhtiön voimin. Yhdessä Finnkino ja Sandrew Metronome vastaavat lähes 65 prosentista kävijöistä.

Elokuvateatteriyhtiöiden markkinaosuuskaavio muistion lopussa liitteenä 1.

Maassa toimii myös noin neljäkymmentä (40) yhdistysten tai seurojen ylläpitämää elokuvateatteria ja runsaat kolmekymmentä (30) kuntien omistamaa elokuvateatteria. Viime mainitut sijaitsevat enimmäkseen Pohjois-Suomessa. Yhdistykset ja kunnat näkevät elokuvateattereiden omistamisen enemmän kulttuuritoiminnan kuin liiketalouden näkökulmasta.

2.1 Ketjutuksen edut

Elokuvateatteritoiminta sopii luonteensa vuoksi varsin hyvin ketjutettavaksi liiketoiminnaksi. Teattereiden päätuote eli elokuvat ovat tuotteen näkökulmasta katsottuna tasalaatuisia: Taru Sormusten Herrasta tai Koirankynnen leikkaaja on lähtökohtaisesti samanlainen Helsingissä tai Utsjoella. Kustannustehokkuus, kyky investointeihin ja operationaalisen toiminnan taso on ketjuyrityksissä yleensä paremmin saavutettavissa vaikka se ei mikään automaatio olekaan. Toisaalta pienillä paikkakunnilla ja pienissä yksiköissä perheyritys on monta kertaa ainoa käyttökelpoinen ratkaisu. Optimaalisena voitaneen pitää tilannetta, jossa maassa toimii vapaan kilpailun ilmapiirissä useampia elokuvateatteriketjuja ja niiden lisäksi myös perheyhtiöitä, yhteisöjä ja yksityisiä teatterinomistajia sekä erikoistuneita art-house – elokuvateattereita.

Johtopäätös:

Elokuvasäätiö pitää elokuvateattereiden liiketoiminnassa ketjutusmallia toimivana ratkaisuna mutta näkee asian ennen muuta markkinoiden vapaan kilpailun kysymyksenä. Yhtä lailla tilaa on sekä yksityisten, yhdistysten tai kuntien omistamille teattereille kunkin paikkakunnan tarpeiden ja kilpailutilanteen mukaan. Säätiön tukipolitiikassa yrityksen muodolla ei ole sinänsä merkitystä kunhan toiminnan taso heijastelee elokuvakulttuurin monipuolista ilmettä ja vastaa yleisön tarpeita ja toiveita.

3. KASVUPOTENTIAALIN HYÖDYNTÄMINEN

Eniten elokuvakäyntimäärien kasvupotentiaalia on tilastollisesti katsoen pienissä, alle 35 000 asukkaan kaupungeissa mutta elokuvan liiketoiminnan kannalta todellinen ja ulosmitattava kasvu on keskisuurissa kaupungeissa. Tässä yhteydessä termillä tarkoitetaan 35 000 - 80 000 asukkaan suomalaisia kaupunkeja. Lähempänä 100 000 asukkaan rajaa olevissa kaupungeissa potentiaalia on myös runsaasti, erityisesti niillä paikkakunnilla joista puuttuvat multiplex –tyyppiset elokuvateatterit.

Seuraavassa listauksessa on merkitty M – kirjaimella ne kaupungit, joissa multiplex – elokuvateatteri toimii jo. T merkitsee toteutumassa olevaa suunnitelmaa ja P suunnitelman puuttumista. Alle 35 0000 asukaan paikkakunnat on jätetty tarkastelun ulkopuolelle.

* tarkoittaa Jyväskylän, Porin, Joensuun, Kajaanin ja Hämeenlinnan yhteydessä sitä, että teatterin konseptissa on paljon multiplex –mallin aineksia, vaikka saleja on vähemmän.

Tiedot perustuvat vain julkistettuihin hankkeisiin eli eivät välttämättä kata teatteriyhtiöiden pitkän aikavälin suunnitelmia. Kävijätiedot perustuvat elokuvateattereiden toimittamiin Teosto –ilmoituksiin ja asukasluvut Tilastokeskuksen tietoihin.

V. 2003	PAIKKAKUNTA	TUOTTO	KÄVIJÄT	ASUKASLUKU	FREKVENSSI	M/T/P
1	HELSINKI	19 444 608,90	2 591 680	559330	4,63	M (2)
2	TAMPERE	5 317 426,72	733 176	200966	3,65	M
3	TURKU	4 316 451,95	617 541	175059	3,53	M
4	OULU	2 139 740,84	285 449	125928	2,27	T
5	JYVÄSKYLÄ	2 071 119,87	273 176	82409	3,31	M*
6	PORI	1 398 535,67	184 076	76189	2,42	M*
7	LAHTI	1 342 103,82	183 897	98253	1,87	P
8	KUOPIO	1 201 552,53	169 547	88250	1,92	P
9	ESPOO	992 179,50	143 066	224231	0,64	P
10	JOENSUU	830 175,11	114 704	52659	2,18	T
11	VAASA	774 738,60	101 866	56953	1,79	P
12	LAPPEENRANTA	698 762,84	96 768	58897	1,64	P
13	VANTAA	711 066,50	95 781	184039	0,52	P
14	SEINÄJOKI	687 234,35	87 453	31696	2,76	
15	KOTKA	598 624,00	83 309	54618	1,53	P
16	HÄMEENLINNA	614 308,75	82 746	46909	1,76	T*
17	JÄRVENPÄÄ	606 262,50	78 033	37114	2,10	P
18	MIKKELI	568 591,00	77 150	46511	1,66	P
19	ROVANIEMI	500 104,24	67 094	35081	1,91	P
20	KOUVOLA	424 370,50	57 245	31339	1,83	
21	PORVOO	367 120,90	56 680	46217	1,23	P
22	IMATRA	355 328,20	54 351	29969	1,81	
23	RAUMA	376 910,50	50 110	36869	1,36	P
24	KUUSANKOSKI	349 904,20	49 636	20392	2,43	
25	SAVONLINNA	312 215,36	42 996	27536	1,56	
26	HYVINKÄÄ	319 606,00	42 056	43169	0,97	
27	SALO	310 405,50	40 697	24794	1,64	
28	PIETARSAARI	285 438,00	37 837	19431	1,95	
29	KEMI	280 449,15	37 151	23056	1,61	
30	LOHJA	261 523,00	36 347	36004	1,01	
31	IISALMI	258 860,95	35 353	22647	1,56	
32	FORSSA	252 409,60	35 126	18104	1,94	
33	RIIHIMÄKI	236 403,00	33 483	26654	1,26	
34	VARKAUS	242 280,79	33 458	22761	1,47	
35	VIHTI	223 595,00	32 293	24954	1,29	
36	KOKKOLA	216 694,20	27 914	35756	0,78	
37	KAJAANI	191 391,60	27 882	35713	0,78	T*
38	JÄMSÄ	169 419,80	23 645	15306	1,54	
39	HEINOLA	132 363,00	19 944	20887	0,95	
40	KAUNIAINEN	145 124,50	19 601	8622	2,27	

* = Teatterin konseptissa multiplexin aineksia

Liitteenä 2 on Media Salles –organisaation kokoama käyntifrekvenssien tilasto EU – maista 1989-2002. Kansainvälisessä vertailussa Suomen frekvenssi pitkältä aikaväliltä on selvästi alle EU –maiden tason ja myös huomattavasti alempi kuin muissa Pohjoismaissa. EU-maiden keskiarvo on 2,47. Suomessa frekvenssi on 1,5. Suurin syy frekvenssin näinkin suureen eroon Suomen tappioksi johtunee ennen muuta yhteiskuntarakenteellisista, kulttuurisista ja maantieteellisistä seikoista. Suomea voitaneen edelleen pitää myös jossain määrin kirjoitetun sanan eikä niinkään kuvan kansakuntana.

Mutta juuri tässä suhteessa muutosprosessi on käynnissä. Tosin USA:n vuosittaiseen käyntifrekvenssiin 5,7 on Euroopallakin ehkä liian pitkä matka.

3.1 Mihin kannattaa panostaa?

Yllä olevaa tilastoa tulkittaessa on huomattava, että varsinkin Espoon ja Vantaan alhainen frekvenssilukema selittyy osin sillä, että kaupunkien asukkaat käyvät paljon elokuvissa Helsingissä. Yhtyä lailla tämä on muistettava Helsingin suomalaisittain korkeaa frekvenssiä tarkasteltaessa.

Oma merkityksensä elokuvakäyntien määrän kasvattamisessa on myös elokuvajakeluun liittyvillä ohjelmistollisilla ja markkinointitoimilla, mutta jos perusinfrastruktuuri ei ole ajanmukaisessa kunnossa, tuntuvatkaan panostukset eivät tuo todellisia tuloksia. On otettava myös huomioon, että elokuvien kotikatselelun laatu ja välineet ovat viime vuosina kehittyneet huomattavasti sen ohella, että televisiokanavien digitointi lisää elokuvatarjontaa entisestään. Vahvana kilpailevana tekijä elokuvateattereille ovat jatkossa tietokonepelit, jotka jo nyt eräiden tutkimusten mukaan ovat vähentäneet aktiivisten pelaajien television katselua. Tässä yhteydessä nimenomaan elokuvateatterikannan modernisointi on nähty tehokkaimmaksi toimenpiteeksi katsojalukujen kasvattamisessa.

