

# **SISÄLTÖTUOTANTO**

## **- työryhmän väliraportti 8**

**40:2002**

# **SISÄLTÖTUOTANTO**

## **- työryhmän väliraportti 8**

### **Sisältötuotantoalan alueellinen kartoitus**

*isbn: 952-442-165-8*

*issn: 0359-761X*

*julkaisupäivä 28.10.2002*

**40:2002**

## LUKIJALLE

Opetusministeriön koordinoima sisältötuotantotyöryhmä julkaisi yhdessä kauppaja- ja teollisuusministeriön sisältötuotantoprojektin kanssa helmikuussa 2001 alueellisen sisältötuotannon mahdollisuuksia käsittelevän selvityksen. Tuolloin päätettiin parin vuoden sisällä uusien alueellisten kartoitusten, jotta pystyttäisiin seuraamaan nopeasti muuttuvan uuden toimialan kehitystrendejä.

Nyt käsillä oleva kartoitus on yksi vastaus kysymykseen sisältöalan alueellisista näkökulmista. Raportti on tehty huolellisen tutkimustyön vaatimalla tarkkuudella; opetusministeriö kiittää hyvää yhteistyöstä tutkija Terhi Pennasta ja Suomen Oujee Oy:tä.

---

Sisältötuotantotyöryhmän puheenjohtajana on kulttuuriministeri Kaarina Dromberg. Työryhmän jäsenet, toiminnan painopisteet ja vaihtuvaa hankkeeseen liittyvää tietoa löytyy verkkosivulta <http://www.minedu.fi/opm/hankkeet/sisu/index.html>  
Linkki tämän raportin sähköiseen versioon on sivulla <http://www.minedu.fi/opm/hankkeet/sisu/julkaisut.html>

Opetusministeriön sisältötuotantotyöryhmän ensimmäisessä väliraportissa (6:2001) kartoitettiin alueellisen sisältötuotannon mahdollisuuksia ja toisessa väliraportissa (14:2001) sisältötuotannon arvoketjun rahoitusta. Kolmas väliraportti (18:2001) esittelee yhden tutkimuksen näkökulmasta sisältötuotantoalan osaamistarveskenaarion. Neljännessä väliraportissa (27:2001) tarkennetaan aikaisemmin esitettyä toimenpideohjelmaa ja luodaan katsaus tehtyihin toimenpiteisiin. Viides väliraportti (10:2002) on tutkijapuheenvuoro digitelevisiosta. Kuudes väliraportti (16:2002) keskittyy suomalaisen sisältötuotannon kehitysnäkymiin ja niiden taustoittamiseen. Seitsemännen laajana yhteistyönä syntyneen väliraportin julkaisija on mediakulttuuriyhdistys m-cult ry; se on kotimainen ja kansainvälinen tutkimus uudesta mediakulttuurista innovaatioympäristönä.

Ritva-Sini Merilampi  
opetusneuvos KT  
sisältötuotantotyöryhmän sihteeri

*"Kun katsottaisiin tännekin,  
huomattaisiin että innovaatiot syntyvät  
maakunnissa ja pienissä yksiköissä."*

# SISÄLTÖTUOTANTOALAN ALUEELLINEN KARTOITUS 2002

Terhi Pennanen  
Suomen Oujee Oy

## Preludi

"Alueilla tuotetaan paljon, myös erilaista sisältöä, mutta alueilla ei tuoteta erityisesti alueellista sisältötuotantoa".

Tuohon lausahdukseen voisi kiteyttää tämän selvitystyön ensimmäiset havainnot. Ensinnäkin sisältötuotannon käsite on edelleen vieras, oudoksuttu ja suhteellisen käytössä kulumaton. Eri puolilla Suomea tuotetaan mielenkiintoista, laadukasta ja kilpailukykyistä av-tuotantoa, verkkomateriaalia, mobiiliviihdettä, pelejä, verkko-opetusmateriaalia ynnä paljon muuta, eli erilaisia *sisältöjä*, muttei niinkään *sisältötuotantoa*.

Niin pääkaupunkiseudulla kuin eri maakunnissa ei myöskään tuoteta erityisesti *alueellista* sisältötuotantoa, vaan erilaisia tuotantoja ja tuotoksia, joita levitetään ja markkinoidaan sinne mistä löytyy kysyntää, usein eripuolille Suomea ja myös kansainvälisille markkinoille. Oman lähialueen asiakspiiri on tärkeä, mutta alueellisuutta ei koeta kovinkaan merkittäväksi tekijäksi. Alueellinen kulttuuripohja, resurssit ja erityispiirteet voivat kuitenkin parhaimmillaan olla olennainen varasto, josta sisältöä ammennetaan ja sijainti sekä toimintaympäristö luovat toki myös kontekstin toiminnalle.

Tässä selvityksessä on siis tarkasteltu sisältöalan edellytyksiä, nykytilaa ja tulevaisuuden näkymiä erityisesti alueellisesta näkökulmasta. Selvityksen kohteena on ollut sisältötuotannon monisävyinen ja nopeasti muuttuva kenttä. Pääosin laadullisin menetelmin on kartoitettu alan toimintaa sekä toimijoiden näkemyksiä ja kokemuksia. Määritelmällisesti on pyritty kunnioittamaan alueiden omia rajauksia ja painotuksia, mutta pääpaino on ollut liiketoiminnallisessa sisältötuotannossa ja nimenomaan luomisessa ja tuotannossa, arvoketjun alkupäässä.

Selvityksen lähtökohtana ovat toimineet sisältötuotannon kasvavina näkyvät mahdollisuudet, kentässä tapahtuneet muutokset sekä alueellisen lähtökohdan perustana ennen kaikkea kansallisen sisältöhankkeen tavoite alueellisen sisältötuotannon vahvistamisesta. Sisältöalan kehittymiseen myös maakunnissa on lastattu odotuksia niin kansallisesti kuin alueellisestikin. Ala ja myös siitä käytävä keskustelu on kuitenkin vahvasti Helsinki-vetoista.

Alueellisen sisältötuotannon kartoittaminen on suhteellisen mahdoton tehtävä, ainakin tyhjentävästi. Sisältöalan toiminnan hahmottaminen eri puolilla Suomea vaatii myös aikamoista salapoliisityötä. Tuloksena voi kuitenkin löytyä paljon kiinnostavaa ja lupauksia herättävää toimintaa, joka vain usein jää huomiotta.

Alueelliset edellytykset myöskään sisältötuotannolle eivät Suomessa ole tasavertaiset. Pieni asukasluku, asiakaskunta ja yritysmäärä eivät suosi kehitystä. Perusedellytykset ovat selvityksen perusteella kuitenkin muuten päällisin puolin kunnossa. Ainakin koulutusta sekä osaamista tämänkin selvityksen perusteella löytyisi. Kuinka eri puolilla tapahtuvaa tuotantoa voisi siis edistää? Mistä kehitys kiikastaa? Ovatko ongelmat usein korostetussa tuottajaportaan ja liiketoiminnallisuuden heikkoudessa, vai eivätkö markkinat yksinkertaisesti

riitä? Voisiko tuotekehitykseen, yritystoiminnan vahvistamiseen ja levityskanavien edistämiseen satsaaminen myös alueellisesti olla kehityksen avain?

Sisältöalan toimintaa löytyy ympäri Suomea ja sitä myös syntyy lisää. Syntyy myös kiinnostavia tuloksia ja todellisia luovia innovaatioita, joista joskus kenties voi kehittyä kansallisia ja kansainvälisiä menestystarinoita. Ala kuitenkin keskittyy vahvasti ja pääkaupunkiseutu asiakkaineen, levityskanavineen ja yhteyksineen houkuttaa toimijoita. Alueellinen toiminta tarvitsee kannustusta. Toimijakenttä on usein pieni ja hajanainen, veturit ja synergia puuttuu. Toisaalta erikoisosaamista ja uusia mahdollisuuksia on alkanut hahmottua ja moni toimija on omaksunut myös kansainvälisen markkinaotteen.

Sisältötuotantoon on kiinnitetty huomiota eri alueilla myös julkiselta puolelta ja paljon erilaisia hankkeita on meneillään. Toisaalta monin paikoin sisältötuotanto on vielä uusi alue ja sen sijoittaminen on koettu hankalaksi. Kokonaisuudessaan tulevaisuus näyttäytyy kuitenkin positiivisen odottavana, vaikkakin alueellisia eroja esiintyy.

Kaikkiaan sisältöalan kenttä on hyvin monimuotoinen ja kiinnostava. Toimintaedellytysten tasaaminen, yritystoiminnan edellytysten ja vahvistumisen edesauttaminen, alan kehitykseen investoiminen sekä myös sisältöalan pohjan ja monimuotoisuuden tukeminen on myös tämän selvityksen valossa kannattavaa, niin kansantaloudellisesti kuin ekonomis-kulttuurisista syistä laajemminkin.

Ja koskaanhan ei tiedä mistä uudet luovat innovaatiot, todelliset huippuideat tulevat. Kuten monesti on havaittu, ne voivat syntyä poissa valokeilasta, syrjässä ja pienissä yksiköissä.

## SISÄLLYSLUETTELO

Preludi

### 1. JOHDANTO

- 6 - Lähtökohdat
- 7 - Selvityksen tarkoitus ja toteutus: "Alueet syrjästä esiin"
- 8 - Tutkimuskysymykset
- 8 - Selvitystyö, tutkimusmenetelmät ja selvityksen rakenne
- 11 - Tutkimuskohteen haltuunotto

### 2. SISÄLTÖTUOTANTOALA JA ALUEELLINEN KEHITYS

- 14 - Alueellinen kehityssuunta on vienyt kohti keskittymistä
- 15 - Aiempi tutkimus ja sisältötuotantoalan yleiskuva
- 17 - Julkisen vallan rooli, kansallinen toimijaverkosto ja kehitystoimet

### 3. SELVITYKSEN KESKEISIMMÄT HAVAINNOT

- 21 - Alueelliset toimintaedellytykset
- 22 - Sisältötuotantoalan alueellinen nykytilanne
- 25 - Alueelliset strategiat ja hankkeet sekä sisältöala
- 28 - Tulevaisuuden näkymiä

### 4. YHTEENVETO

- 29 - Alueet jakautuvat eri ryhmiin, mutta muutos on nopeaa
- 30 - Huomiopisteet, strategiset menestystekijät ja pullonkaulat

### 5. NÄKEMYKSIÄ KANSALLISISTA HANKKEISTA JA NIIDEN KOHDENTAMISESTA

- 32 - Positiivista palautetta
- 32 - Helsinki-keskeisyys
- 33 - Hallintolähtöisyys
- 33 - Koordinoinnin ja vastuualueiden kehittäminen
- 34 - Lisäsatsauksia
- 34 - Suomelle konkreettinen sisältöalan strategia

### 6. KEHITYSEHDOTUKSIA

- 35 - Tavoitteiden tarkempi määrittely ja selkeän strategian muovaaminen
- 35 - Yritystoiminnan edellytyksien ja mahdollisuuksien edelleen kehittäminen
- 35 - Koordinoinnin ja selkeyden kehittäminen sekä pitkäjänteisyyteen panostaminen
- 36 - Sisältötuotannon, rajapintojen, tilastointi- ja arviointimenetelmien selventäminen
- 36 - Kehitysrahasto

## 7. ALUEELLINEN TARKASTELU

### KENTTÄ 1.

- 36 - Keski-Suomi/Jyväskylä: *"Keski-Suomen sisältöala nostaa profiiliaan teknologian kainalosta"*
- 41 - Pirkanmaa/Tampere: *"Vahvan näkyvyyden eKaupunki"*
- 45 - Pohjois-Pohjanmaa/Oulu: *"Kasvusopimuksella vauhtia myös sisältöalaan"*
- 50 - Uusimaa/Helsinki: *"Täällä on kaikki"*
- 55 - Varsinais-Suomi/Turku: *"Media Up - Varsinais-Suomi tietoyhteiskunnan toisen aallon harjalle"*

### KENTTÄ 2.

- 61 - Etelä-Savo/Mikkeli: *"Digitaalisen arkistoinnin maakunta"*
- 65 - Häme/Lahti: *"Tulevaisuuden mobiilialue?"*
- 68 - Kaakkois-Suomi/Kouvola ja Lappeenranta: *"Mahdollisuuksia nousee itäsuunnasta"*
- 72 - Lappi/Rovaniemi: *"Sisältöjä sekä elämyksellistä joulun ja Lapin teemoilla"*
- 77 - Pohjanmaa/Seinäjoki ja Vaasa: *"Ruotsinkielisen tuotannon erityisalue?"*
- 81 - Pohjois-Karjala/Joensuu: *"Täällä syrjässä omaperäisyys on kilpailuvaltti"*
- 86 - Pohjois-Savo/Kuopio: *"Profiilia terveys- ja tietopainotuksesta"*
- 90 - Satakunta/Pori: *"Verkostoyhteistyöllä nousuun"*

## LÄHTEET JA KIRJALLISUUTTA

### LIITTEET

- 97 - 1. Tarkastellut alueet
- 98 - 2. Haastattelurunko
- 99 - 3. Kansallinen toimijaverkostomalli
- 99 - 4. Alueellinen toimijaverkostomalli



## 1. JOHDANTO

”Suomi merkittäväksi sisältöteolliseksi maaksi” - Alueellisista kehityshankkeista kilpailukykyiseksi yritystoiminnaksi ja menestystarinoiksi?

### Lähtökohdat

Sisältötuotannolla on sekä oleellista kulttuurista että kansantaloudellista merkitystä, myös alueellisesti tarkasteltuna.

Liiketoiminnan painopisteen on jo jonkin aikaa odotettu olevan siirtymässä tekniikasta sisältöihin, välineistä palveluihin ja välineiden avulla levitettävään sisältöön. Teknologian ja tekniikan voimasta on siirrytty yhä enemmän substanssin, sisällön merkityksen korostamiseen. Puheissa korostuu inhimillisen pääoman ja luovuuden hyödyntäminen. Sosio-ekonomisen muutoksen, digitaalisen konvergenssikehityksen ja uusien jakelukanavamahdollisuuksien vaikutuksesta informaatioon, sen käsittelyyn ja levitykseen sekä myös kulttuurin ja viihteen tuotantoon ja jakeluun liittyvien alojen nähdään olevan vahvasti kasvussa ja muodostumassa myös teollisesti ja kaupallisesti erittäin merkittäviksi. Erityisesti on löydettävissä tiettyjä uusia ja voimakkaasti kehittyviä segmenttejä, joissa voi olla tulevan menestyksen ja hyvinvoinnin avaimet. Toisaalta sisältöalaa lastatut tulevaisuuden odotukset, myös työllisyyden suhteen ovat kenties jopa ylimitoitettuja ja käsitteen moniselkoisuudestakin johtuen tarkkojen taloudellisten lukujen ja indikaattoreiden esittäminen on vaikeaa. Alan liikevaihdon on kuitenkin arvioitu Suomessa olevan jo noin 6,5 mrd euroa (esim. Kallio et al. 2001) ja kasvuodotukset ovat vahvoja.

Selkeän taloudellisen merkityksensä ohella sisältötuotannolla voidaan katsoa olevan myös vahvaa kulttuurista merkitystä sekä epäsuoria positiivisia vaikutuksia luovana ja innovatiivisena alana. On todettu, että tietoyhteiskuntaa ei voi rakentaa vain tekniikan varassa, kansainvälistä kilpailukykyä vahvistettaessa tarvitaan myös vahvaa kansallista kulttuuria ja sisältöjä. *Kulttuuri luo pohjan teknologisille ja yhteiskunnallisille kokeiluille* sekä myös kehitykselle. Onkin alettu puhua Suomen tulevaisuudesta ns. *kolmannen kulttuurin* sisältötuotantomaana, missä yhdistyy niin taiteellinen, teknologinen kuin taloudellinenkin luovuus (kts. Merilampi, 2002). On havahduttu mielekkäiden ja kiinnostavien sisältöjen olennaisuuteen sekä taloudellisessa mielessä että olennaisena osana tietoyhteiskunnan kehitystä. Tämä korostaa myös sisältöjen monimuotoisuuden tärkeyttä. On tärkeää että sisältöjä syntyy ja tuotetaan eri puolilla Suomea.

Sisältötuotannon merkitys ja mahdollisuudet on Suomessa huomioitu myös valtiovallan taholta. Tarkoitus on sisältötuotanto –kehittämisohjelman avulla nostaa Suomi *merkittäväksi sisältöteolliseksi maaksi ja "rakentaa suomalaiselle kulttuurille mahdollisimman suuri osuus kotimaan markkinoista sekä merkittävä ja kasvuhakuinen rooli kansainvälisillä markkinoilla"*. (Hallituksen hankesalkku). Sisältöalan ohjelman yhteydessä on kiinnitetty huomiota myös tuotannon alueelliseen ulottuvuuteen. Yksi kansallisen sisältötuotantohankkeen olennaisista painopisteistä on myös alueellisen sisältötuotannon vahvistaminen.

Suomen sisältöteollisuuden kenttä koostuu kuitenkin hyvin erikokoisista ja eritasoisista alueista. Sisältötuotantoala on keskittynyt vahvasti Helsingin seudulle ja muutamiin muihin kasvukeskuksiin. Myös sisältöalan keskustelua vaivaa usein hyvin vahva pääkaupunki-keskeisyys. Kuitenkin myös alueellinen panostus sekä odotukset sisältötuotannon kehityksen suhteen ovat suuria (esim. Jounela, 2001). Kansallisten strategioiden lisäksi käynnissä on myös useita alueellisia strategioita ja kiinnostavaa sisältöalan toimintaa löytyy eri puolilta Suomea.

## **Selvityksen tarkoitus ja toteutus: "Alueet syrjästä esiin"**

Tämän selvityksen tavoitteena on ollut kartoittaa ja analysoida alueellisen sisältötuotannon edellytyksiä, tämänhetkistä tilaa ja tulevaisuuden näkymiä sekä peilata kansallisten ja alueellisten toimijoiden, toimenpiteiden ja strategioiden vaikutusta, keskinäistä suhdetta ja vuorovaikutusta. Tutkimuksessa on painotettu vahvasti alueellista lähtökohtaa ja alueellisten toimijoiden näkemyksiä. Alueellisuudella viitataan tässä yhteydessä eri maakunnissa, pääosin ei-pääkaupungissa tapahtuvaan sisältötuotantoon, vaikkakin myös Uttamaata ja Helsingin seutua on tarkasteltu.

Paitsi, että selvityksen tavoitteena on luoda kuva sisältötuotantoalan alueellisesta yleisilanteesta, siinä nostetaan myös esiin tiettyjä erityispiirteitä sekä kiinnostavia käytäntöjä ja toimintamalleja, joiden tarkastelu voi hyödyntää sekä kansallista strategiatyötä että alueiden kehittämistä. Alueellisen toiminnan vahvistaminen on valittu myös yhdeksi kansallisen sisältötuotantohankkeen painopisteeksi. Eri alueilla ja maakunnissa tapahtuvan sisältötuotannon, alan toimijoiden, hankkeiden ja strategioiden kartoittamista voidaan tästäkin syystä pitää tärkeänä myös kansallista tilannetta ja strategisia valintoja pohdittaessa. Sisältötuotantoalalla tapahtuu paljon ja joka puolella Suomea. Tietoisuuden ja tätä kautta ymmärryksen lisääntyminen on olennaista, jotta tulevaisuudessa toimia ja hankkeita voitaisiin kohdentaa entistä osuvammin.

Kartoitettaessa alueellisen sisällöntuotannon tilaa ja toimenpiteitä haetaan samalla myös pohjaa kansalliselle alan kehitykselle, kilpailukyvyille ja sen strategiselle kehittämiselle. Vaikka pienempien alueiden kokonaismerkitys kansantaloudelle kilpailukyvyn kautta ja kansainvälisesti mitattuna voi olla hieman vähäisempi, alueellinen kehitysmerkitys ja innovatiivisuuspotentiaali voi olla huomattava.

Yhtenä tämän kartoituksen osana on myös kerätty alueiden toimijoiden kokemuksia ja näkemyksiä kansallisista hankkeista sekä niiden kohtauspinnasta alueelliseen ja yksityiseen todellisuuteen, päätöksenteon ja strategiamuokkauksen tueksi.

Kyse on kartoituksesta, yleiskuvan ja tiettyjen huomioiden nostamisesta. Selvityksen toteuttaja on Suomen Oujee Oy opetusministeriön sisältötuotantotyöryhmän toimeksiannosta. Selvityksen laatijana on toiminut YTM Terhi Pennanen. Tutkimusprosessin eri vaiheisiin on osallistunut myös muuta Suomen Oujee Oy:n henkilökuntaa.

## Tutkimuskysymykset

Selvitys koostuu neljästä peruskysymyskohdasta, jotka sisältävä pienempiä tutkimuskysymyksiä:

A. Mikä on alueellisen sisältötuotannon nykytilanne?

- Alueellisen sisältötuotannon edellytykset, resurssit ja toimintaolosuhteet?
- Toimijaverkosto, toimintatavat ja tilannekuvaus?
- Erityispiirteet ja painotukset?

B. Mitkä ovat alueellisen sisältötuotannon tulevaisuuden näkymät?

- Eri on alueiden kehityssuunnat, tunnelmat, vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat?

C. Mikä on alueellisten kehitysstrategioiden ja hankkeiden suhde sisältötuotantoalaan?

- Kuinka muut aluekehitykseen tähtäävät toimet (tietoyhteiskunta-, kulttuuri- ja elinkeinostrategiat) ja hankkeet kohtaavat sisältötuotantoalan?
- Julkisten toimijoiden rooli ja satsaukset?

D. Miten kansalliset strategiat ja aluetaso kohtaavat?

- Kansallisten strategioiden ja hankkeiden suhde alueelliseen ja yksityiseen toimintatasoon?
- Kohtauspinta, kokemukset ja näkemykset?

## Selvitystyö, tutkimusmenetelmät ja selvityksen rakenne

### SELVITYSTYÖ

Selvitys on pohjautunut sekä sekundaarisiin verkko- ja painomateriaaleihin, mahdollisiin valmiisiin alueellisiin selvityksiin että erityisesti tutustumiskäynteihin ja haastatteluihin. Yleiskuvaa ja toimijaverkostoa hahmotettiin myös selventävillä puhelinsoitoilla pääosin maakuntien liittoihin, alueiden te-keskuksiin, osaamis- ja teknologiakeskuksiin sekä erilaisiin kehitys- ja yrityskeskuksiin.

Sisältöalan kenttä on hajanainen ja tietoja täytyy haalia sieltä ja täältä. Sisältötuotannosta itsenäisenä alueena ei ole juuri tehty alueellisia selvityksiä joihin nojata, vaan sisältöalaa on yleensä tarkasteltu yhtenä ICT-klusterin osa-alueena tai siihen on viitattu kulttuurialan selvityksissä. Mikäli alueellisia selvityksiä on tehty, ja niitä on tähän selvitykseen löydetty, on niitä luonnollisesti pyritty hyödyntämään. Tulokset ja rajaukset ovat kuitenkin hyvin vaihtelevia.

Tutustumiskäyntejä ja haastatteluja on suoritettu pitkin kesää ja alkusyksyä. Kesäinen ajankohta aiheutti ongelmia aikataulujen, tiedonhankinnan ja haastateltavien kiinnisaamisen suhteen. Kaikkia toivottuja henkilöitä ja heidän näkemyksiään ei onnistuttu saamaan mukaan. Tietyillä alueilla kuvan hahmottaminen ja tiedon hankkiminen oli myös erittäin hankalaa. Tutkimusprosessiin ja aikatauluihin liittyvistä ongelmista johtuen tietyistä tutkimuksellisista käytänteistä on jouduttu joustamaan. Toisaalta on selvää, että muutamassa kuukaudessa on

mahdollista käydä läpi vain osa alueellista toimintakenttää. Paljon sisältöalan toimintaa on myös jäänyt tämän selvityksen ulkopuolelle.

## TUTKIMUSMENETELMÄT JA PERIAATTEET

Alueellisen näkökulman korostaminen tarkastelun lähtökohtana yhdistää sisältöalan tilanteen tarkastelun myös laajempiin alueellisiin kehityssuuntauksiin. Myös alueelliset sisältötuotantohankkeet ovat usein olennaisesti liitoksissa muihin aluekehitystoimiin. Tutkimuksessa onkin huomioitu sekä sisältötuotantoalan julkinen että yksityinen taso ja myös alueelliset koulutus ja -osaamisresurssit.

Koulutustarjonta on tässä yhteydessä otettu huomioon pääosin yhden edellytystekijän roolissa. Koulutuksen arvioinnista löytyy omat tutkimuksensa (kts. esim. Meristö et. al. 2002 ja Rantanen et. al. 2002). Koulutuslaitoksilla on kuitenkin olennainen rooli paitsi osajien ja työvoiman kouluttajina sekä erityiskoulutuksen mahdollistajina, myös innovatiivisuuspotentiaalin sekä positiivisen ja elävän ilmapiirin edistäjinä. Koulutuslaitoksilla on usein merkittävä rooli sisältöalan kehitykselle sekä alueellisille erityispiirteille ja painotuksille. Koulutuslaitokset ovat usein myös merkittäviä osapuolia erilaisissa kehityshankkeissa.

Selvityksen periaatteena on ollut toimeksiannon mukaisesti lähestyä tilannetta ja tutkimusaihetta nimenomaan alueellisten näkemysten kautta. Jo sisältötuotannon käsitteeseen ja toimialan laajuuteenkin liittyvistä erityispiirteistä johtuen kaikkia alueellisia toimijoita tai toimintamalleja ei luonnollisestikaan ole mahdollista nostaa esiin, vaan periaatteena on toiminut alueellinen merkittävyys ja kiinnostavuus sekä alueellisten erojen ja yhtäläisyyksien ja kiinnostavien esimerkkien esiin nostaminen. Tässä selvityksessä on tarkasteltu erityisesti liiketoiminnallisesti kiinnostavia ja alueellisesti merkittäviä toimintamuotoja. Selvityksessä on hyödynnetty monia eri, pääosin laadullisia tutkimusmenetelmiä kysymysalueen moniselkoisuudenkin vuoksi. On huomioitu sekä kovat että pehmeät muuttujat, myös tunne ja mielikuvat.

Nykytilaa on hahmotettu luomalla toimijaverkostokuvausta sekä hyödyntämällä porterilaista (1990) ajattelua alueellisen kilpailu- ja toimintakyvyn muodostumisesta. On pyritty selvittämään ainakin edellytyksiä, tuotantoresursseja, yksityistä toimijakenttää, markkina- ja kysyntätilannetta, lähi- ja klusterialojen roolia sekä julkisia toimijoita ja toimenpiteitä.

Tulevaisuuden näkymiä hahmotettaessa on haettu suuntauksia, elinkaarinäkemystä sekä alueiden vahvuuksia ja heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia.

Sisältöalan paikantumista ja suhdetta muihin aluekehitysstrategioihin hahmotettiin tutustumalla eri aluekehitysohjelmiin, strategioihin ja raporteihin. Haastateltavilta kysyttiin myös näkemyksiä niin alueellisista kuin kansallisistakin julkisista toimista ja hankkeista kohtauspinnan selvittämiseksi.

Selvityksen edetessä haastattelupyynnöt toimitettiin yhteensä 100 toimijalle eri alueilla. Kartoitusta varten haastateltiin 50 asiantuntijaa ja toimijaa eri puolilta Suomea, joilla voidaan

katsoa olevan laajaa kokemusta ja myös näkemystä alueidensa toimintakentästä. Haastateltavien suorat lainaukset näkyvät tekstissä kursivoituina. Haastateltavina on ollut niin yksityisiä toimijoita ja yrittäjiä, julkisen vallan ja koulutusyksiköiden edustajia, hankkeiden vetäjiä kuin eri yhdistysten ja verkostojen jäseniä. Haastattelurunko (kts. Liite 2.) muovautui ja syventyi tilanteen ja haastateltavan omien lähtökohtien mukaisesti. Haastatteluja toteutettiin sekä kasvotusten syvähaastatteluina, puhelimitse että sähköpostin välityksellä. Lisäksi pienimuotoisemmin keskusteltiin 40 muun alueellisen toimijan kanssa.

Luonnollisesti monia olennaisia toimijoita ja näkökulmia on varmaan myös jäänyt kuulematta. Haastateltavien määrä myös jakautuu epätasaisesti alueittain. Yksittäisten alueiden kuvausten suhteen tuleekin noudattaa varovaisuutta. Aluekuvaukset edustavat pitkälti kirjoittajan ja haastatellun joukon näkemyksiä. Yksi asia on kartoituksen edetessä kuitenkin varmistunut: sisältötuotantoalalla ei ole valmiita, selkeitä, tyhjentäviä tai yksiselitteisiä vastauksia vaan paremminkin paljon eri näkemyksiä ja painotuksia. Paljon riippuu siitä mitä etsitään ja katsotaan. Myös tässä kartoituksessa haastateltavien omat lähtökohdat ja katsontakannat ovat luonnollisesti vaikuttaneet vastauksiin, mutta heidän voidaan kuitenkin katsoa edustavan "valistuneita näkemyksiä" kentässä, josta selkeitä tai tilastollisia vastauksia on vaikea saada.

Mikäli alueilla on tehty omia selvityksiä, listauksia tai määrällisiä arviointeja ne on kiinnostavina nostettu esiin. Korostettakoon, että arviot eivät ole toisiinsa suoraan verrannollisia, vaan niiden muokkausperusteet ovat voineet vaihdella suurestikin. Sisältöalan yrityksiä joudutaan ja on alueellistenkin selvitysten perusteella kartoitettu ja metsästetty hyvin luovin ja vaihtelevin keinoin: te-keskusten rekisterien, internet-hakukoneiden, puhelinluetteloiden, lehtien ja muiden julkaisujen, elinkeino-organisaatioiden tai henkilökohtaisten suhteiden kautta. Myöskään jako alatoimialoihin tai segmentteihin ei ole ongelmantonta, koska monet yritykset toimivat useammilla toimialoilla. Tähän kun vielä lisätään erot käsitteen määrittelyssä ja rajauksissa, on selvää että määrällisiin arviointeihin täytyy suhtautua hyvin tapauskohtaisesti.

## SELVITYKSEN RAKENNE

Saadun materiaalin, havaintojen ja haastattelujen pohjalta on koostettu yksittäiset kuvaukset ja analyysit kustakin kartoituksen alueesta sekä laadittu yhteenveto keskeisistä havainnoista ja huomioista. Lopuksi on myös nostettu esiin muutamia erityisiä huomiokohteita ja ehdotuksia, joita kartoituksen perusteella on syntynyt.

Selvitys etenee seuraavasti: aluksi käydään läpi selvityksen käsitteet ja rajapinnat, eli suoritetaan niin sanottu tutkimusalueen haltuunotto. Tämän jälkeen tarkastellaan alueellisen kehityksen ja sisältöalan yleiskuvaa sekä kansallista toimijaverkostoa. Nämä peruslähtökohdat vaikuttavat olennaisesti myös alueellisen sisältöalan tarkempiin tarkastelunäkökohtiin.

Tämän jälkeen tuodaan esiin selvityksen keskeisimmät havainnot, edellytysten, alueellisen nykytilan, hankkeiden, satsausten ja näkymien suhteen. Yhteenvedossa tarkastellaan

alueissa havaittuja eroja ja yhtäläisyyksiä sekä nostetaan esiin tiettyjä huomiopisteitä, strategisia menestystekijöitä ja mahdollisia pullonkauloja.

Yhteenvedon jälkeen esitellään haastattelujen perusteella selvitettyjä näkemyksiä kansallisista hankkeista ja niiden kohdentamisesta sekä vielä ennen alueiden yksittäistä tarkastelua tuodaan esiin muutamia selvityksen pohjalta nousseita kehitysehdotuksia tulevaisuutta varten.

Lopusta löytyvät yksittäiset tarkemmat kuvaukset tarkastelluista alueista. Selvityksessä on pyritty luomaan sekä alueellinen yleiskuva että myös nostamaan esiin tiettyjä erityispiirteitä ja virtauksia. Todettakoon, että minkään alueen sisältöalan tilanteen tai näkymien tiivistäminen muutama sivuun ei anna täysin oikeudenmukaista tai kattavaa kuvaa alueen toiminnasta. Alueiden kuvaukset myöskään ole suoraan toisiinsa vertailtavia. Otsikoinnissa on nostettu esiin jokaiselta alueelta tietty erityispiirre, tema tai painotus, joka selvityksessä korostui.

## **Tutkimuskohteen haltuunotto**

### **ALUEELLINEN KATTAVUUS**

Selvityksessä on pyritty laajaan alueelliseen kattavuuteen. Tutkittavat alueet on jaettu kahteen osaan (katso liite 1.) toimeksiannon perusteella. Ensimmäinen kenttä (kenttä 1.) keskittyy kasvukeskuksina pidettyihin alueisiin, kaupunkeihin ja niitä ympäröiviin maakuntiin. Toinen kenttä (kenttä 2.) keskittyy nk. seuraajiin, pienempiin aluekeskuksiin ja ympäröiviin maakuntiin. Kenttään 1. on sisällytetty viisi suurinta kasvukeskusta ja kenttään 2. kahdeksan kasvuun tähtäävään pienempää aluetta. Selvityksen edetessä todettiin paremmaksi yhdistää Pohjanmaan ja Etelä-pohjanmaan maakunnat Pohjanmaan sekä Etelä-Karjala ja Kymenlaakso Kaakkois-Suomen tarkastelualueiksi. Myös Uttamaata ja Hämettä tarkastelleen kokonaisuuksina ja Kainuu on sulautunut muihin alueisiin. Muuten tarkastelu noudattaa maakuntaositusta.

Tässä kartoituksessa on käytännön syistäkin painottunut vahvasti aluekeskuksen osuus. Toisaalta voidaan todeta, että selvityksen edetessä vahvistui kuva siitä, että toiminta on vahvasti keskittynyt suurimpiin keskuskaupunkeihin.

### **SISÄLTÖTUOTANNON KÄSITETTÄ EI JUURI KÄYTETÄ, MÄÄRITELMÄT JA RAJAPINNAT VAIHTELEVAT PALJON**

Selvityksen kohteena on sisältötuotannon laaja-alainen ja monisävyinen kenttä, luovan tuotannon, tietotuotannon, viestinnän sekä liiketoiminnan ja teknologian monimutkainen ja nopeasti muuttuva yhdistelmä. Kuten myös aiemmissa tutkimuksissa on tuotu esiin, sisältötuotanto käsitteenä on usein pitkälti asiayhteydestä ja määrittelevästä tahosta riippuvainen. Sisältötuotantoala, sisältöteollisuuden toimiala on erittäin monimuotoinen tuotantoalojen yhdistelmä tai klusteri, jota perinteiset ja yleisimmät toimialaluokitukset, rekisteröinti ja tilastointitavat eivät edes käsitteellisesti tunne. Tämä aiheuttaa tulkintaongelmia tai epäselvyyksiä esimerkiksi tutkimusten vertailtavuudessa. Epämääräisyys voi myös vaikeuttaa ainakin julkisella tason toiminnan kohdentamista sekä alan näkyvyyttä.

Termin käyttö on vaihtelevaa ja usein on hankalaa määrittää mistä puhutaan. Sisältöteollisuuden rajapinnoiksi on määritelty esimerkiksi kulttuurin ei-digitalisoidut alueet, taiteen tukeminen, tietoteollisuus ja verkkokauppa (Härkönen, 2000). Vedettäessä rajaa it-sektoriin myös sisältö, palvelu ja sovellutukset on mahdollista erottaa toisistaan (kts. ABC digi, 2001). Käytännössä sisältö- ja palvelutoiminta ovat kuitenkin yhä enemmän sekoittuneet toisiinsa.

Vaikka on tylsää toistaa vanhaa litania sisältötuotanto käsitteen epämääräisyydestä ja tulkinnallisuudesta, määritelmälliset ongelmat ja vaihtelut on pakko tuoda esiin myös tässä yhteydessä. Selvityksen myötä vahvistui kuinka sisältötuotannon käsitettä sellaisenaan ei juuri käytetä tai sitä ei välttämättä edes tunneta.