4. MULPTIPLEX -ELOKUVATEATTERIN KONSEPTI

Suomessa elokuvateattereiden rakentamisessa tai paremmin vanhojen, suurten elokuvapyhättöjen pilkkomisessa ns. monisaliteattereiksi tehtiin 1980 –luvulla todennäköisesti varsin suuria virheitä yleisön viihtyvyyden näkökulmasta. Osasta uusista elokuvasaleista tuli varsin pieniä, jopa alle 100 –paikkaisia ahtaahkoja tiloja, joissa myös valkokankaan koko pieneni huomattavasti. Osin muutosta vauhditti tuolloin jo merkkejä antanut elokuvakäyntien lama, osin elokuvasäätien säännöstö, joka vapautti alle 250 –paikkaiset salit pääsylipuista perittävästä neljän prosentin säätiomaksusta. Periaatteessa monisalisuuden olisi pitänyt mahdollistaa ensi-iltojen määrän kasvattaminen ja näin ohjelmiston monipuolistaminen, mutta kävikin päinvastoin: 1980 –luvulla ensi-iltaan tulleiden elokuvien määrä putosi alle kahden sadan. Elokuvavalikoima siis supistui. Kun samaan aikaan maan täysin kartellisoitunut esitys- ja levitystoiminta omine liittoineen kielsi säännöillään alan sisäisen kilpailun ja tuotekehittelyn, menetti elokuvateatterikäynti osan viehätystään ja kilpailukykyään muuttuvassa ympäristössä. EU:hun liittymisen myötä maan kilpailulainsäädäntö alkoi toimia elokuvajakelussakin, mutta näyttää vievän oman aikansa omaksua myös vapaan kilpailun henki.

4.1 Käytäntöä

Multiplex –elokuvateatterilla tarkoitetaan kansainvälisessä käytännössä vähintään kahdeksan salin suuruista, nimenomaan elokuvateatteriksi suunniteltua ja teknisesti huippuvarusteltua kokonaisuutta, jossa myös katsojalle tarjottavien oheispalvelujen monipuolisuuteen ja laatuun on panostettu. Tuotteen näkökulmasta tarkasteltuna multiplexin päätuote on siis **elokuvateatterikäynti** kokonaisuutena, ei siis yksin elokuvan katsominen. Multiplex pyrkii rakentamaan elokuvakäynnistä katsojalle elämyksellisen kokonaisuuden, jolla on useita eri muotoja ja toteuttamistapoja esimerkiksi yleisön ikäryhmistä riippuen. Multiplex –teatteri tarjoaa hyvän mahdollisuuden elokuvakäynnin edelleen tuotteistamiseen. Tähän mennessä meillä toteutettuja malleja ovat olleet mm. lastensunnuntait, vauvakinot, naisten elokuvaillat ja mm. Star Wars-, Taru Sormusten

Herra- ja Harry Potter –elokuvien maratonesitykset, joissa koko elokuvasarja esitetään happening –tyyppisessä tilaisuudessa. Elokuvanäytösten yritysmyynti on yksi osa multiplex –käytäntöjä.

Suomen ensimmäinen multiplex avattiin marraskuussa 1998, jolloin Helsingin Kinopalatsi aloitti toimintansa. Jyväskylän vuonna 1993 avattu Fantasia –elokuvateatteri on tosin suunniteltu suurin piirtein samalla konseptilla ja sen tekniset ratkaisut ovat multiplex –tasoa. Suomi seurasi muuta maailmaa teattereiden rakentamisessa noin kymmenen vuoden viipeellä.

Multiplex –teatterissa oleellisinta ei ole salien lukumäärä vaan sen toimintakonsepti. Myös kolmen - neljän salin kokonaisuudessa voidaan paljolti toteuttaa samoja toimintanalleja kuin isommissa teattereissa.

Suomessa multiplexit on sijoitettu selkeästi kaupunkien keskustaan. USA:ssa ja Euroopassa eräissä maissa on toteutettu myös ratkaisuja, joissa teatteri sijaitsee kaupunkikeskustan ulkopuolella ja katsojavirta perustuu lähinnä autoliikenteeseen.

Tähän mennessä noudatettua multiplexien sijoittamisen politiikkaa ei liene Suomessa syytä muuttamaan. Elokuvasäätiöllä ei ole ollut käytännössä roolia teattereiden sijoittamiseen nähden, elokuvayritykset ovat hoitaneet asian omin voimin. Jatkossa saattaisi kuitenkin olla tarvetta harkita, voisiko säätiö vaikuttaa myönteisesti esimerkiksi kaupunkien keskustasuunnitelmien taustalla siten, että elävään kaupunkikeskustaan kuuluvat tärkeänä osana hyvin suunnitellut elokuvateatteripalvelut. Jonkinlaisena mallina voisi ehkä pitää elokuväsäätiön ja Suomen Kuntaliiton vuonna 1999 allekirjoittamaa suositusasiakirjaa elokuvateattereiden ja kuntien yhteistyöstä. Nyt painopiste olisi selkeästi teattereiden uudisrakentamisessa.

4.2 Elokvateatteri osana kaupunkikeskustaa

Muutaman vuoden toimineen Elävä Kaupunkikeskusta -yhdistyksen tavoite on elävöittää kaupunkikeskustoja, levittää tietoa keskustauudistuksesta sekä auttaa käynnistämään ja vetämään keskustaprojekteja. Yhdistyksen perustivat kaupungit, kaupan liitot sekä kiinteistöalan järjestöt keskustojen kehitystyön verkostotoimijaksi. Tällä hetkellä keskustaprojekteja ja paikallisyhdistyksiä on noin kolmessakymmenessä kaupungissa.

Yhdistys on kehittänyt toimintamallin, jossa kaupungit, kiinteistönomistajat ja yrittäjät vetävät keskustan kehittämistyötä paikkakunnallaan yhdessä muiden mahdollisten toimijoiden kuten keskustan asukas-yhdistysten, matkailualan tai kulttuuriväen kanssa.

Muistiota varten suoritettussa kartoituksessa kävi ilmi, että elokuvateatteriyritykset eivät ole mukana kuin yhden kaupungin paikallisyhdistyksessä. Kontakteja kaupungin kaavoitusviranomaisiin, rakennuttajiin ja muihin tahoihin voi tietysti pitää yllä muutenkin, mutta tällaisen toimintamallin kautta elokuvateatterisuunnitelma saattaisi saada lisää pontta ja kehittämismahdollisuuksia – yhteistyökumppaneista puhumattakaan.

Johtopäätös

**Elokvateatterin sijainti ja sen toiminta on olennainen kaupungin elämää.
Elokuvasäätiön rooli voisi olla uusien elokuvateatterisuunnitelmien laatimisen**

tukeminen nimenomaan elävän ja toimivan kaupunkikeskusta –mallin näkökulmasta.

On harkittava sekä elokuvasäätiön vaikutusmahdollisuuksien kehittämistä asiassa että erityisesti säätiön tukiohjeiden tarkistamista näiltä osin siten, että säätiö tarpeen tullen tukisi rakentamisen ennakkosuunnitelmia laativia elokuvateatteriyrityksiä. Suunnittelutuki olisi tavallaan elokuvateatterin käsikirjoitustukea. Elokuvan aseman viimeaikainen vahvistuminen ja varsinkin sen tämänhetkinen myönteinen julkisuuskuva antavat hyviä mahdollisuuksia nostaa esille myös uusia painopisteitä. Kaupunkikeskusta-ajattelumallin aika saattaisi olla juuri nyt.

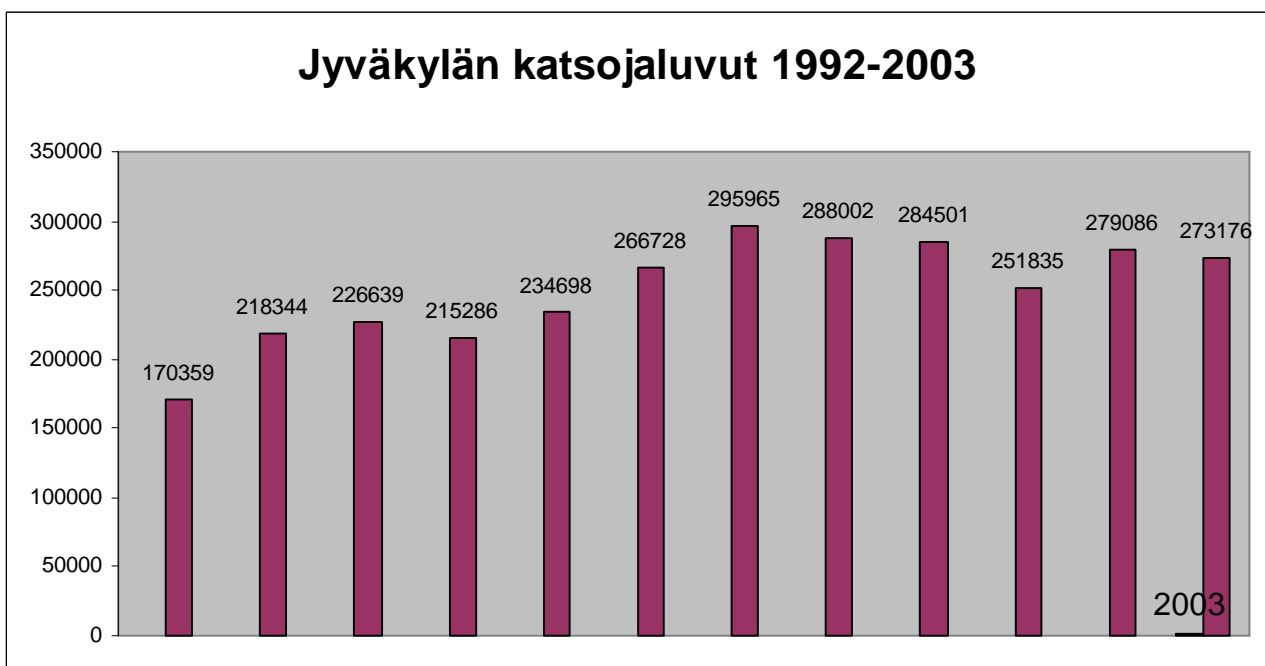
4.3 Multiplex-teatteri on avain elokuvissakäyntien lisäämiseen

Kaikki kansainväliset esimerkit kertovat yhtäpitävästi, että multiplex –elokuvateatterin perustaminen nostaa paikkakunnan katsojamääriä. Myös kotimainen kokemus viittaa tähän selkeästi. Kun Helsingissä elokuvakäyntejä tilastoitiin 2 miljoonaa vuonna 1998, ne nousivat jo runsaaseen 2,6 miljoonaan seuraavana vuonna ja edelleen yli 2,7 miljoonaan vuonna 2000. Käyntifrekvenssi Helsingissä oli 3,79 vuonna 1998, nyt se on 4,63.

Viime vuonna käyntejä Helsingissä kirjattiin lähes 2,6 miljoonaa eli taso on pysynyt suurin piirtein ennallaan. Kyse ei siis ole vain uutuudenviehätyksestä. Tilastoitu 30 % nousu verrattuna aikaan ennen multiplexeja vastaa myös kansainvälistä kokemusta. Missä määrin lukemat olisivat muuttuneet vanhan teatterikannan myötä, jää arvailtavaksi mutta nousua tuskin tässä mitassa olisi tapahtunut.

Vielä voimakkaampi vaikutus multiplex –konseptilla on ollut kaupungeissa, joissa lähtötaso on ollut matalampi. Helsingissä elokuvateatteritarjonta on perinteisesti ollut muuta maata paremmassa tilassa.

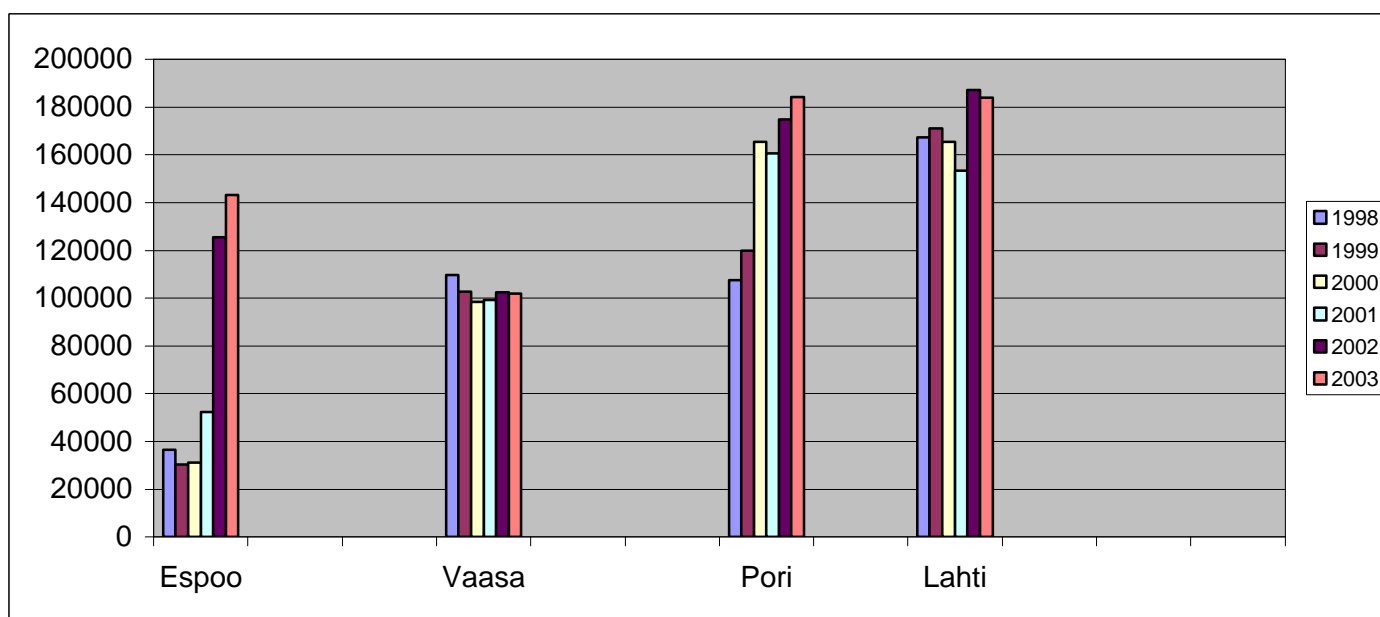
Jyväskylän esimerkki



Jyväskylän 6-salisen Fantasia -teatterin avaaminen 1993 nosti kaupungin elokuvakäynnit 170 000 käynnistä lähelle 300 000 katsojan rajaa ja käyntifrekvenssin yli kolmen. Vuonna 2003 frekvenssi oli 3,31 kun se 1992 oli vain 16 käyntiä/asukas/vuosi. Fantasia on hyödyntänyt multiplex –konseptia alusta lähtien vaikka termi tuli Suomessa käyttöön vasta viisi vuotta myöhemmin.

4.4 Suuremmat kaupungit tarvitsevat multiplexin katsojamäärän nostamiseksi

Seuraavassa taulukossa on neljän kaupungin elokuvakatsojien määrä vuosilta 1998 - 2003. Espoossa ja Porissa katsojaluvut ovat lähteneet jyrkkään nousuun, kun modernit teatterit ovat avanneet ovensa. Sen sijaan Vaasan ja Lahden katsojaluvuissa huomattavia muutoksia ei ole havaittavissa. Espoon 3 –salinen Kino Omena avattiin vuoden 2001 syksyllä, Porin 4 –salinen Promenadi vuonna 2000. Vaikka kumpikaan ei ole kooltaan multiplex –luokkaa, niiden toiminta oheispalveluineen on lähes vastaavaa.



Multiplex -elokuvasalien keskimääräinen kävijämäärä vuonna 2003 oli 67 000 katsojaa. Muissa elokuvateattereissa olevien salien keskimääräinen katsojaluku oli puolestaan vain 14 500 katsojaa.

Vaikka otetaan huomioon, että suuri osa yhden valkokankaan elokuvateattereista sijaitsee pienillä paikkakunnilla, on multiplex -salin käyttötehokkuus ylivoimainen muihin saleihin nähden. Elokuvateattereiden oheispalvelut tuovat elokuvakäyntiin lisäarvoa sekä katsojan että elokuvateatteriyhtiön näkökulmasta. Multiplex -konseptissa oheispalvelut tuotteineen saattavat parhaimmillaan muodostaa jopa 30 % elokuvateatterin liikevaihdosta. Ohjelmistollisesti Suomen multiplexit ovat olleet kohtuullisen monipuolisia eivätkä näytä syrjivän mitään elokuvan lajityyppiä. Viimeisin aluevaltaus on dokumenttielokuvan varsin näyttävä esittäminen.

Kotimaiset ensi-illat ovat esillä yhtä näyttävästi kuin Hollywoodinkin elokuvat. Vaikka tarkempia tutkimuksia ei olekaan tehty, teattereiden päivänäytökset tuntuvat kiinnostavan myös vanhempaa elokuvayleisöä.

Suomen elokuvateatterikanta on rakennemuutoksen edessä jos vuositavoitteeksi asetetaan 10 miljoonaa katsojaa. Tämä saattaa johtaa myös omistuksellisiin järjestelyihin

eri yrittäjien kesken. Periaatteessa ja vapaan kilpailun hengessä jokaisen kaupungin tai paikkakunnan kilpailutilanne on avoin myös uusille yrittäjille. Toimiva kilpailulainsäädännön on puolestaan pidettävä huolta siitä, että monopolisoitumisen vaarat ennakoidaan.