Tulkintaeroja ja toimialarajausvaikeuksia aiheuttaa erityisesti ohut raja perinteiseen kulttuuri- tai viestintäteollisuuteen sekä konvergenssin vaikutuksesta häilentynyt rajanveto informaatio- ja kommunikaatioteollisuuteen (infocom toimialaan). Usein puhutaankin ennemminkin infocom tai jopa ict -sektorista ja sisältötuotannosta yhtenä sektorin osa-alueena (kts. esim. F & L Management, 1998 tai 2001). Sisältötuotanto on myös tarkastelluilla alueilla sisällytetty usein osaksi ict- tai infocom klusteria ja myös alueellisia selvityksiä löytyy eniten tällä lähtökohdalla. Toisaalta sisältötuotanto on myös paljon muuta, kuin mitä käsitteen sisään yleensä lasketaan ict-alan toimintaselvityksissä. Sisältöalaa on useilla tarkastelluilla alueillakin viitattu myös esimerkiksi kulttuuri- tai viestintäalan yhteydessä.

Erityisesti käsitteen paikantuminen ict-klusterin sisällä tai suhteessa kulttuurituotantoon oli tässäkin selvityksessä hyvin häilyvä ja tapauskohtainen. Toinen haluaa korostaa luovan tuotannon merkitystä, toinen taas sitä, että *kyse on ennen kaikkea bisness lähtöisestä toiminnasta ei taidetuotannosta*. Puhuttaessa sisältötuotannosta korostaen esimerkiksi luovan tuotannon osuutta tai osana ict-klusteria implikaatiot ja painotukset vaihtelevat, lähtökodit ja tarkastelutavat ovat erilaisia. *Alueelliset määritelmät poikkeavat myös toisistaan, jos katsotaan vaikkapa koulutusta mitä sisältötuotannon alla markkinoidaan ja toteutetaan*.

Myös sisältötuotannon arvoketjun laajuus tekee mahdollisen toimija- ja toimialajoukon suureksi. Sisältötuotantoalan on laskettu pitävän sisällään sekä varsinaisten tuotteiden että palvelujen luomista, tuottamista ja levittämistä. Sisältötuotannon arvoketjun avainosat pitävät sisällään myös monia yksityiskohtaisempia toimintoja (F&L Management, 1997 tai kulttuuriteollisuustyöryhmä, 1999). Painotukset ja arviot alan suuruudesta vaihtelevat näistä syistä suurestikin.

Sisältötuotannon käsite on hyvin epämääräisen kirjava, vaihteleva, venyvä ja paukkuva, määrittelijästä riippuva ja sen käyttö tai rajanvedot koetaan edelleen vaikeiksi. Kuten eräs haastatelluista ilmaisi *se tuntuu jopa teennäiseltä*, turhalta yläkäsitteeltä, jonka monet haluaisivat poistaa tai jonka uskotaan unohtuvan kunhan alan toiminta muuten vakiintuu.

*Tässäkin sanahirviön tarpeellisuus on vain tämän alan ihmisten työn arvostuksen lisääntyminen, muuten se on tarpeeton käsite. Toivottavasti se katoaa käytöstä kun ihmiset ovat tottuneet näiden tuotantoketjujen logiikkaan – tulee muodostumaan uusia ammatteja,*

*mutta sisältötuotanto on käsittääkseni siirtymävaiheen käsite, joka tulee katoamaan, kun osaajien työnkuvat vakiintuvat.*

Sisältötuotanto koetaan usein, aiheestakin turhan laajaksi ja epämääräiseksi siinä mielessä, että se sulkee alleen turhan paljon eri toimintoja ja toimialoja. Toisaalta, jotkut kokevat oman toimintansa turhaan poissuljetuksi. Kenties käsite on kuitenkin useissa yhteyksissä liian laaja pyrkiessään niputtamaan yhteen hyvin erilaisia toimintoja, kuten elokuvatuotannon ja mobiiliviihteen, interaktiiviset pelit ja äänituotannon. Näillä on usein hyvin erilaiset lähtökohdat, toimintalogiikat kuin ongelmatkin. Toimialojen dynamiikka poikkeaa toisistaan ja aloilla on yksilöllisiä tarpeita, tavoitteita ja toimintamalleja. Myös yleistilanne vaihtelee toimialoittain ja ne ovat myös elinkaarellisesti eri vaiheissa. Tämä tulisi huomioida myös satsauksissa ja strategioissa. Yleensä onkin hyödyllisempää puhua tietyistä alalohkoista kuten av-tuotannosta, peliteollisuudesta tai eOppimateriaalituotannosta.

Toisaalta käsite puoltaa myös paikkaansa. Toimialoilla on myös vahvoja yhteisiä nimittäjiä, kuten pohjautuminen tekijänoikeudellisuuteen. Yläkäsitteitä on monilla muillakin teollisuuden aloilla. Määritelmän laajuus ja rajanvetojen epäselvyydet ovat kuitenkin tekijä joka vaatii pohdintaa. Jonkinlainen metajaottelu ja rajanveto on tärkeää. Mikäli sisältötuotantoa halutaan tällaisenaan nostaa esiin tai tutkia, on tärkeää, että tehdään selväksi mistä puhutaan.

Toimeksiannon mukaisesti tämän selvityksen lähtökohtana oli alueellisten ja kentällä tapahtuvien rajausten ja painotusten kunnioittaminen. Käytännössä tuollainen lähtökohta osoittautui kuitenkin jokseenkin mahdottomaksi. Myös haastattelujen yhteydessä usein kaivattiin selkeitä määritelmiä. Selvityksen edetessä on nojattu pääosin opetusministeriön koordinoiman sisältötuotantotyöryhmän määritelmään. Sen mukaan:

*sisältötuotannolla tarkoitetaan pääasiassa sähköisille viestimille laaditun dokumentti-kulttuuri-, tutkimus-, viihde- tai markkinointiviestinnällisen ohjelmasisällön tuottamista ja siihen liittyvää liiketoimintaa*  
(Sisältötuotantotyöryhmän väliraportti 1, 2001).

Lisäksi käsite on kohdentunut korostamaan erityisesti digitaalista sisältötuotantoa. Sisältötuotanto voi näin katsottuna olla siis esimerkiksi vanhan sisällön uudelleen muokkaamista (digitointi) tai kokonaan uuden digitaalisen sisällön tuottamista. Digitaalisuuden olennaisuudesta oltiin kuitenkin montaa mieltä: *pakkausmuodon ei pitäisi välttämättä olla rajakäsitteenä*. Digitaalisuutta ei valittukaan erityiseksi rajakäsitteeksi. Sisältötuotanto toimii eräänlaisena yläkäsitteenä, sisältäen monia pienempiä toimialoja. Käytännössä sisältötuotannon käsite on viitannut pitkälti perinteiseen ja uusmediaan eli kulttuuris-viestinnällisiin tuotantoihin, joita eri kanavien ja verkkojen kautta levitetään, sekä uusien levitys ja tuotantomahdollisuuksien kautta syntyneisiin verkko-, palvelu, koulutus tai kulttuurituotantoihin. Alueellisten painotusten mukaan etsittiin niin perinteisen median tai viestintätoimialan<sup>1</sup> kuin uusmedian<sup>2</sup> toimintaa. Lisäksi sisältötuotannolla on tässä

<sup>1</sup> Viestintätoimialaan lasketaan yleisesti koostuvan painoviestinnästä, sähköisestä viestinnästä, uusmediasta ja usein siihen sisällytetään myös mainostoimistoja, varsinkin kun verkkoviestinnän kehityksen myötä useat mainostoimistot ovat laajentaneet toimintaansa myös tähän suuntaan.



yhteydessä tarkoitettu myös esimerkiksi eOppimisen ja digitaalisen materiaalityötuotannon klusteria<sup>3</sup> tai peliteollisuutta. Huomioitu on myös moninaisia verkkoviestinnän, kaupallisen digikulttuurin ja digitaalisen tuotannon muotoja. Sisältötuotantona nousi esiin myös erilaisia uusien viestimien kautta välitettäviä ja rakentuvia palveluja, liittyen esim. hyvinvointiin, terveydenhuoltoon tai asiointipalveluihin.

Jotta käsite ja tätä myöten koko selvitys ei olisi paisunut täysin mahdottomaksi, painopiste on asetettu selkeästi liiketoiminnalliseen toimintaan ja arvoketjun alkupäähän, sisällön luomiseen ja tuottamiseen. Tämä osittain siitäkin syytä, että lähes kaikki suuret levittäjät, kuten television maanpäälliset jakelukanavat löytyvät pääkaupunkiseudulta. Rajapinnat ovat kuitenkin häilyviä ja aina ei tämänkään selvityksen aikana ole voitu olla varmoja siitä tarkoitetaanko sisältötuotannolla välttämättä samoja asioita. Paljon on pitänyt luottaa "implisiittiseen vaikutelmaan". Myös alueelliseen selkeään vertailuun tai luokitteluun on vaikea tällä pohjalla lähteä.

## 2. SISÄLTÖTUOTANTOALA JA ALUEELLINEN KEHITYS

### Alueellinen kehityssuunta on vienyt kohti keskittymistä

Sisältöalan alueellinen kehittäminen on kytkeytynyt tiiviisti laajempaan aluekehitykseen. Sisältöalan tukitoimintaa myös harjoitetaan paljon alueellisten tuki-instrumenttien ja kehitystoimien kautta ja sisältöalaan on ladattu monin paikoin myös laajempia aluepoliittisia odotuksia. Toisaalta laajempi alueellinen kehitys myös luo olennaisen kehikon sisältötuotannonkin mahdollisuuksille.

Alueellinen kehitys Suomessa on viime vuosina kulkenut entistä vahvemmin kohti keskittymistä. Tietyn kasvukeskusalueet ovat imeneet itseensä niin asukkaita kuin taloudellista toimintaakin. Toisaalta kasvukeskusten on odotettu levittävän hyvinvointia myös ympäristöönsä. Alueiden taloudellisessa kehityksessä on kuitenkin suuriakin eroja. Kehitys on jakaantunut epätasaisesti. Aluetilinpidon mukaan muutamien suurimien kasvukeskittymien ovat kehittyneet mainiosti, joko monipuolisen ja kasvulle suotuisan toimialarakenteen tai tietyn kasvutoimialan kautta.

Yleisesti voidaan havaita, että aluekehityksen sydän on siirtynyt suurista teollisuuslaitoksista- ja yrityksistä entistä enemmän koulutuksen, tutkimuksen ja innovatiivisen tuotekehityksen keskittymiin. Myös työllisyysodotukset ovat siirtyneet vahvasti tietointensiivisille aloille. Alueellisen kilpailukykyyn lähteenä on alettu korostaa entistä selkeämmin tutkimus ja kehitystyötä, innovatiivisia aloja ja tietoon perustuvia tuotantomuotoja (Tekes, seutukuntien

<sup>2</sup> Uusmedia toimialaan voidaan katsoa kuuluviksi yritykset ja yritysten sisäiset yksiköt, jotka toimivat joko kokonaan tai osittain seuraavilla digitaaliseen teknologiaan perustuvilla aloilla: www-palveluiden suunnittelu ja toteutus, multimediatarjoajien ja -tuotteiden suunnittelu ja tuottaminen, www-palveluiden ja verkkosisältöjen tarjoaminen, Internet-perustainen mainonta ja markkinointi sekä edellisiin liittyvä koulutus ja konsultointi osana yrityksen muuta toimintaa.

<sup>3</sup> eOppimisen ja digitaalisen materiaalityötuotannon klusteri sisältää erilaisia oppimateriaalityötuotantoja, oppimisympäristöjä, alustoja sekä näihin liittyviä välineitä ja palveluja, joilla verkko-opetusta kehitetään.

kilpailukyky). Taloudellisen kehityksen päävetäjäksi on katsottu muodostuneen entistä vahvemmin luovat innovatiiviset klusterit sekä tieto- ja viestintäala. Alueiden kehityksessä sisältöalan positiivisia erityispiirteitä ei kenties ole vielä täysin huomioitu.

Viime vuosikymmenen lopun kasvu keskittyi selvästi tietyille seuduille. Menestyksekkäimpien alueiden koko ja painoarvo kasvoi ja toisaalta niiden joukko pieneni. Parhaiten pärjäsivät tilastokeskuksen tietojen mukaan Uusimaa, Pohjois-Pohjanmaa ja Pirkanmaa, sekä myös Etelä-Pohjanmaa, jos arvioidaan koko talouden kenttää. Lähelle ylsi myös Varsinais-Suomi. Keskimääräistä paremmin pärjäsivät vielä Päijät-Häme, Pohjanmaa, Keski-Suomi, Kanta-Häme ja Keski-Pohjanmaa. Keskimääräistä heikomman kehityksen alueita taas olivat perinteiset teollisuusalueet Satakunta, Itä-Uusimaa, Etelä-Karjala, Pohjois-Karjala ja Kymenlaakso. Heikoimmin pärjäsivät Kainuu, Lappi ja Savo (<http://www.tilastokeskus.fi/>).

Toisaalta kehityksessä voi olla havaittavissa suuriakin eroja keskuskaupunkien ja maakuntien välillä. Näin on havaittu olevan esimerkiksi Jyväskylän ja Keski-Suomen tai Tampereen ja Pirkanmaan kohdalla. Myös alueiden odotukset ja alueellisten toimijoiden näkemykset voivat poiketa viime vuosikymmenen lopun tilastoista. Keskuskaupungeissa tulevaisuus näyttäytyy kuitenkin selkeästi maakuntia valoisampana. Myös sisältöalan toiminta on pitkälti keskittynyt aluekeskuksiin. Alueellinen yleiskehitys muovaa myös sisältöalan edellytyksiä. Yleisesti ottaen kasvukeskuksissa ja hyvinvoivilla alueilla myös sisältöalan edellytykset ovat paremmat. Toisaalta sisältötuotantoon on ladattu myös taloudelliseen kehitykseen ja työllisyyteen liittyviä odotuksia.

## Aiempi tutkimus ja sisältöalan yleiskuva

Kansallista sisältötuotantoa, sen tilaa ja kilpailukykyä on aiemmin tutkittu mm. F&L Management Services Oy:n, LTT-tutkimuksen, opetusministeriön ja kauppa- ja teollisuusministeriön toimesta. Aiempien tutkimusten lähtökohtana on kuitenkin usein ollut koko Suomen yhteisen tilanteen tarkastelu, ei alueelliseen analyysiin keskittyminen. Kartoituksen pohjana toimii myös Tetta Jounelan (2001) selvitys nimenomaan alueellisen sisältötuotannon mahdollisuuksista Suomessa. Tässä tutkimuksessa on kuitenkin pyritty pureutumaan vielä konkreettisemmin, syvemmin ja empiirisemmin alueelliseen todellisuuteen ja tulevaisuudennäkymiin sekä luomaan kuvaa alueellisesta kehityksestä.

Tetta Jounela arvioi vuonna 2001, että Suomessa olisi noin 8300 sisältöalan yritystä (Jounela, 2001, 9). Näihin on kuitenkin laskettu mukaan hyvin kirjava joukko eri alojen yrityksiä arvoketjun koko skaalalla. Sisältöalaa on kartoitettu tarkemmin tiettyjen osasegmenttien kohdalla. Sektoritutkimuksista toistaiseksi viimeisin uusmedia-alan selvitys on vuoden 2001 *Uusmedia aikuistumisen kynnyksellä*. Av-alasta taas on tehty selvitystä vuoden 2001 lopulla. Uusmedia-alan kartoituksen perusteella Pohto ja Wiren ovat arvioineet, että Suomessa oli vuonna 2000 noin 330 uusmediayritystä. Viime aikaisten myllerrysten on arvioitu hieman supistaneen kenttää, noin 300 yritykseen. Tämän kartoituksen perusteella kenttä vaikuttaa kuitenkin hieman suuremmalta, riippuen luonnollisesti siitä mitä uusmedia-alan lasketaan.

Sisältötuotantoala on vahvasti keskittynyt sekä yrityksittäin että maantieteellisesti. Keskittyminen pääkaupunkiseudulle on selkeää koko ict-klusterin osalta. Yhtenä ict-alan alaryhmänä usein luokiteltavan sisältötuotantoalan liikevaihdosta arvioidaan syntyvän yli 70 % Helsingistä (<http://www.uudenmaanliitto.fi>). Tetta Jounelan arvion mukaan (2001) n. puolet sisältöalan yrityksistä sijaitsee pääkaupunkiseudulla. Arviot pääkaupungin osuudesta sisältöalan yritysmäärässä ja erityisesti liikevaihdossa vaihtelevat usein jopa noin 70-80 % välillä. Tilastoinnin ja arvioiden perusteiden monimuotoisuudesta johtuen selkeän kuvan muodostaminen on hankalaa.

Yleisesti voidaan todeta, että sisältöalan toiminta on vilkastunut. Myös elokuvien ja videoiden tuotanto on Suomessa kasvanut, enimmäkseen toimijoiden lisääntymisen, ei yritysten kasvun kautta. Av-tuotanto on kuitenkin keskittynyt vahvasti pääkaupunkiseudulle, pääosin levityskanavien mukana. Timo Einari Toivosen tutkimuksen mukaan esimerkiksi paikallista televisiotoimintaa harjoitetaan Suomessa vain kolmella alueella. Myös suurimmat kaapelilähetystoiminnan harjoittajat olivat Helsingissä ja Tampereella (Toivonen, 2001).

Toimialoista taloudellisesti ja työllisyyden perusteella merkittävimpinä on perinteisesti pidetty kustannustoimintaa sekä radio -ja televisiotoimintaa. Toisaalta ict-alan ja telekommunikaation merkityksen kasvu on muokannut talouden kenttää. Uusmedian rooli ja varsinkin mahdollisuudet on nähty merkittävästi kasvavina ns. *uuden talouden* kypsytymisen myötä. Myös kansainvälistymisen edellytykset on nähty parhaina uusilla toimintaloilla, kuten peliteollisuudessa tai formaattikehityksessä. Myös edellytykset pääkaupunkiseudun ulkopuoliselle toiminnalle on usein nähty vahvempina uusmedian puolella. Uusmedia-alan toimintaa onkin syntynyt eri puolilla Suomea.

Toisaalta viime aikojen myllerrys varsinkin ict-klusterin sisällä, ristiriitaiset tiedot esimerkiksi ohjelmisto- ja uusmedia-alan tilanteesta, näkymistä ja tulevaisuuden odotuksista eivät ole ainakaan helpottaneet sisältöalan alan toiminnan, merkityksen ja kehityksen arvioiteja. Muutaman vaikean vuoden jälkeen esimerkiksi SATU ry:ssä katsotaan kuitenkin tulevaisuuteen luottavaisin mielin. Toisaalta Satu ry:n jäsenistö on hyvin vahvasti Helsinki-keskeistä.

Yleisedellytyksiä tarkasteltaessa Suomesta on katsottu löytyvän runsaasti luovuutta ja alaan liittyvää koulutustaustaa. Myös teknologista ja infrastruktuuritasoa on pidetty suhteellisen korkeana. Viime aikoina on kuitenkin tuotu esiin kuinka Suomi ei enää välttämättä olekaan uuden teknologian edelläkävijä. Suomi on myös harvaan asuttu ja laaja maa ja esimerkiksi laajakaistayhteydet ovat syrjäseuduilla vielä suhteellisen harvinaisia. Myös tekninen taso vaihtelee.

Aiemman tutkimuksen mukaan suomalaista toimintaa leimaa pienuus, paikallisuus ja kotimarkkinaorientaatio. Pääosin sisältötuotanto on perinteisesti ollut kansallista eli sisältöä on tuotettu kansallisiin, jopa paikallisiin olosuhteisiin ja kuluttajille (Kallio et. al. 2001, 25). Kansainvälisesti vertailtaessa suomalaiset yritykset ovat yleensä hyvin pieniä ja muutama Helsingissä pääkonttoriaan pitävä, Suomen mittakaavassa suuryritys hallitsee vahvasti kenttää (AlmaMedia, SanomaWSOY). Myös yleisradion toiminta on vahvasti painottunut Helsinkiin. Erityisesti levityksessä onkin havaittu pullonkauloja. Viime aikoina sisältöalalla on

kuitenkin tapahtunut pieniä, mutta merkittäviä läpimurtoja, jotka ovat lisänneet uskoa myös suomalaisen sisällön kansainvälisistä mahdollisuuksista.

Sisältöala on paitsi monimuotoinen myös nopeasti muuttuva. Uusien välitys ja levitysteknologioiden, välineiden (esim. mobiililaitteet ja MMS) ja verkkojen kehitys on vaikuttanut siihen, että myös sisällön ja palvelujen kirjo sekä niiden levitysmahdollisuudet ovat lisääntyneet olennaisesti. Sisällön tuottaminen ja levittäminen on myös teknisesti entistä helpompaa ja mahdollista jossain muodossa lähes kenelle tahansa. Esimerkiksi internet ja vapaat verkot tarjoavat täysin uudenlaisia mahdollisuuksia. Hurjimmassa visioissa kaikista ollaankin tekemässä sisällöntuottajia ja myös toiminnan hajauttamisen mahdollisuuksien on nähty kasvaneen olennaisesti.

Erityisesti viime aikoina on korostettu crossmedian, monimediallisuuden mahdollisuuksia. Monimediallisuuden on katsottu lisäävän vahvasti alan toimintamahdollisuuksia. Tällä perusteella huomiota olisikin hyvä kiinnittää enemmän tuotannon alkupäähän. Toisaalta sisällöntuotannon kentällä toimitaan kuitenkin pääosin perinteisesti, ns. perinteistä sisältöä levitetään uusilla tavoilla ja välineillä, kun taas lupaavimmat liiketoimintamallit ja odotukset keskittyvät uusiin sisällön muotoihin.

Markkinaympäristön muutosten ja jakelukanavien lisääntymisen on kuitenkin uskottu lisäävän voimakkaasti sisällön kysyntää ja mahdollisuuksia. Varsinkin verkkojen välityksellä tapahtuva sisällön levitys on vielä monin tavoin kehittyvä alue, joka mahdollistaa suuremman ja laajemman toiminnan. Yleensä jakeluportaiden ja välikäsien poistumisen sekä ketjun loppupään valintamahdollisuuksien kasvamisen on odotettu parantavan varsinaisten tuottajien asemaa ja myös helpottavan toimintaa keskusten ulkopuolella. Sisällöntuotannon arvoketju ja ansaintalogiikat ovat kuitenkin vielä epäselviä. Sisällön kysyntä voi olla nousussa, mutta rahoituksen löytäminen sisällön tuottamiselle on usein vaikeaa, levitys pulmallista ja toiminnan ansaintamekanismit monin paikoin epävarmoja.

## **Julkisen vallan rooli, kansallinen toimijaverkosto ja kehitystoimet**

### **JULKISEN VALLAN ROOLI**

Julkinen sektori voi toimillaan vaikuttaa olennaisesti niin sisältöalan pohjan vahvistumiseen kuin yritystoiminnan edellytyksiin ja kehitykseenkin, myös alueellisesti, esimerkiksi säätelyn tai tukipolitiikan kautta. Suomessa valtio toimii pääosin edellytysten luojana, varmistajana ja tukijana, eli toimintaa kuvaa ns. edellytyksiä luova elinkeinopolitiikka. Suomen elinkeinopolitiikka pohjaa pitkälti kansallisen kilpailukyvyn vahvistamiseen ja kilpailuedun luomiseen pyrkivään toimintaan sekä porterilaiseen klusteriajatteluun (Kallio et al, 2001, kts. myös Porter, 1990). Myös alueelliseen tasapainoon on kiinnitetty huomiota.

Julkinen valta vaikuttaa monin tavoin useisiin tuotannontekijöihin kuten koulutuksen ja työvoiman saantiin, rahoitusvaihtoehtoihin ja infrastruktuuriin sekä myös kysyntätekijöihin ja yleisiin toimintaolosuhteisiin. Julkisen vallan rooli on olennainen siinä, millaisia rakenteita osaamisen ja innovatiivisuuden tukemiseksi kyetään luomaan. Nämä rakenteet voivat olla sekä sosiaalisia ja henkisiä että fyysisiä ja taloudellisia, kuten infrastruktuuriin liittyvät asiat tai

rahoitus- ja toimintaedellytysmekanismit. Myös sisältöalan alueelliseen tilanteeseen ja kehitykseen vaikuttaakin laaja kansallinen toimijaverkosto.

## KANSALLINEN JULKINEN TOIMIJAVERKOSTO JA KEHITYSTOIMET

Sisältötuotantoalaan vaikuttavasta kansallisesta toimijaverkostosta on muokattu tämän selvityksen puitteissa kaavio, johon on koottu olennaisimpia alueellisen sisältötuotannon kehitykseen vaikuttavia toimijatahoja (Liite 3.). Kaavio ei ole täysin kattava, mutta antaa kuvaa toimijaverkoston laajuudesta. Lähes kaikki kansallisen julkisen verkoston "yläkentän" toimijat löytyvät Helsingistä, myös ministeriöt. Eri ministeriöillä on sisältötuotantoon liittyviä hankkeita. KTM toteuttaa alueellisia hankkeita pääosin te-keskusten kautta ja sisäministeriö osaamiskeskusten kautta. Euroopan unionin eContent –ohjelmaa taas Suomessa koordinoivat Tekes ja Opetusministeriö. Yleisradio taas on merkittävä niin sisällön tuottaja, tilaaja, rahoittaja kuin levittäjäkin.

Sisältöalan kehittämiseen on kiinnitetty huomiota eri tahoilla. Lipposen toisen hallituksen tavoitteiden mukaisesti osana tietoyhteiskunnan kehittämistä on asetettu sisältötuotantohanke, jonka tarkoituksena on luoda edellytyksiä Suomen nostamiseksi *merkittäväksi sisältöteolliseksi maaksi* ja kasvattaa suomalaisen kulttuurin osuutta kotimaan markkinoilla ja viennissä. Sisältötuotantohankkeen tavoitteet ovat hyvin laajoja, ja sisältävät monia toimintakokonaisuuksia koskettaen lähes koko digitaalisen tuotannon ja kulttuurin kenttää. Hanke sisältää erityisesti sekä alan liiketoimintaan, sisältöteollisuuteen ja sen kehittämiseen liittyviä osia että myös yleiseen tietoyhteiskuntakehitykseen, koulutukseen ja kansallisen digikulttuurin edistämiseen liittyviä osioita. (<http://www.minedu.fi/sisu>)

Yhtenä sisältötuotantohankkeen toiminnan painopisteenä on siis erityisesti alueellisuuden toteutuminen, johon liittyy katalyyttirahoituksen tarjoaminen alueellisille pilottihankkeille sekä sisäministeriön osaamiskeskusohjelma. Sisältötuotantohankkeen tavoitteena on monimuotoisen kulttuuriyrittäjyyden kehittämisen tukeminen yhteistyössä alueellisten organisaatioiden kanssa, perustuen alueen asiakaskunnan tarpeisiin. Toisaalta on tähdätty myös verkostoitumiseen, laajempien tuotantomallien synnyttämiseen sekä kansainvälistymiseen. Monimuotoisen kulttuuriyrittäjyyden tukeminen on nähty sekä situhankkeen että alueellisten organisaatioiden yhteistyötä. Varsinkin osaamiskeskukset ja yrityshautomot on nähty olennaisina toimijoina.

Kauppa- ja teollisuusministeriön alaisuudessa taas toimii sisältötuotantoprojekti, ESR-rahoitteisena valtakunnallisena projektina Uudenmaan te-keskuksen yhteydessä. Tavoitteena on edistää infocom-klusteriin ja sitä soveltaviin aloihin kuuluvien yritysten kehittymistä liiketaloudellisesti kannattaviksi ja kansainvälisiksi. Sisältötuotantoprojektin toiminta keskittyy erityisesti yritysten toiminnan kehittämiseen. Kehittämishjelmat painottuvat liiketoiminnan, markkinoinnin ja myynnin, strategisen suunnittelun ja johtamisen kehittämiseen. Sisältötuotantoprojekti on toiminut nimenomaan yritysyhteistyön tukijana ja yhteistyössä sisältötuotantotyöryhmän kanssa.

Tällä hetkellä sisältötuotantoprojektin toimintapainotuksia on esimerkiksi valtakunnallisen seminaari ja workshop -sarjan kehittäminen sisältöalalle, jonka tarkoituksena on verkottaa alan toimijoita. Tapahtumapaikkoina tulevat olemaan Helsingin lisäksi myös muut isot

kasvukeskukset. Myös sekä te-keskusten, Tekesin että kauppaja teollisuusministeriön virkamiesten asiantuntemusta sisältöalasta pyritään lisäämään koulutuksella. Syksyllä tullaan käynnistämään myös sisältöalan konsulttikoulutus ympäri maata, palvelemaan alan yritystoimintaa niin juridisissa, liiketaloudellisissa kuin yrityskehitykseenkin liittyvissä kysymyksissä. Myös tilastoinnin ja yritysseurannan ongelmiin on kiinnitetty huomiota. (Tarjanne, 30.8.2002)

Kauppaja teollisuusministeriön on käynnistänyt myös digitaalisen media- ja sisältötuotannon kansallisen yrityskehitysohjelman (MESI), jonka tavoitteena on uusien media- ja sisältötuotantoyritysten perustaminen sekä yritysten kasvun ja kilpailukyvyn lisääminen. Kolmevuotista MESI-hanketta vetää pääosin Oy Media Tampere Ltd. Tällä hetkellä meneillään esim. sisältötuotantoalan liiketoimintamalleja koskevia tutkimus- ja koulutushankkeita osana Muusa kehitysohjelmaa<sup>4</sup>, jonka organisaattorina toimii Innopolin Spinno BDC. Kehitysohjelma on tarkoitettu kansainvälisille markkinoille tähtääville sisältötuotanto- ja ohjelmistoyrityksille. Tavoitteena on tukea monimediaympäristössä toimivien pk-yritysten kasvua ja kansainvälistymistä.

Viime aikoina on käyty keskustelua erityisesti Tekesin<sup>5</sup> roolin kasvattamisesta myös sisältötuotantoalalla. Helsingissä toimipaikkaansa pitää myös toistaiseksi ainoa sisältötuotantoon erikoistunut pääomarahoitus yhtiö, CIM, Creative Industries Management. Myös olennaisimmat sisältöalaan liittyvät organisaatiot, järjestöt, verkostot ja yhdistykset sijaitsevat Helsingissä, kuten Suomen elokuvaseuratiö, Avek ry, tai sisältöalan merkittävimpänä pidetty järjestö Satu ry<sup>6</sup>. Satu ry:n toiminta on periaatteessa samanlaista kaikkialla, mutta järjestön aktiivisin toiminta on vahvasti Helsingissä. Järjestössä oli viime vuonna jäsenyrityksiä 130 kpl, joista hyvin suuri osa pääkaupunkiseudulta (SATU, 2002).

Myös aluepolitiikan puolella sisältöalan edistämiseen ja toimintaan vaikuttavat monet tahot ja tukirakenteet. Kansallista aluepolitiikka on viime vuosina toteutettu erityisesti osana EU:n rakennerahasto-ohjelmia. Unionin rakennerahastot ja tavoite -ohjelmat ovat merkittäviä myös alueelliselle sisältöalan toiminnalle, toimiessaan kansallisen aluepolitiikan ohjaajina sekä korostaessaan erityisesti tietoyhteiskunnan kehittämistä ja sisältötuotantoalaan panostamista. Tavoite-ohjelmissa painotetaan paitsi työllisyyttä ja yrittäjyyttä myös osaamista, uutta teknologiaa, tietoyhteiskuntakehitystä, kulttuuriteollisuuden näkökulmaa sekä sisältötuotannon ja digitaalisen median kehitystä. Kartta Suomen tavoiteohjelma alueista löytyy sisäasianministeriön internet-sivuilta<sup>7</sup>.

Sisältöalaa koskevat unionin toimintamuotoja ovat myös yleiset rakennerahastot (ESR ja EAKR), joista varoja on saatavilla erityisesti juuri aluekehitykseen tähtääville hankkeille, myös kulttuuriteollisuuden ja sisältötuotannon aloilla. Monet alueelliset hankkeet myös sisältötuotantoalalla ovatkin saaneet osarahoitusta näistä rahastoista. Tulevaisuutta silmällä pitäen tukiin on kuitenkin odotettavissa selkeitä muutoksia.

---

<sup>4</sup> <http://www.muusa.org>

<sup>5</sup> <http://www.tekes.fi>

<sup>6</sup> <http://www.satu.fi>

<sup>7</sup> <http://www.intermin.fi>

Suomea on pidetty aluepoliittisen ajattelun edelläkävijänä. Erityisesti osaamiskeskusohjelma ja aluekeskusohjelma ovat saaneet kiitosta. Kansallisen aluepolitiikan tärkeimpiä välineitä ovat aluekeskusohjelmat, seutuhankkeet ja osaamiskeskusohjelmat. Sisältötuotantoon on useiden näiden instrumenttien yhteydessä ainakin viitattu.

Maakuntien liitot<sup>8</sup> toimivat keskeisinä aluekehitysviranomaisina. Liitojen johdolla laaditaan maakuntiin alueen kehittämisohjelmat ja maakuntasuunnitelmat, jotka muodostavat alueellisen kehityksen oleelliset instrumentit. Aluekehittämisohjelmat sisältävät maakunnan kehittämisen tavoitteet ja strategiat. Aluekeskusohjelmaa taas toteutetaan 34 ohjelmaan hyväksytyllä alueella eri tahojen toimesta. Osana alueellista kehittämistä ja elinvoimaisuutta on tietyissä ohjelmissa kiinnitetty erityistä huomiota sisältöalan kehittämiseen.

Sisältöalan toiminnan kannalta erityisen olennaisia ovat Suomeen luodut osaamiskeskukset<sup>9</sup>, joiden toiminta-ajatuksena on kansainvälistä huipputasoa edustavan tiedon ja osaamisen hyödyntäminen yritystoiminnan, työpaikkojen luomisen ja alueellisen kehittämisen voimavarana. Valtakunnallisella osaamiskeskusohjelmalla tuetaan alueellisia vahvuuksia, alueiden välistä erikoistumista ja yhteistyötä eri osaamiskeskusten välillä. Uusien osaamiskeskusten valinnassa on otettu huomioon myös muut kuin teknologiapainotteiset osaamisalat. Tällaisia aloja ovat uusmedia, elämysteollisuus, kulttuuri, ohjelmistotuotteet sekä muotoilu-, laatu- ja ympäristöosaaminen. Osaamiskeskukset edistävät tutkimuksen ja yritystoiminnan kehittämistä ja niihin liittyy usein hautomotoimintaa.

Sisältötuotantoalaan liittyviä osaamiskeskuksia on erityisesti Helsingin kulttuuriteollisuuden ja uusmedian osaamiskeskukset, Turun kulttuurituotannon, Tampereen viestinnän ja informaatioteknologian, Rovaniemen elämysteollisuuden ja Porin etäteknologian osaamiskeskukset. Myös Jyväskylän, Oulun ja Lahden osaamiskeskusilla on vähintään liittymäpintaa sisältöalaan. Suomessa toimii myös muita osaamiskeskuksia ilman sisäministeriön virallista statusta. Esimerkiksi Kymenlaaksoon on kehitetty vahvasti sisältöalaan liittyvä osaamiskeskus.

Suomessa toimii myös kymmenen teknologiakeskusta<sup>10</sup> korkeakoulupaikkakunnilla, jotka vastaavat useilla paikoilla kansallisen osaamiskeskusohjelman alueellisesta toteutuksesta ja palvelevat monipuolisesti yritystoimintaa, kehittämisorganisaatioita ja koulutusta. Teknologiakeskusten ympärille on usein keskittynyt paljon toimintaa, nykyisin myös vahvasti sisältöalan toimintaa. Keskuksissa toimii usein myös yrityshautomotaja. (hautomotoiminnasta on tekeillä selvitys Culminatumin toimesta)

Käynnissä on myös runsaasti erilaisia seutuhankkeita, jotka yhdistävät maakuntien kaupunkeja ja kuntia. Aluekehitystyö koostuu useista eri toimijoista, strategioista ja hankkeista. Eri alueilla on myös erilaisia fokuskohteita, strategioita ja keskittymisalajoja. Sisältötuotantoala on kuitenkin jo kansallisten ja Euroopan unionin puolesta nostettujen painotusten vaikutuksesta nostettu useissa strategioissa esiin. Sisältöalan toimijakenttä

<sup>8</sup> <http://www.reg.fi/>

<sup>9</sup> <http://www.intermin.fi/suom/oske/>

<sup>10</sup> <http://www.tekel.fi/>

koostuu hyvin laajasta verkostosta ja eri alueilla tapahtuvaan tuotantoon vaikuttavat usein monet tahot.

### 3. SELVITYKSEN KESKEISIMMÄT HAVAINNOT

#### Perus tuotantoedellytykset ovat kunnossa

Pääosin kaikilla alueilla perusedellytykset arvioitiin toimiviksi, niin yleisympäristön kuin infrastruktuurinkin suhteen. Myös fasilitetit, laitekanta ja tuotantomahdollisuudet sekä -tilat nähtiin yleensä olevan kunnossa. Monille alueille on myös rakennettu huomattavaakin laitteistoa ja studioresursseja. Erityyppisiä mediakeskuksia on perustettu ympäri Suomea, usein osin eu-tukien avulla.

Ongelmien ei myöskään koettu kulminoituvan koulutus- tai osaamisresursseihin. Varsinkin osaamista löytyi haastateltavien mukaan jokaiselta alueella. Suomessa on laaja yliopisto ja erityisesti ammattikorkeapeitto, joissa koulutusta on alettu kohdentaa entistä enemmän myös sisältötuotantoon liittyville aloille. Hyvin monilla alueilla on myös tähdätty eri media- ict ja kaupallisen alan koulutusyksiköiden tiiviimpään yhteistyöhön, jopa keskittämiseen.

Rooliensa mukaisesti yliopistot keskittyvät enemmän tutkimustoimintaan ja kouluttavat laaja-alaisesti ja ammattikorkeakoulut taas nähdään enemmän varsinaisten tekijöiden tuottajina. Viestintäaineiden lisäksi alan osaajia koulutetaan myös monissa muissa tiedekunnissa, koulutusohjelmissa ja yksiköissä, niin teknisellä kuin humanistisellakin puolella. Toisaalta koulutus on monin paikoin vasta kehittymässä. Erityisesti erilaisilla koulutus- ja kehittämisyksiköillä sekä aikuis- ja täydennyskoulutuskeskuksilla on monissa maakunnissa merkittävä rooli myös sisältöalan kehittäjinä. Oppilaitoksilla on usein myös merkittäviä hankkeita liittyen sisältöalaan.

Monet opinto-ohjelmat ovat kuitenkin vasta alkuvaiheissa ja koulutuksessa ja sen kohdentamisessa on myös tämän selvityksen perusteella vielä kehitettävää. *Peruskoulutusta on valtakunnallisesti aivan liikaa. Opettajaresursseja on liian vähän, laatu hakusessa eikä koulutus tunnu olevan kenenkään vastuulla.* Määrän sijaan onkin panostettava laatuun. Tässä yhteydessä ei ole lähdetty tarkemmin analysoimaan koulutuksen tasoa, siitä löytyy omat tutkimuksensa. Panostusta ja kohdentamista kuitenkin yhä kaivataan ja myös tietyistä erityisosaajista on aina pulaa.

Liikakoulutus ei ole kenenkään etu ja koulutuksen tulee perustua realistisiin tarpeisiin. Toisaalta taas yrittäjyyden ja yritystoiminnan kehittyessä osaajille voi löytyä töitä, mikäli Suomesta todella onnistutaan luomaan *merkittävä sisältöellinen maa*. Koulutuslaitoksilla on myös olennainen alan profiilia nostava vaikutus ja koulutuslaitoksille on myös kehittynyt erityisiä vahvuus- ja keskittymisalaja.

Kokonaisuudessaan edellytykset ja osaamisresurssit koettiin lähes poikkeuksetta koko maassa vähintään riittäviksi. Ainoastaan markkinat, kysyntä ja levityskanavat ohjasivat toimintaa keskuksiin ja ennen kaikkea pääkaupunkiseudulle. Selvityksessä korostui, kuinka fyysiset välimatkat vaikuttavat myös nykyään. Esimerkiksi asiakaskontaktit, rahoittaja- tai



partnerisuhteet vaativat myös fyysisiä tapaamisia, vaikka itse tuotanto voitaisiinkin toteuttaa missä vain.

## Sisältötuotantoalan alueellinen nykytilanne

### YRITYS- JA TOIMIJAKENTTÄ ON MONIMUOTOINEN, MUTTA PIENI

Alueilta löytyy varsin monialaista toimintaa, eri toimialoilta, strategisilta toimintasegmenteiltä ja arvoketjun vaiheista. Yrityksiä löytyy laajalti koko sisältöalan kentältä. Määrällisesti ainakin tämän selvityksen perusteella uusmedian viestintätoimistot tai erilaiset verkkomediatauotannot ovat vahvasti edustettuina. Yrityksistä suurimman joukon ainakin näyttävät muodostavan pienet mainos-, verkkotuotanto- ja viestintäyritykset.

Yksittäisillä alueilla sisältöalan toimijoita on kuitenkin suhteellisen vähän ja yrityskenttä koostuu pääosin pienistä yrityksistä. Eniten löytyy hyvin pieniä, korkeintaan neljän, usein yhden miehen yrityksiä, toki toimialasta riippuen. Heikko ja kapea yrityskenttä nähdään myös perusongelmana ja yhtenä kehityksen esteenä, koska *keskustelukumppaneita* tai *vetureja* ei löydy. Synergiaa ja uusia ideoita ei rakennu niin helposti ja suuria produktiota tai tilauksia on vaikea houkuttaa. Yritysten pienuus ja erikoistuminen korostui selvästi. Toiminta on näin suhdanneherkkää ja verkostojen merkitystä korostavaa.

Uusia mielenkiintoisia tuotantoyrityksiä kuitenkin syntyy esimerkiksi hautomoiden kautta ja uusia liiketoimintamahdollisuuksia haetaan. Liiketoiminnan vahvistumiseksi joillain alueilla odotetaan muutoksia yrityskenttään ja suurempien yksiköiden syntymistä. Usein maakunnissa toimivat yritykset ovat pyrkineet löytämään jonkun tietyn erityismarkkinalohkon, segmentin jolle erikoistua.

Arvio yrityskuvasta perustuu kuitenkin siis pääosin näkemyksiin. Sisältöalan yrityksiksi on laskettu tai on laskettavissa hyvin kirjava joukko erilaisia yrityksiä. Alueellisia arvioita on tehty hyvin eri perustein ja rajauksin, eikä tässä selvityksessä nostettuja arvioita pidä pitää toisiinsa verrattavina, vaan paremminkin kuriositeetteina. Yleensä myös ns. monialayritykset, siis toimijat joilla sisältöala muodostaa vain yhden toiminta-alueen puuttuvat arvioista. Mikäli halutaan selvittää millaista toimintaa todella löytyy, alueellisten selkeiden ja konkreettisten selvitysten ja rekistereiden kehittämiseen tulisi panostaa.

### KAPEA MARKKINA- JA KYSYNTÄTILANNE ON PERUSONGELMA

Ehdottomasti suurimman kehityksen esteen monilla alueilla koettiin muodostavan pienet markkinat ja kysyntäolot. Alueellinen kysyntätilanne arvioitiin oikeastaan kaikkialla heikoksi. Kuten oletettua, pelkkä alueellinen kysyntä ja asiakaskunta ei riitä toiminnan pohjaksi, vaan yritykset ovat omaksuneet kansallisen jopa kansainvälisen markkinaotteen. Pienet lähimarkkinat sekä levitysmahdollisuuksien ja suurempien markkinoiden löytyminen muualta ei kannusta maakunnissa toimimista.

Alueiden toimijat eivät miellä itseään oikeastaan missään alueellisiksi toimijoiksi, vaan toiminta nähdään vähintään kansallisena. Aiempiin tutkimuksiin ja odotuksiin verrattuna

yllättävänkin vahvasti ja monipuolisesti ollaan lähdetty ainakin hahmottamaan myös kansainvälisiä mahdollisuuksia ja yhteyksiä.

Toisaalta suuri osa yrityksistä on kuitenkin todellisuudessa pieniä viestintä- ja mediatoimistoja, joille lähimarkkinat muodostavat olennaisen markkinakentän. Vaikka monille on muodostunut oma segmenttinsä, pienillä viestintäyrityksillä esiintyy myös enemmän alueellista kilpailua, kun taas esimerkiksi av-yritykset kilpailevat vahvasti kansallisesti sekä kansainvälisen halpatuonnin kanssa.

## ALUEELLISIA PAINOTUKSIA JA STRATEGIOITA ON HAHMOTTUMASSA

Useilla alueilla on havaittavissa ainakin jonkinasteisia painotuksia, usein ilman suurta tietoista valintaa ja vahvuusalojen pohjalta muotoutuneita. Yleensä toimintaa kyllä löytyy laajalla skaalalla, mutta tiettyjä painotuksia ja erityissuuntauksia on silti havaittavissa. Erityisesti pedagogiset sisällöt ja verkko-opetusmateriaalit tai terveydenhoitoon liittyvät palvelut oli nostettu tietyillä alueille esiin. Myös esimerkiksi lastentuotantoihin tai mobiilisisältöihin ainakin suunnitellaan painotuksia.

Monin paikoin myös varsinkin julkiselta puolelta on pyritty luomaan strategisia linjauksia, fokus- tai erikoistumisalueita, mutta nämä linjaukset ovat usein vasta hahmottumisvaiheissa ja niiden omaksumisesta tai konkretisoitumisesta on liian aikaista puhua. Koska ala on myös nopeasti muuttuva ja kehittyvä, linjaukset ja painotukset voivat muuttua nopeastikin. Painotuksia, jotka selvityksen lopussa alueiden kuvausten kohdalla on nostettu esiin, ei pidäkään pitää kattavina tai yksiselitteisinä, vaan ne ovat ennemminkin pelkistettyjä erityispiirteitä tai teemoja, jotka selvityksen mukana korostuivat.

## VERKOSTOITUMINEN ON ELINEHTO

Vaikka pakkoverkostoja, ylhäältäpäin muodostettuja yhteenliittymiä tai "nenienhierontakerhoja" usein vastustetaan, ne voivat sellaisenaankin johtaa uusiin mahdollisuuksiin, kehitysprojekteihin ja toimiviin yhteistyösuhteisiin. Vaikka tarpeesta ja aidosta yhteistoiminnasta syntyvät suhteet ovat usein toimivampia, myös pelkkä kokoontuminen, tietoisuuden parantaminen toisista ja keskusteluyhteyden muodostaminen voi paitsi nostaa alan profiilia sekä ulkoisesti että sisäisesti (mikä sinälläänkin on tärkeää), myös toimia avaimena uusille ratkaisuille ja liiketoimintamalleille. Alueet joilla on satsattu verkostojen luomiseen ja niihin liittymiseen sekä synergian synnyttämiseen vaikuttavat kehittyneen vahvasti.

Verkostoituminen on erityisen tärkeää pienille toimijoille, joiden paitsi näkyvyys myös resurssit ovat rajallisia. Yhteistoiminnalla ja verkostomalleilla voidaan paitsi kehittää markkinointia, myös mahdollistaa laajemmat tuotannot (kts. myös Rusanen, 2002). Moni haastatelluista korostikin verkostoitumista alueellisten toimintaedellytysten välttämättömyytenä ja henkireikänä. Verkostojen ja yhteistyön merkitys oli monilla alueilla nostettu esiin, niin alan näkyvyyden kuin suurempien tuotantojenkin mahdollistajina. Verkostojen kehittämiseen on panostettu vahvasti esimerkiksi Porissa, Tampereella ja Oulussa. Helsingin vahvuutena myös poikkeuksetta tuotiin esiin toiminnan keskittyminen,

verkostojen ja laajan toimijakentän löytyminen. Tämä, kuten myös yleinen keskittymiskehitys puhuu vahvasti synergian ja verkostojen merkityksen puolesta.

Verkostoissa ja yhteistoimintamalleissa arvioitiin kuitenkin olevan vielä paljon kehitettävää, ne olivat usein vielä nuoria ja muotoansa hakevia. Paljon toimitaan luonnollisesti myös epävirallisten henkilöverkostojen kautta. Varsinaisia yhdistyksiä, foorumeita tai organisoituja verkostoja löytyi harvoilta pienemmiltä alueilta. Niitä ei aina toimijakentän pienuudenkaan vuoksi ole pidetty tärkeinä. Toisaalta tällaisista yhteenliittymistä on usein positiivisia kokemuksia. Kuten eräs haastateltavista ilmaisi: *Verkostoituminen on elinehto – ilman sitä yritys juuttuu paikoilleen.* Verkostotoimintamallit ja "legoprojektit" ovat olennaisia pienyritysten toimintamahdollisuuksien kannalta. Toisaalta yhteistuotannot vaativat myös strategista ja sopimusosaamista ja verkostot usein myös koordinaattoreita ja yhdistäjiä.

Julkisten toimijoiden, osaamis- ja teknologiakeskusten sekä erilaisten järjestöjen ja yhteenliittymien tehtävä voikin olla kokoava rooli, organisaattori ja koordinoija, millaista tukea monet haastatelluista kaipasivat. Verkostojen ja yhteyksien luonti ja ylläpitäminen koettiin tärkeäksi, mutta siihen ei pienyrityksillä usein ole aikaa. Yleiset yrittäjäjärjestöt taas usein pitävät sisällään turhan erilaisia yrityksiä.

## TYÖVOIMARESURSSEJA LÖYTYY

Työvoimaresurssit nähtiin yleisesti suhteellisen hyvinä, lähes kaikilta alueilta löytyi alaan liittyviä koulutuslaitoksia joista saadaan työvoimaa. Toisaalta jälleen kerran kaivattiin erityisosaajia sekä sisältöpuolelle, tekniselle puolelle että myös kaupalliselle puolelle. Myös aiemmissa tutkimuksissa esiin noussut moniosaajien puute vahvistui tässäkin yhteydessä. Kouluista tulevat ovat usein perustaltaan hyviä, mutta kaipaavat joko lisää erityisosaamista ja täsmäkoulutusta tai erityisosaajat taas laajempaa ymmärrystä.

## KLUSTERI- JA LÄHIALAMAHDOLLISUUKSIA ETSITÄÄN

Muutamilla alueilla on selkeästi lähdetty etsimään uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja malleja lähialoilta tai perinteisiltä alueellisilta vahvuusalueilta. Uusia toimintamahdollisuuksia on myös löydetty, esimerkiksi Kuopiossa lääketieteestä, Lapissa vahvasti matkailusta ja tapahtumatuotannosta.

Toisaalta myös alueelliset elinkeinopainotukset tiettyihin suuntiin näkyvät myös sisältöalan painotuksissa. Monilla alueilla varsinkin julkisen puolen taholta esimerkiksi ict-klusteri kokonaisuudessa on valittu kehitysalaksi ja sisältötuotanto tai digitaalinen media nähdään vahvasti yhtenä klusterin osiona. Tällöin it- ja teknologiapuoli toimii vahvasti ajattelun ja toiminnan kehikkona.

## RAHOITUS ON ONGELMALLISTA

Rahoitus tai oikeastaan sen puute oli odotetusti useimmilla alueilla yksi yleisimmistä nousseista ongelmista. Julkista tukirahoitusta kaivattiin sisältöalalle lisää, mutta ennen kaikkea liiketoiminnan ja tuotekehityksen tueksi. Joillain alueilla on kehitetty myös erityisiä

alueellisia rahastoja, joiden toiminta nähtiin tärkeänä. Toisaalta varsinkin eu-rahoituksen merkitys nousi usein esiin.

## YLEISKUVA ON KIRJAVA JA HELSINKI VETÄÄ TOIMIJOITA

Sisältötuotantoalan yleiskuva on hyvin kirjava. Paljon tapahtuu eri puolilla maata niin julkisen sektorin kuin yksityisten yritystenkin toimesta ja kokonaiskuvasta on vaikea saada selkoa. Tietoa on pieninä palasina siellä täällä. Mikäli alueellisia kartoituksia on tehty niiden näkemykset ja tulokset vaihtelevan rajausten mukaan hyvinkin paljon. Toisaalta joillain alueilla (Mikkeli, Seinäjoki, Lahti) toimijaverkoston ja haastateltavien hahmottaminen vaati näin ulkopuoliselta aikamoista salapoliisityötä, minkä sinällään voi jo katsoa kertovan jotain. Yleisesti voidaan todeta, että useilla alueilla on meneillään mielenkiintoista toimintaa, mutta paljon siitä on vasta hyvin alkuvaiheissa. Sisältöä syntyy ja luodaan varmasti erittäin paljon, mutta tässä selvityksessä keskityttiin käytännön syistä kuitenkin siis pääosin sisältötuotantoon liiketoimintana.

Yritystoimintaa löytyy laajalla skaalalla eri puolilta maata. Lähes koko maasta löytyy, kenties pienimuotoista mutta kuitenkin, toimintaa lähes kaikilta sisältöalan alasegmenteiltä. Paljon myös kehitellään uusia yritysideoita ja toimintamalleja, myös uusille innovatiivisille aloille. Vaikkakin tiettyjä vahvuusaloja (jotka lopun alueellisissa katsauksissa on teemoina nostettu erityisesti esiin) on havaittavissa, ne eivät kuitenkaan sulje pois monenlaista muuta toimintaa.

Kuten jo aiemmat tutkimukset ovat osoittaneet sisältöalan yritystoiminta on pääosin hyvin pienyrityspainotteista ja pääosin myös nuorta. Alueellisesta toiminnasta paljon tapahtuu myös ainakin osittain julkisen rahoituksen tuella. Toisaalta tämä voi johtua myös yrityskentän nuoruudesta ainakin digitaalisen median alalla.

Markkinoiden kuvaa kuitenkin leimaa suhteellisen selkeä ero eri alueiden sekä aluekeskusten ja muun maakunnan välillä. Erityisesti yritysten ja markkinoiden koko vaihtelee suuresti. Markkinoiden suhteen edellytykset ovat epätasaiset ja keskittyminen on vahvaa. Sisältöala on keskittynyt pääosin aluekeskuksiin ja Helsinki-keskeisyys varsinkin levityskanavien ja asiakkaiden vaikutuksesta on erittäin selkeä. Vaikka yrityksiä löytyy eri puolilta Suomea monet näistä kuitenkin kokevat, että kontaktit Helsingin suuntaan ovat elintärkeitä. Useat haastateltavista korostivat, että varsinkin digitaalisen median yrityksille on usein sama missä työt varsinaisesti tehdään, mutta esimerkiksi asiakastapaamisissa ja markkinoinnissa fyysiset kontaktit ja näkyvyys ovat edelleen välttämättömiä. Suuri osa asiakkaista ja levityskanavista toimii pääosin pääkaupunkiseudulla. Tämän vuoksi monilla maakunnallisilla yrityksillä on toimintaa myös Helsingissä tai vähintään jossain muussa suuressa aluekeskuksessa. Voidaankin todeta, että myös "uuden talouden ja tietoverkkojen" aikana fyysiset kontaktit ovat olennaisia.

## Alueelliset strategiat ja hankkeet sekä sisältöala

Tietoja alueellisista kehittämisohjelmista löytyy esimerkiksi maakuntaliittojen, kehittämissyhtiöiden ja kaupunkien kotisivuilta. Alueellinen toimijaverkosto (kts. liite 4.) on pitkälti samanlainen eripuolilla Suomea, mutta toimijoiden rooli ja merkitys vaihtelee

alueittain. Toisilla alueilla kuten Pohjois-Karjalassa maakuntaliitolla on suhteellisen vahva rooli myös sisältöalalla, toisaalla taas paikallinen kehittämissyhtiö, kuten Turussa, kaupunki tai te-keskus on selkeästi panostanut myös sisältöalan kehittämiseen.

## PALJON HANKKEITA ON MENEILLÄÄN

Sisältötuotantoalalla on meneillään runsaasti alueellisia hankkeita, joista jotkut ovat saaneet kiitettävästi valtakunnallistakin huomiota sekä pystyneet luomaan erilaisia yhteistyömuotoja ja verkostoja. Hyviä esimerkkejä tällaisesta on esimerkiksi Tampereen ja Turun seuduilta. Toisaalta myös monilla alueilla, joilla toimet eivät ole saaneet julkisuutta on sisältötuotannon kehitykseen satsattu voimakkaastikin.

Erityisesti mediakeskusten tyyppisiä ympäristöjä on rakennettu useisiin paikkoihin, jopa hyvin mittavilla kalustoilla. Keskukset parantavat olennaisesti alueiden toimintaympäristöä, edellyttäen että niiden tiedotus ja käyttömahdollisuudet on rakennettu toimiviksi. Toisaalta mittavien laitteiden ja studioiden suhteen on esitetty kysymys siitä riittääkö monille näin suurille kysyntää. Keskusten rooli voi myös joskus olla hieman ongelmallinen yrityskentän suhteen.

## SISÄLTÖTUOTANTO OSANA ICT- TAI KULTTUURIKLUSTERIA

Sisältötuotanto on useissa kehitysohjelmissa ainakin jotenkin huomioitu tai siihen on edes jossain yhteydessä viitattu. Sisältötuotannon sijoittaminen toimintakenttään on kuitenkin koettu hieman ongelmalliseksi. Usein sitä ei ole otettu itsenäiseksi painoalueeksi, vaan alaa käsitellään yleensä joko osana ict-klusterin kehittämistä tai kulttuurin kehittämissuunnitelmissa. Sisältöalan yhdistäminen elinkeinostrategioihin on tuonut sille painoarvoa. Monet alueet ovat omissa kehitysstrategioissaan nostaneet myös sisältötuotannon yhdeksi mahdollisuuksien alaksi, usein siis osana ict- tai kulttuuriklusteria. Vahvat odotukset vaikuttavat paikoittain kuitenkin hieman epärealistisilta ja konkretisoinnissa on vielä pohdittavaa. Sisältöalalla on lastattu voimakkaitakin odotuksia ja alueellisten strategioiden avulla on pyritty luomaan osaamiskeskittymiä, yritystoimintaa ja työpaikkoja.

Näyttää siltä, että alueelliset kehityshankkeet muistuttavat sisältötuotantohankkeen tavoitteita ainakin koulutus- ja tutkimusresurssien, verkostoitumisen ja paikallisen erikoisosaamisen vahvistamisen osalta. Alueellisissa kehitysohjelmissa ja -hankkeissa, niin elinkeino, teknologia kuin kulttuurialallakin korostetaan usein koulutuksen ja tutkimuksen vahvistamista, yritysten innovatiivisuuden ja tuotekehityksen sekä yritystoiminnan edellytysten vahvistamista, tuotteiden kaupallistamista ja markkinointia, pk-yritysten verkostoitumista ja klustereiden muodostumista, osaamiskeskittymien vahvistamista, työllisyysnäkökohtia sekä positiivisia aluekehitysvaikutuksia.

Toisaalta alueelliset kehittämissuunnitelmat kumpuavat alueellisista vahvuuksista, joten painopisteet vaihtelevat. Koordinoinnissa, toimien yhteensopivuudessa ja pitkäjänteisyydessä on vielä kehitettävää. Tavoitteenahan ovat konkreettiset tulokset, vilkas ja kannattava yrityskenttä sekä alueelliset menestystarinat.

Yksi vahva syy sisältöalan nousemiselle asiapapereihin ovat varmasti eu-tukiohjelmat, joissa sisältötuotanto on mainittu yhtenä painopistealueena. Useille maakunnille ja myös niiden sisältötuotantoaloille unionin ohjelmat ja myös rakennerahastot ovat erittäin tärkeitä. Paljon sisältöalan suurista hankkeista on tehty esimerkiksi ESR tai EAKR osarahoituksella ja suuri osa alueellisesta tuesta tulee tavoiteohjelmien kautta.

## SISÄLTÖALA JULKISELLE SEKTORILLE SILTI USEIN VIERAS

Sisältöalan nuoruus ja tuntemattomuus sekä kenties tästä johtuva alan erityispiirteiden ymmärtämättömyys paikallisorganisaatioissa koetaan usein ongelmallisena. Tilanteen on koettu kuitenkin selkeästi kehittyneen. Toisaalta soitto esimerkiksi alueellisiin te-keskuksiin viittasi siihen, että sisältöalan on useimmille te-keskuksille edelleen suhteellisen vieras tai ainakaan se ei ole mitenkään kohdennettu kiinnostusala. Joitain alueellisia selvityksiä tai ennakkointikartoituksia on tehty, mutta ne ovat usein vanhoja. Erillisiä rekistereitä tai tilastointeja tai alan yrityskartoituksia ei juuri ole tällä hetkellä saatavilla ja tätä kautta kuvaa alueen yrityskentästä alalla on vaikea muodostaa. Sisältötuotantoala on monissa te-keskuksissa liitetty teknologiayksikön toimintaan. Sisältötuotantoalan kehittämiseen sellaisenaan ei juuri ole kohdennettu erityisiä toimia tai rahoitusta, paria poikkeusta lukuun ottamatta. Erytysratsauksia löytyy esimerkiksi Porista tai Vaasasta, btb2000+ ohjelman kautta.

## YRITYSTOIMINNAN KEHITTÄMISTÄ JA PITKÄJÄNTEISYYTTÄ KAIVATAAN

Alueellisilla hankkeilla ja kehityssatsauksilla on saatu selkeitä tuloksia aikaan, yritystoimintaa synnytettyä ja vahvistettua. Erityisen toimivina nousivat esiin satsaukset joissa on panostettu pysyvyyteen ja "kestävään kehitykseen". Alueellisilta kehittämisstrategioilta ja hankkeilta toivottiinkin konkreettisuutta ja pitkäjänteisyyttä: *Tampereen Media Tampere Ltd on uskoakseni hyvä malli. Ja kun sillä on resursseja palkata ihmisiä vakituiseen eikä pelkästään projektikohtaisesti, nämä pysyvät henkilöt voivat tehdä tulevaisuuden suunnitelmia ja pitää homman koossa.* Myös hautomotoiminta koettiin erittäin tarpeelliseksi ja toimivaksi. Hautomotoiminnan lisäksi myös yrityskehitykseen tulisi satsata, esimerkiksi kiihdyttämöjen muodossa. Monissa yhteyksissä tuli esiin, kuinka tukea tarvittaisiin yritystoiminnan vahvistuessa.

Koulutussatsausten ja tuotantojen tukemisen lisäksi paikallisilta toimijoilta kaivattiin toimia myös kuluttajien kouluttamiseen: *Markkinoiden synnyttäminen ja ymmärryksen lisääminen olisi olennaista. Myös tekijöiden koulutus- ja kehityshankkeita on paljon, muttei juuri panosteta kuluttajien kouluttamiseen.* Yhtenä olennaisena paikallisten julkisten toimijoiden kehittämiseksi nostettiin esiin oman alueen tuotantoihin panostaminen: *Julkinen sektori voisi myös asiakkaana tukea enemmän alueellisia toimijoita, esim. ostaa oman alueen tuottajilta.*

Alueellisen toiminnan tukemisen kannalta voikin olla olennaista uusien rakenteiden ja yhteydenpito mahdollisuuksien edistäminen. Maakunnalliset yrittäjät kaipaavat paitsi rahallista investointia, myös ennen kaikkea yritystukirakenteita, näkyvyyttä ja kysyntää omalta alueelta, sekä tukea asiakassuhteiden hoidossa, kansallistumisessa ja

kansainvälistymisessä. Monet yleiset yritystoiminnan pulmat ja edistämistoimet pätevät myös sisältötuotantoon, vaikkakin alalta kokonaisuudessaan ja myös sen sisältä löytyy omia erityispiirteitä.

## Tulevaisuuden näkymiä

### NÄKYMÄT VAIHTELEVAT, PALJON ON ODOTTAVAA KÄYNNISTELYÄ

Elinkaarellisesti sisältöalan voidaan kokonaisuudessaan katsoa olevan ainakin kaikkialla muualla paitsi Helsingissä ja Tampereella vielä vahvasti käynnistysvaiheessa. Erot alueilla kehityskaarellisesti ovat pieniä, vaikkakin tämän perustuu vahvasti arvioihin ja näkemyksiin. Sisältöalan sisällä sektoreittain kypsyyssvaihe vaihtelee kuitenkin suuresti. Myös monilta pienemmiltäkin alueilta löytyy vakiintunutta toimintaa. Kokonaisuudessaan sisältöala on kuitenkin vielä hyvin nuori ja käsitemin on vasta useille seuduille rantautunut. Myös julkisen puolen satsaukset olivat useilla alueilla vasta käynnistysvaiheissa. Vaikkakin "it-kuplan" ja epärealististen odotustenkin puhkeamisen pohjalta tilanne nähtiin paikoittain pysähtyneeltä, yleistunnelmat olivat yleensä odottavia ja kehitysuskoisia. Suhdanteiden ei myöskään katsottu vaikuttaneen niin paljon sisältötuottajiin kuin it-alan yrityksiin. Tämän selvityksen perusteella tulevaisuuden näkymät ja tämänhetkinen tunnelma kuitenkin vaihtelee aika vahvasti alueittain. Erityisesti erikoisten uusien segmenttien ja liiketoimintamuotojen kehittäminen on kuitenkin yksi olennainen tulevaisuuden kehitysmahdollisuus, joka luo odotuksia.

Vahvuuksina maakunnissa nousi esiin erityisesti koulutus ja osaamisresurssit, pääkaupunkiseutua alhaisemmat tuotantokustannukset, esimerkiksi sijaintiin liittyvät erityispiirteet sekä mahdolliset alueelliset vahvuusalat ja satsaukset.

Heikkouksina taas hahmottuivat erityisesti pienet markkinat ja kysyntäolot sekä pieni yrityskehitys. Erityisesti levityskanavien puutteen nähtiin vievän toimintaa Helsinkiin. Suurempia veturiyrityksiä, yhteistyön kehittymistä ja synergiaa kaivattiin. Heikkoutena korostui myös rahoitukseen liittyvät ongelmat.

Mahdollisuuksia näkyy erityisesti erikoistumisessa ja erikoissegmenteillä, joihin toistaiseksi ei juuri ole kiinnitetty huomiota: *Suurin yksittäinen toimiala, joka suomessa näyttää sivuutetun, minulle käsittämättömistä syistä, on peliteollisuus: maailman nopeimmin kasvava viihdeteollisuuden ala, jonka liikevaihto on jo ylittänyt elokuvaalipputulot. Suomessa on vain kourallinen yhtiöitä tämän kokoisen liiketoiminnan parissa, eikä ko. teollisuuteen ole kiinnitetty juurikaan huomiota.* Teknologian ja sisällöllisen luovuuden yhdistämisessä nähtiin piilevän vielä runsaasti mahdollisuuksia, joiden kautta myös pienemmiltä alueilta voi löytyä kasvun mahdollisuuksia. Myös kansainvälistyminen ja sitä kautta oman segmentin ja profiilin löytäminen nähtiin olennaisena mahdollisuutena.

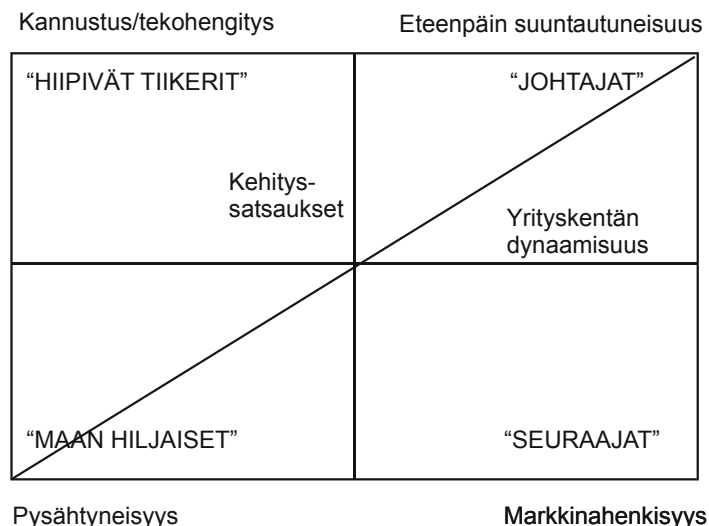
Erityisiä alueellisia uhkia ei juuri löytynyt, vaan uhat liittyivät yleensä yhä voimistuvaan alueelliseen keskittymiseen, Helsinki-vetoisuuteen sekä yleisempiin toimintaympäristön ja suhdanteiden muutoksiin.

## 4. YHTEENVETO

### Alueet jakautuvat eri ryhmiin, mutta muutos on nopeaa

Tietyt perusseikat, kuten pienet markkinat ja pieni, mutta yllättävänkin monimuotoinen yritysjoukko sekä tietyt perusongelmat nousivat esiin useimmilla alueilla. Monia pienempiä alueita yhdistävänä tekijänä on yksityisen yrityskentän pienuus, suppeus ja yhteistyörakenteiden kehittymättömyys sekä julkisella puolella alan nuoruudesta johtuva ymmärryksen ja asiantuntemuksen puute. Alueilla on kuitenkin myös selkeitä eroavaisuuksia, esimerkiksi painotuksissa, yleistilanteessa, tunnelmissa tai kehityssuunnassa. Eroja löytyy esimerkiksi yrityskentän suuntautumisen, julkisten satsausten, verkostoitumisasteen, näkyvyyden tai tulevaisuuden näkymien puolelta. Joillain seuduilla kuten Vaasan seudulla tai Kuopiossa on havaittavissa aika selkeää erikoistumista, Vaasassa ruotsinkieliseen tuotantoon, Kuopiossa tiede- ja opetuspuolelle.

Alueita kokonaisuudessaan voitaisiin löyhästi jakaa nelikentällä eri ryhmiin kehityspanosten ja markkinakuvan (yritystoiminnan vilkkauksen ja monipuolisuuden) sekä yleiskuvan ja kehityssuunnan perusteella. Toisilla alueilla toiminta on selvästi vielä julkispainotteista, hankkeiden ja projektien rooli on merkittävä. Toisilla alueilla taas yritystoiminta on selkeästi vilkkaampaa ja itsenäisempää. Myös kehityssuuntaus vaikuttaa hieman erilaiselta, tietyillä alueilla suuntaus on selkeästi kehittyvä, odottava ja satsaukset ovat kasvaneet, toisilla alueilla tilanne taas koettiin pysähtyneeksi ja usko on lopahtanut.



Alueita olisi kuitenkin turhan rohkeaa lähteä arvottamaan tai sijoittamaan eri joukkoihin tämän selvityksen pohjalta. Alueelliset toimijat ja lukijat voivat pohtia kuinka eri alueet seuraavaan karttaan sijoittaisivat. Jakoperusteisiin vaikuttaa runsaasti myös subjektiiviset mielikuvat, näkyvyys, ilme ja vaikutelma. Myöskään tällaisessa jaottelussa ei huomioida esimerkiksi edellytyksiä, markkinoiden ja kysynnän tasoa, mahdollisuuksia tai kehitystrendejä,



verkostoitumista tai toiminnan tehokkuutta ja tuottavuutta. Korostettakoon, että kyse on myös alueellisesta yleiskuvasta. Myös niiltä alueilta, joilla kenttä kokonaisuudessaan vaikuttaa heikommalta voi nousta yksittäisiä merkittäviäkin toimijoita. Myös tiettyjen erityisalojen ja erikoisvahvuuksien löytymisen kautta kuva voi muuttua nopeastikin.

## Huomiopisteet, strategiset menestystekijät ja pullonkaulat

Jos osaamista ja luovuutta siis löytyy kuten vahvasti uskotaan, miten edistää sisältöalan toiminnan säilymistä monimuotoisena ja laaja-alaisena myös alueellisesti tarkasteltuna? Miten edistää tuotteistamista, liiketoiminnallista hyödyntämistä ja osaamisen siirtymistä kannattavaksi liiketoiminnaksi? Erityisesti kysyntä ja rahoitus koettiin heikoksi. Näitä molempia on mahdollista kehittää, mutta se on vaativaa.

Liiketoiminta- ja juridisen osaamisen merkitys on korostunut entisestään. Sisällön tuottaminen ja tuotteistaminen, sen tekeminen liiketoiminnallisesti kannattavaksi ovat eri asioita, mikä varsinkin sisällön tuottajien, luovan työn tekijöiden täytyy huomioida. Myös ansaintalähteitä voi olla monia, asiakkaista, tuotannoista ja toimintatavoista riippuen ja näiden eri mahdollisuuksien kartoitus voi muodostua olennaiseksi taloudellisen kehityksen menestystekijäksi.

Sisältöalan tukirakenteet vaativat kehittämistä. Monet projektit, hankkeet ja rahoitus ovat liian hajanaista, irrallisia ja toimivat helposti ulkoa liimattuina ei niinkään kentältä kumpuavan tarpeen pohjalta. Ongelmallista on edelleen projekteilu, puuttuu pitkäjänteisyys, myös erityisesti rahoituspuolelta. Näin ei päästä kiinni todelliseen liiketoiminnallisuuden kehittämiseen. *Julkiset toimijat ovat mukana, mutta virkamiehillä ei ole vielä kosketuspintaa alan todelliseen yrityskenttään tai ymmärrystä realismista. Hankkeiden jälkeen ei ole pohdittu mitä sitten, mitä hankerahoituksen jälkeen. Tästä syystä ei viedä aina alan liiketoimintaa varsinaisesti eteenpäin.* Menestystekijänä näyttäytyy esimerkiksi Tampereen esimerkin pohjalta yhteisen koherentin strategian merkitys sekä laaja-alainen yhteistyö. Toisaalta *kannettu vesi ei kauan kaivossa pysy* ja yritystoimintaa on vaikea pitää pystyssä pitkään pelkällä projektirahoituksella ellei sillä ole todellista liiketoiminnallista perustaa.