Suomen multiplex -elokuvateatterit suuruusjärjestyksessä

Kaupunki	Elokuvateatteri	Saleja	Istuinpaikkoja	Avattu	Katsojat 2003
Helsinki	Tennispalatsi	14	2 697	1999	1 520 000
	Kinopalatsi	10	1 694	1998	593 000
Tampere	Plevna	10	1 653	1999	552 000
Turku	Kinopalatsi	9	1 549	2001	432 000
Jyväskylä *	Fantasia	6	803	1993	270 000
Pori *	Promenadi	4	588	1999	184 000
		53	8 984		3 551 000

* saleja vähemmän mutta toimintakonsepti multiplex -luokkaa

4.5 Multiplexien rahoitus pääosin markkinoiden myötä

Tulossa olevat multiplex –hankkeet ovat osin elokuvayhtiöiden liikesalaisuuksia, osin ne ovat jo varsin pitkällä rakennuttajien ja kaupunkien virastojen suunnitelmissa. Hankkeet toteutuvat useimmiten laajoina projekteina, joissa elokuvateatterikeskus on yksi osa liiketoimintojen kokonaisuutta. Useimmiten elokuvayrittäjä vuokraa kiinteistön omistajayhtiöltä tilat käyttöönsä osallistuttuaan sitä ennen suunnitteluun.

Elokuvateatteriyhtiöiden välinen kilpailu kuuluu nykyisin luonnollisesti asiaan ja on varmin tae sille, että vähintään keskisuuret kaupungit vähitellen saavat ajanmukaiset elokuvateatterit. Elokuvasäätiön mahdollisuudet olla mukana rahoittamassa hankkeita ovat määrärahojen rajallisuuden vuoksi käytännössä hyvin pienet. Toisaalta on lähdeittäväkin siitä, että siellä missä elokuvateatteripotentialia on laajemmassa mitassa, hankkeet toteutuvat yritysten investointeina normaalien rahoitusmallien kautta. Paikalliset TE-keskukset ovat tässä suhteessa osoittaneet jo myötämielisyyttä: Kajaanin syyskuussa 2004 avattava elokuvakeskus on tästä tuore esimerkki.

4.6 Elokuvalipun hinta ja hinnoittelu

Liitteenä 3 on Media Salles –organisaation kokoama tilasto EU –maiden elokuvalipunhinnan kehityksestä vuosina 1989-2002. Suomessa elokuvaliput ovat viidenneksi kalleimmat yhteenvedon mukaan. Vuonna 2003 lipun keskihinta Suomessa oli 7,29 euroa. Elokuvalipun hinta perustuu ensisijaisesti kustannuksiin ja kilpailutilanteeseen. Teattereiden kuluista suurimpia ovat vuokrat, esityskorvaukset ja henkilökuntakulut. Elokuvateatterit kamppailevat kansalaisten vapaa-ajasta ja kulttuuririennosta varsin tiukassa – ja ehkä koko ajan kovenevassa kilpailussa.

Elokuvalipun hinta on suorassa suhteessa kunkin maan elintasoon. Ilahduttavaa Suomessa on, että elokuvalipun hinta ei ole enää kahteenkymmeneen vuoteen ollut valtiovallan säännöstelyn kohteena eikä kilpailulaki myöskään salli elokuvaliittoja sopimasta lipunhinnasta. Lipunhinta määräytyy siis markkinoilla. Toinen positiivinen seikka viime aikojen kehityksessä on se, että hintajousto on tullut osaksi käytäntöä. Ne, jotka haluavat maksaa pääsylipustaan vähemmän löytävät nykyisin vaihtoehtoja mm. päivänäytösten, sarjalippujen tai erilaisten kampanjoiden muodossa. Varsinaisista yleisistä alennuslipuista opiskelijoille, varusmiehille tai eläkeläisille on luovuttu 1990 –luvun alussa. Nyt teatterit päättävät itse hinnoittelustaan. Vain lastenelokuvien lipunhinta on yleisesti noin 1 euron halvempi kuin muut elokuvat.

Elokuvalippujen arvonlisävero 8 % on eurooppalaista keskitasoa. Alun perin se oli 12 % arvonlisäverokäytäntöön siirryttäessä mutta alan tarmokkaan vaikuttamisen jälkeen vero putosi järkevämmälle tasolle.

5. LÄHIAJAN HAASTEET

Yksi länsimaiden haastavimpia kysymyksiä on väestön ikääntymiseen liittyvien ongelmien ratkaiseminen. Elokuvan näkökulmasta kyseessä on ehkä selkeämmin haaste kuin ongelma sinänsä. Seuraavalla sivulla oleva taulukko näyttää, että uudet ikäluokat pienentyvät koko ajan. Tällä hetkellä 0-9 -vuotiaita on 590 000 kun taas 50-59 -vuotiaita on lähes 800 000 kansalaista. Elokuva yleisöstä suurimman osan muodostavat 15-24 -vuotiaat kansalaiset, heidän määränsä on nyt noin 650 000. Jos haluamme kasvattaa katsojalukuja, emme voi loputtomiin luottaa heavy user –ikäluokan korkeaan frekvenssiin – varsinkin kun ikäluokat absoluuttisesti pienenevät. Kasvua on haettava myös uusista asiakasryhmistä ja uusilla menetelmillä. Esimerkiksi hyvätuloisten eläkeläisten tavoittaminen vaatii myös toisenlaista ohjelmistotarjontaa ja markkinointitoimia kuin heavy user –ryhmät.

Toki tässä suhteessa on tapahtunut myös edistystä. Viime keväänä elokuvalevittäjät toteuttivat yhteistyössä elokuvasäätiön ja Screenvision kanssa ensi-iltaelokuvien ikäprofiilitutkimuksen.

**Väestö iän mukaan, 2003
lopussa**

Ikä	Miehet	Naiset	Yhteensä
0–4	144 920	138 217	283 137
5–9	156 323	150 392	306 715
10–14	168 457	161 788	330 245
15–19	163 377	156 377	319 754
20–24	169 099	161 772	330 871
25–29	167 827	160 146	327 973
30–34	157 884	150 718	308 602
35–39	186 935	180 493	367 428
40–44	192 739	186 972	379 711
45–49	195 024	192 029	387 053
50–54	203 830	200 742	404 572
55–59	194 731	195 852	390 583
60–64	130 548	139 345	269 893
65–69	110 107	126 475	236 582
70–74	90 050	118 365	208 415
75–79	66 306	106 473	172 779
80–84	34 871	77 889	112 760
85–89	14 488	42 394	56 882
90–	5 377	20 400	25 777
Yhteensä	2 552 893	2 666 839	5 219 732

Suomessa on valitettavan vähän tutkittu elokuvayleisöä. Vuonna 1998 Taloustutkimuksen suorittamassa Videoelokuva- ja elokuvateatteritutkimuksessa todettiin, että elokuvateattereissa edes joskus käy 74 % vastanneista. Vähintään kerran vuodessa käyvien määrä on saman tutkimuksen mukaan 50 %. 50-74 -vuotiaista lähes puolet ei käy lainkaan elokuvissa.

Eniten tutkimuksen mukaan elokuvissa käyvät 15-24 -vuotiaat, joista 34 % käy vähintään kerran kuukaudessa, 44 % muutaman kerran vuodessa ja vain 4 % ei lainkaan. Kun elokuvayleisöjä verrattiin Ranskan ja Suomen kesken, todettiin että Ranskassa elokuvafriikeiksi voitiin laskea 5 % väestöstä ja Suomessa vain 1 %. Säännöllisesti (kerran kuukaudessa vähintään) elokuvissa käyviä oli Ranskassa puolestaan 30 % ja Suomessa 12 %.

5.1 Ratkaisun avaimet?

Vaikka elokuvakäyntien muutokset ihmisen elinkaaren aikana johtuvatkin osin iästä ja mm. perhetilanteiden muuttumisesta, varsin suuri merkitys on myös elokuvateattereiden ohjelmistolla ja itse elokuvakäynnin konseptilla. Se mikä sopii hänelle, ei sovi Jupiterille – ja päinvastoin. Kyseessä ei ole yksinkertainen ratkaisu, joka olisi toteutettavissa vain elokuvateattereiden voimin. Koko elokuvan tuotanto- ja jakelukoneisto joutuu ennen pitkää vastaamaan kysymykseen, mistä löytyvät ne elokuvat, jotka sisältönsä puolesta kiinnostavat myös vanhempaa yleisöä elokuvateatteriympäristössä ja menestyvät kilpailussa muiden vaihtoehtojen kanssa.

Titanic (1998 yli miljoona katsojaa) ja Pahat pojat (2003 yli 614 000 katsojaa) ovat meillä esimerkkejä elokuvista, jotka ovat ylittäneet kaikki mahdolliset kohde- ja ikäryhmien rajat ja menestyneet erittäin hyvin. Tällaisia cross-over –ilmiöitä tapahtuu kuitenkin sangen harvoin.

Kasvupotentiaalia on myös elokuvan lajityyppien kirjossa. Viime aikojen menestystarina on ollut dokumenttielokuvan maailmanlaajuinen invaasio elokuvateatteriohjelmistoon. Vaikka Michael Mooren suurmenestys Fahrenheit 9/11 herättää myös kriittisiä kysymyksiä lajityypistään, merkitsee se läpimurtoa dokumenttigenrelle suuren yleisön tietoisuuteen. Suomalaisten dokumenttielokuvien teatterilevitystä on elokuväsäätiössä pidetty tärkeänä painopistealueena. Vuosittain teatterilevitykseen on tuotu 2-4 dokumenttia.