Erityisesti alan hautomo- ja kiihdyttämötoiminta näytti tuovan hyviä tuloksia ja tällaista toimintaa myös kaivattiin lisää. *Usein alkuvaiheen kustannukset (laitteet, jne.) käyvät ylitse pääsemättömiksi kustannuksiltaan. Jotta pk-yritykset voivat pysyä muutoksessa mukana vielä tarvitaan julkisen sektorin panostusta, sisältötuotantoalan yritysten tukeminen juuri nyt eri julkisilla rahoitusläheteillä tulee tarjoamaan jatkossa työpaikkoja.* Hautomotoiminnasta saadut kokemukset olivat ainakin tämän selvityksen perusteella erittäin myönteisiä.

Myös pienten yritysten verkostoitumisen ja erikoistumisen hyödyistä on selvää näyttöä, mutta tässä on monella alueella vielä kehitettävää. Yhteistyöprojekteilla on kuitenkin mahdollista houkutella myös suurempia tilauksia ja kehitellä laajempia tuotantoja. Tässäkin yhteydessä sopimusosaamisen lisääminen olisi erittäin olennaista. Myös sisällön luojien, luovien tuottajien ja teknologiaosaamisen yhdistämisessä on vielä kehitettävää: *Teknologian ja sisältötuotannon tasapaino on vielä hakusessa.*

Alueellisen sisältötuotannon kehittämiseksi tarvittaisiin ainakin yritystoimintaympäristöjen kehittämistä, yritystoiminnan ja sen käynnistämisen tukea, hautomoja ja kiihdyttämöjä, veturiyrityksiä, synergiaa ja "pöhinää", yhteistyötä ja verkostotoimintaa, ammattimaisuuden kehitystä ja jatkuvuutta, vahvuuksien ja uusien liiketoimintamahdollisuuksien hyödyntämistä, paikoittain erikoistumista, luovuuden tuotteistamista sekä entistä parempaa luovuuden ja teknologisen sekä kaupallisen osaamisen yhdistämistä, välineistön ja resurssien kierrättämistä, käytön tehostamista, julkisen kysynnän kohdentamista, kannattavuustutkimusta, kärsivällistä rahaa ja uskoa. Yleensäkin sisältöalan tarvitsee yleisiä liiketoimintaedellytyksiä: hyviä ideoita, resursseja, rahoitusta, tukea ja kontakteja.

Olenaisena pullonkaulana ja alueellisen toiminnan ongelmana nousi pieni markkina- ja kysyntäkenttä sekä levityskanavien sijainti muualla. Kuten suomalaisten tuottajien murtautuminen kansainvälisiin jakelukanaviin on usein havaittu hankalaksi, samoin myös maakunnissa toimiminen voi olla hankalaa kansallisten kanavien suhteen. Mikäli lähes kaikki asiakkaat ja myös yhteistyökumppanit ja mahdollisuudet sijaitsevat Helsingissä, moni kokee turhan hankalaksi toiminnan useiden tuntien liikenneyhteyksien päässä.

Monimuotoisuus ja monelta suunnalta tulevat ideat sekä tuotannot ovat kuitenkin tärkeitä alalle niin taloudellisista, kehityksellisistä kuin luovuuteenkin liittyvistä syistä. Toiminnan edellytysten ja mahdollisuuksien parantaminen on varmasti monisyinen asia, jossa vaaditaan myös asenteiden pohdintaa: *Tuotantoja pitäisi viedä muuallekin. Alaa vaivaa Helsinki keskeisyys. Nuoria käsikirjoittajia ja tekijöitä pitäisi saada lisää esiin, nuoria sisällöntuottajia nostettua alalle. Ongelmana, pullonkaulana on ennakkoluulot ja jähmettyminen, verkostojen, yhdistäjien ja linkittäjien puute. Koko ala on vielä pitkälti tuurikauppaa. Kaikki tuntuu perustuvan suhteisiin, mikä vaikeuttaa esille pääsyä. Linkittäminen on tärkeää.*

## 5. NÄKEMYKSIÄ KANSALLISISTA HANKEISTA JA NIIDEN KOHDENTAMISESTA

Selvityksessä haastateltavilta tiedusteltiin myös näkemyksiä kansallisista sisältöhankeista ja strategioista sekä niiden kohtauspinnasta alueelliseen ja yrittäjien todellisuuteen. Yleisesti voidaan todeta että kansalliset ohjelmat ja hankkeet ovat jääneet useimmille aika vieraisiksi. Kansalliset strategiat ja hankkeet eivät tahdo maakunnissa näkyä. Niitä myös yleisesti kritisoitiin Helsinki-keskeisyydestä ja alueelliseen toimintaan odotettiin lisäsatsauksia. Toisaalta myös kansallisten ja julkisten toimien rajallisuus on tunnustettu: *OPM on hallintoviranomainen, eikä periaatteessa voi tehdä mitään erityistä. Markkinat määräävät mikä menestyy ja alueellisten toimijoiden on löydettävä oma roolinsa markkinoilta, vaikka se olisi kuinka vaikeaa. Muuten ei ole mitään syytä jatkaa toimintaa.*

Hankeissa ja strategioissa on kuitenkin selkeästi kehitettävää varsinaisen toimijatason kohtaamisen suhteen. Erityisesti eri hankkeiden lyhytjänteisyys koettiin ongelmalliseksi. Yhteistoimintaa, laaja-alaisuutta ja pitkäkatseisuutta kaivattiin. Hyviä kokemuksia, toimintamalleja ja hankkeita pitäisi pystyä monistamaan ja viemään muuallekin.

## Positiivista palautetta

Hankkeista annettiin toki myös positiivista palautetta: *Tavoitteet ovat aika hyviä, paljon on kiinni valtiovarainministeriön rahoituksesta. Olennaisinta on kanssakäyminen ja keskusteluyhteys.* Erityisesti kansainvälistymiseen tähtäävät konkreettiset hankkeet saivat kiitosta: *Kansalliset sisältöhankeet ovat järkeviä, yritykset ovat hyötynneet niistä. Monissa on keskitytty kv-suuntautuneeseen toimintaan ja koulutukseen, mikä on hyvä.*

Erityisesti sisältötuotantohankkeiden positiivisena vaikutuksena nähtiin toiminta uskottavuuden ja näkyvyyden luojana: *On kiinnitetty enemmän huomiota sisältöjen merkitykseen. Sisu-Suomi hankkeella on kuitenkin ollut merkitystä, sillä on luotu uskoa. ...lisäävät tietoisuutta alasta ja sen näkyvyyttä. ...vaikuttavat myös alueellisten päättäjien asenteisiin.* Kansalliset hankkeet nähtiinkin erityisesti alan imagon parantajina.

Ohjelmia ja hankkeita kritisoitiin kuitenkin erityisesti Helsinki -keskeisyydestä, epäkäytännöllisyydestä ja hallintolähtöisyydestä.

## Helsinki -keskeisyys

Kansalliset strategiat ja hankkeet koettiin varsin Helsinki-painotteisiksi: *Strategiat, hankkeet ja toimijat pitkälti pääkaupunkikeskeisiä. Toisaalta koska volyyymi on siellä, toisaalta koska strategiat keskittyneet kansainväliseen kilpailukykyyn ja vahvojen suurten toimijoiden erityisosaamiseen. Mikä ihan ymmärrettävää ja ok, mutta toimet eivät näin oikein näy alueilla.*

*...Hankerahoitus tuntuu olevan henkilösuhteista kiinni ja rahoituskanavien löytäminen kansallisista julkisista varoista tuntuu hankalalta. Julkisen rahan leviäminen tuntuu menevän ennalta sovittuihin kohteisiin, vanhasta tottumuksesta tutuille toimijoille.*

*Olennainen lähtökohtavirhe tuntuu vaivaavan eli "kaikki tieto Helsingissä" ajattelu. Kun oikeasti innovaatiot tulevat alueilta ja pienistä yksiköistä.*

Myös kansallisten hankkeiden ja koulutusmahdollisuuksien järjestämisessä ja tiedotuksessa olisi selvityksen perusteella vielä runsaasti pohdittavaa ja kehitettävää: *Rahoitusratkaisuista, kehittämisstrategioista jne. saa tietoa vain pääkaupunkiseudulta ja tällaisen tiedon hankinta saattaa olla monelle pienelle paikalliselle yrittäjälle iso kynnyks.*

*...ei pienyrittäjä voi irrottautua sorvin äärestä viettääkseen päiviä Helsingissä. He tarvitsevat koulutuksia ja seminaareja omalla paikkakunnallaan. Eli täältä käsin näyttää siltä että yhteiset varat menevät pääkaupunkiseudun toiminnan tehostamiseen 99-prosenttisesti. Edes tiedotusta meneillään olevista hankkeista tai koulutuksista ei tule tänne.*

Strategioiden ja hankkeiden lähtökohtiin ja toteuttamistapoihin olisikin tarpeellista kiinnittää huomiota, jos alueilla tapahtuvan toiminnan kehittämiseen todella pyritään: *...Jos kansallinen strategia on pääkaupunkilähtöinen, sen istuttaminen alueelliseen tasoon saattaa olla hankalaa tai jopa mahdotonta.*

## Hallintolähtöisyys

Myös hankkeiden toimivuudessa ja käytännöllisyydessä olisi monien haastateltavien mukaan vielä kehitettävää: *Voidaan kysyä mikä on projektien lähtökohta? Hallinto vai aidon liiketoiminnan kehittäminen? Nyt hankkeista paistaa hallinnollinen maku...Kansalliset hankkeet jäävät kuitenkin vähän etäisiksi ja niissä pitäisi painottaa enemmän yritysten tarpeita.*

Erityisesti monien hankkeiden hallinnointi ja raportointikulttuurit koettiin hankaliksi. Rahoituksen hitaus ja epämääräisyys saa monet luopumaan kokonaan niiden mahdollisuuksista: *Julkinen raha ei usein kannatakaan yrityksille ja hakuprosessit ovat liian pitkiä ja vaivalloisia. Niihin osallistuminen on riski.* Kansallisiin toimiin ja hankkeisiin haettiin myös lisää konkretiaa, kohdentamista ja myös joustavuutta, niin että esimerkiksi koulutusta voitaisiin hyödyntää laajemmin.

*Hankkeissa hirveästi aikaa ja rahaa menee raportointiin. Projekteissa ei usein tunnu olevan tärkeää niiden sisältö ja tulokset vaan raportoinnin kirjanmukaisuus ja muutoseikat. Hankkeiden tavoitteet eivät aina myöskään ole realistisia tai oikein mitoitettuja.*

*Toimintatukien jako voi haitata hankkeiden laajentamista muille alueille, kohdentaminen voi olla turhan tiukkaa. Hankkeissa voi olla teknisiä rajoitteita ja kansallisissa hankkeissakin toimintatuki alue voi olla liian tiukkaan rajattu.*

Myös kansainvälisestä kehityksestä tippumisen pelko, esimerkiksi teknisten edellytysten heikkenemisen vuoksi nousi esiin. Sisältötuotantoalan kehitykselle onkin tärkeää, että valtiolta huolehtii myös siitä että perusedellytykset ovat koko maassa toimivia: *Myös teknisen infran kehittäminen puuttuu (esim. laajakaistat), ollaan jäämässä jälkeen muista maista. Tietoyhteiskunta tavoitteet ovat kovia, mutta eivät kohtaa käytäntöä.*

## Koordinoinnin ja vastualueiden kehittäminen

Myös selkeitä parannus ja kehittämis ehdotuksia esitettiin. Varsinkin koordinoitiin ja vastualueiden selvittämiseen olisi haastateltavien mukaan tarpeellista kiinnittää huomiota: *Sisältöasiat pitäisi pystyä keskittämään esim. tietyille ministeriölle, kenelle ne koordinoitusti kuuluisivat...Monissa hankkeissa on myös törmätty ministeriöiden toimijako epäselvyyksiin. .... Ja alueiden toimijoiden on vaikea tietää mitä on meneillään, hankkeet menevät usein päällekkäin.*

*... Projektien pitäisi olla mieluummin suuria ja niillä pitäisi olla selkeät mitattavat tavoitteet. Hankkeistustoiminta voisi olla koordinoitumpaa. Hankkeilla voisi olla omia alueellisia koordinaattoreita. ...Erlaisia neuvontaportaaleja ja organisaatioita ja hankkeita on myös hyvin paljon, niiden koordinointia pitäisi lisätä.*

Yhteistyötä ja tiedotusta tulisikin edelleen kehittää. Nyt koettiin, ettei löydy kokoavaa voimaa, kehystä tai toimintamallia. Kenttä ja hankkeet ovat liian sirpaleisia ja näin niiden vaikuttavuus tai pitkäaikaisuus ei ole paras mahdollinen.

## Lisäsatsauksia

Odotetusti myös rahoituksen kehittämistä ja lisäsatsauksia kaivattiin: *Tähän asti on toimittu pitkälti alueellisin voimavaroin, nyt olisi hetki valtiiovallan piristysruiskeelle. Kansalliselta tasolta olisi kysyntää lisäresursseille. Toivotaan rahoitusinstrumentteja työn jatkamiselle. Tekes olisi tärkeää saada mukaan. Alueelliset hankkeet olisi kuitenkin tärkeää ottaa mukaan, olisi kannustuslisän paikka*

Eriyisesti haastateltavien mukaan innovatiivisia sisältöhankkeita pitäisi tukea ja toisaalta satsata myös liiketoiminnallisuuden vahvistamiseen ja pysyvyyteen: *Rahoituslähteitä pitää pystyä löytämään lisää. Tuotekehittelyyn pitäisi pystyä satsaamaan sekä uusien teknisten innovaatioiden nopeaan käyttöönottoon yhdessä... kasvu lähtee kuitenkin pienyrityksistä ja liiketoimintaosaamisesta.*

## Suomelle konkreettinen sisältöalan strategia.

Ennen kaikkea Suomeen toivottiin selkeän, konkreettisen ja pitkäkantoisen strategian muovaamista, jolla olisi sekä selkeät tavoitteet että oikein mitoitettut keinot: *Puuttuu kunnan strategia! Esim. sisältötuotanto projekti on pitkään seisonut paikallaan, pelkkiä mammuttiselvityksiä, ei käytännön toimintaa.*

*Pitäisi olla yhtenäinen strategia, agenda jossa alueelliset ja kansalliset toimijat toimisivat yhdessä. Pitäisi olla myös eri aikaväliin jaetut suunnitelmat, niin että voitaisiin kohdentaa toimia ja arviointia eri aikavälillä. Hankkeiden pitäisi toimia vetoketjuna ei lankakeränä.*

*Pitäisi löytää todellinen fokus...Tavoitteiden ja keinojen tarkempi määrittely olisi todella tarpeen. Lähtökohdat ovat hyviä, mutta ne pitäisi saada käytännössä toimimaan.*

Eriyisesti osaamistason kehittämiseen, liiketoiminnan edistämiseen ja tuotekehitysrahaston perustamiseen kiinnitettiin huomiota.

## 6. KEHITYSEHDOTUKSIA

Minna Tarkan ja Tapio Mäkelän toimittamasta tutkimuksesta *Uusi mediakulttuuri innovaatioympäristönä* (2002), löytyy monia suosituksia, joita myös tämän selvityksen pohjalta voitaisiin allekirjoittaa. Alan kehittymisen ehtona myös alueellisesti voidaan pitää sekä kotimaisuusasteen kasvattamista että kansainvälistymiseen panostamista. Luonnollisesti myös perustuotannon ja koulutuksen kehittäminen, laaja-alaisen luovuuden ja innovatiivisuuden tukeminen sekä pilottien ja kokeilujen mahdollistaminen on tärkeää.

Seuraavassa on kuitenkin muutamia erityisiä kehittämissuhteita, jotka selvityksen pohjalta nousivat esiin.

### **Tavoitteiden tarkempi määrittely ja selkeän strategian muovaaminen**

Suomeen kaivataan selkeää ja konkreettista sisältöalan strategiaa, jossa tavoitteita ja keinoja on tarkennettu ja pohdittu. Mitä todella tarkoitetaan lauseella Suomen nostamisesta *merkittäväksi sisältöteolliseksi maaksi*? Mikä on alueellisen tuotannon kehittämisen rooli? Ja miten tavoitteisiin voidaan päästä? Strategiat ja toimet eri tavoitteiden saavuttamiseksi ovat erilaisia. Tavoitteita ja toimia tulee myös tarkentaa ja kohdentaa sisältöalan sisällä tarkemmin sektorikohtaisesti. Tavoitteilla tulee olla selkeät aikavälit ja tarkat kohdennutut toimet. Kokemukset puoltavat yhteistä selkeää strategiaa, jossa eri toimijoilla on selkeät roolit ja yhteistyö toimii. Tarvitaan siis pitkäjänteistä kehittämissuhteita, jossa myös alueellisen sisältötuotannon vahvistamiseen on kiinnitetty huomiota konkreettisesti.

### **Yritystoiminnan edellytysten ja mahdollisuuksien edelleen kehittäminen**

Alan yritystoiminnan kynnysten madaltaminen esimerkiksi hautomotoiminnan tai vastaavien hankemallien kautta sekä myös jatkuvan liiketoiminnan tukeminen on tärkeää myös alueellisesti. Tämän tapaisesta toiminnasta ja hyvien ideoiden tuotteistamisesta sekä liiketoiminnallisen mallintamisen edistämisestä on paljon hyviä kokemuksia. Alueellisilla teknologiakeskuksilla on usein hautomotoimintaa, mutta painotus on roolin mukaisesti teknologiassa, ei sisällöissä.

Toisaalta tulisi päästä pois myös projekteilusta, kohti jatkuvampaa liiketoimintaa. Vaikka aluksia oli saatavilla tukea se usein loppuu juuri kun toiminta on saavuttamassa yrityskehityksellisesti ratkaisevan vaiheen. *Lisäksi markkinoinnin tukemiseen satsataan liian vähän. Liiketoiminnan tukemiseen ja pitkäjänteisyyteen olisi panostettava enemmän.* Alan kehittäminen kaipaakin koko ketjun huomioimista: pohjaa ja edellytyksiä, uuden sisältöalan liiketoiminnan kehittämistä, valmiin toiminnan vahvistamista ja kansainvälistymisen tukea.

Toiminnan edistämiseen ja vahvistamiseen liittyy olennaisesti liiketoiminnallisuuden ja juridisen osaamisen tukeminen. Esimerkiksi osaavan neuvontahenkilöstön avulla tai alan toimintakäytäntöjä selkiyttämällä. Sekä markkinointiin, liiketoiminnan kehittämiseen että tekijänoikeudellisiin kysymyksiin kaivattaisiin selkeästi tukea.

### **Koordinoimien ja selkeyden kehittäminen sekä pitkäjänteisyyteen panostaminen**

Julkisten toimien, hankkeiden ja ohjelmien koordinaation ja yhteensopivuuden kehittäminen on tärkeää sekä alueellisella että kansallisella tasolla. Vastuusuhteisiin kaivattiin tarkennusta, niin että olisi selkeää mikä kuuluu kenellekin ja mistä löytyy tietoa. Tähän liittyy myös alueellisen tiedotuksen parantaminen, "hankepankki" tai poikkihallinnollisen organisaation kehittäminen. Julkisissa toimissa olennaisimpia tekijöitä ovat konkreettisuus, pitkäjänteisyys ja sujuvuus.

## Sisältötuotannon, rajapintojen, tilastointi- ja arviointimenetelmien selventäminen

Sisältötuotantoalan selkiyttäminen sekä tilastointi- ja arviointiperusteiden kehittäminen on tärkeää niin kokonaisuudessaan kuin sektoreittain ja alueellisestikin, mikäli alan kehittämiseen todella aiotaan satsata. Tämä on tärkeää sekä alan merkityksen osoittamisen että myös julkisen toiminnan kohdentamisen ja arvioinnin vuoksi. On olennaista selvittää millaista toimintaa todella löytyy ja kuinka paljon. Tähän liittyy myös osaaja- ja toimijarekistereiden kehittäminen.

## Kehitysrahasto

Talous kaipaa uusia innovaatioita, ideoita ja kehitystyötä. Tuotteiden ja palvelujen kehittäminen, vaatii kuitenkin aikaa ja resursseja sekä tiettyä toiminnan vakautta. Yleensä yrityksillä, varsinkin pienillä sellaisilla ei ole riittävästi resursseja tai mahdollisuuksia toimintansa ja tuotantojensa kehittämiseen, ja tämä on havaittu olennaiseksi pulmaksi myös suomalaisen sisältötuotannon suhteen. *Julkista tukea ja ns. kärsivällistä rahaa tarvittaisiinkin* yritysten kehittämisen tueksi, mikäli Suomesta todella ollaan kehittämässä merkittävää sisältöteollista maata. Sisältöalan kehitysrahasto, jonka toiminnassa myös alueelliseen ulottuvuuteen on kiinnitetty huomiota on tarpeellinen. Satsaukset usein maksavat itsensä takaisin. Kuten eräs haastateltavista korosti, myös muita suomalaisia menestystarinoita on tuettu huomattavasti julkisista varoista. Myös sisältöalan tukemista voitaisiin alkaa katsoa entistä selkeämmin kannattavana investointina.

## 7. ALUEELLINEN TARKASTELU

### KESKI-SUOMI/JYVÄSKYLÄ:

*"Keski-Suomen sisältöala nostaa profiiliaan teknologian kainalosta"*

### Alueellinen yleiskuva ja sisältötuotanto

Keski-Suomen reilun 250 000 asukkaan maakunnassa erityisesti Jyväskylän seudulla on vallinnut positiivinen yleisvire, uusia asukkaita ja yritystoimintaa on jo jonkun aikaa virrannut seudulle. Toisaalta alueelliset erot Jyväskylän ja muun maakunnan välillä ovat suhteellisen selkeät. Keski-Suomi tunnetaan graafisen ja paperiteollisuuden osaamisesta, mutta viime aikoina on panostettu erityisesti teknologia-alan kehittämiseen. Jyväskylän seudun vahvuusalueena on jo nähty informaatioteknologia, yritystyöpaikkojen on arvioitu olevan jo noin 3000 henkeä. Informaatioteknologia on myös yksi Jyväskylän seudun osaamiskeskusohjelman vahvoista osaamisaloista. Erityisenä painopisteenä on lisäksi hyvinvointiteknologia. Jyväskylän seudulla toimii paljon myös esimerkiksi teleliikennealan yrityksiä. Teknologiakeskuksen yhtenä ict-alan painopistealueena on digitaalinen media. Painotus on kuitenkin ollut vahvasti teknologia-, ei sisältöpainotteisessa näkemyksessä.

Keski-Suomessa toteutetaan tietyillä alueilla Länsi-Suomen tavoite 2 –ohjelmaa ja eri aluekeskusohjelmia. Viestintäalan maakunnallisesta kehittämisestä vastaa Jyväskylän seudun kehittämissyhtiö, Jykes. Aluekeskusohjelmassa graafisella ja sähköisellä viestinnällä nähdään olevan keskeinen rooli osana telekommunikaatio- ja metsäklusteria, uusia painotuksia kuitenkin haetaan. Johtuen alueen perinteisistä ja nykyisistä vahvuusaloista keskisuomalaisessa sisältötuotanto- käsitteessä korostuvat sekä perinteinen graafinen teollisuus että vahva informaatioteknologiapainotus. Keski-Suomea ei usein mielletä vahvaksi sisältötuotanto- tai media-alueeksi, vaikka seudulla on vahva koulutus pohja ja kulttuurikenttä.

Sisältötuotanto on maakunnassa käsitteenä suhteellisen nuori, eikä sitä ole erityisalana juuri korostettu. Toimien kohdentamisessa on vielä selvästi hakemista. Keski-Suomen liitossa sisältötuotantoa on käsitelty pääosin kulttuurin kehittämissuunnitelmassa. Käsitteen sisään on otettu niin perinteiset kuin digitaalisia verkkoja hyödyntävät uusmedian toimijat. Näin on haluttu korostaa sekä taiteellisen luovuuden että tietoteknisen osaamisen merkitystä. Uusia suuntauksia kuitenkin pohditaan. Toistaiseksi sisältöalan kuva, yritys- ja toimijakenttä on vielä hieman jäsentymätöntä. Vahvaa perustuotantopohjaa ja myös vahvaa ICT-tekniikka-osaamista löytyy, mutta näitä lohkoja ei ole ehkä vielä täysin saatu kohtaamaan. Varsinaista alueellista selvitystä tai arviota sisältöalasta tai alan yrityskehittämisestä alueella ei ainakaan tähän kartoitukseen ollut saatavana. Alueelta ei myöskään löytynyt kattavaa yritysrekisteriä tai kokoajaa.

## Sisältötuotannon alueelliset edellytykset

Alueen edellytykset myös sisältötuotannolle ovat päällisin puolin hyvät. Pohjaa löytyy infocom-sektorin ja graafisen teollisuuden puolelta. Maakunta on kuitenkin suhteellisen hajanainen myös edellytysten suhteen. Tiloja ja välineistöäkin löytyy, mutta tietoa ei ole helppo löytää. Rakenteilla olevan mediapajan valmistumisen myötä alueella pitäisi kuitenkin olla loistavat tekniset edellytykset ja myös innovatiivisia projekti- ja rahoitusmahdollisuuksia.

Monipuolinen koulutustarjonta ja henkinen pääoma vahvistavat niin ikään sisältötuotantoalan edellytyksiä Keski-Suomessa. Erityisvaltti on vahva humanistinen koulutusperinne. Jyväskylän yliopisto tarjoaa monialaista koulutusta, opiskella voi esimerkiksi viestintää ja digitaalista mediaa. Yliopistolla on lisäksi monia sisältöalaaan liittyviä tutkimusprojekteja ja hankkeita. Yliopistoon on myös perustettu uusi yksikkö, Agora, jonka yksi painopistealoista on ihmislähtöinen teknologia.

Jyväskylän ammattikorkeakoulun viestinnän koulutuksen erityispainotuksena on uusmedia. Kouluun kuuluu myös it-instituutti, jossa pyörii erityinen mediatekniikan koulutusohjelma. Ammattikorkeakoulu on keskittämässä media-alan koulutuksensa informaatioteknologian ja viestinnän klusterin erityiskoulutuskeskittymä Dynamoon.

Myös Jyväskylän teknillinen ammattioppilaitos ja Jyväskylän aikuiskoulutuskeskus tarjoavat alan koulutusta. Aikuiskoulutuskeskuksessa on muun muassa audiovisuaalisen viestinnän tutkintokoulusta. Koulutuslaitokset ovat myös tiivistämässä yhteistyötään alalla. Esimerkiksi av-alan koulutuksen voidaan kuitenkin katsoa olevan vasta kehitymässä.



## Sisältötuotantoalan nykytilanne

Sisältötuotantoyrityksistä ei ollut löydettävissä oikeastaan minkäänlaista listausta, osin verkostojen puuttumisen vuoksi. Muihin suurimpiin kasvukeskuksiin verrattuna Keski-Suomesta tuntuu puuttuvan kokoava toimija tai yhteisö ja alan selkeä yrityshakemisto, mikä haittaa alan hahmottamista, profiloitumista ja näkyvyyttä. Jykesin toimialalistauksen kautta löytyi alan yrityksiä noin 15, pääosin mainos- ja viestintätoimistoja. Listaus on kuitenkin hyvin suppea ja vanhentunut, eikä anna todenmukaista kuvaa alueen yrityksistä. Mediapaja-hankkeen yhteydessä tehdyssä kartoituksessa on nostettu esiin noin 25 selkeää sisältötuotantoyritystä. Monia eri tyyliä ja monen toimialan yrityksiä alueella toimii. Alueella on vahvoja graafisen alan yrityksiä, jotka alueellisesti usein nähdään sisältöalan yrityksinä ja maakuntalehti Keski-suomalainen, jolla on myös verkkotoimintaa. Alueella toimii kaapeliyhtiö ja Ylen paikallistoimitus. Olennaisena on nähty myös Nokian ja Soneran osastot.

Myös esimerkiksi av-alan yrityksiä ja pelituotantoa löytyy. Jyväskylän seudulla on tunnustettuja sisältötuotantoyrityksiä, kuten Hilarius Hiiri Oy, monikavavainen, koko Suomessakin harvinainen lastenkulttuuriin erikoistunut mediayhtiö, jonka tuotantoa on levitetty kansainvälisestikin. Digitaalisen sisältötuotannon alueelta löytyy muutama myös kansallisesti tunnettu yritys, kuten juuri palkittu Mediatuotanto Amigos ja 3D Arts'n and Magic. Pääosin alueelta vaikuttaa löytyvän markkinointiviestinnän ja digitaalisen median yrityksiä, esimerkiksi 3D-grafiikkaa ja animaatiota. Lisäksi on kehitetty oppimisympäristö- ja verkko-opetusmateriaaliatuotantoa. Viestintä- ja sisältöalan yritykset ovat kuitenkin yleensä pieniä ja kenttä on hajanainen.

Markkinoiden nähtiin jakautuvan suuriin ja pieniin yrityksiin, jotka edelleen sirpaloituvat. Syntyy pieniä yhden miehen yrityksiä, joiden keskinäinen kilpailu on kovaa. Näiden mahdollisuus olisi verkostoitumisessa, jota onkin yritetty tukea. Markkinoiden laajentaminen on olennaista, alueella ei riitä kysyntää kovinkaan monelle toimijalle. Markkinoita katsotaankin selvästi myös kansainvälisestä perspektiivistä.

Alueella ei tunnu olevan erityistä painotusta tai suuntausta, paljon on yksittäisiä toimijoita. Alueen perinteikkäät erikoistumisalat ohjaavat kuitenkin jonkin verran strategioita. Selvityksessä yhtenä tulevaisuuden mahdollisuutena nähtiin erikoistuminen esimerkiksi lastenkulttuuriin. Vahvuutena ovat myös oppimiseen ja opettamiseen liittyvät alat.

Verkostot sisältöalalla ovat vielä aika heikkoja ainakin osittain toimijajoukon pienuuden vuoksi. Organisoituja yhteenliittymiä ei oikeastaan ole. Monet toimijat ovat verkostoituneet tilanne- ja hankekohtaisesti löyhempiin yhteistyöverkostoihin. Toisaalta julkisen puolen hankkeilla on pyritty edistämään myös verkostoitumista. Kentällä ei kuitenkaan oikein ole vielä avainryhmiä tai media-alan laajempaa yhteistyöfoorumia, jolla olisi selvät pidempiaikaiset tavoitteet ja toimet. Av-alan ja digitaalisen median kehittämisverkoston toiminta on ollut aika hiljaista ja tuntematonta.

Työvoimaresurssit nähtiin toimivina, laaja koulutustarjonta tuo monenlaisia osaajia. Tuottajat ja tuottamisen erityisosaaminen kuitenkin vielä puuttuu. Lähialoista vahva ICT-pohja tarjoaisi laajempiakin yhteistyömahdollisuuksia. Yleiskuvaa luonnehdittiin esimerkiksi lauseella: *tekijät*

*toimii hajallaan. Toisaalta nähtiin, että Keski-Suomi nostaa selkeästi profiiliaan: Sisältötuotanto on must, se on tunnustettava, tulevaisuuden juttu, jonka kehitys on olennaista ja johon on panostettava.*

## **Kehityssatsauksia ja hankkeita**

Sisältötuotanto ei Keski-Suomessa ole sellaisenaan noussut julkisella puolella erityiseksi panostusalaaksi. Alaan on kuitenkin alettu kiinnittää huomiota ja monet toimet koskettavat ainakin jollain tavoin myös sisältötuotantoa. Keski-Suomen liitossa on nostettu esiin alueellisen sisältötuotannon mahdollisuuksien selvittäminen. Kulttuuriteollisuuden ja kulttuuriyrittäjyyden sekä sisältötuotannon näkökulmia on korostettu. Esimerkiksi yrityshautomotoiminnan ideaa on kehitelty. Ajatusten realisoituminen käytännön toiminnaksi on kuitenkin vielä kehitysasteella.

Osaamiskeskusohjelmassa sisältötuotanto ei ole noussut varsinaiseksi fokusalueeksi, vaikka ict-alan kehittäminen sitä koskettaakin. Jyväskylän teknologiakeskus Innovasta löytyy kuitenkin yrityshautomo ja kiihdyttämö. Hautomotoiminnassa on mukana myös sisältöalan yrityksiä, vaikka painopiste onkin selkeästi teknologisella puolella.

Jyväskylän seudun aluekeskusohjelmassa viestintäalan painopistealueita ovat esimerkiksi sähköisen viestinnän yritys- ja oppilaitosympäristön kehittäminen, mikä käytännössä tarkoittaa erityisesti MediaPaja –hanketta. Jyväskylään ollaan parhaillaan rakentamassa vahvaa mediakeskusta<sup>11</sup>, jonka tavoitteena on osaamisen edistäminen, yhteistyön vahvistaminen sekä videotuotannon digitaalisuuden ja verkkotekniikan toimintamahdollisuuksiin hyödyntäminen. Tarkoitus on myös käynnistää alueellinen animaatiotuotanto, joka palvelee audiovisuaalista ja multimedia-alaa. Tavoitteena on lisäksi verkostoituminen, keskisuomalaisen av-tuotannon profiiliin nostaminen, jakeluverkoston kehitys ja monimediaan liittyvän toimituksen perustaminen.

Mediapaja nousi alueen tarpeesta ja se tarjoaa sekä teknistä että sisällöllistä koulutusta. Yhteistyötä tullaan tekemään sekä alueen muiden oppilaitosten että yritysten kanssa. Mediapajan kautta on myös tarkoitus verkostoitua sekä kansallisesti että kansainvälisesti. Yritysyhteistyöhön panostetaan erityisesti pidempien projektien ja yhteistuotantojen, ei niinkään tuntivuokrauksen kautta. Olennaista on alueellisen osaamisen hyödyntäminen. Pajasta löytyy hyvät tekniset edellytykset monenlaisille tuotannoille, mutta nimenomaan sisältöjen kehittäminen on olennaista. Paja rahoittaa myös erityisiä pilottihankkeita. Suhde muihin rahoittajiin on vielä auki, mutta suunnitelmien mukaan paja voisi toimia esimerkiksi tuotantojen hautomona. Jyväskylässä toimii jo yksi mainos- ja yritysviestintään erikoistunut pienempi yrityskeskus Grafila.

Jyväskylän tiedepuiston läheisyyteen ollaan rakentamassa Dynamo-koulutuskeskusta, joka tuo yhteen ammattikorkeakoulun eri yksiköitä, erityisesti informaatioteknologian instituutin, viestinnän opiskelijat sekä kauppatieteellistä osaamista. Koulutuskeskukseen tulee myös lisää omia teknisiä tuotantotiloja. Jatkossa Lutakon alueelle muodostetaan alan fyysinen

<sup>11</sup> <http://www.mediapaja.org>

kampus. Tärkeää on yhteistyö muiden toimijoiden kanssa: *ei ole haluttu rakentaa päällekkäistä laitteistoa ja tiloja vaan etsiä omia painotuksia*. Alueen koulutuslaitokset ovat hahmottamassa laajemminkin viestintäalan yhteistyön tiivistämisen mahdollisuuksia. *Syntymässä onkin selkeä "mediaklusteri", koulutuksen "osaamiskeskittymä"*.

Keski-Suomessa ja erityisesti Jyväskylässä on ja on ollut monia muita esimerkiksi hyvinvoinnin lisäämiseen, inhimilliseen teknologiaan, opetukseen tai alueen kulttuuriperinteen kokoamiseen liittyviä hankkeita, jotka ovat liittyneet läheisesti sisältötuotantoalaan. Muualtakin maakunnasta löytyy alan hankkeita, esimerkiksi Keuruulla ja Multialla kehitetään digitaalista viestintää MediaFaktori –hankeen<sup>12</sup> avulla. ICT-ala on kuitenkin Keski-Suomessa profiloitunut teknologiapainotteiseksi. Julkisissa ohjelmissa myös sisältötuotannon merkitykseen on kuitenkin alettu kiinnittää huomiota. Hankkeet eivät kuitenkaan ole juuri saaneet huomiota. Toisaalta monet hankkeet ovat vasta käynnistysvaiheessa ja tulokset näkyvät myöhemmin. Alan näkyvyyttä ja toimijoiden verkottumista hankkeet voivat parantavat nopeasti. *Tiedottamista olisi kuitenkin lisättävä ja alueen kenttä olisi saatava haltuun*. Näkemysten mukaan julkinen sektori voisi myös panostaa enemmän palvelujen ostamiseen alueen sisältä.

## Tulevaisuuden näkymiä

Keski-Suomesta löytyy vakiintuneita yrityksiä, mutta esimerkiksi uusmedian sisältötuotantopuoli on kuitenkin selkeästi maakunnassa vielä nuorta. Myös julkinen puoli on vasta heräämässä sisältöalan mahdollisuuksiin. Uusina tuulina mainittakoon hyvinvointiteknologiaan, "inhimillisen teknologiaan" sekä konferenssipalveluihin panostus, mikä puolestaan voi avata uusia markkinoita myös sisällöntuotantalalle. Myös ict-alan ja sisältöpuolen entistä parempi yhteistyö voi avata mahdollisuuksia. Huomiota ja satsauksia kuitenkin kaivataan, etteivät sisällöt jää kokonaan teknologian peittoon. Näkyvyyttä ja uskottavuutta lisäävät verkostot ja yhteenliittymät puuttuvat, mutta esimerkiksi mediapaja voi onnistuessaan muodostua merkittäväksi alueelliseksi kehitystekijäksi. Lisäksi koulutuslaitosten viimeaikaiset panostukset antavat viitteitä sisältöalan nousun mahdollisuuksista.

Keski-Suomen vahvuuksina nähtiin erityisesti useamman alan vankka osaaminen ja kulttuuripohja sekä pedagoginen perinne. Osaamista löytyy sekä sisältö- että ict-puolella, nämä pitäisi vain pystyä yhdistämään. Heikkouksina taas nousivat verkostojen ja koordinoinnin, jämäkän ja organisoidun toiminnan puute. Myöskään resursseja, taloudellisia mahdollisuuksia ei tahdo löytyä erityisesti tuotantojen kehittämiseen ja kouluttautumiseen. Lisäksi sisältötuottajia vaivaa usein heikkous myynnissä ja markkinoinnissa.

Mahdollisuudet muodostuivat erityisesti vahvan ict -puolen ja substanssiosaamisen yhdistämisen kautta. Tietoisuutta ja osaamista on kuitenkin edelleen kehitettävä. Tässä yhteydessä myös julkiselta taholta toivottiin oikeanlaista panostusta, ei hankkeita hankkeiden vuoksi. Uhkana taas näyttäytyi yhä kasvava Helsinki-keskittyneisyys: *Helsinki imee kaikki*

<sup>12</sup> <http://www.keulink.fi/mediafaktori.html>

työt. Tähän liittyy myös kehityksen keltasta putoaminen ja ulkopuolisen kilpailun kehittyminen liian kovaksi. Toisaalta uhat liittyvät myös harvaan asutukseen ja myös yhteistyön konkretisoitumattomuus voi estää kehityksen.

## **PIRKANMAA/TAMPERE:**

*"Vahvan näkyvyyden eKaupunki"*

### **Alueellinen yleiskuva ja sisältötuotanto**

Noin puolen miljoonan asukkaan Pirkanmaa on perinteisesti ollut vahvan teollisuuden alueita, uudet suuntaukset ovat kuitenkin viime vuosina saaneet vahvaa jalansijaa. Tampereella on satsattu voimakkaasti infrastruktuurin, verkkopalvelujen, elinkeinoelämän ja osaamistason kehitykseen. Lisäksi kaupungissa on vankat tv-tuotannon sekä yrittämis- ja viestintäalan perinteet. Tampereen vetovoiman on odotettu heijastuvan myös ympäristökuntiin, joskin ero on vielä suuri. Pirkanmaan liitto on muokannut alueelle "Maakuntasuunnitelma 2001+:n" ja "Pirkanmaan teknologian suunta" -ohjelman. Tampereen seudulla toteutetaan myös vahvasti aluekeskusohjelmaa sekä monia paikallisia, kansallisia ja ylikansallisia kehittämissuunnitelmia. Osaamiskeskusohjelmaan on hyväksytty Tampereelta neljä osaamisaluetta, merkittävänä informaatio- ja kommunikaatioteknologia ja mediapalvelut.

Tampereen seutua kuvaa vahva julkinen panostus ICT-alaan. Tampere on profiloitunut uuden teknologian ja tietoyhteiskuntakehityksen kaupungiksi. Uutena panostuksen kohteena on mobiiliala. Sekä tekniseen että sisältöteolliseen toimintaan panostetaan. Tampere on maakunnan sisältötuotannon selkeä keskus, joskin pienempiäkin keskittymiä on pyritty luomaan. Tampereen voimien osaltaan pitää edelläkävijänä sisältöalalla. Joillakin uusmedian osa-alueilla Tampereen on katsottu olevan jopa Suomen kärkialuetta. Erityisesti Toholpin televisiotoiminta on ollut alueelle tärkeää. Perinteisen ja uusmedian sekä teknologia-alan ja sisältöpuolen välisten suhteiden koetaan toimivan melko hyvin, *mutta edelleen on hankkeita, joissa painotetaan pelkkää teknologiaa, ei sisältöjä.*

Tampereen kaupunki on vahvasti mukana sisältöalan kehittämisessä. Sisältöalan kenttä on *kuitenkin aika villi*, ja myös Tampereen seudulla näkemykset vaihtelevat riippuen paljon siitä keneltä kysytään. Uusmediaa kuitenkin painotetaan niin yksityisellä kuin julkisellakin puolella. Vahvasta panostuksesta huolimatta alueellisia selvityksiä sisältöalasta ei juuri ole. Media Tampere on kartoittanut alan toimijakenttää, mutta selvitysten puute on kuitenkin tunnistettu ongelma ja selkeää datapankkia kaivattaisiin. Media Tampereen laatimien laskelmien mukaan media ja uusmedia-ala työllistää Tampereella noin 4000 henkeä. Alan liikevaihdoksi on arvioitu noin 1, 2 miljardia markkaa. Myös Tampereen yliopistossa on laadittu selvitys uusmedia-alasta ja sen osaamistarpeista. Selkeää kuvaa alan yrityskentästä on kuitenkin vaikea muodostaa.

## Sisältötuotannon alueelliset edellytykset

Sisältötuotantoalan edellytykset ovat Tampereen seudulla hyvät. Tampere on korkean teknologian alue, jossa on hyvät liikenneyhteydet ja paljon kulttuuritoimintaa. Myös tiloja ja laitteistoa sekä *virkeyttä ja kannustimia* löytyy.

Alueen koulutustarjonta on monipuolinen. Yliopistolta löytyy esimerkiksi elektronisen kuvajournalismin maisteriohjelma ja audiovisuaalisen mediakulttuurin opintokokonaisuus. Yliopistossa toimii myös kuuluisa digitaalisen median hypermedialaboratorio, jossa painotetaan vahvasti sisältö- ja ihmislähtöisyyttä sekä mediakentän kokonaisvaltaista ymmärrystä ja käsittämistapaa. Opiskelijoita ja henkilökuntaa tulee hyvin monilta aloilta.

Teknillisessä korkeakoulussa voi opiskella esimerkiksi digitaalisen median sisällöntuotantoa ja koulussa on paljon välineistöä. *Korkeakoulut ovat monissa hankkeissa mukana ja Tampereelle on myös rakenteilla uusi digitaalisen median laboratorio.* Tampereen ammattikorkeakoulun taiteen ja viestinnän osastoilta valmistuu runsaasti osaajia. Alueelta löytyy myös paljon alemman asteen oppilaitoksia, esimerkiksi Panimo<sup>13</sup> on av- ja ilmaisualan koulutuspaikka sekä lyhytelokuvien ja av-ohjelmien tuotanto- ja kokeilupaja. Koulutuslaitokset tekevät myös paljon yhteistyötä.

## Sisältötuotantoalan nykytilanne

Tampereen seudulla perinteinen mediatuotanto on vahvaa, alueella toimivat muun muassa Aamulehti ja TV 2. Erityisesti Yleisradion toiminta alueella koetaan merkittävänä. Tampereella pyörii myös oma paikallistelevisio ja perinteisen av-alan yrityksiä. Myös uudenlainen sisältötuotanto on alueella vahvaa. Finlaysonin tehdasalueelle on keskittynyt runsaasti sisältötuotantoalan yrityksiä niin perinteisen kuin digitaalisenkin median alalta. Seudulla on lisäksi isoja vahvoja, veturiyrityksiä ja merkittäviä muun ict-klusterin toimijoita, kuten Elisa, Sonera ja Nokia. Merkittävänä koettiin esimerkiksi se, että Nokian uuden teknologian kehitysyksikkö on Tampereella.

Uusmediapuolelta löytyy valtakunnallisestikin tunnettuja uranuurtajia, kuten NiceFactory. Myös esimerkiksi Interaktiivinen Satama aloitti toimintansa Tampereella. Tampere Media Cityn yritysluettelosta löytyy 44 alan yritystä ja hautomotoiminnalla on synnytetty uutta yritystoimintaa.

Alan markkinat koetaan seudulla ristiriitaisiksi: Liiketoimintaosaamista vaaditaan ja kilpailua käydään, mutta *toisaalta markkina-alueena ei voida ajatella pelkkää Pirkanmaata - on toimittava vähintään kansallisesti ja usein kansainvälisestikin.* Markkinat ovat pääosin pääkaupunkiseudulla. *Pirkanmaankaan alueelta ei oikein löydy kysyntää esim. tuotantoyhtiöille, TV 2 on ainoa kanava, jolle varsinaisesti voi tarjota ohjelmia.* Fuusiot ovat vieneet pääkonttorit Helsinkiin. Isoilla yrityksillä on myös omia yksiköitään, joten ne eivät hanki niin paljon tuotantoa ulkopuolelta.

<sup>13</sup> <http://www.panimo.net/>

Alueella on pohdittu erikoistumista, esimerkiksi lastentuotantoihin, mutta toimijakenttä on kuitenkin aika hajanainen. eTampere on alueen sisältötuotannon punainen lanka, joka painottaa mm. esimerkiksi mobiilituotantojen kehittämistä. Viestinnän osaamiskeskuksen kautta on järjestetty aamukahvilitaisuuksia, joissa on pohdittu erilaisia strategioita. Toisaalta julkisella puolella panostetaan edelleen vahvasti myös perinteiseen teollisuuteen.

Alueelta löytyy monenlaisia verkostoja ja pienet yritykset tekevät yhteistyötä keskenään. Myös julkisten hankkeiden kautta on muodostunut erilaisia liitoksia, kuten eTampere -hankkeessa mukana olevat yritykset ja Tampere Media City -verkosto. Myös Mediakulttuuri –foorumi ja sen Kytkin.net kulttuurialan verkosto toimivat. Mesi-hankkeen on toivottu auttavan kansallisiin verkostoihin pääsemisessä.

Työvoimaresurssit nähtiin hyvinä, toisaalta koulutusta voi olla liikaakin. Lisäksi on myös paluumuuttajia, joten kilpailu työmarkkinoilla on kova. Osaajien on yhä vaikeampi löytää töitä, suuri osa pakeneekin pois töiden perässä. Yleiskuvaa luonnehdittiin muutosherkäksi. *Keskittyminen ja paine kansainvälistymiseen alkaa näkyä, markkinoiden pienuus on havaittu. Toisaalta liiketoiminnallisuus on parantunut. Selviytymisstrategiat tuntuvat olevan kentän yleisnäkyä.*

## Kehityssatsauksia ja hankkeita

Tampereen seudun julkinen sektori satsaa paljon sisältöalan hankkeisiin. Yhtenä esimerkkinä toimii eTampere –kattohanke, jonka tarkoituksena on nostaa Tampere maailman johtavaksi tietoyhteiskuntakaupungiksi. eTampere on vahva esimerkki tietyn alueen markkinoinnista, ja erityisesti julkisen tahon sekä koulutus- ja yrityspuolen yhteensovittamisesta. Toisaalta sen roolin on nähty suhdanteiden mukana muuttuneen *enemmänkin toivoa ja tulevaisuuden uskoa ylläpitäväksi*. eTampere koostuu kuudesta osaohjelmasta, joissa sisältötuotannolla on olennainen osa. Esimerkiksi eKiihdyttämössä on mukana sisältöpuolen yrityksiä ja sitä markkinoidaan kansainvälisesti ainutlaatuisena infocom-alan yritysten kasvun kiihdyttäjänä.

Myös hautomotoimintaa löytyy. Esimerkiksi ammattikorkean koordinoima MediaClub-yrityshautomo toimii samoissa tiloissa Media Tampereen kanssa. Hautomo on toiminut huhtikuusta ja tällä hetkellä siellä on 5 yritystä. Tunkua kuitenkin olisi ja isompia tiloja ollaan etsimässä. Myös teknillisellä korkeakoululla on oma hautomonsa.

Media Tampere koordinoi viestinnän osaamiskeskusohjelmaa, jossa painottuvat erityisesti viestinnän digitalisoitumisen ja mobiiliviestinnän luomat uudet mahdollisuudet, sähköiset sisällöt ja jakelupalvelut sekä uudet viestintäteknologiat. Media Tampere Oy edistää alan toimijoiden ja rahoittajien yhteistyötä ja tarjoaa kehityspalveluja. Media Tampere luonnut alueelle vahvaa näkyvyyttä, uskoa ja organisoituja toimintaverkostoja. Finlaysonin aluetta kehitetään kansainvälisesti merkittäväksi media-alan tuotanto- ja innovaatiokeskittymäksi. Osaamiskeskus on monissa hankkeissa mukana ja sen varoja on käytetty paljon "siemenrahoina".

Lisäksi Media Tampere koordinoi kansallista digitaalisen media- ja sisältötuotannon yrityskehitysohjelmaa Mesi-hanketta ja ylläpitää myös Tampere Media City -verkkopalvelua

ja verkostoa. Nyt on kehitteillä uusi Mesi CIRC -rekisteri, johon yritetään koota kansallista alan yritysrekisteriä. CIRC -verkkopalvelun ja sen portaalimallin toivotaan *kehittyvän esimerkilliseksi ja toimivaksi. Tarkoituksena on ison kokonaisuuden hahmottaminen ja oikeiden sisältöpartneriuksien luominen. Sisällöt tuodaan yhteen palvelimeen, josta käyttäjä löytää palvelut helposti. Myös hankkeet on rekisterissä tarkoitus koota yhteen.*

Osaamiskeskuksella on myös runsaasti esimerkiksi mobiillisisältöihin liittyviä kehityshankkeita. Esimerkiksi Navitam, Tampereen kulttuuri- ja palvelukohteita koskeva paikkaan sidottujen ja mobiilisti käytettävien tietovarantojen kehittämisprojekti, on keskittynyt erityisesti erilaisten sisältökonseptien suunnitteluun.

Myös MindTrek-yhdistyksen tekee digitaalista mediaa tunnetuksi ja kehittää alan verkostoitumista. *MindTrek–viikko on jotain mitä muualla Suomessa ei ole, useiden toimijoiden laaja yhteistyötapahtuma, joka luo näkyvyyttä sekä alalle että Tampereelle.* Tapahtuma on jatkuvasti kasvanut ja sen yhteydessä järjestetään myös valtakunnallinen MindTrek-kilpailu.

Tamperetta pidetään usein esimerkkinä hyvin organisoidusta ja pitkäjänteisestä toiminnasta. Julkisen alan toimijat ovat lähteneet laajasti mukaan kehitystyöhön ja julkisten ohjelmien on myös katsottu onnistuneen suhteellisen hyvin. Näkyvyyttä on saavutettu paljon. Toimijoiden roolijaossa on kuitenkin nähty vielä kehitettävää. Vaikka myös Tampereella teknologia-alan painotus on ollut vahvaa, *sisällön merkitykseen on herätty.* Julkinen panostus on lisännyt uskoa ja näkyvyyttä. Erityisen hyvänä on nähty hautomotoiminnan kehitys.

## Tulevaisuuden näkymiä

Tampereen seudulle on ominaista erityisen vahva julkinen panostus ja profiloituminen. Esimerkiksi Media Tampere koordinoi monia merkittäviä kansallisiakin hankkeita. Pääkaupunkivetoisuus nähtiin kuitenkin vahvana. Tampere on onnistuttu lanseeraamaan hyvin, kansainvälisestikin, *mutta jos vertailukohtana on esim. Helsinki ei olla luonnollisesti samalla tasolla. Markkinat ovat kuitenkin pääsääntöisesti siellä, kuten myös henkilökohtaiset verkostot.* Kehitystä on kuitenkin tapahtunut ja myös kansainvälistymistä haetaan. Monien arvioiden mukaan Tampere on tietyillä alueilla jopa kansallisesti johtava keskittymä. Elinkaarellisesti *olla on jo aikaisessa kasvuvaiheessa tai uudelleenjärjestelyvaiheessa.* Yritykset yhdistyvät ja tapahtuu keskittymistä. Toisaalta pieniä yrityksiä syntyy koko ajan.

Alueen vahvuuksina on nähty erityisesti olemassa olevat ja toimivat verkostot: *vaikka ne ovat välillä ihmissidonnaisia, näin saadaan hankkeetkin hyödynnettyä.* Isot kokonaisuudet, kuten eTampere ja isot toimijat alueella ovat tärkeitä. Alue on myös sopivan kokoinen. *Ilmapiiri on ehkä myös kannustavampi kuin Helsingissä, koska markkinat eivät ole niin täynnä.* Heikkoutena taas on toiminnan keskittyminen Helsinkiin: *Helsingissä sijaitsemisella on edelleen painoarvoa. Myös omalla alueella keskittyminen voi olla heikkous.* Julkiselta puolelta löytyy paljon eri neuvoja, mutta niiden profiloituminen on epäselvää ja rahoitusta voi olla vaikea saada.

Mahdollisuuksia on nähty niin digitaalisuuden hyödyntämisessä kuin alueellisten erityispiirteiden sekä vahvuuksien löytämisessä ja niiden mukaan erikoistumisessa. Hautomot, kuten MediaClub ja eKiihdyttämö, nähdään apuna helmien löytämisessä.

Mahdollisuutena nähtiin myös eTampere –hanke erityisesti alueellisten toimijoiden verkottajana. Tärkeää on liiketoimintaosaamisen edelleen kehittäminen ja markkinoinnin vahvistaminen. Myös tutkimushankkeissa pitäisi tehdä pohjatyötä hedelmällisen liiketoiminnan löytämiseksi. Uhkia taas voivat muodostaa verkostojen ihmissidonnaisuus sekä väärät valinnat esimerkiksi julkisissa painotuksissa. Olennaisin uhka on kuitenkin jatkuva pääkaupunki -keskittyminen.

## POHJOIS-POHJANMAA/OULU:

*"Kasvusopimuksella vauhtia myös sisältöalaan"*

### Alueellinen yleiskuva ja sisältötuotanto

Noin 360 000 asukkaan Pohjois-Pohjanmaan maakunta levittäytyy laajalle alueelle. Selkeänä keskuksena toimii Oulu, joka on kasvava ja vilkas kaupunki. Oulussa on panostettu sekä infrastruktuurin että kulttuurin ja kulttuuriteollisuuden kehittämiseen. Maakunnassa toteutetaan myös esimerkiksi alue 2- ohjelmaa. Oulua pidetään malliesimerkinä teknologian ja humanismin yhdistämisestä, kunnianhimoisista kulttuuri- ja teknologialan pyrkimyksistä. Ouluun luotiin ensimmäisenä Suomessa teknologiakylä ja sinne on keskittynyt huomattavasti alan yritystoimintaa. Pohjois-Pohjanmaan tietoyhteiskuntastrategia on keskeinen työkalu. Myös Oulun osaamiskeskusohjelmassa painotetaan tietoteollisuutta ja Oulun alue nähdään yhtenä maailman johtavista tietoliikennetekniikan kehityskeskuksista. Valtaosa kehitystyöstä keskittyy mobiilitekniikkaan, jonka mahdollisuudet nähdään erittäin laajoina.

Uusi erityinen kasvusopimus kerää oululaisvoimat voimat yhteiseen ponnistukseen, jonka tavoitteena on entistä monipuolisempi teknologiakaupunki. Kasvusopimukseen kuuluu viisi klusteria, joita yhdistää se, että ne hyödyntävät langattomuutta, yhdistävät osaamista uudella tavalla, ovat kansainvälisesti verkottuneita, soveltavat teknologiaa arkisiin tarpeisiin ja tarjoavat Oulun seudulle mahdollisuuden toimia edelläkävijänä teknologian hyödyntäjänä. Yhtenä klusterina sopimuksessa on erotettu erityinen sisältö- ja mediaklusteri. Oulussa syntyy ainakin kuva, että toimijoita on saatu monialaisesti mukaan koko ICT -klusterin kehittämiseen. Sisältöalan toiminta on keskittynyt vahvasti Oulun seudulle, mutta myös esimerkiksi Raahen ja Kuusamon seuduilta löytyy klusterin toimintaa ja myös Ruukkiin ollaan synnyttämässä uutta keskittymää.

Digitaalisuus ja mobiilisuus ovat Oulussa merkittäviä käsitteitä. Olennaisena nähdään läheinen, avoin yhteistyö teknologiasektorin kanssa sekä langattomuuden hyödyntäminen. Selvityksen näkemysten perusteella mobiililaitteisiin satsaaminen saattaa kuitenkin johtaa erittäin kapeaan sisältötuotantoteollisuuden määrittelyyn: *väkisin ollaan tekemässä mobiilitekniologiasta sisältötuotannon veturia. Oulu on vahvasti mobiilitekniologiakaupunki, mutta kuva on turhan yksipuolinen. Painotuksista käydään kuitenkin näkymätöntä henkistä kamppailua ja sisällön merkitystä ollaan tarkentamassa.*

Kasvusopimuksessa Oulun seudun erityisvahvuuksina mainitaan avoin yhteistoimintaympäristö julkisyhteisöjen, tutkimuksen ja yritysten kesken, kansainvälinen tanssin, elokuvan ja lastenkulttuurin keskus sekä ainutlaatuisuus mobiilitekniologian ja



sisältötuotannon edelläkävijänä. Kulttuurin merkitystä, paikallisuuden markkinointia ja kulttuurihistorian esille tuontia on viime aikoina vahvistettu.

Oulun kasvusopimuksen muotoilun ja klusterityön yhteydessä on kartoitettu alan toimintakenttää pääosin POEMin toimesta. Myös alueellisen osaajarekisterin ja portaalin muokkaamista suunnitellaan. Oulun kasvusopimuksen mukaan sisältö- ja mediaklusterin yritysten määrä on tällä hetkellä 50 ja näiden liikevaihto 85 miljoonaa euroa. Arvion mukaan yritykset työllistävät noin 1100 henkeä. Arviot alueen toimijakentästä ovat kuitenkin ristiriitaisia. Tällä hetkellä onkin käynnissä myös Oulun yliopiston toteuttama tutkimushanke, jolla pyritään saamaan selville alueen yritysten arvioita tulevaisuuden osaamistarpeistaan ja uusia arvioita alan tilanteesta.

## Sisältötuotannon alueelliset edellytykset

Ympäristön ja infrastruktuurin suhteen sisältötuotannon alueelliset edellytykset ovat kunnossa. Sijainti on pohjoinen, mutta kulkuyhteydet ovat toimivat. Oulu on virkeä ja monipuolinen keskus, mutta ehkä vielä korostetummin kuin muissa kasvukeskuksissa tulevat esiin maakunnan laajuus, hajanaisuus ja eroavaisuudet. Edellytysten teknisemmältä puolelta Octobussy -testausympäristö nostetaan usein esiin, vaikkakin sen merkityksestä ollaan montaa mieltä. Varsinaisten tilojen rakentamista ei ole vielä korostettu. Välineistöä kuitenkin löytyy ja esimerkiksi ammattikorkeakouluun ollaan rakentamassa uutta crossmedia studiota. Lähialueelta löytyy osaamispotentiaalia ja ihmisiä. *Osaajat pitäisi kuitenkin saada kohtaamaan, yrityspuistoja tarvitaan.*

Oulun yliopisto on monialainen toimija, joka pitää itseään syystäkin teknologiayliopistona. Myös sisältöalan koulutustarjontaa on ja erityisiä koulutusohjelmia ollaan käynnistämässä. Sisältötuotannon kehittymisen kannalta yliopiston rooli on tärkeä. Sillä on sekä omia että yritysten kanssa yhteistyössä toteutettavia hankkeita. Yliopistoon kuuluu myös monia pienempiä, sisältöalalla toimivia yksiköitä. Erityisesti yliopiston koulutus- ja tutkimuspalveluyksiköllä on vahva rooli sisältötuotannossa ja e-taloudessa sekä erilaisten hankkeiden toteuttajana.

Alueelta löytyy myös viestintäalan ammattikorkeakoulutusta. Oulun seudulla on lisäksi erilaisia tutkimus- ja kehittämiskeskuksia sekä pienempiä oppilaitoksia. Koulutusta löytyy muualtakin maakunnasta, esimerkiksi Raahesta. Ammattitaitoisista kouluttajista on kuitenkin pulaa. Korostettiin, että *pohjoissuomalaiseen koulutukseen tarvittaisiin rahaa, varsinkin jatkokoulutukseen.*

## Sisältötuotantoalan nykytilanne

Sanomalehti Pohjalainen on alueen merkittävin painomedia. Alueelta löytyy jonkin verran muun muassa av-alan tuotantoa, arvioiden mukaan noin 15 yritystä. Alueelle on houkuteltu myös elokuvatuotantoa, joka tosin on toiminut pitkälti ulkoa tulevien tuotantoyhtiöiden voimin. Mainoselokuvia ja yritysvideoita tehdään myös.

Digitaaliselta puolelta löytyy monenlaista toimintaa, vaikka kenttä ei olekaan kovin suuri ja yritykset ovat pääosin pieniä. Mobiilipanostuksen ei ole vielä nähty voimakkaasti heijastuneen todelliselle yrityspuolelle. Verkkoviestintään kyllä löytyy laadukkaita yrityksiä. Tärkeiksi tekijöiksi koetaan alueella toimivat Nokia ja Sonera, joiden sisältöalan tarpeen odotetaan kasvavan. Myös eLearning –osaamista löytyy. Joidenkin näkemysten mukaan *puhdasta kulttuurin sisältötuotantoa ei kuitenkaan juuri ole*. Toisaalta sisältötuotantoyritysten määrän uskotaan kasvavan, mutta tuottajia, *purkittajia*, kaivattaisiin.

Selvityksen perusteella alueellista kysyntää on yritetty luoda, yrityksille yritetään hankkia referenssejä ja niitä kannustetaan jäämään alueelle. Paikallinen kysyntä nähdään monilla aloilla tärkeänä, vaikkakin Oululla on hyvä maine myös muualla: *Markkinat pienehköt, mutta toisaalta laatu näyttäisi olevan keskitasoa parempaa, joten yritysten kannattaisi pyrkiä laajentamaan toimintaansa sekä Suomessa että muuallekin*. Paikalliset markkinat eivät kuitenkaan ole riittävän suuret. Alueella on paljon yrityksiä ja kilpailu on kovaa. Hyville ideoille on kuitenkin aina tilaa ja yrityksille on hahmottunut omia painopistealueita.

Alueella painotetaan vahvasti mobiilialaa. POEMin vaikutuksesta myös alueen elokuva-alan toiminta on vankkaa ja erityisesti lastenelokuvan kehitykseen panostetaan. Yhteistä painotusta ollaan julkiselta puolelta luomassa ja roolijakoa haetaan. Erityisesti monikanavaisuutta edistetään. POEM on tehnyt verkottumisen eteen töitä, mutta sopivat hankkeet odottavat yhä pilotti- tai muuta käynnistymisrahoitusta. Yrityshautomo –tyyppiset verkostot on nähty erittäin hyväksi tueksi sekä pienille aloitteleville yrityksille että alalle yleensäkin. Jotkut yritykset ovat lähteneet yhteenliittymiin kuten, Mobile Forumiin, mutta sisältöalan verkostoituminen on vielä muotoutumassa. Verkostoitumiseen tähdätään erityisesti osaamisryhmä MobiArtilla.

Alueella on satsattu myös laajempien yhteistyökuvioiden luomiseen. Esimerkiksi Perämeren kaaren kesken on luotu toimiva yhteistyöverkosto; Poem on rakentanut yhteyksiä pohjoismaalaisiin ja eurooppalaisiin mediakeskusverkostoihin. Oulun seudun osaamiskeskus taas kehittää jatkuvasti Pohjois-Suomessa ja Pohjoismaissa toimivaa Multipolis-verkostoa.

Työvoimatilanne näyttää suhteellisen toimivalta. Työvoiman pysyminen alueella on kuitenkin epävarmaa. Mediatuottajakoulutuksen tarkoituksena on kouluttaa alueelle omia tuottajia. Osaajia periaatteessa löytyy, mutta aina toki tarvitaan erikoistaitajia ja huippuammattilaisia. Synergiaa muiden kasvualojen kanssa haetaan esim. hyvinvointi- ja ympäristöteknologiasta. Verkottumisen puute kuitenkin vielä näkyy. Rahoituspuolella kansalliset verkostot ovat jo aika hyvin tiedossa, mutta rahoitusta on niukasti saatavilla. Rahoituksen myös nähtiin suuntautuvan usein suurille, pääasiassa valtion tai kuntien projekteille sekä kehitystyöhön.

Yleisesti ottaen alueen yrityksiä pidettiin vielä liian pieninä *kilpailemaan valtakunnan tasolla massatuotannoista. Toiminta on pitkälti projektipohjaista, kehittelyä*. Kaivattaisiin edelleen runsaasti sisältötuotantoalan yrityksiä/ideoita, joita yhdessä olisi järkevää lähteä toteuttamaan. Alueen veturit ovat vielä muualla kuin sisältötuotannossa. Kasvuun kuitenkin uskotaan ja toiminta ollaan pyritty pitämään terveellä pohjalla. Tiedetään, että markkinat ovat vielä pääosin tulevaisuudessa, ja että kehittämiseen vaaditaan pitkäjänteistä työtä.

## Kehityssatsauksia ja hankkeita

Oulun seudulla on paljon sisältöalaaan liittyviä julkisia toimia ja hankkeita. Kasvusopimuksen visioissa uusien palvelujen avainsovellukset voivat liittyä esimerkiksi matkailuun tai hyvinvointiin, virtuaalisiin yhteisöihin, multimediatekniikkaan, peleihin, digitaaliseen elokuvaan ja televisioon sekä uusien teknologioiden käyttöön koulutuksessa. Kasvusopimuksen vision mukaisesti vuoteen 2006 mennessä Oulun seudulle on muodostunut maailmanluokan sisältö- ja mediaklusteri. Tavoitteiden mukaan vuonna 2006 alueella olisi 100 sisältöalan yritystä, jotka työllistäisivät 2500 henkeä ja joiden liikevaihto olisi 250 miljoonaa euroa.

Kasvusopimukseen sisältyy useita kärkihankkeita alan kehittämiseksi. Keskeisimmät toimijat ovat yritysten yhteenliittymä Mobile Forum, Pohjoinen elokuva- ja mediakeskus POEM, Oulun yliopisto, Oulun seudun ammattikorkeakoulu sekä Multipolisverkosto. Ohjelmassa panostetaan erityisesti liiketoiminnan kehittämiseen ja verkostoihin, osaamisen lisäämiseen, toimintaympäristön parantamiseen, sovellusten innovointiin sekä kansainvälistymiseen. Myös digitaalisen median liittoutumista perinteisten sisällöntuottajien kanssa lisätään ja alan tutkimusta kohdennetaan.

Erityisesti toimintaa on kohdennettu mobiilialalle jossa keskeisenä työkaluna on Mobile Forum -yhteistyöohjelma. Yksi Mobile Forumin toimintamalleista on osaamisryhmät. Yksi osaamisryhmistä on sisältöihin keskittynyt MobiArt, jonka tarkoituksena on yhdistää sisältöosaajat ja teknologiayritykset. Toimintaansa käynnistelevässä MobiArtissa on mukana noin 60 yritystä.

Oulussa vahva toimija on erityisesti POEM<sup>14</sup>, Pohjoinen elokuva- ja mediakeskus, joka on ensimmäinen alueellinen elokuva- ja mediakeskus Suomessa. POEMin tavoitteena on elokuvaan ja mediatuotantoon liittyvän elinkeinotoiminnan ja elokuvataiteen kehittäminen alueellisesta näkökulmasta. POEM on olennainen alan vaikuttaja ja myös sisältöalan profiilin nostaja sekä verkottaja. Keskuksessa toimii myös erityinen sisältötuotantoalan yrityskiihdyttämö.

Oulun seudulla sijaitsevaan Ruukin kunnan yrityspuistoon on rakenteilla informaatioteknologian ja digitaalisen sisältötuotannon innovaatiokeskus WeRSTAS. Se on tarkoitettu ICT –alan innovaatiokeskukseksi, verkostoitumisalustaksi ja yrityshautomoksi. Tavoitteena on luoda ”yrityspotki”. Yhteistyötä tehdään laajalti eri oppilaitosten kanssa. Noin 70-90 toimijalle kaavailtu sisältötuotantotehdas valmistuu todennäköisesti vuodenvaihteeseen. Kiinnostuneita yrityksiä Werstas-hanketta kohtaan on kuulemma ollut runsaasti ja yksi yritys jo muuttanut alueelle. Werstas on ensimmäinen hanke alallaan seudulla ja se on aluekeskusohjelman kärkihankkeita. Tulevaisuus näyttää kuinka toiminta kehittyy.

Maa ponteva taas oli Oulun yliopiston tutkimus- ja kehitysyksikön koordinoima alueelliseen kulttuuriperinnön digitointiin ja tuotteistamiseen liittyvä koulutus- ja kehittämisprojekti, jonka tavoitteena oli tuoda alueellinen kulttuuri digitaaliseksi sisällöksi matkailuun ja alueen

<sup>14</sup> <http://www.poem.fi>

markkinointiin, sekä myös lisätä alueen osaamista ja verkottumista. Maa Ponteva -hanke teki alueella arvoketjun alkupään työtä, *kulttuuripääoman omistajien, luojien kanssa*. Maa Pontevassa liiketoiminnallisuus ei ole ollut ratkaisevin tekijä, joskin ”alihankkijoita” ja työvoimaa koulutettiin. Pontevassa on myös muokattu asiakastietokantaa alueen kulttuuritoimijoista. Hankkeella oli tarkoitus rakentaa silta yliopiston tutkijoiden ja maakunnan kehityshankkeiden välille. Säännökset kuitenkin rajoittivat mahdollisuuksia.

Poemin rooli alueella koettiin erittäin merkittäväksi. Vaikka sisältöalan roolia on alettu julkisissa hankkeissa korostaa, sisältöjen painottaminen jää vielä nähtäväksi. Monien hankkeiden on katsottu hyvästä julkisesta kuvasta huolimatta olevan edelleen vahvasti teknologiapainotteisia. Nyt tarvittaisiin projekteihin todellisia satsauksia ja pitkäjänteisyyttä, jotta kunnianhimoiset tavoitteet täyttyisivät. *Aloitteita ja edellytyksiä kyllä löytyy, konkretia ja hyvät käytännöt vielä puuttuvat*. Kasvusopimus antaa alueelle kuitenkin työskentelymallin. Se yhdistää elinkeinoelämän, teknologian ja kulttuurimediapuolen sekä koulutuksen. Sisällöt on otettu ”harrastustoiminnasta” tunnustetuksi kasvualaksi. Meneillään on paljon hankkeita ja olennaista on toimien kohdentaminen ja voimien yhdistäminen.

## Tulevaisuuden näkymiä

Oulun seudun erityispiirteenä on julkisen vallan vahva rooli ja erityisesti vahva julkinen panostus varsinkin mobiilisisältöjen kehittämiseen. Elinkaarellisesti ollaan kuitenkin vielä alkuvaiheissa. Yleinen tietoisuus ja odotukset ovat kovat. Esimerkiksi julkisten palvelujen ”sisältötuottamisen” nähtiin olevan tuloillaan. Uudelleenjärjestelyt, isompien yksikköjen muodostuminen voi kypsyttää toimintaa. Yritysten määrä on ainakin Poemin arvioiden mukaan kasvanut. Monikanavaisuuteen on alettu panostaa. Erityisesti pohjoisen alueen kansainvälistymiseen ja yhteistyöhön, Perämerenkaaren verkostoon ja yhteistyöhön on satsattu. Tämä muodostaa keskeisen kasvualueen, ja yhteistyössä korostetaan alueen itsenäisen median merkitystä. *Pohjoisen alueen yhteistyö on korostunut, samalla pidetään vahvoja yhteyksiä muualle Eurooppaan*

Alueen vahvuuksina korostui yhteistyö, verkostoituminen ja uudet yhteenliittymät. Maakunnallisen tietoisuuden kehittyminen ja vahvat, sitoutuneet toimijat, ovat olennaisia. Myös kehittämisinto ja yrittäjyysperinne sekä kansainvälisyys nostettiin esiin. Heikkoutena taas näyttäytyy varsinaisen sisältöalan veturin puuttuminen yksityiseltä puolelta. *Potentiaalia kyllä löytyisi, jos teknologiapuoli saataisiin luontevasti mukaan*. Maakunnallinen kehitys on myös vahvasti Oulu -painotteista ja rahoituksesta sekä markkinoista on pulaa.