5.2 Tutkimus elokuvayleisöstä

Suomen elokuvailmasto on muuttunut viime vuosina niin paljon, että uudelle laajalle yleisötutkimukselle olisi tarvetta. Aiemmat tutkimukset on tehty juuri multiplex –aikakauden alussa, joten niiltäkin osin niiden käyttöarvo tänään saattaa olla kuviteltua vähäisempi. Myös televisiokanavien digitointi on uusi muuttuja, joka on otettava huomioon. Juuri elokuun puolessa välissä julkaistiin Suomen teatteriliiton teatteriyleisön toiveita ja tottumuksia selvittävä tutkimus. Teatteriliitto tekee tutkimuksen yleisöstään joka kolmas vuosi. Elokuvat olivat teatteriyleisölle kolmanneksi merkittävin kilpaileva tekijä ystävien tapaamisen ja omien harrastusten jälkeen.

Liitteenä 4 on referoitu CinemaExpo 2004:ssa esiteltyä neljän maan tutkimusta elokuvayleisöstä.

Johtopäätös:

Elokuväsäätiö organisoii tai toteuttaa yhteistyössä muiden alan toimijoiden kanssa laajan suomalaista elokuvayleisöä koskevan tutkimuksen vuoden 2005 aikana. Tutkimuksen painopiste on yleisön ikäprofiileissa ja elokuvakäyntiä koskevissa odotuksissa ja se toteutetaan myös aluepoliittiset näkökohdat huomioon ottaen. Tutkimussuunnitelmassa varaudutaan siihen, että tutkimus toistetaan sopivin välein.

5.3 Kesästä kolmas näytäntökausi?

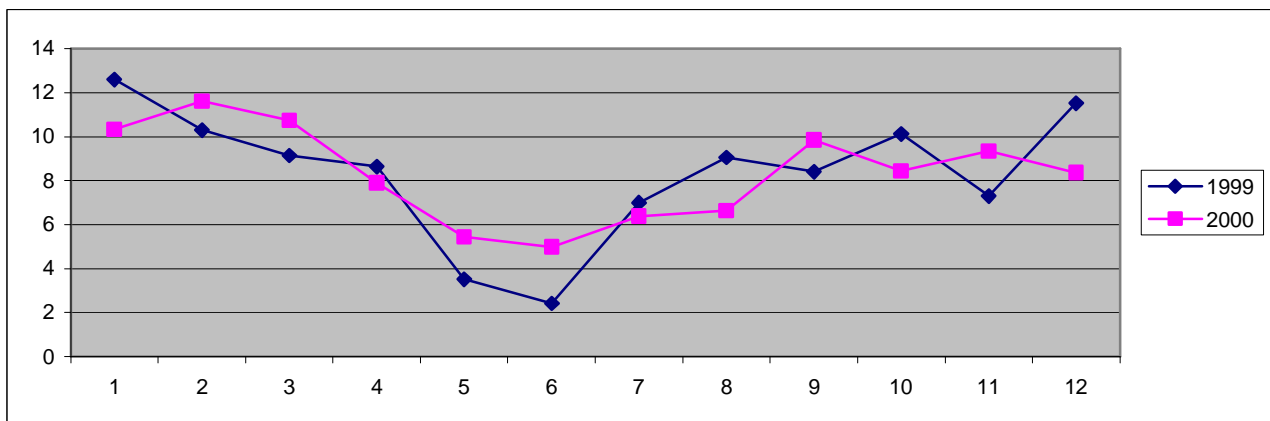
Varsinkin kolmena-neljänä viime vuonna kotimaisen elokuvan ensi-illat ovat olleet vaarassa ruuhkautua vuoden alkupäähän ja alkusyksyyn. Tammi-maaliskuun ensi-iltojen jälkeen on pahimmassa tapauksessa kulunut kuusi (6) kuukautta ennen seuraavaa kotimaista ensi-iltaa.

Ei ole mitään mieltä antaa suomalaisten elokuvien kannibalisoida toisiaan. Vaikka joissakin tapauksissa elokuvien kohderyhmät näyttävät olevan kaukana toisistaan, elokuvat kamppailevat rajallisesta mediahuomiota jos niiden ensi-illat ovat päällekkäin.

Tämän vuoden heinäkuussa VARES –elokuva teki historiaa ensi-illallaan 23. heinäkuuta. Kun avaus vielä onnistui varsin hyvin (19 000 katsojaa), on syytä uskoa että Vares saa seuraajia. Suuret Hollywood –ensi-illat ovat jo useana vuonna tulleet kesälläkin ohjelmistoon Suomessa yhtä aikaa muun maailman tahdissa. Kasvaneet kopiomäärät ja

mm. internetin ja kansainvälisen median kampanjat näkyvät ja vaikuttavat entistä enemmän meilläkin.

Sivulla 14 olevassa taulukossa on kuvattu prosentteina kunkin kuukauden osuus koko vuoden katsojista vuosina 1999 ja 2000. Se, että käyrät putoavat varsin jyrkästi huhtikuun jälkeen, merkitsee myös sitä että kasvupotentiaalia on nimenomaan näissä kuukausissa. Suomi ei ole enää siinä määrin agaraaryhteiskunta, etteikö tämäkin kuvio aikojen saatossa tasaantuisi – varsinkin kun se otetaan tavoitteeksi.



Kesän aktivoiminen näytöntökaudeksi on otettu vakavasti Ruotsissa. Kesällä 2004 Ruotsin elokuvainstituutti tuki erityismäärärahalla niitä pienten paikkakuntien teattereita, jotka pitivät ovensa auki koko kesän. Suomessa kannattaisi ehkä harkita levittäjille tai tuottajille suunnattuja erityismäärärahoja kesään sijoitetuista ensi-illoista, onhan suuri osa maan pienistä elokuvateattereista jo säätiön toimintatuen piirissä.

Johtopäätös:

Elokuvasäätiö harkitsee miten se voisi edistää yhteistyössä tuottajien, levittäjien ja elokuvateattereiden kanssa kotimaisten ensi-iltojen tasaisempaa jakautumista ympäri vuoden. Tavoitteena on vähintään yksi kotimainen ensi-ilta kesä-heinäkuun aikana.

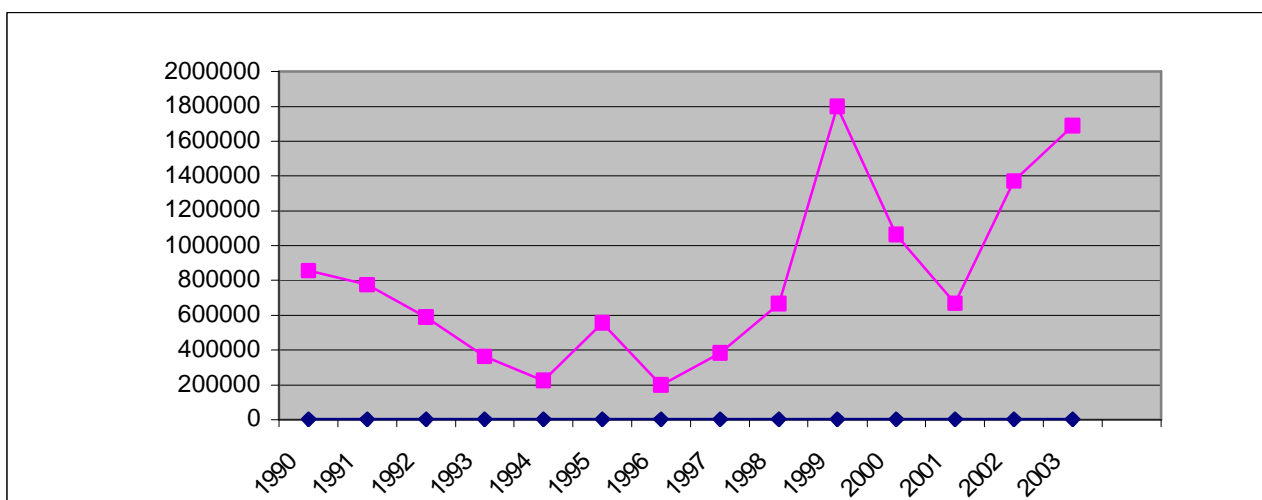
6. KOTIMAINEN ELOKUVA

Kotimainen elokuvatuotanto on lähimpänä suomalaista yleisöä ja vastaa parhaiten sen tarpeisiin ja toiveisiin. Tällä hetkellä kotimainen elokuva nauttii yleisön täyttä luottamusta. Viime vuosina on parhaimmillaan saavutettu 1700 000-1 800 000 katsojan ja noin 20-25 %:n markkinaosuuden taso. Viime vuosien keskimääräisen 10-12 ensi-illan määrän kasvattaminen esimerkiksi 15 ensi-iltaan saattaisi merkitä tavoitteen varmempaa saavuttamista – mutta vain jos elokuvien tuotantorahoitus on riittävällä tasolla. Tavoitteen saavuttaminen riippuukin varsin ratkaisevasti säätiön määrärahakehityksestä. Samalla on pidettävä huolta siitä, että tuotantoa tukevat muut tukitoimet markkinoinnin ja levityksen puolella saavat lisää resursseja. Elokuvien ennakkotestausmenetelmien edelleen kehittämisessä ja muun hyödyllisen tutkimustiedon tuottamisessa säätiöllä saattaisi olla merkittävä uusi rooli.