Mahdollisuuksia olennaiseen nousuun nähdään olevan erityisesti resurssien ja tiedon kokoamisen avulla. Myös kehittämishankkeissa on mahdollisuuksia, mikäli hankkeet kohdennetaan oikein. *Yleinen oululainen yhteistyöperinne pitäisi pystyä hyödyntämään myös sisältöalalla*. Uhkana taas nousi esiin yhteisen tavoitteen ja rahoituksen puute sekä osaavan työvoiman valuminen muualle, alueellinen eriarvoistuminen, tuotantoblokki ja yleiset suhdanteet. Toisaalta koska on satsattu vahvasti teknologioihin, muutokset tällä puolella olisivat uhka myös sisältöalalle.

## UUSIMAA/HELSINKI:

*"Täällä on kaikki"*

### Alueellinen yleiskuva ja sisältötuotanto

Helsingin seutu on jo pitkään ollut Suomen merkittävin kasvualue. Lähes 1 300 000 ihmisen Uusimaa on talouden ja elinkeinotoiminnan selkeä keskus. Maakunnan tuotantoaste on korkea, mutta toisaalta epätasaisesti jakautunut. Myös Uudellamaalla toiminta on selkeästi keskittynyt, pääkaupunkiseudulle. Erityisen merkittävää on, että monien suuryritysten pääkonttorit sijaitsevat pääkaupunkiseudulla.

Vaikka Uttamaata ei usein ajatella maakuntana vaan pääosin pääkaupunkikeskeisenä "piensuomena", maakuntaliitto ja muut aluekehittäjät pyrkivät aktiivisesti kehittämään alueen toimintaedellytyksiä. Uudellemaalle valmistui juuri myös uusi aluekehittämissopimus. Tavoitteena on, että Uusimaa on vuonna 2025 maailman kolmen johtavan alueen joukossa myös informaatio- ja kommunikaatioklusterin aloilla. Satsauksia on ladattu kärkihankkeiden kautta erityisesti tietoyhteiskunnan ja ict-alan kehitykseen. Edellisen kauden erityisiä näkyviä tuloksia oli esimerkiksi Arabianrannan tiedepuiston alueen rakentaminen.

Uudellamaalla toteutetaan myös pienempiä aluekeskusohjelmia, joiden kautta kehitystä ja hyvinvointia pyritään tasaamaan pääkaupunkiseudun ulkopuolelle. Myös näihin liittyy sisältöalaa koskettavia hankkeita. Uudellamaalla on erilaisia pienempiä infocom -klusteriin tai sisältötuotantoon liittyviä osaamiskeskittymiä (esim. Porvoon Magnusborg), mutta myös sisältöalan toiminta on keskittynyt vahvasti pääkaupunkiseudulle. Tässä selvityksessä puhutaankin selkeästi pääkaupunkiseudusta.

Pääkaupunkiseudulla on runsaasti sekä julkista että yksityistä sisältötuotantoalan toimintaa. Runsas toimijajoukko luo myös mahdollisuuksia ja synergiaetuja. Helsingin ympäristössä sijaitsee monia erilaisia toiminta- ja osaamiskeskittymiä sekä yrityshautomoja. Helsingissä toimivat myös lähes kaikki olennaiset kansalliset ja julkiset toimijat. Alueella on lisäksi vahva perinne koulutuslaitostenkin kautta.

*Keskittymiseen on vaikuttanut vahvasti myös se, että kaikilla alueen korkeakouluilla on omat medialinjansa, koulutusta löytyy joka lähtöön. Myös useiden yritysten pääkonttorit ja monet edellytykset ovat täällä, kuten Lume.*

Uudellamaalla ei ole tehty omia alueellisia sisältöalan selvityksiä. Toisaalta pääkaupunkiseudun rooli on painottunut selkeästi kansallisissa tutkimuksissa. Tetta Jounelan (2001) arvion mukaan puolet alan yrityksistä sijaitsee pääkaupunkiseudulla. Joidenkin arvioiden mukaan jopa reilusti suurempi osa ainakin liiketaloudellisesti merkittävistä toimijoista löytyy pääkaupunkiseudulta. Uudenmaan liiton arvion mukaan informaatioalan alaryhmänä sisältötuotantoalan liikevaihdosta syntyy yli 70 % Helsingistä. Varsinkin levitystoiminta on keskittynyt vahvasti pääkaupunkiseudulle sekä tätä myötä myös elokuva- ja av-tuotanto.

Uudellamaallakin sisältötuotannon rajanvedoista ja painotuksista keskustellaan jatkuvasti. Joidenkin näkökulmien mukaan *myös pääkaupunkiseudulla käsite on levähtänyt liian laajaksi ja julkisiin hankkeisiin on sisällytetty mukaan lähes kaikkea mahdollista*. Uudellamaalla korostui kuitenkin erityisesti toiminnan aito liiketoiminnallisuus ja yrityslähtöisyys. Toimintaa ei myöskään nähdä millään tavoin aluepoliittisena tai alueellisena.

## Alueelliset toimintaedellytykset

Yleisistä toimintaedellytyksistä voidaan todeta, että yleinen infrastruktuuri ja ympäristö on suotuisa, monipuolinen ja ainakin Helsingin seudulla infrastruktuuri on myös korkeasti teknologisoitu. Perusedellytykset ovat kunnossa ja *pääkaupunkiseudulta löytyy kaikki*. Sekä rautaa että osaamista, kaikenlaista teknistä kalustoa, studioita, tuotantotiloja ja mahdollisuuksia löytyy, myös vuokrattaviksi. Kyse on pitkälti siitä, miten edellytykset ja myös niiden kustannukset osattaisiin paremmin hahmottaa: *jonkinlainen julkinen palveluhakemisto, mistä löytyy mitäkin, olisikin toimiva*.

Pääkaupunkiseudulla on luonnollisesti myös laajaa ja monipuolista koulutustarjontaa. Koulutuksessa nähdäänkin ennemminkin olevan vahvasti liikatarjontaa ja epäselvyyksiä kohdentamisen ja laadun suhteen. Koulutusta etsitäänkin myös ulkomailta. Erityisesti Taideteollinen korkeakoulu nousi esiin osaamisresurssien tarjoajana. Kaikkiaan haastateltavien mukaan hyvin koulutettua työvoimaa ja osaamista löytyy paljon eri sektoreilta. Pääkaupunkiseudun koulutuslaitosten toimesta tehdään myös paljon erilaista tutkimustoimintaa ja innovatiivisia projekteja. Erittäin olennaista on myös alan hautomotoiminta.

Toiminnalle suotuisana nähtiin erityisesti toiminnan keskittyminen alueelle: *asiakkaat, tukipalvelut, kanavat, mainostajat ym. löytyvät kaikkia pääkaupunkiseudulta*. *Pääkaupunkiseutu on oikeastaan toistaiseksi ainoa mahdollinen paikka tällaiselle toiminnalle, kaikki on keskittynyt tänne*. Toiminnalle ongelmallisena nousi esiin erityisesti kallis kustannustaso. Ongelmallista on myös *toiminnan hektisyys, suuret vaatimukset ja pienet palkkiot*. Myös *hajanaisuus ja kokoavien voimien puuttuminen* nähtiin toimintaa haittaavana.

## Sisältötuotantoalan nykytilanne

Markkina- ja yrityskenttä on moninainen ja laaja. Lähes kaikkea alan toimintaa ja toimialoja löytyy, niin tuotanto-, levitys- kuin jakelupuolellakin. Suurimmat toimijat ovat pääkaupunkiseudulla, kuten myös Suomen ehdottomasti merkittävimmät sisältötuotantoalan yritykset SanomaWSOY ja Alma Media, jotka hallitsevat selkeästi suurinta osaa markkinoista monilla toimialoilla ja myös monilla arvoketjun osilla. Pääkaupunkiseudulla toimii myös suurin osa muista perinteisen median yrityksistä ja isoimmista tuotantoyhtiöistä sekä Yleisradio. Levityskanavien vaikutuksesta siis varsinkin av- ja elokuvatuotanto on keskittynyt vahvasti pääkaupunkiseudulle.

Myös uusmedian rooli alueella koettiin erittäin vahvaksi. *Alueella on paljon verkko- ja multimediaosaamista*. *Telekommunikaatioalan ja teknologia-alan yrityspeitto on erityisen*

*vahva. Tarjonta on vahvaa myös esim. mobiiliteknologian puolella.* Alueella on myös monia merkittäviä veturiyrityksiä. Myös operaattorit sekä Nokian ja Soneran pääkonttoreiden sijainti Helsingissä nostettiin esiin merkittävänä sisältöalan toiminnalle. Alueella on myös muutamia suurempia uusmediayrityksiä. Sisältöalan toiminta on kuitenkin myös Uudellamaalla pääosin pienyrityspohjaista.

Kysyntää löytyy myös omalta alueelta, markkinat ovat kansallisesti lupaavimmat ja monipuolisimmat ja kansainvälisiä verkostoja ja yhteyksiä helposti löydettävissä. Markkinat ovat laajemmat kuin muualla, mutta yritykset eivät pidä itseään alueellisina ja monet pyrkivät myös kansainvälistymään. Toisaalta alan markkina- ja kysyntänäkymät eivät ole kovin ruusuiset missään. Kannattavuudessa on ilmennyt ongelmia myös isoilla yhtiöillä. Näkemykset kysynnän kehityksestä vaihtelivat aika voimakkaasti. Tilanteen ei kuitenkaan nähty olevan niin vaikea kuin monilla it-yrityksillä. Satu ry:n mukaan kulunut vuosi on ollut vaikea, mutta odotukset ovat parempaan suuntaan.

Kilpailu on kovempaa kuin muualla Suomessa, toisaalta kilpailutilanne vaihtelee suuresti alan sisällä ja yrityskohtaisesti. Kilpailutilanteessa tapahtuu myös suuria muutoksia ja suurilla toimijoilla kilpailu tulee pitkälti ulkomailta. Ei ole havaittavissa yhtenäistä strategiaa tai painotusta: *suuntaviivat puuttuu tai digitaalisuus on nyt teemana, mutta hyvin laajana.* Joissain yhteyksissä on tosin kritisoitu keskustelun vahvaa av-painotusta.

Pääkaupunkiseudulla toimii monia media- ja kulttuurialan, myös erityisiä sisältötuotantoalan yhdistyksiä, erikoisverkostoja ja yhteenliittymiä. On myös varsin paljon erilaisia henkilökohtaisia, vapaamuotoisia verkostoja. Lisäksi *piirit ovat myös Helsingissä pienet, kaikki tuntee toisensa ja sana leviää hyvin.* Monet näkevät, että verkostoituminen on kaiken toiminnan perusedellytys: *Pienyrityksen toiminta lähtee verkoston hyödyntämisestä.* Myös kansallisia verkostoja on syntynyt. Verkostoitumista on myös pyritty aktiivisesti vahvistamaan, myös yli toimialarajojen. Verkostoituminen ei kuitenkaan ole helppoa: *ei ole paljon aikaa verkostoitua ja kun kysyntä on heikkoa ja kilpailu kovaa, niin tämä ei tue verkostoitumista.*

Työvoimatilannetta pidettiin hyvänä. Perustyövoimasta on ennemminkin ylitarjontaa. Erityisosaajia saattaa tilannekohtaisesti kuitenkin puuttua. Selvityksen perusteella edelleen puutteita nähtiin enemmän liiketoimintaosaamisessa kuin varsinaisesti sisältöjen luomisessa. Myös monitaitoisuutta kuulutettiin. Erityisesti kommunikaatioala, operaattorit, ovat nousseet ja mobiilialan mahdollisuuksia yritetään hahmottaa. Pääkaupunkiseudulle ovat luonnollisesti keskittyneet myös rahoittajat. Helsingissä toimipaikkaansa pitää myös toistaiseksi ainoa sisältötuotantoon erikoistunut pääomarahoitus yhtiö, CIM, Creative Industries Management. Rahoitustilanne ei kuitenkaan ole missään helppo.

Yleiskuvassa on tapahtunut viime vuosina aika suuriakin muutoksia ja myös it-alan "hype" sekä yleiset suhdannemuutokset ovat vaikuttaneet vahvasti sisältöalan tilanteeseen. Nyt kuitenkin yleisesti koettiin, että ala on tervehtynyt ja suuret uudelleenjärjestelyt ovat kenties jo takana. Toiminta on selkeämpää, realistisempää, pitkäjänteisempää ja tulospainotteisempää. Myös fokuusoituminen on käynnissä. *Samoin ohjelmien suunnittelu viedään nykyisin*

*pidemmälle, toiminta on siis ehkä enemmän ammattimaistunut. Tämä on aika uusi suuntaus. Yleisnäkymä on melko positiivisen odottava.*

## **Kehityssatsauksia ja hankkeita**

Uudellamaalla on panostettu vahvasti infocom-klusterin kehittämiseen ja seudusta on tarkoitus luoda tietoyhteiskunnan kärkialue. Sisältötuotantoalaa ei tavoitteissa ja strategioissa kuitenkaan erikseen painoteta. Uudenmaan liiton toiminta kanavoituu pitkälti perusedellytysten ja koulutuksen kehittämisen sekä kehitysorganisaatioiden kuten osaamiskeskusten kautta. Kuten on jo todettu, monet alueellisetkaan toimijat eivät näe toimintaansa erityisen aluepainotteisena. Monenlaisia kehittämisorganisaatioita ja hankkeita kuitenkin löytyy.

Kulttuuriteollisuuden osaamiskeskus kehittää kulttuurialan yritystoimintaa ja sen toimintaedellytyksiä Uudellamaalla. Osaamiskeskuksessa on tällä hetkellä meneillään esimerkiksi sisältötuotantoalan liiketoimintamalleja koskevia tutkimus- ja koulutushankkeita yhdessä Media Tampere Oy:n kanssa. Uudenmaan osaamiskeskusohjelmaa koordinoiva Culminatium Oy ympäröi kulttuuriteollisuuden osaamiskeskuksen lisäksi sisälleen neljä muutakin osaamiskeskusta, mikä luo synergiaa ja verkosto-osaamista. Innopoli ja ohjelmistotuoteliiketoiminnan osaamiskeskus kuuluvat vähintään samaan klusteriin ja yhteistoimintaa onkin järjestetty, kuten Muusa-kehitysohjelma kansainvälisille markkinoille tähtääville suomalaisille sisältötuotanto- ja ohjelmistoyrityksille.

Uusmedian osaamiskeskuksen tehtävänä taas on kehittää erityisesti uusmedia-alan yritystoimintaa ja yritysten toimintaedellytyksiä. Uusmedian osaamiskeskus ja Arabus-yrityshautomon<sup>15</sup> auttavat yhdessä sekä aloittavia että voimakkaassa kasvuvaiheessa olevia uusmediayrityksiä. Uusmedian osaamiskeskuksella on myös oma kansainvälistymishankkeensa DIMA ja kehitteillä on esimerkiksi tekijänoikeusalan hanke.

Uusmedian osaamiskeskus, Arabus-yrityshautomon ja Taideteollisen korkeakoulun koulutuskeskus toimivat tiiviisti yhdessä. Arabus-yrityshautomon kautta kehitetään sisältöalan ideoiden tuotteistamista ja hautomon tarjoaa myös asiantuntija- ja kehityspalveluja sekä verkostomahdollisuuksia. Arabus-yrityshautomossa on tällä hetkellä yli 20 yritystä ja kokemukset ovat olleet erittäin hyviä. Yritysten eloonjäämisprosentti on arviolta jopa noin 90. Hautomossa on panostettu laatuun ja pysyvyyteen. Eri tekijöiden fyysistä yhteen kokoamista eri aloilta ja toimintatyypeiltä kuten Arabianrannassa on tehty, pidettiin toimivana. Arabus -hautomotoiminta yhdistettynä vielä Taideteollisen koulutuskeskuksen ja Uusmedian osaamiskeskuksen toimintaan, nähtiin edullisena ja tehokkaana tapana luoda ja kehittää yritystoimintaa. Arabus on myös pyrkinyt edistämään alan verkottumista laajemmin Suomessa.

Myös mediakeskus Lume<sup>16</sup> nähtiin olennaisena toiminnan mahdollistajana ja edistäjänä. Mediakeskus edistää ammattilaisten ja tuotantotilojen saatavuutta sekä uusien taloudellisten

<sup>15</sup> <http://www.arabus.uiah.fi>

<sup>16</sup> <http://www.lume.fi/>



tuotantotapojen kehittämistä. Lume järjestää myös projekti- ja hanketoimintaa yhdessä muiden toimijoiden kanssa. Esimerkiksi kokeellista tutkimusta suorittavan Cruciblen<sup>17</sup> tavoitteina on tuottaa taiteen ja insinööritieteiden yhteistyömalli sekä kehittää uusia kansainvälisesti mielenkiintoisia sisältöideoita, prototyyppisiä ja tuoteformaatteja digitaalisiin medioihin.

Selvityksen mukaan edelleen kaivattaisiin erityisesti kokoavia voimia ja koordinaattoreita: *Yrittäjillä ei ole aikaa metsästä ja juosta hankkeiden ja tukien perässä.* Kaivattaisiin selkeyttä eri hankkeisiin. Julkisten hankkeiden ja ohjelmien päällekkäisyys koettiin ongelmalliseksi: *koordinointi ja tiedotus uupuu. Pitäisi perustaa esim. "poikkinaisia virkoja", johon tieto kasattaisiin.* Myös eri toimijoiden roolista esiintyi ristiriitaisia näkemyksiä.

Ongelmana on myös edelleen se, että sisältöala on niin uusi ja hahmottomaton, ettei alan erityisasiantuntemusta kaikkialta löydy. Keskusteluyhteys ja toiminta julkisen ja yksityisen puolen välillä vaatii yhteisen kielen osaamista. Yhteistyö on kuitenkin kehittynyt. Rasitteena julkisella toiminnalla on erityisesti resurssien vähäisyys verrattuna tavoitteisiin. Toiminnan ja alan todelliseen kehittämiseen kaivattaisiin pitkäjänteisyyttä ja kärsivällisyyttä. Myös hankkeiden suhteen olisi olennaista huolehtia pitkäkestoisuudesta, jotta niillä olisi aitoa vaikutusta. Tuotekehitykseen ja kansainvälistymiseen satsaamista pidettiin olennaisena.

## Tulevaisuuden näkymiä

Pääkaupunkiseudun elinkaartilanne riippuu hyvin vahvasti mistä toimialalohkosta puhutaan. Uusmediapuolen tilannetta kuvattiin pääosin uudelleenkäynnistysvaiheena. *Ollaan "hypen" jälkeen palautettu normaalille kaarelle.* Kokonaisuudessaan toiminta on aika vakiintunutta, ollaan oltu aina edellä muita. Etumatka ei kuitenkaan ole suuri ja joillakin aloilla muut alueet, erityisesti Tampere, ovat jo hyvin pitkällä. Toisaalta kokonaisuudessaan sisältöalan kasvuun luotetaan edelleen.

Pääkaupunkiseudun näkymät ovat vahvimmat, koska se on sisältötuotantoalan selkeä keskus. Myös jatkuvaan kehitykseen on panostettu ja uusia toimintamalleja on kehitetty. Esimerkiksi formaattiohjelmat ovat yleistyneet selvästi ja elokuvapuolella on löydetty sponsoroinnin ja oheistuotteiden mahdollisuudet. Uutta on myös monimuotoisen markkinoinnin kehittäminen. Kansainvälisiä läpimurtoja on tapahtunut niin perinteisen kuin uusmedian puolella. Pienetkin läpimurrot luovat uskoa ja avaavat kanavia: Yleisesti jos joku lyö kansainvälisesti läpi niin se vetää myös muita mukanaan. Olennaista olisi, että tieto ja kokemukset voitaisiin levittää laajemmallekin toimijajoukolle.

Alueelta löytyy synergian lisäksi myös monia esimerkkikäytäntöjä, kuten sisältötuotantoalaan keskittynyt hautomotoiminta, jolla on parannettu yritystoiminnan käynnistämisen edellytyksiä. Arabianrannan malli nousi vahvasti esiin selvityksessä tulevaisuuden toimintamallina. Toimivana ja mahdollisuuksia luovana pidettiin myös yrityskehitykseen ja kansainvälistymiseen konkreettisesti tähtääviä ohjelmia kuten Muusa-ohjelmaa: *Kansainvälisyyteen tähtäävät fokusoidut toimet voivat olla tulevaisuuden avain.* Sisältöalalla

<sup>17</sup> <http://crucible.uiah.fi>

odotukset ovat jo kääntyneet parempaan suuntaan. Olennaista on kuitenkin sekä kotimaisuusasteen nosto että kansainvälistyminen, kysyntä ja sen löytäminen määräävät lopulta alan kehityksen.

Pääkaupunkiseudun vahvuuksina nähtiin kokemus, osaamisen ja resurssien keskittyminen, kova kilpailu ja parhaat kansainvälistymismahdollisuudet. Heikkouksia taas löytyi yleisestä alueen kehittämisestä ja erityisesti toimenpiteiden koordinoimattomuudesta. Pullonkaulana nähtiin lisäksi ennakkoluulot ja jähmettyminen, verkostojen ja yhdistäjien puute sekä *muuhun Suomeen nähden ehkä itseriittoisuus*. Toiminnan fokuoimattomuutta ja puuhastelua kritisoitiin. Perimmäinen ongelma on kuitenkin kysynnän puolella.

Kaikki kehittämismahdollisuudet ovat kuitenkin olemassa. Sisältöjä ja luovuutta löytyy, ne pitäisi vain tuotteistaa. Tuotekehitykseen pitäisi panostaa kunnolla, esimerkiksi tuotekehitysrahaston puitteissa. Erityisesti kansainvälistyminen nähtiin suurena mahdollisuutena. Myös verkostoitumisen ja yhteistyön kehittämistä korostettiin edelleen. Mahdollisina uhkina koettiin niin suhdannelasku, kansallisen strategian uupuminen kuin kansainvälisestä kehityksestä tippuminenkin: *jäädään jälkeen kv-kehityksestä strategian puutteen vuoksi niin se on vakava uhka*. Uhkana nähtiin myös satsausten loppuminen, yleinen yrittäjyysniikkeys ja kykenemättömyys jakaa osaamista.

## **VARSINAIS-SUOMI/TURKU:**

*"Media Up - Varsinais-Suomi tietoyhteiskunnan toisen aallon harjalle"*

### **Alueellinen yleiskuva ja sisältötuotanto**

Varsinais-Suomi on lähes puolen miljoonan asukkaan maakunta, jolla on pitkä historia tärkeänä teollisuuskeskuksena. Alueelta löytyy vahvaa lääketeollisuutta sekä graafista ja bioteknistä teollisuutta. Softa- ja elektroniikkatoimiala on alueella edelleen pienehkö. Myös infocom-klusterin kehittämisinto on Turussa kuitenkin vahva. Turun sanotaan usein jääneen jälkeen it-alan ensimmäisestä ryntäyksestä, mutta panostavan toiseen. Varsinais-Suomesta on liiton maakuntaohjelman mukaisesti tarkoitus kehittää merkittävin suomalainen tuotantoalue myös tieto- ja viestintäalalla.

Varsinais-Suomen suurimpina voimavaroina nähdään osaaminen ja koulutus, tutkimuslaitosten, osaamiskeskusten ja yhteysverkkojen edelleen kehittäminen sekä innovatiivisten alojen kehittäminen laaja-alaisesti. Varsinais-Suomi kuuluu tavoite 2-ohjelman alueeseen. Varsinais-Suomessa toteutetaan lisäksi osaamiskeskusohjelmaa, jossa toisena painoalueena on kulttuurituotanto.

Vahvaa kulttuuritoimintaa löytyy. *Turku on tunnettu erityisesti animaatiotuotannosta ja musiikkialasta. Animaatiotuotanto on alueen selkeitä vahvuuksia. Turussa on myös Suomen ainoa täysin animaatioon keskittynyt ammattikorkeakoululinja sekä vuosittaiset kansainväliset animaatiofestivaalit. Alueella on pyritty kehittämään erityisesti populaarikulttuuria ja kulttuuripalveluja. Myös sisältötuotantoalaan on kiinnitetty viime aikoina huomiota laajalti*

sekä maakuntaliiton, seudun kehittämissyhtiön että Turun kaupungin toimesta. Varsinais-Suomessa toimintaa on useissa ryppäissä Turun ulkopuolella, esimerkiksi Raumalla ja Vakka-Suomen alueella. Toiminta on kuitenkin vahvasti Turku vetoista.

Turussa on paljon sisältötuotantoalan koulutusta, mutta osaajat eivät aina jää alueelle. Seutua ei myöskään vielä tunneta uuden median keskittymänä. Alueella on paljonkin ict- ja sisältötuotannon toimijoita, yrityksiä ja kehityshankkeita, mutta niiden ei ole koettu saavan huomiota. Tosin ainakin ulkopuolisen silmin Media Turku -yhdistys vaikuttaa hyvin näkyvältä.

Hankkeiden ja osaamiskeskuksen toimesta on korostettu digitaalisen sisältötuotannon kehittämistä. Varsinais-Suomessa on pyritty etsimään toimintaa omilta vahvuusalueilta, koulutuksesta ja kulttuurisista sisällöistä. Myös vahva eLearning-osaaminen, LifeScience, terveydenhuolto ja hyvinvointi sekä humanistisen asiantuntemuksen tuotteistaminen nähdään vahvuusalueina. *Sisältö- ja teknologiapuoli ovat kohtaamassa, keskusteluyhteys on syntynyt. Toimintaa on käynnistymässä, mutta se ei ole vielä täysin realisoitunut.*

Monet tahot Varsinais-Suomessa, muun muassa Media Up- ja Pop-työryhmät, ovat tehneet sisältö- ja media-alan selvitystyötä jo pitkään. Sisältötuotannon selkeä kartoittaminen on kuitenkin havaittu hankalaksi ja toiminta pohjautuu pitkälti arvioihin. Kartoituksia kuitenkin tehdään jatkuvasti. Kulttuurituotannon osaamiskeskuksen arvioiden mukaan maakunnassa olisi jopa yli tuhat sisältöalan yritystä ja Media Up -raportin mukaan 1500. Media Turku -yhdistyksessä toimijoita kuitenkin on vain noin 70.

## Alueelliset toimintaedellytykset

Edellytykset sisältöalan kehitykselle Varsinais-Suomessa ovat kunnossa. Yhteydet ja asuinympäristö ovat hyvät. Myös infrastruktuuri on yleisesti kunnossa, toimitilakysymyksessä on kuitenkin havaittu kehitettävää: *Ei ole Lumeen tyyppistä tilakonseptia ja kaikki toimivat pitkälti omalta laitteistopohjalta.* Luotavan ict-keskuksen ja tuotteistamislaboratorion palvelut kehittänevät kuitenkin tätäkin puolta.

Varsinais-Suomessa on kansainvälisesti merkittävä ja monipuolinen yliopisto- ja korkeakoulukeskittymä sekä paljon media-alan koulutusta. *Tuottajiakin koulutetaan, mutta koulutus on uutta.* Turun yliopisto on monialainen koulutuslaitos, jossa voi opiskella esimerkiksi mediatutkimusta. Informaatioteknologian laitoksella pyörii myös digitaalisen median linja. Yhteistyötä tehdään alueen muiden digitaalisen median opetusta tarjoavien oppilaitosten kanssa ja nyt ollaan kehittämässä laaja-alaista media-alan koulutusyhteistyötä Dime -hankeen kautta.

Turun kauppakorkeakoulussa tutkitaan mediatalouden ilmiöitä, järjestetään media-alan koulutusta ja tehdään kehittämisprojekteja. Erityinen mediaryhmä laatii myös digitaalisen sisältötuotannon ohjelmaa. Turun ammattikorkeakoulussa puolestaan voi opiskella esimerkiksi viestintää ja animaatiota. *Ammattikorkealla on myös tuotantokalustoa ja tekemisen meininkiä.* Myös Diakonia-ammattikorkeakoululla on sisällön tekemiseen liittyvää toimintaa ja täydennyskoulutukseen on panostettu.

Yleisesti nähdään, että hyvissä lähtökuopissa ollaan, paljon jo tehdään, mutta toimiva verkosto vaatii sen veturin, joka koordinoi ja vie kehitystä johonkin suunniteltuun suuntaan. Erityisesti hyvä koulutustarjonta ja yleisympäristö sekä kohtuullisempi kustannustaso kuin pääkaupunkiseudulla koettiin toiminnalle suotuisina asioina. Myös sijainti nähtiin hyvänä. Ongelmallisena nähtiin alueellinen jäykkyys. Tuottajaportaan heikkous ja jakelukanavat on havaittu pullonkauloiksi. Alkuvaiheen tukea ja joitakin jakelukanavia löytyy, mutta isoja tuottajia ei ole, minkä vuoksi siirrytään Helsinkiin.

## Sisältötuotantoalan nykytilanne

Perinteiset viestintämuodot ovat näkyvästi esillä Turun seudulla. Turku on vahvaa graafisen teollisuuden seutua. Alueen vankka mediavaikuttaja on Turun Sanomat, joka omistaa myös sähköisiä jakelukanavia. Alueelta löytyy paljon eri alojen toimintaa, on av-tuotantoa ja digi-tv formaattikehittelyä, animaatiotuotantoa ja uusmediaa, verkkoviestintää ja mainostuotantoa jne. Esimerkiksi Oy Aboa Animations Ab, animaation koulutus- ja kehittämishankkeen pohjalta syntynyt yhtiö tekee pitkiä animaatioita, 3D:tä, mainoksia ym. Ongelmaksi koetaan se, että seudulla ei ole maanpäällistä tv-kanavaa. *Toisaalta se ettei ole analogisen toiminnan rasitteita voi olla myös vahvuus.* Terveystuotannon sovellutukset ja opetussisällöt voidaan nähdä uusina merkittävänä alueina.

Erityisen paljon löytyy erilaisia mediatoimistoja ja digitaalisen median yrityksiä. MediaTurku -yhdistyksen listalla on noin 70 alan yritystä, joista suurin osa edustaa mainontaa ja markkinointia. Pääosa on pieniä toimijoita, uusia ja pienellä liikevaihdolla pyöriä. *Löytyy myös kiinnostavia toimijoita ja yksittäisiä yrityksiä, joilla on selvästi draivia verkostomaiseen toimintaan, esimerkkinä Poutapilvi Oy.* Paljon yksittäistä toimintaa löytyy myös Turun ulkopuolelta. Heikkoutena nähdään silti osajien pakeneminen pääkaupunkiseudulle tai Tampereelle.

Markkinat ovat pääkaupunkiseudun jälkeen toiseksi suurimmat ja myös alueellista kysyntää löytyy, *mutta tietoisuus alueen toimijoista on huono, olennaista olisi tuoda kenttä markkinoiden tietoon.* Asiakkaita haetaan vahvasti myös valtakunnallisesti, vaikkakin Media Up -raportin mukaan alueellisuus korostui yllättävän paljon. *Kansainvälistyminen on tiedostettu mutta siihen ei ole vielä oikein lähdetty satsaamaan.*

Erikoistumista on tapahtunut, mutta kilpailua kuitenkin löytyy. Alueelle ei ole ainakaan vielä muodostunut selvää painotusta. Yritykset ovat erikoistuneet ja toimivat monilla aloilla. Yhteistä strategiaa on muokattu, mutta sellaiseen sitoutuminen on yritysten taholta melko satunnaista.

Alueella on pyritty jo hyvin vahvistamaan verkostoitumista, *Media Turku ja Arsetnet ovat tässä mielessä olennaisia.* MediaTurku yhdistyksessä<sup>18</sup>, varsinaissuomalaisen media- ja sisältöteollisuuden yritysten ja yhteisöjen verkostossa on mukana noin 70 media-alan toimijaa. Media Turku edistää markkinointia sekä on olennainen toimija useissa hankkeissa.

<sup>18</sup> <http://www.mediaturku.fi>

Seudulla toimii myös kulttuurialan verkosto Arsnet<sup>19</sup>, joka pyrkii yhdistämään kulttuuriosaamisen ja -kysynnän. Myös pienempiä toiminnallisia verkostoja löytyy. Edelleen kuitenkin toivotaan enemmän yhteistyötä toimijoiden välille: *Yhteinen keskustelufoorum olisi paikallaan. Yksittäiset toimijat eivät näe välttämättä verkostoitumista omaksi toiminnakseen, jos sen hyödyllisyyden periaatteessa myöntäisivätkin. Yritykset haluavat verkostoa, mutta ovat itse passiivisia toimijoita siinä.* Verkostoitumista on yritetty kehittää myös muiden aluekeskusten kanssa. Toisaalta esiin tulleiden näkemysten nojalla *ei ole oikein päästy tai ehkä haluttukaan lähteä moniin kansallisiin verkostoihin tai järjestöihin.*

Työvoimaresurssit nähtiin kohtuullisina. Alueella koulutetaan paljon. Osaajia löytyy, mutta tapahtuu aivovuotoa, koska heille ei löydy töitä. Uusia liiketoimintamahdollisuuksia hahmotetaan koko ajan. Terveys- ja bioalan sekä matkailusektorin, it-alan ja graafisen teollisuuden kanssa yhteistyötä on kehitetty. Pulmana on nähty se, että varsinaista alueellista tuotantotukea ei ole vielä. Alueellisesta säätiöstä on ollut puhetta, mutta hanke ei ole oikein edennyt. Omia pääomarahastoja kuitenkin on, esimerkiksi Aboa Venture, jossa yksi osio on varattu sisältötuotannolle.

Yleiskuvassa on selvityksen perusteella tapahtunut parannusta. *Viime vuosi on ollut huono. Keväällä on tapahtunut korjausta, ei ole tullut kaatumisia. Hyvin paljon toiminnasta on tehty omalla rahalla, joten ei olla niin herkkiä. Isojen vetureiden muutokset vaikuttaa, mutta sisältöihin panostetaan.* Isoja toimijoita on kuitenkin vielä vähän.

## Kehittämissatsauksia ja hankkeita

Alueellinen julkinen toimijaverkosto on suhteellisen laaja ja tietoa siitä löytyy esimerkiksi Media Up -raportista. Varsinais-Suomen maakuntaohjelmassa on nostettu esiin myös sisältötuotannon taloudellisen merkityksen sekä työllisyysmahdollisuuksien kasvu. Erityisesti liiketoiminnallisuutta, eri alojen yhteistyötä, yrittäjyyttä sekä tuotteistamista ja markkinointia on haluttu kehittää. Maakuntaan on tarkoitus kehittää laaja-alaisella yhteistoiminnalla merkittävä kulttuuriliiketoiminnan keskus, joka vahvistaa kärkituotteita ja alan kilpailukykyä.

Turun seudulla panostetaan erityisesti media-alan osaamiseen ja viestintäkoulutukseen sekä alan yritystoimintaan ja kansainvälisiin verkostoihin. Erityisesti Itämeren alueen yhteistoimintaan aiotaan panostaa. Turun seudun kehittämiskeskuksen TAD Centre<sup>20</sup> tuottaa yritystoiminnan tukipalveluita ja panostaa seudun tunnettuuden lisäämiseen, markkinointiin sekä koti- ja ulkomaisten yritysten sijoittumiseen toiminta-alueelle. TAD Centre pitää yllä myös businessareena-linkistöä alueen yrityksistä sekä laajaa tietohakemistoa esimerkiksi tukiohjelmista sekä kulttuuri-, elinkeino- ja yrittäjyystiedoista. Kulttuurituotannon osaamiskeskus, Kulturo<sup>21</sup>, tarjoaa neuvontapalveluja, koordinoi alan verkostoja sekä valmistelee ja toteuttaa erilaisia hankkeita. Lisäksi se kehittää alan yritystoimintaa, yritteliäisyyttä sekä vahvistaa kulttuurin alueellista kehittämistä ja yritysten

<sup>19</sup> <http://www.arsnet.net/>.