Käyntifrekvenssitavoitteen asettaminen kahteen vuosittaiseen käyntiin/asukas merkitsee sitä, että kotimainen katsojamäärän puolestaan pitäisi liikkua 2 -2,5 miljoonan katsojan tasolla. Luovaa potentiaalia elokuvantekijöillä on riittävästi tavoitetta ajatellen.

Oleellista on kotimaisen tuotannon monipuolisuus myös yleisön näkökulmasta. Tarvitsemme sekä suuria suomalaisia kertomuksia, aikalaiskomedioita, lastenelokuvia, ihmissuhde-elokuvia, art-house –tyylisiä elokuvia ja kotimaisia dokumenttielokuvia. Ensimmäinen pitkä teatterilevitykseen tarkoitettu kotimainen animaatio odottaa vuoroaan. Luultavaa on, että tulevaisuus tuo tullessaan myös elokuvia, jotka eivät mahdu edellä annettuihin määritelmiin – ne luovat omat määritelmänsä ja tuovat omat yleisönsä.

Alla olevassa taulukossa on kuvattu kotimaisten elokuvan vuosittaiset katsojamäärät 1990-2003.



7. KOULUTUS

Maamme elokuvantekijät ja –tuottajat ovat nykyisin varsin hyvin koulutettuja omiin ammatteihinsa. Sen sijaan elokuvalevityksen ja elokuvateatteritoiminnan puolella koulutusta on vähemmän ja harvemmin tarjolla. EU:n Media Plus –ohjelma tarjoaa kuitenkin hyvin suunniteltuja tai tehokkaiksi havaittuja koulutusohjelmia sekä elokuvalevityksen että teatteritoiminnan tarpeisiin.

Suomen Media Desk jakaa tietoa koulutuksesta ja niihin osallistumisesta. Olisi toivottavaa, että kotimaiset elokuvayritykset nykyistä aktiivisemmin lähettäisivät henkilöstöään koulutusohjelmiin. Kansainvälinen koulutus tuo mukanaan myös tarpeellisia henkilökontakteja ja verkostoja ympäri Euroopan. Tuntuu siltä, että ilmaiseen koulutukseen tottuneille suomalaisille koulutuksen maksullisuus on muutakin kuin taloudellinen kynnyks. Toistaiseksi elokuvasaatiolla ei ole ollut määrärahoja koulutuksen tukemiseen. On harkittava, kuuluuko elokuvajakelun ammatillisen jatkokoulutuksen tukeminen säätiön toimenkuvaan, onko se yritysten omalla vastuulla jatkossakin vai löytyykö muita ratkaisumalleja.

Tavoitteena on, että elokuvateatterikoulutusta antava Media Salles ottaisi Suomen yhdeksi koulutuspisteistään. Tällöin osallistuminen varmasti vilkastuisi.

Johtopäätös:

Elokuvasäätiö tutkii mahdollisuuksia yhteistyöhön Media Salles –organisaation kanssa elokuvateatterikoulutuksen toimipisteen saamiseksi myös Suomeen viimeistään vuonna 2006. Samalla kannustetaan elokuvayrityksiä investoimaan henkilökuntansa osallistumiseksi mm. Media Plussan koulutusohjelmiin.

8. ELOKUVATILASTOT

Suomen elokuvatilastointi on viimeiset vuodet jossain määrin sekavassa tilassa. Säätiön pitkään kokoama erillinen tilastojulkaisu lopetettiin vuonna 2000 kun Suomen Filmikamari halusi hoitaa tilastoinnin. Se joutui parin vuoden jälkeen toteamaan tehtävän ylivoimaiseksi ja tilastointi on palannut takaisin säätiön tehtäväksi. Sekä tietojen toimittajien asenteissa että tilastojen teknisessä kokoamisessa on ollut ongelmia näihin päiviin saakka mutta nyt asiat näyttävät vihdoinkin alkavan järjestyä. Kysymys ei ole vain Suomen elokuva-alan, median ja viranomaisten tarpeista, mm. EU:n Mediaohjelma tarvitsee ajantasaista tietoa. Tilastointia onkin kehitettävä siten, että se jo alun perin vastaa kansainvälisiä tarpeita. Kansainvälinen vertailu valottaakin monia kysymyksiä uudella tavalla. Kattavien tilastojen julkaiseminen säätiön omilla nettisivuilla on lähiajan tavoite.

Viime vuosien ongelmista johtuen säätiön hallitus on lisännyt tukiohjeisiin maininnan kävijätietojen toimittamisesta yhtenä tuen myöntämisen ehtona.

9. CASE: KAJAANI

KAJAANIN ELOKUVAKESKUS AVATAAN 1. SYYSKUUTA 2004

Kajaanin uusi elokuvateatteri avataan syyskuun 1. päivänä. Teatterin omistaa Digital Cinema Matila & Röhr Oy. Yhtiö vastaa tällä hetkellä Helsingin Bio Rexin toiminnasta ja avaa Hämeenlinnan Verkatehtaalle rakennettavan viiden salin elokuvakeskuksen 2005/2006.

Yhtiön omistavat elokuvatuottajat Ilkka Matila ja Marko Röhr, joiden tuotantoyhtiö MRP Matila Röhr Productionsin tuottamiin elokuviin kuuluvat mm. Rukajärven tie, Lakeuden kutsu, Tango Kabaree, Tulennielijä, Rölli ja metsänhenki ja Vieraalla maalla. Yhtiön tavoitteena on rakentaa keskisuuriin kaupunkeihin keskittyvä elokuvateatteriketju.

Kajaanin elokuvateatteriin tulee kolme salia. Sen 229, 149 ja 79 -paikkaiset salit on suunniteltu yleisön näkökulmasta: puitteisiin kuuluvat suuret valkokankaat, nousevat katsomot ja huippuluokan esitystekniikka sekä ajanmukaiset oheispalvelut. Yhteensä teattereissa on 465 paikkaa. Se panostaa myös digitaaliseen esitystekniikkaan hankkimalla yhden DLP –Cinema –tason projektorin. Toiminta käynnistyy kuitenkin pääosin perinteisillä 35 mm:n filmiprojektoreilla.

Bio Rex sijaitsee Kajaanin kaupungin omistamassa Kajaanin elokuvakeskus Oy:n 1008 neliön elokuvateatterille suunnatuissa tiloissa. Kiinteistöstä on varattu ravintolatilaja 320 neliötä, kahdelle liikehuoneistolle yhteensä 210 neliötä ja vuokrattavalle arkistotilalle 102 neliötä. Teatterin liiketoimintamalli on suunniteltu uuden teknologian aikakauteen. Elokuvatteatterin yhteyteen avataan B-oikeuksin varustettu Picnic -ravintola, joka työllistää 5 henkilöä. Teatterissa työskentelee 7 ihmistä.

Kajaanin elokuvakeskuksen rakentamisessa on käytetty pitkälle kainuulaista osaamista. Elokuvakeskuksen ulkoarkkitehtuuri kunnioittaa Kajaanin Kauppakadun funkkis-henkeä. Sali 2 ulottuu katualueen päälle pronssin hohtoisena ja lasipintaisena mediaseinänä tavoitteenaan viestittää rakennuksen toiminnasta ja yrityksistä. Mediaseinään projisoidaan liikkuvaa kuvaa ja sen sisältö valomainoksineen näkyy Kauppakadulle. Rakennuksen kustannusarvio oli 4,2 miljoonaa euroa. Projektin yhteistyökumppaneita ovat Kajaanin kaupungin ohella Kainuun TE -keskus. Hanke on saanut investointitukea. Elokuvasäätiö on tukenut elokuvateatterin laitehankintoja 60 000 eurolla vuonna 2004.