<sup>20</sup> [www.turunseutu.net](http://www.turunseutu.net)

<sup>21</sup> <http://www.kulttuurituotanto.net/>

toimintamahdollisuuksia. Tällä hetkellä meneillään on esimerkiksi kansainvälisiä hankkeita, kuten Pohjoismainen kulttuuriliiketoiminnan kehittäjäverkosto.

Turun teknologiakeskuksessa toimii myös yrityshautomo Dio, jossa panostetaan myös sisältötuotantoon. Diossa toimii noin 30 yritystä, joista puolet toimii selkeästi sisältötuotantoalalla. Suunnitteilla on myös erityinen tuotteistamis- ja kaupallistamisyksikkö hautomon jatko toiminnaksi. Turun teknologiakeskus Oy muuttuu pian Turku Science Park- ja ICT Turku Oy -yhtiöiksi: *Ict-keskuksessa kulttuuri, viestintä, sisältötuotanto sekä it ala yhdistetään. Paino on enemmän C- kuin it-puolella.*

*Turkuun on myös ollut pitkään suunnitteilla keskitetty mediakeskus ja eri konsepteja on kokeiltu. Tilakysymystä on mietitty esimerkiksi Media Upin yhteydessä ja Turun kaupungin kanssa. Yrityskeskittymää on suunniteltu, mutta sopivaa ei ole löydetty. Turkuun ollaan hakemassa myös Eurooppalaista monimediastudiota*

MediaTurku tiedottaa ja julkaisee, osallistuu alan tapahtumiin ja messuihin sekä kehityshankkeisiin, järjestää kursseja ja seminaareja, tekee aloitteita ja esityksiä sekä antaa lausuntoja. Lisäksi se ylläpitää media-alan portaalia, joka kokoaa yhteen MediaTurun jäseniä sekä muita media-alan palveluista kiinnostuneita tahoja sekä välittää tietoa ja toimii verkoston rakentamisen työvälineenä. *MediaTurku ry on yritysten ja yhteisöjen järjestö, jonka ansiosta esimerkiksi MediaUp-hanke saatiin liikkeelle. Valitettavasti järjestöltä puuttuu resursseja kaikkien hyvien hankkeiden toteuttamiseen.*

"Media Up - Varsinais-Suomen media-alan ja sisältötuotannon tulevaisuus" raportin mukaan muun muassa kulttuuritarjonnasta, etäkoulutuksesta, virtuaalimatkailusta ja terveystalvakuista voidaan löytää sellaisia käyttämättömiä kehitysmahdollisuuksia, joilla ala saadaan kukoistamaan Varsinais-Suomessa. Raportissa ehdotettiin myös alueellisen sisältötuotantotyöryhmän perustamista, aloittelevien yritysten laboratoriota ja kiihdyttämöä sekä kulttuuriteollisuuden infoCityä. Raportin pohjalta syntyi laaja-alainen sisältötuotannon työryhmä sekä alueellinen sisältötuotanto-ohjelma. Jatkohankeen aikana on pohdittu konkreettisia kehittämistoimenpiteitä. Elokuussa 2002 työryhmän työn pohjalta lanseerattiin "Digitaalinen Turku" -hanke.

*"Digitaalinen Turku" on uusi ohjelma, jonka tarkoitus on koota toimijat yhteen ja kehittää arkipäivän sisältötuotteita. Kaikki olennaiset toimijat ovat mukana. "Digitaalinen Turku" kokoaa kaikki alueen hankkeet yhteen ja lisää koordinaatiota. Eri osahankkeille on löytymässä vastuutahot ja nyt painotetaan myös päättäjätahojen osuutta. Tarkoitus on arvioida hankkeita ja kitkeä rikkaruohoja. Pyritään nostamaan sisältöalan jalostusarvoa, liiketoiminnallisuutta ja monistettavuutta. Tarkoitus on kehittää myös yrityspalveluja, tuotekehityslaboratoriota ja hautomotoimintaa, sekä myös rahoituspalveluja, jotta osaajat ja yritystoiminta pysyisivät alueella. Palvelukokonaisuus on tarkoitus sijoittaa tiedepuistoon luotavan ICT-yhtiön yhteyteen. Yrityslähtöistä verkostoitumista ja tiedon leviämistä pyritään yhä vahvistamaan. Uuteen tiedepuistoon on tulossa paljon alan toimintaa ja läheisyyttä; keskittymistä voisi ehkä edelleen kehittää esim. mediakeskuksen muodossa. Kehitteillä on myös idea digitaalisen median alan näyteikkunasta Turun keskustaan.*

Myös koulutuslaitokset tiivistävät yhteistyötään. Oppilaitosten mediayksiköt ovat muodostaneet digitaalisen median konsortion (DIME), jonka tarkoitus on kehittää yhteistyössä digitaalisen median perus- ja jatkokoulutusta. Tähdätään niin sanotun kovan ja pehmeän puolen yhdistämiseen ja koulutuksen laaja-alaisuuteen.

Turun julkiset toimijat ovat lämmenneet sisältötuotannon asioille, mikä nähdään paljon MediaTurku -yhdistyksen toiminnan tuloksena. Edelleen kuitenkin kaivataan koordinaatiota, ymmärrystä, pitkäjänteisyyttä ja konkreettisia toimia. *Hajautetun toteuttamisen lisäksi tulisi olla veturi, johon kaikki voivat olla yhteydessä, joka pitää yllä yhteistä suuntaa, ottaa kantaa ja toimii viestin välittäjänä kaikkien välillä.*

## Tulevaisuuden näkymiä

Sisältöalan satsauksia on selvästi lisätty. Ala nähdään seudulla lupaavana ja voimakkaasti kehittyvänä. Kokonaisuudessaan ollaan vielä kehityksen alkuvaiheissa: *Mielestäni aloitusvaiheessa ollaan, resurssien puute vaivaa niitä harvoja jotka olisivat kiinnostuneita yleiseen alueelliseen kehittämiseen. Löytyy myös kokeneita yrityksiä, mutta paljon pohditaan "mitä voitaisiin todella tehdä".* Alueelta löytyy kuitenkin vahvoja kehittäjätahoja, esimerkiksi Media Turku. Yrityslähtöisyys ja hyvät vaikutukset on huomionarvoista, vaikka rahoitusta kaivattaisiinkin. Myös Media Up -hanke antaa selkeät suuntaviivat alueen kehittämiseksi.

Vahvuuksina nähtiin erityisesti osaamis- ja koulutusresurssit. Yrityksilläkin on selvästi kiinnostusta kehittämiseen. Monialaisuus on nähty sekä heikkoutena että vahvuutena. *Osaamista löytyy, ongelmana on kohtaaminen.* Myös alueellinen julkinen tuki ja satsaukset sekä vahvat yhteydet Ruotsiin nousivat vahvuuksina. Yhdeksi heikkoudeksi koettiin, että suuresta koosta huolimatta *Turku ei ole Helsinki.* Myös toimijatahojen yhteistoiminnassa on vielä parannettavaa. Resurssien hajoaminen ja rahoituksen puute vaikuttaa. Aiemmin on korostettu myös teknisen koulutuksen puutetta.

Alan mahdollisuuksien uskotaan paranevan yhteistyön tiivistämisen ja verkostoitumisen avulla, "kovan" ja "pehmeän" puolen olisi kohdattava: *Tämä voisi synnyttää uutta toimintaa ja jopa kultamunia.* Mahdollisuuksia luovat myös Digitaalinen Turku -ohjelma ja tuottajakeskeisen tuotantomallin kehittäminen. Tuotantoyhtiöiden käynnistyksen ja kasvun tukeminen nähtiin kehityksen kannalta oleellisena. Myös Ruotsin markkinat ja yhteistyö *olisi mielellinen mahdollisuus, mutta sitä ei ole oikein osattu hyödyntää.* Kulturo on kuitenkin verkottunut Pohjoismaiden luovien tuottajien kanssa. Uhat liittyvät yleisiin suhdannevaihteluihin ja niiden seurauksiin sekä mahdollisiin teknologiaongelmiin. Myös yhteisiin asioihin satsaaminen nähtiin välttämättömänä. *Kaiken käynnistäminen vie aikansa, kärsivällisyys ja fokusointi on olennaista.*

## ETELÄ-SAVO/MIKKELI:

*"Digitaalisen arkistoinnin maakunta"*

### Alueellinen yleiskuva ja sisältötuotanto

Suuret markkina-alueet Helsinki ja miljoonakaupunki Pietari sijaitsevat lähellä Etelä-Savon 170 000 ihmisen maakuntaa. Eteläsavolaisten perustoimeentulo rakentuu puusta ja metallista. Suuria työnantajia on myös graafinen teollisuus. Informaatioala on yksi Etelä-Savon keskeisiä uusia kehittämiskohteita. Elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä vahvistetaan kehittämisohjelmien, mm. Itä-Suomen tavoite 1 -ohjelman avulla. Savonlinnaan on esimerkiksi rakennettu ohjelmistojen testauskeskus SoftaTest. Etelä-Savon maakuntaliitto on parhaillaan laatimassa uuta maakuntasuunnitelmaa ja liiton mukaan suurin potentiaali lienee informaatioteknologian soveltaminen vanhoilla toimialoilla.

Sisältötuotantoa käsitellään sekä ict-alan että kulttuurisektorin yhteydessä. Sisältötuotannon ei voi katsoa nousseen alueella mitenkään erityiseksi painotusalueeksi. Etelä-Savon liiton mukaan alueella on kunnostauduttu kuitenkin myös sähköisessä viestinnässä. Ict-alan osaamista on nähty olevan ainakin digitaalisen kuvankäsittelyn, digitaalisen arkistoinnin, ohjelmistojen ja niiden testauksen alueella. Mikkeli on myös arkistokaupunki, mikä on alkanut näkyä myös sisältöalan puheissa, *maakunnan korkeatasoiset arkistot kehittävät jatkuvasti uusia digitaalisen tallennuksen tapoja, osin yhteistyössä Mikkelin ammattikorkeakoulun kanssa*. Etelä-Savo nähdään myös verkkoaineistojen ja oppimateriaalituotannon kärkialueena. Valtakunnallisesti urauurtavaa työtä on tehnyt Otavan Opiston Internetix Campus. Toimintaa on myös muilla aloilla, mutta tällä alalla oltiin aikaisin liikkeellä. Ongelmiksi on esitetty esimerkiksi ict-yritysten kapea pohja, korkeasti koulutettujen nuorten poismuutto sekä oman tiedekorkeakoulun ja suurteollisuuden puuttuminen alueelta.

Etelä-Savon maakuntaliitossa valmistui vuoden 2001 lokakuussa hanke "Etelä-Savon avaintuotantoketjut ja niiden toimintaympäristöt", jossa myös informaatioteknologia ja kulttuuri on valittu kehittämisaloiksi ja aloille on muokattu kehittämissuunnitelmat. Maakuntaliiton selvityksen mukaan ict-alalla maakunnassa on merkittäviä, vaikkakin useimmin vielä pieniä yrityksiä. Keskittymiä pyritään vahvistamaan, jotta syntyisi kriittistä massaa kansallisen ja kansainvälisen liiketoiminnan kehittämiseksi.

Kulttuuriosion mukaan myös sisältötuotanto on nousemassa perinteisten elinkeinojen ja kehittämisalojen joukkoon alueellisen kehittämisen välineenä, moninaisena luovana tuotantona ja elinkeinona. Selvityksen mukaan Etelä-Savoon on muodostumassa informaatioteknologian keskus, joka antaa välineitä ja luo toimintaedellytyksiä kulttuurituotannolle monella eri kulttuurin alalla. Lisäksi on huomioitu eri toimialojen toisiinsa kietoutuminen, esimerkiksi matkailun yhteydessä. Selkeitä arvioita esimerkiksi sisältöalan koosta ei kuitenkaan tähän selvitykseen löytynyt.



## Alueelliset toimintaedellytykset

Yleiset toimintaedellytykset ovat suhteellisen toimivat. Ilmapiiri suosii yrittämistä ja tuotannon aloittamiskustannukset ovat edulliset. Myös kulttuurisen ja luovan tuotannon kehittämiseksi on Etelä-Savossa edellytyksiä. Ammattikorkeakoulun IMT-keskuksen myötä myös tekniset edellytykset ovat kehittyneet olennaisesti.

Alueelta löytyy enemmän teknologisen ja kauppatieteellisen puolen koulutusta, kuin esimerkiksi viestintäalan koulutusohjelmia. Suhdetta on yritetty kuitenkin parantaa. Savonlinnaan on kehitelty eMaisteri -koulutusta ja verkko-opinnoilla on pyritty paikkaamaan koulutusvajetta. Lähivuosina alueella pyritään lisäämään korkea-asteen koulutusta erityisesti informaatiosektorilla ja tehostamaan yhteistyötä elinkeinoelämän kanssa.

Maakunnassa toimii ammattikorkeakoulu, yliopistoyksiköjä ja monia ammatillisia oppilaitoksia. Ammattikorkeassa voi opiskella esim. informaatioteknologiaa tai kauppatieteitä. Ammattikorkean mediatekniikan koulutusohjelmassa on erikoistuttu sähköiseen viestintään ja kulttuurialan koulutusohjelma tarjoaa myös viestintäkoulutusta. Ammattikorkeakoulussa toimii myös mediakeskusta vastaava IMT-keskus, osana laajempaa MicPoli -hanketta. Mikkelissä toimii myös Helsingin kaupparinkeakoulun yksikkö, jonka pienyrityskeskukseen kautta löytyy myös hautomotoimintaa.

Alueen koulutustoimijoista sisältöalan kehitykseen on panostanut vahvasti Otavan opisto. Otavan opisto tarjoaa viestintäalan opetusta, mediaympäristö- ja verkkomediakoulutusta ja järjestää alan projekteja ja hankkeita. Seudulta löytyy myös muita koulutusyksiköitä. Esimerkiksi Mikkelin ammatti-instituutti tarjoaa kulttuurialan opetusta ja on järjestänyt "kulttuurista katetta" kulttuuriyrittäjyys -hankeen.

## Sisältötuotantoalan nykytilanne

Yrityspuoli sisältöalalla on hyvin pientä. Alueen vahva mediatoimija on perinteinen lehtitalo, Länsi-Savo oy. Uusmediatoimintaa ei nähdä kovin vahvana. Pieniä verkkotuotantoyrityksiä löytyy muutamia. Sisältötuotantoon erikoistuneita oli rekistereiden ja arvioiden mukaan noin kymmenen ja näistä noin puolet Savonlinnassa. Yrityshautomotoiminta on synnyttänyt jonkin verran uutta yritystoimintaa. NBC yrityshautomotoiminta toimii tällä hetkellä 9 yritystä, joista ainakin 5 yritystä voidaan laskea sisältöklusteritoimintaan kuuluvaksi: mobiilipalveluja, verkko- ja uusmediaa. Myös hankkeista on syntynyt muutamia yrityksiä alueelle, esimerkiksi esr-rahoitteisena Otavan opiston projektina käynnistynyt Internetix.

Otavan opiston Nettiradio Mikaeli<sup>22</sup> taas on yhteistyössä yleisradion kanssa toteutettu ääntä, kuvaa ja tekstiä jutuissaan yhdistävä verkkomedia. Mikaeli on toiminut alueella kokoavana ja mahdollistavana ympäristönä. Se on luonut kanavia ja synnyttänyt toimintaa. Alueelta löytyy myös joitain kuvankäsittelyyn, verkkomateriaaleihin ja opetuspuoleen erikoistuneita yrityksiä. Uutena panostuksena on noussut digiarkistointi, mihin on alkanut liittyä myös yritystoimintaa.

<sup>22</sup> <http://www.yle.fi/mikaeli/>

Alueen ongelmana on pienuus ja heikko kysyntätilanne. Isot toimijat ovat suhteellisen vahvoja, mutta pienet yritykset ovat vaikeuksissa. Projektitoiminta on alueella olennaista ja julkinen osarahoitus tärkeää. Alueellisista painotuksista tällä hetkellä digiarkistopuolella on vahvoja ponnistuksia. Uusia mahdollisuuksia etsitään eri aloilta, mutta mitään kovin merkittävää ei vielä noussut. Verkostoja ei toiminnan pienuudenkaan vuoksi oikeastaan ole, mutta esimerkiksi hautomoissa ja Mikaelin verkkoympäristötuotannoissa toimitaan yhdessä. Yleiskuva vaikuttaa suhteellisen rauhalliselta, toiminta on hiljaista ja odottavaa, suuria mullistuksia ei ole näkynyt.

## Kehityssatsauksia ja hankkeita

Sisältötuotantoa on julkiselta puolelta käsitelty osana sekä ict että kulttuuriklusteria. Sekä informaatio että kulttuurialan kehitysohjelmat koskettavat sisältötuotantoa. Kulttuurin toimialan kehittämismahdollisuuksien todellisen hyödyntämisen on katsottu vaativan myös laajamittaista uuden teknologian hyväksikäyttöä ja uusmedia-alan vahvistamista. Erityisesti on korostettu kulttuurin kehittämistä elinkeinona ja työllistäjänä, uuden yrittäjyyden mahdollistamista, sekä yhteistoiminnan ja verkostoitumisen kehittämistä. Kehittämisen painopisteitä on myös kulttuuriperinnön hyödyntäminen ja tuotteistaminen sekä kulttuurialan koulutuksen ja markkinoinnin kehittäminen. Systemaattista sisältöalan kehittämisstrategiaa ei kuitenkaan ole.

Suuria tai merkittäviä hankkeita ei juuri noussut, paitsi informaatio- ja mediatekniikan laboratorio/studiokokonaisuus, IMT-keskus. Ammattikorkeakoulun suurhankkeella pyritään mahdollistamaan vaativankin multimedian tuottaminen. Informaatio- ja mediateknologian keskus tarjoaa viestintäteollisuuden uusmediasovellutuksille kasvualustan. Keskuksessa on keskitytty infran ja laitteiston kehitykseen, tekniseen koulutukseen ja mediateknologian kehitykseen, ei varsinaisesti omaan sisältötuotantoon. Keskuksesta voi myös vuokrata laitteita, mutta tätä on tapahtunut aika vähän. Keskuksessa on tehty erilaisia projekteja yhteistyössä niin julkisen kuin yksityisenkin puolen kanssa, sekä oltu mukana kehittämässä pilotteja. IMT-keskus on myös kartoittanut alueen mahdollisuuksia profiloitua eräänlaiseksi digiarkistoksi. Ammattikorkeakoulussa on pyritty luomaan myös uusia yritysituja sekä kehitys- ja koulutusohjelmia.

Otavan Opistolla on ollut ja on monia sisältöalan hankkeita, kuten Internetix-campus, Nettiradio Mikaeli ja Internetix Multiverse- projektit. Internetix<sup>23</sup> on laaja tietoverkossa toimiva virtuaalinen oppimisympäristö, jossa uusia työkaluja ja menetelmiä kehitetään jatkuvasti. Se on kehittänyt etäopiskelijoiden käyttöön uusia tekniikoita ja sisältöjä, jotka ovat herättäneet kiinnostusta Suomen rajojen ulkopuolellakin. Multiverse -projektissa taas on kehitetty verkkotyökaluja mahdollistamaan sisältötuotantoa.

Helsingin kauppakorkeakoulun palveluyksikön pienyrityskeskus<sup>24</sup> on erikoistunut pk-yritysten toiminnan kehittämiseen ja yrittäjyyden edistämiseen esimerkiksi yrityshautomotoiminnan kautta. Myös Mikkelin ammattikorkeakoulu osallistuu NBC:n toteutukseen

<sup>23</sup> <http://www.internetix.fi/>

<sup>24</sup> <http://www.pyk.hkkk.fi/>

sopimus pohjaisesti. Yrityshautomon toimialoina on mm. IT ja mediateknologia sekä telekommunikaatio. Kokemukset ovat olleet hyviä. Yrityshautomo NBC Mikkeli kasvoi viime vuoden aikana merkittävästi ja vuoden lopussa yrityksiä oli hautomossa yhdeksän ja yrityksissä työskenteli jo n. 30 henkeä. Hautomolle on juuri rakennettu uudet tilat. Nyt suunnitteilla on myös kiihdyttämötoimintaa.

Mikkelissä on viime aikoina satsattu erityisesti arkistokaupunki -profiilin kehittämiseen ja tähän liittyviin hankkeisiin. Savonlinnassa taas on kehitelty esimerkiksi kansainvälisen viestinnän laitoksen yhteydessä tuotteistamista ja mediatuotantoa, mutta toiminta on vielä hyvin alkuvaiheessa. Savonlinnaan on myös ollut tavoitteena luoda mediakeskus media- ja IT-alan osaamiskeskittymäksi ja hautomoksi. Toistaiseksi keskuksella ei kuitenkaan ole erityistä toimintaa.

Erillisistä projekteista huolimatta, selvityksen mukaan julkisilla toimijoilla ei ollut juuri toimintaa tai kiinnostusta sisältöalaa kohtaan. Viime vuosikymmenellä satsattiin enemmän, *nyt puhe ja tunnettavuus on lisääntynyt mutta rahalliset satsaukset pienentyneet*. Aiemmin yksittäisten henkilöiden panostus on näkyi, mutta nyt panostus on laantunut.

## Sisältöalan tulevaisuuden näkymiä

Elinkaarellisesti Etelä-Savossa ollaan hyvin käynnistysvaiheessa, *uusmediapuolella täysin alussa*. Myöskään tällä hetkellä suuria satsauksia ei näytä olevan alan kehittämiseksi. Prosessin havainnoista voidaan todeta, että yrityksiä tai edes hankkeita ja haastateltavia oli vaikea ainakin näin ulkopuolelta etsittynä löytää. Uutena mahdollisuutena näyttäytyy kuitenkin panostus digiarkistoihin, mihin on panostettu sekä julkiselta että muutamien yritystenkin puolelta.

Vahvuuksina alueella on nähty verkkotoiminta ja verkko-opetus, tämän alan pioneeritoiminta ja tutkimus, erityisesti Otavan opiston monipuolinen ja innokas toiminta. Heikkouksia ovat erityisesti yrityskehittämisen ja markkinoiden kapeus. Isot toimijat, veturit ja ”kriittinen massa” puuttuu. Myös koulutuksessa on kehitettävää ja alan osaajista on vielä pulaa. Myös julkinen panostus näyttää loppahtaneen. Sisältöalalla näkyvät samat negatiiviset kehitystekijät jotka vaikuttavat yleisestikin alueen kehitykseen, kuten resurssien pienuus.

Mahdollisuuksia nähtiin arkistointitoiminnan lisäksi myös erityisesti hautomotoiminnan kehityksessä. *Lisäksi muutama aika merkittävä innovaatio on kehittymässä liittyen verkko-opetukseen, mediaan ja ohjelmistoihin*. Teknologiasiirron ja koulutusalan yhteistyön sekä toimijoiden innostuksen kautta alueella nähdään mahdollisuuksia kehittää myös sisältöalan toimintaa. Uhkana on erityisesti vähienkin osaajien pakeneminen töiden perässä muualle ja alueen suhteellinen heikkeneminen kotimaassa.

**HÄME/LAHTI:***"Tulevaisuuden mobiilialue?"***Alueellinen yleiskuva ja sisältötuotanto**

Päijät-Hämeen noin 200 000 ihmisen maakuntaa muovaa sijainti pääkaupunkiseudun läheisyydessä. Merkittävimmät toimialat löytyvät perinteisemmän tuotannon puolelta. Maakuntastrategiassa alueesta suunnitellaan Eurooppa-tasoista muotoilun ja elämysteollisuuden keskusta. Myös osaamiskeskusalana on muotoilu. Työvoimatutkimuksen mukaan informaatioteknologia muodostaa vielä melko pienen toimialaryhmän alueella. Sisältöalaa ei selvityksen perusteella voida pitää Hämeen alueella vahvana eikä siitä olla kovin kiinnostuneita. Vahvan operaattorin vuoksi erityisesti mobiilituotantojen roolin on nähty korostuneen ja keskittymistä tähän suuntaan suunnitellaan. Uusia palveluratkaisuja pyritään hahmottamaan. Toistaiseksi perinteinen mediatuotanto nähdään kuitenkin vielä vahvempana kuin uusmedia.

Lahden seudun yrityskeskuksen arvion mukaan viestintä-ala työllistää Päijät-Hämeen alueella noin 1000 henkeä ja sen liikevaihto on noin 80 miljoonaa euroa. Kakusta suurin pala, jopa 75 prosenttia, kuuluu kustannus- ja painotoiminnalle. Digitalisoitumisen muutosvaikutuksia ja uusia mahdollisuuksiin on kuitenkin alettu huomioida, ja media-alasta odotetaan yhtä kasvualaa myös Lahden seudulla. Teknologiakeskus Neopolin selvityksen mukaan alueen edellytykset ja valmiudet sisältötuotantoon havaittiin toimiviksi. Korostukset alueella ovat kuitenkin ainakin aiemmin olleet vahvasti teknologiapainotteisia, ja sisältötuotantoalaan sellaisenaan ei ole juuri kiinnitetty huomiota.

**Alueelliset toimintaedellytykset**

Alueelliset perusedellytykset ovat kunnossa. Alue sijaitsee maanteiden ja rautatien solmukohtassa, pienen välimatkan päässä pääkaupunkiseudusta. Neopolin selvityksen mukaan alueelta löytyy edellytyksiä myös teknisesti monipuoliseen tuotantoon, niin televisiotuotantoihin kuin musiikki- tai animaatiopuolellekin. Lahteen on myös rakennettu uusi toimitilakeskus.

Alueella järjestetään monipuolista koulutusta ja koulutuslaitokset ovat myös kaupallisessa toiminnassa mukana. Alueella ei ole itsenäistä yliopistoa, mutta ammattikorkeakoulu ja muita korkeakouluyksiköjä löytyy. Lahden seudun ICT-alan kasvumahdollisuuksien on nähty perustuvan tietotekniikan koulutukseen ja tutkimukseen, joihin on viime vuosien aikana runsaasti panostettu.

Lahden ammattikorkeakoulussa on mahdollista suorittaa esimerkiksi medianomin tutkinto sekä opiskella informaatioteknologiaa. Koulutusta räätälöidään myös yritysten tarpeiden mukaan. Lahdessa toimivat myös esimerkiksi Päijät-Hämeen koulutus konserni ja Helsingin yliopiston tutkimus- ja koulutuskeskus Palmenia, joka järjestää myös erilaisia projekteja. Lappeenrannan teknillisen korkeakoulun Lahden yksikkö keskittyy pääasiassa

tuotantotalouden ja kauppatieteen alan koulutukseen. Teknillisen korkeakoulun Lahden yksikössä taas toimii erityinen Lahden multimediainstituutti. Oppilaitoksella on myös projektitoimintaa, esimerkiksi uuden teknologian oppimateriaalia tuotantoihin liittyen. Koulutusresursseja pidettiin jopa erinomaisina, erityisesti teknillisen korkeakoulun yhteydessä toimivan multimediainstituutin uskottiin tuottavan tulevaisuuden tekijöitä.

Lahden it-keskus<sup>25</sup> tarjoaa tutkimusta, koulutusta ja palveluja, mediakeskuksen tapaan. Painotus on teknologiapuolella, mutta keskus on ollut mukana myös monissa sisältöpuolen hankkeissa ja toiminnoissa. Keskuksessa on tuotettu ja kehitetty esimerkiksi oppimateriaaleja. Keskus on erikoistunut myös mobiiliteknologiaan ja kuvankäsittelyyn.

Alhaiset tuotantokustannukset sekä edullinen sijainti pääkaupunkiseudun kupeessa koettiin alueen hyväksi puoleksi. Seudulta löytyy lisäksi toimivia palveluja sekä ammattitaitoisia tekijöitä. Ongelmalliseksi on kuitenkin havaittu asiakkaiden puute ja tilausten karkaaminen pääkaupunkiseudulle.

## Sisältötuotantoalan nykytilanne

Alueella on erittäin vahva paikallinen mediatalo, joka on aktiivisesti laajentanut toimintaansa myös digitaalisen median puolelle: *Lehti omistaa käytännössä koko sähköisen viestinnän ja tuottaa omien yhtiöidensä toimesta myös sisällöt*. Sisältöalalla toimii arviolta 20 yritystä ja niistä noin puolet uusmedia-alalla. Näistä suurin osa on hyvin pieniä uusmediayrityksiä. Digitaalisen sisältötuotannon uusmedian piiristä löytyy esimerkiksi verkostoyritys Mageena, johon kuuluu useita viestintäyrityksiä. Lisäksi alueelta löytyy esimerkiksi oppimateriaali- ja äänituotantoa. Satsauksia on suunnattu erityisesti terveystalouden sisältöpalvelujen kehittämiseen. Sisältötuotantoon painottuvia yrityksiä on aika vähän, lähinnä puhutaan kehittyvästä it-alasta. Tosin alueelta löytyy myös joitain suhteellisen vakiintuneita media-alan yrityksiä. Yksittäisiä ja pieniä toimijoita on, mutta yhtenäinen ja vahva ote puuttuu. Sijainninkin perusteella monilla yrityksillä on toimintaa myös Helsingissä.

Paikalliset markkinat ovat ohuet, mutta lähiseudun isot keskuksat tuovat kysyntää. Suurin osa asiakkaista tuleekin pääkaupunkiseudulta. Erityisesti on havaittu, että paikalliset tuottajat saavat hyvin vähän toimeksiantoja oman paikkakunnan tai alueen julkisilta toimijoilta. Suurin mediatoimija vie näkemysten mukaan erittäin suuren markkinaosuuden eli markkinat ovat hyvin keskittyneet. Muut panostavatkin vahvasti varsinkin pääkaupunkiseudun markkinoille.

Erityisiä alueellisia painotuksia ei vielä näytä muotoutuneen, mutta mobiilipuoli saattaa nousta lähitulevaisuudessa. Yhteisessä markkinoinnissa ja asiakashankinnassa nähdään mahdollisuuksia. Yhteistyötä tehdään paljon esimerkiksi Helsingin ja Tampereen kanssa eikä niinkään oman alueen sisällä. Lahdessa toimii it-verkosto, mutta sisältöalalla ei toiminnan pienuuden ja kilpailun takia olla juuri verkostoiduttu. Toiminta nojaa pitkälti henkilösuhteisiin. Työvoimaresurssit nähtiin hyvinä. Alueella toimii lukuisia hyviä oppilaitoksia ja esimerkiksi harjoittelijoita on paljon saatavilla. Uusia liiketoimintamahdollisuuksia etsitään, esimerkiksi

<sup>25</sup> <http://www.lpt.fi/tl/itk/ieindex.htm>

julkisen puolen kanssa on kehitelty sosiaali- ja terveystalouden yhteistyötä. Myös matkailusektorin ja sisältöalan mahdollisuuksia on kartoitettu.

Sisältöalan yleistilannetta kuvattiin sanoilla *heikko* ja *huojuva*. Ne, jotka pystyvät toimimaan yhdessä isojen tuottajien kanssa ja saavat valtakunnallisia asiakkaita, pärjäävät. Paikalliset asiakkaat eivät riitä kannattavan liiketoiminnan ylläpitämiseen. Toisaalta myös kehittymisen edellytyksiä nähtiin: *Uusilla ajatuksilla voi olla merkitystä esimerkiksi sähköisen koulutuksen muodossa, jos alueen yrityksissä ymmärretään tulevaisuuden tarpeet*. Läpimurtovaihe kuitenkin vielä puuttuu ja tuotannot karkaavat pääkaupunkiseudulle. Toisaalta palveluillaan paljon varsinaisesti muualla toimivia yrityksiä eli *toimitaan ulospäin, asiakkaat ovat muualla, tuotanto täällä*.

## Kehityssatsauksia ja hankkeita

Teknologiakeskus Neopoli koordinoi aluekehitystä ja osaamiskeskusohjelmaa. Se tarjoaa kehityspalveluja ja järjestää myös hautomotoimintaa. Yhtenä toimialana hautomossa on informaatioteknologia ja hautomon piiristä löytyy myös sisältöalalla toimivia yrityksiä. Myös Lahden kaupungin yrityskeskus on mukana monissa hankkeissa. Suurimpana hankkeena nousi esiin "Langaton lahti" –mobiilikehityshanke, joka on osa aluekehitysohjelmaa. Hankkeen tavoitteena on edistää langattomien palveluiden ja teknologioiden hyödyntämistä. Tähän mennessä on ehditty kartoittaa lähinnä langattoman alan osaamista ja mahdollisuuksia.

Yrityskeskuksesta on meneillään myös matkailupalveluja mobiililaitteisiin kehittävä hanke sekä viestintäalan koulutusprojekti. Myös verkko-oppimiseen, etäopetukseen ja tietoverkkojen hyödyntämiseen kohdistettuja hankkeita kehitellään ja alueen koulutuslaitokset panostavat myös sisältötuotannon kehittämiseen.

Päijät-Hämeessä on kuitenkin tämän selvityksen nojalla sisältöalalla melko hiljaista, eikä alaan panosteta mitenkään erityisesti. *Julkisten toimijoiden hankkeiden käytännön merkitys ainakin uusmedian sisällöntuotannon kannalta näyttää jäävän olemattomaksi*. Toisaalta perusedellytyksiin on kyllä panostettu, mutta selvityksen perusteella alueen julkinenkin taho ei ole järin kiinnostunut ostamaan tuotantoa paikallisilta yrityksiltä.

## Sisältöalan tulevaisuuden näkymiä

Aiempien selvitysten perusteella alueelta löytyy hyvin eri ikäisiä yrityksiä, uusmedia tosin on hyvin nuorta kuten muuallakin. Toiminta voi olla kehittymässä, mutta taloudelliset resurssit koettiin juuri tällä hetkellä melko vähäisiksi. Monenlaista pientä toimintaa löytyy, mutta katse on monessakin mielessä pääkaupunkiseudulla. Toisaalta Lahdessa on suunniteltu selkeästi fokuksittomista mobiilialalle. Uudentyyppisiä palveluita suunnitellaan myös esimerkiksi sosiaalipuolelle.

Vahvuutena selvityksessä nähtiin tekniset ja ammatilliset valmiudet. Alueella on hyvä koulutustaso, ja ammattitaitoisia tekijöitä löytyy. Heikkouksia taas ovat rahoituksen ja isojen tuotantoyhtiöiden sekä koordinaattoreiden puute. Usein henkilökohtaiset suhteet

mainostoimistoihin, yritysten pääkonttoreihin jne., puuttuvat. Myös yritysten liiketaloudellisessa osaamisessa on kehitettävää.

Suotuisa sijainti pääkaupungin lähellä nähtiin mahdollisuutena. Tehokkaan asiakashankinnan ja alueellisen verkoston luomisen kautta alueelta löytyy kasvun mahdollisuuksia. Uhkana ovat kuitenkin edelleen keskittyminen sekä *vaikutelma siitä ettei pääkaupunkiseudun ulkopuolella voisi syntyä tuotantoja*.

## **KAAKKOIS-SUOMI / KOUVOLA JA LAPPEENRANTA:**

*”Mahdollisuuksia nousee itäsuunnasta”*

### **Alueellinen yleiskuva ja sisältötuotanto**

Kaakkois-Suomen alue muodostuu Kymenlaakson ja Etelä-Karjalan maakunnista. Kymenlaakson perustukijalka on paperiteollisuus ja siihen kuuluva metalliala. Yksittäisistä hankkeista huolimatta Kymenlaakso on nähty informaatioteknologian paitsioalueena. Erityisesti läheisen pääkaupunkiseudun vetovoima on vähentämässä alueen väestöä ja aivokapasiteettia. Etelä-Karjala taas on jo itärajalta sijaintinsakin puolesta kiinnostava maakunta, jonka kehittämisstrategiassa satsataan erityisesti pk-sektorin vahvistamiseen. Etelä-Karjalassa toteutetaan mm. Kaakkois- Suomen interreg-ohjelmaa, sekä tavoite 2- ja tavoite 3-ohjelmia.

Lappeenrannan ja Kouvolan lisäksi Kaakkois-Suomesta löytyy myös joitain pienempiä toimintakeskittyymiä esimerkiksi Imatralta ja Kotkasta. Sisältöala ei Kaakkois-Suomessa ole haastateltavien näkemysten mukaan erityisala, *ala on kapea ja sillä on vähän toimijoita*. Myös *markkinat ovat muualla ja toimijat aika erillään toisistaan. Osaamispotentiaalia ei ole oikein osattu hyödyntää*. Sisältöpuoli nähdään kuitenkin osana ict-alan kehitystä.