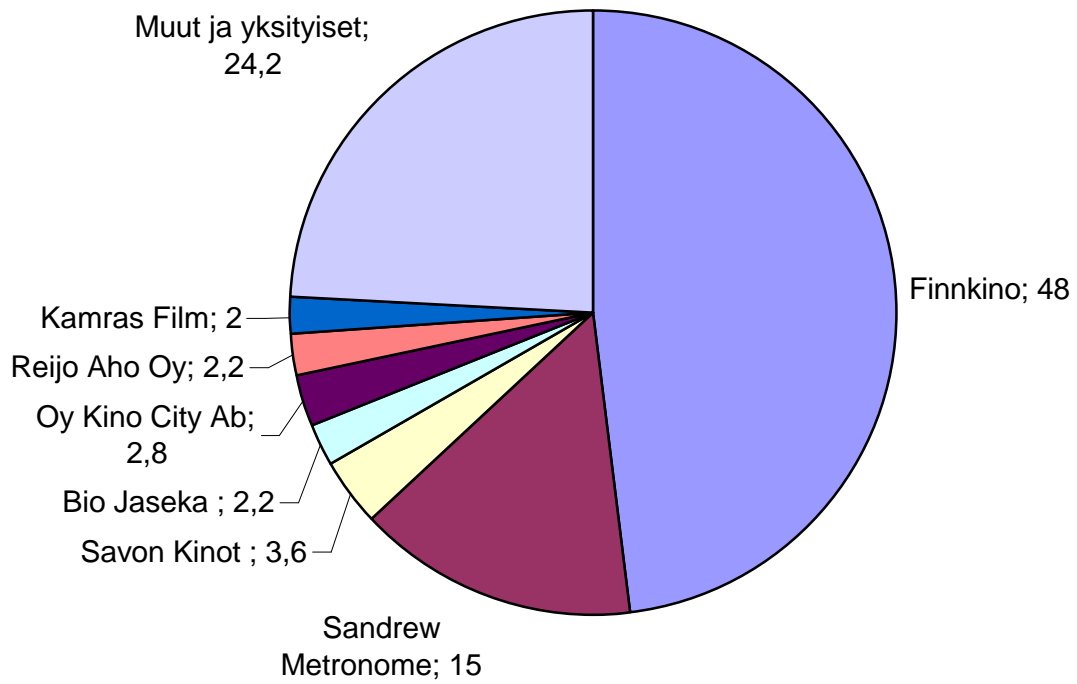
Kajaanin kaupungissa on 35 000 asukasta. Sen elokuvakäynnit ovat olleet vuosikautia vahvasti alle maan keskitason, vuonna 2003 käyntejä kirjattiin 27 882 ja käyntifrekvenssi oli 0,78. Uuden teatterin tavoitteena on houkuttaa yleisöä myös lähialueilta.

10. LOPUKSI

Ehdotan, että tavoite elokuvakäyntien nostamisesta Suomessa kahteen/asukas/vuosi otetaan mukaan säätiön uuteen tavoiteohjelmaan. Kymmenen miljoonan vuosittaiseen katsojatarvoitteeseen pyritään vuoteen 2010 mennessä. Kotimaisen elokuvan markkinaosuustavoite on 20-25 %.

Liite 1

Teatteriyhtiöiden markkinaosuudet prosentuaalisesti kävijöiden mukaan 2003



Frequenza annuale pro capite
Annual frequency per capita¹
Fréquentation annuelle par habitant

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
A	1.34	1.32	1.35	1.19	1.51	1.62	1.49	1.53	1.70	1.88	1.86	2.01	2.34	2.36
B	1.62	1.72	1.66	1.65	1.91	2.10	1.90	2.09	2.17	2.49	2.14	2.30	2.34	2.23
CH	0.23	0.21	0.23	0.20	0.23	2.33	2.12	2.15	2.20	2.24	2.17	2.18	2.38	2.59
D	1.65	1.64	1.50	1.32	1.61	1.63	1.53	1.62	1.75	1.81	1.82	1.86	2.16	1.99
DK	2.00	1.87	1.79	1.68	1.97	1.98	1.69	1.88	2.06	2.08	2.05	2.01	2.23	2.41
E	0.20	0.20	0.20	2.14	2.25	2.28	2.42	2.66	2.67	2.85	3.33	3.43	3.66	3.48
F	2.15	2.16	2.07	2.03	2.31	2.15	2.24	2.35	2.55	2.90	2.60	2.90	3.12	3.11
FN	1.46	1.25	1.21	1.07	1.14	1.10	1.04	1.07	1.16	1.24	1.36	1.37	1.26	1.43
GR	0.17	0.13	0.10	0.10	0.12	0.06	0.08	0.09	0.11	0.12	0.11	0.12	0.12	0.11
I	1.60	1.54	1.50	1.41	1.56	1.66	1.51	1.61	1.71	1.96	1.71	1.70	1.82	1.97
IRL	0.20	0.21	0.23	0.23	0.26	0.29	2.73	3.17	3.15	3.35	3.32	3.94	4.17	4.46
IS	5.35	5.47	5.56	5.55	5.62	5.32	5.65
L	1.37	1.44	1.58	1.54	1.80	1.82	1.65	1.83	2.84	3.34	3.07	3.13	3.20	3.23
N	2.98	2.69	2.55	2.25	2.54	2.68	2.52	2.63	2.49	2.61	2.55	2.59	2.77	2.66
NL	1.05	0.98	0.99	0.89	1.04	1.04	1.11	1.08	1.22	1.28	1.18	1.36	1.49	1.50
P	0.12	0.10	0.08	0.08	0.08	0.08	0.11	0.13	1.43	1.74	1.83	1.92	2.04	1.88
S	2.27	1.79	1.84	1.81	1.84	1.82	1.69	1.74	1.72	1.79	1.81	1.92	2.04	2.05
UK	1.54	1.54	1.60	1.69	1.94	2.12	1.96	2.10	2.38	2.29	2.34	2.39	2.60	2.99
Media UE	1.72	1.68	1.62	1.58	1.79	1.81	1.77	1.89	2.03	2.18	2.15	2.23	2.45	2.47
EU average														
Moyenne UE														
Media generale	1.75	1.70	1.65	1.59	1.81	1.83	1.78	1.91	2.04	2.19	2.15	2.23	2.45	2.48
General average														
Moyenne generale														

1) Per le note si veda la tabella "Presenze".
 For notes see table on "Admissions".
 Pour les notes voir le tableau "Entrées".

Prezzi medi dei biglietti
Average ticket prices ¹
Prix moyens des billets

ECU (1999-2002: EURO)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
A	4,34	4,39	4,71	5,48	5,36	5,15	5,51	5,38	6,02	5,71	5,81	6,29	6,29	6,54
B	3,73	3,80	4,12	4,52	4,62	4,81	5,03	4,99	4,90	5,23	5,21	5,36	5,50	5,58
CH	c. 5,3	c. 5,8	c. 5,9	c. 6,4	c. 6,9	7,36	8,57	8,04	8,28	8,22	8,26	8,85	9,38	9,45
D	3,88	3,96	4,03	4,32	4,64	4,87	5,06	5,11	5,19	5,48	5,42	5,41	5,95	5,86
DK	4,38	4,27	4,64	4,84	5,05	5,29	5,64	5,99	5,97	6,54	6,59	6,96	7,29	7,72
E	c. 2,7	c. 2,7	c. 3,0	3,15	2,91	3,03	3,18	3,25	3,35	3,57	3,78	3,96	4,20	4,45
F	4,42	4,50	4,76	5,11	5,19	5,26	5,40	5,30	5,25	5,36	5,36	5,38	5,46	5,57
FIN	5,37	5,93	5,52	5,40	5,27	6,17	6,54	6,17	6,14	6,39	6,45	6,58	7,08	c. 7,2
GR	c. 2,4	c. 3,0	c. 3,8	c. 2,5	c. 2,5	c. 4,6	c. 4,2	.	c. 5,2	c. 5,0	c. 5,4	c. 5,4	c. 5,6	.
I	4,08	4,41	4,92	4,53	4,37	4,28	4,28	4,81	4,90	5,04	5,23	5,27	5,32	5,61
IRL	c. 3,0	c. 3,2	c. 3,2	c. 3,3	c. 3,2	c. 3,6	c. 3,4	4,66	4,63	4,69	c. 4,8	c. 5,1	c. 5,2	c. 5,4
IS	6,09	6,77	6,56	8,27	8,36	7,05	8,31
L	3,66	3,87	4,26	4,48	4,66	4,69	5,10	5,12	5,49	5,64	5,58	5,61	6,04	c. 6,2
N	4,14	4,18	4,42	4,43	4,49	4,64	4,86	5,22	5,52	5,76	6,29	6,54	6,96	8,05
NL	4,91	4,96	5,34	5,59	5,48	5,63	5,47	5,54	5,52	5,78	5,62	5,96	6,24	6,49
P	c. 1,5	c. 1,6	c. 1,7	c. 2,0	c. 2,1	c. 2,3	c. 2,5	c. 2,6	.	.	.	c. 3,7	c. 3,8	3,76
\$	6,01	6,16	7,06	6,36	5,81	6,25	7,01	7,17	7,11	7,07	7,71	7,77	7,49	8,05
UK	c. 3,0	c. 3,5	3,89	3,50	3,81	3,65	3,61	4,34	5,23	5,33	6,35	6,63	6,63	c. 6,7
Media non ponderata Unweighted average	c. 3,71	c. 3,90	c. 4,18	c. 4,22	c. 4,24	c. 4,53	c. 4,74	c. 4,99	c. 5,30	c. 5,41	c. 5,68	c. 6,06	c. 6,17	c. 6,16
Moyenne non pondérée														
Media ponderata Weighted average	3,81	3,99	4,30	4,30	4,39	4,48	4,60	4,74	4,96	5,10	5,30	5,50	5,62	5,80
Moyenne pondérée														

1) Per le note si vedano le tabelle "Incasso lordo" e "Presenze".
 For notes see tables on "Gross box office revenues" and "Admissions".
 Pour les notes voir les tableaux "Recettes brutes" et "Entrées".

Liite 4.

Elokvakäynnit ja niihin vaikuttavat tekijät

Elokvissakäyntifrekvenssiin vaikuttavia muutostekijöitä ei Suomessa ole juuri tutkittu viime aikoina. Tuorein kansainvälinen tutkimustulos esiteltiin Amsterdamin CinemaExpossa kesäkuussa 2004. Tutkimuksessa oli vertailtu neljän maan yleisöjä. Tiivistettynä tutkimustulokset osoittivat seuraavaa.

Katsojan profiili

- ? Katsoja on sosiaalinen eläin, joka
- ? haluaa usein nähdä saman elokuvan samaan aikaan kuin muutkin
- ? saapuu myöhään, joskus suunnittelemattomasti
- ? stressaantuu jonoista, pysäköintivaikeuksista
- ? ostaa oheistuotteita impulssi maisesti

Elokvissakäyntiä arvostetaan varsin korkealle kokonaiselämyksenä, jossa elokuva ohella tärkeitä tekijöitä ovat ystävien seuraaminen ja tapaamiset ennen tai jälkeen elokuvan.

Elokvakäynnin arvostus elämyksenä

	Hyvä	Huono
Englanti	91 %	9 %
Saksa	78 %	22 %
Ranska	91 %	9 %
Italia	91 %	9%

Vastaako elokuva lipun hinta koettua elämystä

	Hyvä	Huono
Englanti	84 %	16 %
Saksa	59 %	41 %
Ranska	61 %	39 %
Italia	59 %	41 %

Vaikuttaako lipun hinta elokvissakäynteihin rajoittavana tekijänä

	Kyllä	Ei
Englanti	39 %	61 %
Saksa	77 %	23 %
Ranska	58 %	42 %
Italia	62 %	38 %

Edellä olevan pohjalta voidaan pohtia, nostetaanko elokuvissakäyntien tiheyttä tehokkaimmin lisäämällä käynnin elämysarvoa vai laskemalla lipunhinta a? Elokuvakäynnin elämyksen lisäämistä koskevissa tekijöissä neljän tutkimuksessa oli jonkun verran maakohtaisia eroja. Englantilaiset kaipasivat lisää mahdollisuuksia nähdä otteita tulevista elokuvista, mukavia oleskelutiloja elokuvateatterin yhteydessä ja mahdollisuutta kuunnella musiikkia. Myös saksalaisyleisö halusi musiikkia sekä kahvila/ravintolapalveluita. Ranskassa arvostettiin mukavia oleskelutiloja mutta myös mahdollisuutta katsoa taidenäyttelyjä. Italialaiset kaipasivat samoin viihtyisiä oleskelutiloja ja musiikkia mutta myös taidenäyttelyjä – ja tanssimahdollisuuksia. Peliautomaatteja halusi vain 7-37 % vastanneista – kun edellä mainittuja tekijöiden kannatus oli 50-70 prosentin luokkaa.

Tutkimus päätyi korostamaan elokuvayleisön toivomusten, tapojen ja odotusten huomioonottamista entistä tarkemmin. Tutkimus perustui 300 henkilön 20 minuutin haastatteluihin kussakin maassa sekä johdettujen ryhmäkeskustelujen seurantaan. Tutkimus keskittyi ikäryhmiin 16 -18, 22-27 ja yli 30-vuotiaat.

Johtopäätöksiä

Tutkimuksen johtopäätöksiä todettiin, että elokuvakäynnin arvostus verrattuna sen kilpailijoihin on hyvä – ja hinta ja laatusuhde enimmäkseen kohdallaan.

Elokuvakäynnin kanssa kilpailevia tekijöitä

Englanti	Baarit, ravintolat, elokuvat kotona
Ranska	Teatteri, urheiluharrastukset, ravintolat
Espanja	Klubit, baarit, urheiluharrastukset

Eri ikäryhmillä kilpailevat tekijät ovat erilaisia. Tutkimus kartoitti eri ikäryhmien elämäntapaan ja elokuvissakäyntiin liittyviä seikkoja seuraavasti. Painokkaat tekijät lihavoitu.

Alle 20 v.	+ 20 v.	+ 30 v.	Perheet
Käynti suunnitellaan päivää ennen (Englanti, Ranska) Spontaanisti (Espanja) Elokuviin ryhmässä Vähän rahaa – kallis ilta Ostavat mihin on varaa Saapuvat varhain Käynnit viikonloppuisin	Käynti suunnitellaan 2 päivää ennen Pienet ryhmät Tyttöryhmiä Ei perjantaisin Jonot ja tungos stressaavat Saapuvat myöhään Pitävät trailereista Kahville ennen ja jälkeen Kohtuullisesti rahaa - illasta ei tule liian kallis	Leffaan spontaanisti Välttävät ruuhkaa ja jonoja Inhoavat melua Virvoitusjuoma + pop corn osa elämästä Valitsevat varhemmat näytökset Koko ilta ei kulu ulkona	Käynti suunnitellaan ennakkoon Lasten kavereita usein mukana Virvoitusjuomat + pop corn pakolliset Päivä- ja iltapäivänäytökset Kokemus on iso juttu !

Edelleen tutkimus selvitti elokuvakäyntiin liittyviä spontaaneja mielikuvia. Esille nousivat vahvimmin seuraavat tekijät.

- ? **Nautinto:** kaksi tuntia viihdettä, karkkeja tai muuta syötävää kaloreja laskematta
- ? **Eskapismi:** katoaminen pimeään, irti todellisuudesta ja arkipäivän huolista
- ? **Rentoutuminen:** poikkeama päivärutiineista, terapeuttiset elämykset
- ? **Spontaanius:** viime hetken ohjelmistovalinta mahdollista vain elokuvissa
- ? **Jaettavuus:** Ystävien kanssa tai yleisön kanssa kollektiivinen tunne, yhteinen elämys ja kokemus

Yhteenvetona todetaan, että parhaimmillaan elokuvakäynti on katsojalle tasapainottava ja rentouttava kokemus. Katselutilanteen kollektiivinen luonne, kaverien, ystävien/ystävän läsnäolo, salin pimeys ja hyvin toimiva tekniikka vahvistavat elämystä – ja tekevät merkittävän eron elokuvan kotikatselulle. Yleisön i-ikäryhmästä riippuen odotukset, elämykset ja kokemukset ovat hyvinkin erilaisia – eikä sama elokuva sovi kaikille. Luonnollisesti itse elokuva on tärkein osa kokemusta: hyvä elokuva vahvistaa käynnin positiivisia piirteitä ja huono taas vähentää niitä.

Tutkimus selvitti myös elokuvakäyntiin myötävaikuttavia tekijöitä verrattuna sen esteisiin.

Myönteiset tekijät

- ? Tarve nähdä tietty elokuva
- ? Halu nähdä sen ennen muita
- ? Mahdollisuus spontaaniin päätökseen
- ? Yhteinen kokemus ystävien tai perheen kanssa
- ? Irti arjesta
- ? Hyvä hinta/laatusuhde
- ? Katsomismukavuus: kunnan näkyvyys, hyvät istuimet
- ? Asiakaspalvelu sekä kassalla että ovella
- ? Teatterin siisteys

Kielteiset tekijät ja esteet

- ? Lipunhinta nuorimmille ikäryhmille
- ? Jonotus, melu ja tungos vanhemmille kävijöille
- ? Lippujen saatavuusongelmat, puhelinvarausten ruuhkat
- ? Esitysaikojen sopimattomuus, varsinkin arkisin
- ? Ohjelmiston valintaongelmat: perheet tai ryhmät
- ? Oheispalveluiden puuttuminen
- ? Oheistuotteiden hinta ja valikoima
- ? Odotustilojen puuttuminen tai ahtaus

Elokvateatterikäynnin kulku ja viihtymiseen vaikuttavat tekijät. Tutkimuksessa selvitettiin elokuvaan tulon, elokuvan katsomisen ja teatterista poistumisen solmukohtia.

1. SAAPUMINEN

- ? Seuralaisten tapaaminen
- ? Lippujen ostaminen ja paikkojen valinta

- ? Oheisostokset: juotavaa/pop corn tms.
- ? Ennen näytöstä kahville tms.

Kriittiset tai turhauttavat tekijät

- ? Jonot lippuluukulla tai ostopisteissä
- ? Huono asiakaspalvelu
- ? Ei tilaa odotella seuralaisia
- ? Ruuhkaa aulassa tai saleihin

2. ELOKUVAESITYS

- ? Paikkojen löytäminen

Kriittiset tai turhauttavat tekijät

- ? Häiriöt kuvassa tai äänessä; häiriköt katsomossa
- ? Henkilökuntaa ei tavoita puuttumaan
- ? nopeasti häiriötekijöihin
- ? Istuinten epämukavuus tai epäsiisteys, huono näkyvyys

3. POISTUMINEN TEATTERISTA

- ? **Salista poistuminen**
- ? **Minne seuraavaksi?**
- ? **Lähteäkö jatkamaan iltaa vai mennä kotiin?**

Kriittiset tai turhauttavat tekijät

- ? Väsymys
- ? Kiire kotiin
- ? Kuka päättää jatkosta, jos ryhmässä liikkeellä

Johtopäätöksenä tutkimuksessa pidetään tärkeänä puuttua strategisesti tärkeisiin seikkoihin:

- ? Havaittuihin ongelmiin on puututtava nopeasti
- ? Lisää huomiota on kiinnitettävä yleisön viihtymismahdollisuuksien ja tapaamisalueisiin
- ? Elokuvakäynnin spontaaniin luon teeseen on uskottava enemmän ja hyödynnettävä sitä