Kaakkois-Suomen te-keskus on laatinut informaatiotekniikka-alan yritysselvityksen (1999), jonka yhtenä osa-alueena on tarkasteltu myös digitaalista sisältötuotantoa, vaikkakin myös tässä selvityksessä törmättiin rajausongelmiin. Selvityksen mukaan ict-alan volyymi Kaakkois-Suomen alueella oli vielä varsin pieni, mutta yritysten määrän havaittiin olleen jatkuvassa kasvussa. Ict-alan yritysten liikevaihto oli noin 550 miljoonaa markkaa ja ne työllistivät hieman alle tuhat henkeä. Ala nähtiin kehittyvänä, mutta ongelmana oli havaittu erityisesti osaavan työvoiman saanti. Selvityksen mukaan yritykset toimivat suhteellisen yksinään eikä asiakkailla tai päättäjilläkään ole heihin juuri kontaktia. Alan toiminta oli keskittynyt pääosin aluekeskuksiin ja Lappeenrannan seutu oli aktiivisin. Digitaalisen sisältötuotannon osalta taas Kotka, Haminan ja Kouvolan seudut olivat erityisen virkeitä. Imatralta sijaitsivat suurimmat toimijat. Selvityksen mukaan Kaakkois-Suomessa oli noin 180 ict-alan yritystä. Näistä vain noin 15 prosenttia voitiin luokitella sisältötuotantoalan yrityksiksi.

Myös Etelä-Karjalan liitto on tehnyt selvitystä alueen ict-alan kentästä. Yhtenä tieto- ja viestintäteknikkatoimialan alalohkona on eroteltu myös sisältötuotantoala. Ala on muodostettu OECD-toimialaluokituksen mukaisesti niin, että sisältötuotantoon on laskettu kuuluvaksi toimintaa laajalla skaalalla kustantamisesta ja konsultoinnista mainostoimintaan.

Jälleen voidaan havaita rajauksista johtuvat eroavaisuudet, toimipaikkarekisterin mukaan pelkästään Etelä-karjalan alueella olisi noin 200 sisältöalan yritystä, jotka työllistävät noin 600 henkeä.

## Alueelliset toimintaedellytykset

Kaakkois-Suomen liikenneyhteydet ovat hyvät, infrastruktuuri kehittyntä sekä sijainti Euroopan Unionin ja Venäjän rajalla ainutlaatuinen. Myös yhteydet pääkaupunkiseudulle toimivat. Lappeenrannan teknillisen korkeakoulun ja syksyllä käynnistyvän Imatran uuden tietotalon, ICT centerin, ansiosta myös alueen tekniset edellytykset ovat entistä paremmat. Edellytyksien nähdään olevan periaatteessa kunnossa sekä teknisten tilojen, työvoiman saannin että osaamisresurssien suhteen. Myös tuotantokustannukset ovat alueella alhaiset. Koulutuslaitosten rooli on nähty alueella merkittävänä ja yhteistyötä tehdään mm. teknologiakeskuksen kanssa. Erityisesti teknologisen puolen koulutusta on saatavilla, mutta sisältöpuolella koulutus on vielä alkuvaiheissa ja osaamistaso kehittymässä.

Kymenlaakson ammattikorkeakoulu tarjoaa viestinnän koulutusta ja sen yhteydessä toimii ns. mediakasarmi. Koulutuksen painopiste on sisällön tuottamisessa eri viestintävälineisiin. Mediakasarmi toimii myös uusmedian laboratoriona ja tuotantoympäristönä, josta löytyy tekniikkaa projektien toteuttamiseen. Lisäksi esimerkiksi Helsingin yliopiston aikuiskoulutuskeskuksen Kouvolan yksikkö on erikoistunut kieli- ja kulttuurikoulutukseen. Kouvolaan ollaan myös luomassa alan tutkimusyksikköä Kymenlaakson ammattikorkeakoulun yhteyteen. Myös Etelä-Karjalan ammattikorkeakoulussa on alan koulutusta Lappeenrannassa ja erityisesti Imatralla. Koulutuslaitosten kesken on pyritty yhteistyöhön eri koulutusalojen välillä, mutta oppilasmäärät ovat vielä pieniä. ICT Center Imatran on tarkoitus koota alan koulutus ja tutkimus yhteen paikkaan.

Lappeenrannan teknillinen korkeakouluun on perustettu niin sanottu "sisältöprofessori", ja koulutuksessa on mahdollista painottaa myös sisältöpuolta. Koulutusosastojen yhdistämisellä on tähdätty poikkitieteellisen osaamisen kehittämiseen niin, että opiskelijoilla olisi kykyä ymmärtää sekä sisältöjä, tekniikkaa että liiketoimintaa. Erityisesti on panostettu monimediallisuuden ja tuotantoprosessien ymmärtämiseen. Myös ict-alan muuntokoulutusta on kehitetty, esimerkiksi digitaalisen viestintätekniikan ja tietojohdamisen muuntokoulutus yhdistää LTKK:n eri osastojen osaamisen.

## Sisältötuotantoalan nykytilanne

Sisältöalan yrityskehitys on kapea ja yritykset ovat pieniä. Rekistereistä löytyi eri hakusanoilla noin parikymmentä alan yritystä. Perinteen ja pohjan puuttumisen on nähty vaikeuttavan kehitystä. Niin sanotut veturiyritykset puuttuvat. *Digitaalisen median yrityksistä on vähän ja ne toimivat erillään toisistaan.* Perinteiset maakuntalehdet ovat vahvoja mediatoimijoita, mutta muuten yritykset ovat pääosin pieniä, uusmediaan, verkkotuotantoon ja -viestintään keskittyneitä. Kuitenkin alueella on esimerkiksi *multimediatuotantoa, videotallennusta, äänentoistopalveluja ja verkkokäännöspalveluja.* Myös tv-tuotantoa löytyy, esimerkiksi lastentuotantoihin erikoistunut Aran. Toisaalta alueella on hieman suurempiakin ict-alan



toimijoita ja esimerkiksi Ylen paikallistoimintaa. Uusia kiinnostavia yrityksiä on myös kehittymässä esimerkiksi hautomotoiminnan kautta ja esimerkiksi Lappeenrannan teknillisen korkeakoulun opiskelijoiden on toivottu luovan alueelle yritystoimintaa.

Alueella ei juuri ole markkinoita tai jakelukanavia. Koska kysyntä on heikkoa, tähdätään sekä kansallisille että kansainvälisille markkinoille. Erityisesti mahdollisuuksia nähdään Venäjän suunnalla. Toisaalta korostettiin myös, että alueen toimijoiden pitäisi herätä alueellisten tuottajien hyödyntämiseen. Yrityksillä vaikuttaa olevan pitkälti alueella oma segmenttinsä. Pääkaupunkiseudun hyvät yhteydet korostuivat olennaisina, mutta *vaikka pääkaupunkiseudulle ei ole paljon matkaa, kontaktit vaativat myös fyysisiä yhteyksiä.*

Selvityksessä ei noussut esiin selkeitä alueellisia strategioita tai erityispainotuksia, mutta yhteistoimintaa on kehitetty. Kymenlaakson ammattikorkeakoulun ja osaamiskeskuksen ympärille on muodostunut "sparrausrinki", joka kokoaa alan toimijoita yhteisverkostoon. Ringin toiminta on levittäytynyt myös laajemminkin Kaakkois-Suomen alueelle. Myös Cormus-yritysverkostossa on toiminut aiemmin muutamia sisältöalan yrityksiä ja Kareltekin sisältöalan hanketoiminta on edistänyt verkostoitumista sekä paikallisesti että kansallisesti. Koulutus on vielä suhteellisen nuorta ja osaavan henkilöstön löytämisessä on ainakin aiemmin havaittu ongelmia. Pääosa ammatillisista on vielä muualta tulleita, mutta koulutuslaitoksista alkaa nyt tulla uusia osaajia. Toisaalta kaikille osaajille ei kuitenkaan vielä riitä alueella töitä ja siksi oppilaitoksista valmistuvat siirtyvät muualle. Sisältöalan kehitys koettiin kuitenkin varovaisen myönteiseksi ja tulevaisuuteen panostavaksi: *Toiminta ollut pitkään yksittäisten toimijoiden varassa, nyt julkisetkin ovat vihdoinkin heränneet. Tilanne on paranemaan päin. Alueella on potentiaalia, mutta sen nostamiseen ja tuotteistamiseen tarvittaisiin satsauksia.*

## Kehityssatsauksia ja hankkeita

"Etelä-Karjala Tietomaakunta" on laaja maakunnallinen kehityshanke, joka kokoaa yhteen monia pienempiä alueen kehityshankkeita. Tietomaakuntahankkeen tavoitteena on vahvistaa korkean teknologian yritystoimintaa ja luoda pohja tietoyhteiskuntakehitykselle. Hankkeessa on mukana laajalti alueen toimijoita. Tietomaakuntahankkeen sisällä tehdään myös erilaisia kokeiluja ja pilotteja. Osahankkeita ovat esimerkiksi Etelä-Karjalan sähköisten tietoverkkopalvelujen kehittäminen, maakuntaportaalin ja asiointipalvelujen kehittäminen. Myös virtuaalisia tietopalveluja, oppimisympäristöjä, työkaluja ja oppimateriaalituotantoa on kehitetty ja yritysten verkostoitumista ja tietoliikenteen hyödyntämistä on pyritty edistämään. Etelä-Karjalan liitto on muokannut alueelle myös oman ICT-strategian.

Teknologiakeskus Kareltekillä on monia sisältöalaa koskettavia hankkeita. Kareltekissa on satsattu esimerkiksi sähköisen liiketoiminnan ja innovaatiokeskuksen kehittämiseen ja siellä toimii erityinen sisältökiihdyttämö. Vanhoista hankkeista erityisen hyvin onnistuneena on nähty Feeniks-yrityshautomohanke, jonka suojissa syntyi 13 uutta ICT-alan yritystä. Infocom 2006 -ohjelma toteuttaa käytännössä Etelä-Karjalan ICT-strategiaa ja sen yhtenä tavoitteena on nostaa nimenomaan sisältötuotanto yhdeksi seudun vahvuusalueista.

Erityisesti tähdätään Etelä-Karjalan nostamiseen yhdeksi maan johtavista kasvukeskuksista mobiiliteknologiaa hyödyntävässä ohjelmisto- ja sisältötuotannossa.

Syksyllä 2001 käynnistyi osin ESR-rahoitteinen Kareltekin koordinoima sisältökiihdyttämö - ohjelma, joka on suunnattu ohjelmisto- ja sisältötuotannon alkaville ja kasvaville yrityksille sekä alasta kiinnostuneille opiskelijoille. Tarkoituksena on koota alueellinen ohjelmisto- ja sisältötuotannollinen osaaminen yhteen ja tarjota sille mahdollisimman hyvät kasvu- ja verkostoitumisedellytykset. Sisältökiihdyttämössä toimii myös Medialaboratorio, kaikille ohjelmaan osallistuville avoin työtila, johon on hankittu laitteistoja sisältötuotannon toteuttamiseen. Sisältöparkki taas on ohjelmaan osallistuville rakennettu virtuaaliyhteisö. Ohjelmaan sisältyy koulutuspäiviä, kehityspalveluja ja verkostoitumismatkoja. Kokemukset ovat olleet rohkaisevia ja toimintaa tullaan todennäköisesti jatkamaan ainakin jossain muodossa.

Teknillisen korkeakoulu ja Lappeenrannan kaupunki ovat yhteistuumin rakentaneet seudulle langattoman tietoverkon, joka tarjoaa teknisiä ja infrastruktuuriedellytyksiä myös sisältötuotannon kehittämiseksi. Lappeenrannan teknillisessä korkeakoulussa on myös käynnistetty uusi koulutusohjelma ja sinne on perustettu "sisältötuotantoon keskittyvä professuuri". Korkeakoulussa on kehitetty uutta poikkitieteellistä tekniikan ja talouden alan koulutusohjelmaa "Tietoyhteiskunnan verkkopalvelut" -hankkeen alle.

Kymenlaakson puolella osana alueellista kehittämistä ammattikorkeakoulun yhteyteen on kehitetty innovaatio- ja teknologiapuistoa. Kouvolan Kasarmimäelle on perustettu viestintään ja sisältötuotantoon erikoistunut osaamiskeskus. Kasarmimäelle onkin muodostunut toimintaympäristö, josta puhutaan yleisesti "Kouvolan sparrausrinkinä". Kymenlaakson osaamiskeskus toimii yhdistäjänä, mahdollistajana, toiminnan tukijana sekä kehittäjänä. Osaamiskeskuksen substanssi keskittyy tietoyhteiskuntaan ja sen palveluihin. Olennaisena osa-alueina ovat sähköinen oppiminen, viestintä, it-alan kehitys, sisältöjen luominen sekä etenkin Venäjän asioihin painottunut kansainvälinen osaaminen. Osaamiskeskuksen kautta toteutetaan monia sisältötuotantoon liittyviä kehityshankkeita, esimerkiksi monikielisen verkkoviestinnän yrityslaboratorio tarjoaa yrityksille lokalisointi-, verkkojulkaisu-, käännös- ja sisältötuotantopalveluita sekä opiskelijoille uusia oppimistapoja ja mahdollisuuksia valmistautua yrittäjyyteen.

Uusmediakomppania taas on alueen toimijoiden yhteistyössä toteuttama ESR-projekti, jonka tavoitteena on kouluttaa viestinnän ja uusien medioiden monipuolisia osaajia. Kouvolan Kasarmimäellä on käynnistetty myös kehitysprojekteja esimerkiksi toteuttajaresurssien ja yritysten tarpeiden kohtauttamiseksi sekä digitaalisten opetusmateriaalien kehittämiseksi.

Sisältöalan kehittämiseen on selvästi lisätty satsauksia alueella. Julkisten toimijoiden rooli oli pitkään hyvin vaisu, nyt tilanne on paranemassa ja myös julkiselta puolelta ollaan satsaamassa alaan. Toisaalta sisältötuotantoalaa ei vielä nähdä yksittäisenä erityinen satsausala, vaan paremminkin osana ict-alan kehitystä. Myöskään fokus ei ole täysin hahmottunut. Kehittämispanokset ovat myös alkuvaiheessa ja sisältötuotantostrategiat, hankkeet ja toiveet eivät ole vielä täysin konkretisoituneet.

## Sisältöalan tulevaisuuden näkymiä

Sisältöalan kehitys näyttäytyy Kaakkois-Suomessa kuitenkin positiivisen suuntaisena. Erityisesti sijainti itärajalalla ja Venäjän markkinat näyttäytyvät lupaavina ja myös tiettyjä erityisalvoja, kuten oppimateriaalituotantoon painottaminen on hahmottumassa. Toisaalta elinkaarellisesti Kaakkois-Suomessa ollaan käynnistysvaiheissa, toiminta kaikilla tahoilla aika alkuvaiheissa ja tulevaisuus näyttää miten asiat konkretisoituvat.

Vahvuuksina alueella nousi kielitoimialaan, monikanavaiseen oppimateriaalituotantoon, tai suunnittelutoimialaan panostaminen. Alueen koulutuslaitokset nostavat alueen osaamista monella tavalla ja *tuovat vereksistä voimaa uusista opiskelijoista*. Erityisesti yritysperustan puuttuminen, lyhyt perinne ja vähäinen toimijakenttä kuitenkin haittaavat kehitystä. Kouvolaan seudulla esiin nousi myös *alueen teknologian suhteellisen alhainen taso*. Toisaalta ict-kampuksen pitäisi vastata tähän tarpeeseen. Teknistä osaamista kehitetään myös verkostoitumalla LTKK:n kanssa tiiviimmin.

Mahdollisuutena nousi erityisesti kansainvälinen toiminta Venäjän suuntaan: *Venäjän markkinat ja mahdollisuudet ovat suuret (esim. mobiilipuolella)*. Kaakkois-Suomesta löytyy myös kokemusta ja osaamista jo Venäjän markkinoilla toimimisesta. Myös koulutuksen ja monimediallisuuden ymmärtämisen kehittäminen sekä kokonaisuuksiin satsaaminen nostettiin esiin. Uhkana taas nähtiin yksipuoliset teknologia-asenteet sekä toiminnan edelleen keskittyminen ja pois siirtyminen.

## LAPPI / ROVANIEMI:

*"Sisältöjä sekä elämyksellistä joulun ja Lapin teemoilla"*

## Alueellinen yleiskuva ja sisältötuotanto

Noin 160 000 asukkaan Lapilla on omat vahvat erikoispiirteensä niin kulttuurisesti, maantieteellisesti, väestöllisesti kuin elinkeinojenkin perusteella. Elinkeino toiminta on suhteellisen kapeaa ja Lapin muuttotappio on ollut jo useita vuosia huolestuttavan suuri. Lisäksi puhutaan "aivoviennistä", sillä muuttajat ovat yleensä nuoria, hyvin koulutettuja ihmisiä. Aluekehitystyötä toteutetaan mm. EU:n tavoite 1-ohjelman ja tietoyhteiskunnan kehittämisohjelman avulla. Rovaniemellä toimii myös osaamiskeskus -ohjelma, joka on erikoistunut elämysteollisuuteen.

Sisältöteollisuuteen on selvästi lastattu vahvoja odotuksia Lapissa. Uusien medioiden käyttöön ja niihin liittyvien palveluiden tuottamiseen on panostettu vahvasti erityisesti Rovaniemellä, Torniossa ja Kemissä. Toiminnallisesti Rovaniemi on selkeä keskus. Perinteinen viestintäsektori on alueella melko pieni, mutta ict-ala kehittyvä ja sisältötuotannon kannalta oikealla tavalla orientoitunutta. *Alueen strategiana on erikoistua elämysteollisuuteen*. Uusmedia nähdään Lapissa uudenlaisen välineen tarjoajana elämysteollisuuden suunnitteluun ja tärkeänä lisänä matkailun ja viihdeteollisuuden kehityksessä. Mediaosaamisesta odotetaan Lapille vahvaa osaamisaluetta. Erityisesti

panostetaan median sisältötuotantoon, mediateknologiaan ja telematiikkaan. Esimerkiksi Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksessa (LEO) on omaksuttu hyvin laaja sisältötuotannon käsite. Lappilainen kulttuuri ja elämyksellisyys katsotaan laajasti sisältötuotannoksi. Leo pyrkii toiminnallaan yhdistämään digitaalisuuden, ict-alan ja kulttuurin eri alueet. Myös sisältötuotantoa on alueella hahmotettu.

Erityispiirteinä alueella on sisältötuotannon ja uusmedian liittyminen vahvasti matkailuun ja elämysteollisuuteen. Sisällöntuotannon määrittäjänä ja temaattisena painottajana on toiminut elämystuotannon käsite ja joulun konseptin vahvistaminen. Erityistä on lappilaisuus, paikallisuus ja sen korostaminen. Lapissa on toteutettu monia talveen ja joulun liittyviä laajojakin projekteja, missä on hyödynnetty myös uusmediaa<sup>26</sup>.

Lapin elämystuotanto<sup>27</sup> on myös laatinut selvityksiä alan tilanteesta: Elämysteollisuuden toimialaselvityksen ja selvityksen joulun sisällöntuotannosta. Näissä sisältötuotantoa on kuitenkin katsottu hyvin laajasti elämysteollisuuden kautta, niin että myös tapahtumatuotanto on liitetty mukaan. Osaamiskeskuksen arvion mukaan elämysteollisuuden toimipaikkoja oli vuonna 2000 1270, joista uusmediasektorilla 7% ja viihdeteollisuudessa 6%. Liikevaihdoksi arvioitiin 345 miljoonaa euroa, josta uusmedian osuus olisi seitsemän ja viihdeteollisuuden viisi prosenttia. Rovaseudun kuntayhtymä, kehittämiskeskus Eero on taas puolestaan hahmottanut alueen ict-kenttää: *Uusmedia alan yrityksiä on kuitenkin niin vähän, ettei erityisille selvityksille tai listauksille ole nähty juurikaan käyttöä.*

## Alueelliset toimintaedellytykset

Lappia vaivaavat pitkät välimatkat, mutta esimerkiksi Rovaniemellä on oma lentokenttä. Ankara talvi nähdään pelottava tekijänä, mutta toisaalta toimintakustannukset ovat erittäin edulliset. Laajoja studiolaitteistoja ei juuri ole, halpoja vuokratiloja kyllä löytyy. Myös tietoliikenneyhteydet löytyvät kaupungeista, vaikkakin kilpailu puuttuu. Infrastrukturi ja yleisedellytykset nähtiin kuitenkin yleisesti ottaen toimivina ja edelleen kehittyvinä. Toiminnan edellytyksiä alueelta siis löytyy ja *Lappi käsitteenä luo runsaasti mahdollisuuksia.*

Lapissa on hyvät ja monipuoliset osaamis- ja koulutusresurssit. Alueen kattavista koulutuslaitoksista valmistuu ammattilaisia, tosin suuri osa heistä valuu etelään. Lapin yliopisto tarjoaa monipuolista taide ja media-alan koulutusta, samoin Kemi-Tornion ja Rovaniemen ammattikorkeat on nähty tasokkaina alan koulutuslaitoksina. Myös esimerkiksi Länsi-Lapin ammatti-instituutti antaa kulttuurialan koulutusta. Yrityskenttä on myös päässyt mukaan koulutukseen ja sen kehittämiseen, erilaisia yhteistyöprojekteja tehdään. Toisaalta yhteistyössä nähtiin vielä myös kehitettävää.

Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnassa toimii esimerkiksi mediatieteen yksikkö ja audiovisuaalisen mediakulttuurin koulutusohjelma. Yliopistossa on monia erilaisia alan maisteriohjelmia, kuten multimedian maisteriohjelma. Mediatieteen yksikössä myös tutkitaan tietokoneperustaisen uusmedian sovelluksia ja tuotetaan sisältöä eri medioihin. Lapin

<sup>26</sup> <http://www.koti.org/mesg/snowandice/tour.html>

<sup>27</sup> <http://www.elamystuotanto.com>

yliopistoon on rakennettu myös kansainvälisesti huippuluokan median tutkimusyksikkö, Media Space -laboratorio. Lisäksi yliopiston yhteydessä toimii toinen Suomen sisältötuotanto ja uusmedia-alaan keskittyneistä yrityshautomoista, Design Park. Lapin yliopistossa toimii myös erityinen mediapedagogiikkakeskus, joka keskittyy opetussovellusten kehittämiseen.

Myös Kemi-Tornion ja Rovaniemen ammattikorkeakouluissa on tarjolla media-alaan liittyviä koulutusohjelmia. Tornion mediataloon on rakenteilla digitaalisen ohjelmatuotannon laboratorio ja myös Rovaniemen ammattikorkeakoulun ohjelmistotekniikan koulutusohjelmassa otetaan käyttöön uusi multimedia- ja keinotodellisuuslaboratorio. Lisäksi Kemi-Tornion ammattikorkeakoulun yhteydessä toimii viestintäteknologian tutkimus- ja kehittämissyksikkö. Äskettäin on myös perustettu koulutuslaitosten yhteinen uusi elämysinstituutti tutkimusverkosto. Edellytysten suhteen ongelmallisena nähtiinkin oikeastaan vain *puute pääomista ja asiakkaista alueella*.

## Sisältötuotantoalan nykytilanne

Lapin sisältötuotantoa voisi kuvata lauseella pieni yrityskehä, pieniä toimijoita ja pienet asiakasmäärät. Selvityksen arvioiden mukaan alueella toimii alle kymmenen digitaalisen median yritystä. Monet näistä toimivat Rovaniemellä yrityshautomo Design parkin yhteydessä. Sisältöalan yritykset ovat hyvin pieniä ja pääosin alueellisia, *ei montakaan kansallisen tai kansainvälisen tason toimijaa*. Uusmediapuolella ja peliteollisuudessa on kuitenkin kiinnostavia yrityksiä, joille on kertynyt myös kansallista tunnettavuutta ja kansainvälisiäkin kontakteja, kuten Interaktiivinen Valkeus, Santatelevision tai Prosopon. Alueelta on ponnistanut mielenkiintoisia uusmedia yrityksiä, jotka toimivat usein monimediallisessa ympäristössä. Esimerkiksi Joulupukki-tv on mukana Innopolin ja kulttuuriteollisuuden osaamiskeskuksen Muusa -kehitysohjelmassa. Lisäksi on myös joitain yksittäisiä verkkotuotantoyrityksiä.

Kehä on kuitenkin hyvin pieni. Rovaniemen lisäksi yksittäisiä toimijoita on esimerkiksi Torniossa ja Levillä. Myös mainostoimistoja löytyy ja perinteisiä viestintätoimijoita muutama, esim. matkalehti ja aluelehti. Perinteistä televisio- tai elokuvatuotantoa ei alueella oikeastaan ole. Viihdeteollisuus on yhä lapsen kengissä, mutta esimerkiksi animaatiotuotantoa on kehitelty.

Alueellinen kysyntä ja asiakaskunta on pientä, asiakkaat täytyy löytää muualta. Matkailuyritysten taholta on löytynyt pientä kysyntää. Yleisesti on kuitenkin oltava valmis toimimaan koko Suomessa ja kansainvälisestikin. Yritykset toimivat kansallisilla markkinoilla ja hakevat myös kansainvälisiä kontakteja. *Asiakkaat pääosin Oulu-Helsinki sektorilla, missä myös kilpailu kovaa*. Näkemysten mukaan alueen yritykset eivät juuri kilpaile keskenään, vaan kaikilla on oma sektorinsa.

Yhtenäistä alueellista linjausta tai painotusta ei oikeastaan ole, koska yrityskehä pientä ja yritykset toimivat eri toimialoilla. Alueellisten julkisten toimijoiden strategioissa yhteistä linjausta ollaan kuitenkin hahmottamassa. Lapissa ei ole erityisiä alan yhdistyksiä tai foorumeita, yhteistyötä tehdään kyllä paljon eri tahojen kanssa, myös kansallisesti ja *ns*.

*mobiiliforumissa verkostoitumista on tarkoitus kehittää syksyn aikana. Toimijakenttä on niin pieni, että toimitaan pääosin henkilökohtaisten kontaktien kautta. Lapinmedia.org on kuitenkin media-alan yhdistys, joka järjestää esim. vuosittaista media-alan tapahtumaa. Esiin tulleiden näkemysten mukaan alueelta on päästy aika hyvin myös kansallisiin verkostoihin: Rovaniemi tunnetaan aika hyvin sisältötuotanto alueena.*

Koska alueella on paljon koulutusta, työvoimatilanne on melko hyvä, vaikka suuri osa opiskelijoista muuttaakin pois. Oppilaitoksista valmistuu laadukkaita osaajia, erikoisosaajia toki aina kaivataan. Osaajien pakenemista etelään on yritetty parantaa.

Klusteri- ja lähialatilanteen suhteen matkailu on alueen vahva toimiala, jossa nähdään myös paljon yhteistyömahdollisuuksia. Myös etälääketieteestä voi löytyä mahdollisuuksia. Uusmedia on kuitenkin vielä alueella ja toimijoille yleensä hyvin kehittymätöntä. LEOn toimesta on järjestetty yhteistapaamisia uusmediatoimijoille ja alueen isommille yrityksille.

Alan yleistilannetta luonnehdittiin esimerkiksi sanoilla *kehittyvä, hakee muotoaan, melko vahva pohja*. Toisaalta alueella on selkeää suhdannelamaa ja nyt kaivattaisiinkin julkista tukea: *Jos suhdanteet jatkuu näin niin parin vuoden päästä ei firmoja alueelta löydy*. Jonkin verran yrityksiä on muuttanut pois, mutta ennemminkin niiden nähtiin kuolevan.

## **Kehityssatsauksia ja hankkeita**

Lapin liitto koordinoi myös tietoyhteiskunta-alan kehittämistä erillisillä ohjelmiasopimuksilla. Esimerkiksi uuden median ohjelmiasopimus on tuottanut Lappiin toimialan kehittämiseksi ratkaisevat ensimmäiset kolme virtuaaliteknologian ja ohjelmoinnin laboratoriota. Uutena kehitysalueena on yritetty nostaa verkkokaupan ja verkkopalveluiden tuottamista. Lisäksi elämysteollisuuden ohjelmiasopimuksella ohjataan matkailun, uuden median, muotoilun, viihteen ja kulttuurin alaan kuuluvaa hanketoimintaa.

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus, LEO, toimii elämysteollisuuden hankkeiden koordinaattorina osana valtakunnallista osaamiskeskusohjelmaa. LEO:n tavoitteena on yhdistää olemassa oleva matkailun, uusmedian, viihdeteollisuuden ja designin huippuosaaminen elinkeinoelämän palvelukseen. Elämysteollisuudesta pyritään luomaan merkittävä elinkeinoala. Uuden strategian mukaan painotetaan erityisesti uusmediaa ja matkailua.

Leon toimesta on esimerkiksi laadittu alueen ennakkointitutkimusta, jo aiemmin mainittuja selvityksiä, kehitetty elämystuotanto-osaamista ja erityisesti yliopiston kanssa pyritty kartoittamaan uuden median mahdollisuuksia. Myös alueellista viihdeteollisuutta on pyritty kehittämään, mutta tämä ei ole oikein saanut tulta alleen. Erityisesti on panostettu joulun sisällöntuotantoon, millä on tarkoitettu sisällöntuotantoa laajasti, myös erilaisia tapahtumia, joulun tuotteistamista ja konseptien kehittelyä. Seuraavaan vaiheeseen tarkoitus on palkata "jouluaktivaattori", joka pyrkii yhdistämään joulun ympärillä toimivat yhteisen suunnitelman ja tulevaisuuden hankeaihiot. Joulun ympärille on tarkoitus rakentaa laajaa tuotekonseptia.

Myös mobiilialan kehitysmahdollisuuksia on yritetty hahmottaa ja alueelle on suunniteltu elokuvakeskusta. Käynnistymässä on myös laaja Pohjois-Suomen matkailun ja ict-alan yhteistyöhanke. Gameworld consortium sovellus ja markkinointi -hanke taas on ollut pitkään yritetty uusmediaryritysten kansainvälistymishanke.

Sisältöalan tuotekehitys ja tuotantoa rahoitetaan alueella pitkälti EU:n rakennerahastojen yms. rahoitusinstrumenttien kautta projekteina. Rovaniemellä toimii myös teknologiakeskus ja maalaiskuntaan on suunniteltu toista, erityisesti sisältöpuoleen painottuvaa keskusta. Alueella on siis myös hautomotoimintaa Design Parkissa.

Elinkeinokehittäjä eero toteuttaa mm. koordinointi-tehtäviä esimerkiksi joulun ajan sisällöntuotannon kehittämiseen liittyen. Tämän lisäksi eero hallinnoi useita sisällöntuotantoon liittyviä hankkeita kuten esimerkiksi Red Caps hanketta, jonka tarkoitus on kehittää digitaaliseen animaatiotuotantoon liittyvää yritystoimintaa Rovaniemen alueella. Myös kansainvälisen animaatiotuotannon houkuttamiseen alueelle on satsattu.

Myös koulutuslaitoksilla on hankkeita jotka liittyvät sisällöntuotantoon, kuten SAIVO, Euroopan sosiaalirahaston rahoittama media-alan ja projektiosaamisen koulutusprojekti, jota hallinnoi Lapin yliopiston täydennyskoulutuskeskus yhteistyössä muiden oppilaitosten kanssa. Koulutuksen tavoitteena on lisätä ja kehittää Lapin läänin alueella media-alan ja projektityötaitojen osaamista. Myös verkko-opintomahdollisuuksia hyödynnetään.

Sisältötuotanto onkin vaihtelevin määritelmien mukana useissa alueellisissa strategioissa. Toisaalta esitettyjen näkemysten mukaan vielä pari vuotta sitten alaan satsattiin enemmänkin odotuksia, taantuman myötä paikallisten kehittäjien usko on heikentynyt. Alueelle kaivattiin kuitenkin entistä selkeämpää sisältötuotantostrategiaa, instrumentteja ja satsausta: *järkevää julkista panostusta, alueellista rahastoa, esimerkiksi pohjoista mediarahastoa*. Myös maalaiskuntaan suunniteltua omaa sisältötuotantoon keskittynyt teknologiakeskusta odotettiin innolla.

## Tulevaisuuden näkymiä

Alueellinen elinkaarivaiheen suhteen Lapin sisältötuotantoala näyttäytyy olevan vielä käynnistysvaiheessa. Yritykset ovat pääosin nuoria. Alan odotukset ovat positiivisia, mutta suhdannelaman vuoksi nyt kaivattaisiin kärsivällisyyttä myös tukijoilta. Joulun tuotteistaminen ja sen ympärille synnytetty sisältötuotanto on alueen vahva erityispiirre. Nyt uutena satsauksena on erityisesti animaatiotuotantojen houkuttelevuus alueelle. Lappi on täynnä elämyksiä, olennaista on niiden tuotteistaminen, jota nyt yritetään kehittää. Lappilaisten tarinoiden ja luonnon tuotteistamiseen ja levitykseen satsataan selkeästi ja eri osaamisalueiden kohtaamisesta toivotaan löytyvän uusia mahdollisuuksia. Erityisesti matkailun ja uusmedian yhteistoimintaan satsataan.

Alueen vahvuuksina nähdään esimerkiksi *eri toimialojen ja toimijoiden välinen yhteistyö, julkisten toimijoiden strategioiden yhteneväisyys, vahva koulutus ja tutkimuspuoli ja tätä kautta työvoiman hyvä saatavuus*. Myös alueen vuokrat ja kulurakenne on edullinen.

Erityisesti *eksotiikkaa, lappilaisuutta, erilaista sisältöä ja aiheita löytyy*. Samoin jo valmista kansainvälistä tunnettavuutta. Pääheikkous on *pääomien ja asiakkaiden puute*. Alueella ei myöskään ole voimakkaita kärkitoimijoita tai synergiaetuja. Lisäksi sisältöalaa tunnetaan alueella vähän. Myös innovaatiotoiminnan kehittämisessä nähtiin parannettavaa.

Mahdollisuuksina taas nousivat esiin *Lapin tarinoiden tuotteistaminen, elämysteollisuus klusterin kehittyminen, kansainvälisten toimijoiden etabloituminen alueelle sekä uuden sisältöpainotteisen teknologiapuiston rakentaminen*. Uhkina taas nousivat esiin *osaavan työvoiman ja yritysten poismuutto, alan pirstaloituminen ja teknologiaorientoisuus yrityksissä*. Joidenkin näkemysten mukaan nykyisten suhdanteiden jatkuminen tappaa koko alan alueella, mikäli rahoitus ei kehity.

## **POHJANMAA / SEINÄJOKI JA VAASA:**

*”Ruotsinkielisen tuotannon erityisalue?”*

### **Alueellinen yleiskuva ja sisältötuotanto**

Pohjanmaan maakunnan noin 174 000 ihmisen maakunnassa noin 53 prosenttia maakunnan väestöstä puhuu äidinkielenään ruotsia. Tärkeimpinä edellytyksinä alueen kehittymiselle on nähty esimerkiksi yritysten välisen yhteistyön kehittäminen ja tutkimustyö. Etelä-Pohjanmaan 195 000 asukkaan maakunta taas on huomattavasti suomenkielisempi ja keskuksena on Seinäjoki. Pohjanmaa on kuulu erityisesti yrittäjyydestään. Pohjanmaalla toteutetaan myös Länsi-Suomen tavoite 2 -ohjelmaa ja tavoite 3-ohjelmaa.

Pohjanmaan sisältöalan kuva ei ole erityisen voimakas tai selkeä. Vaasan seudulla sisältöala näyttää painottuneen vahvasti ruotsinkieliselle puolelle. Etelä-Pohjanmaalla sisältötuotantoon taas on otettu hyvin käytännönläheinen ja muita tuotantoaloja koskettava linjaus. Esimerkiksi Etelä-Pohjanmaan tietoyhteiskuntaohjelmassa sisältötuotanto liitetään tietoyhteiskuntapalvelujen tuotantoon. Palvelutoimintoina voitaisiin ohjelman mukaan tarjota sähköistä asiointia, elektronista kauppaa, tietopalveluja, etäopetusta, videoneuvotteluja ja viihdepalveluja. Sisältötuotanto liittyy kiinteästi yrityksille suunnattuihin ja yritysten kanssa yhdessä toteutettaviin tietotekniikkahankkeisiin sekä julkisen hallinnon kansalaispalveluiden kehittämiseen liittyvään hankkeistukseen. Sisältötuotantoa ei ole valittu maakunnallisen kehitystyön erityiseksi painoalueeksi, vaan paino on paremminkin ict-klusterin muilla osa-alueilla. Alueella ei myöskään selvityksen perusteella ole vahvaa alan kehittäjäorganisaatiota. Kehitysohjelmilla on kyllä kosketusta myös sisältöalaan.

Varsinaisia alueellisia selvityksiä alueen sisältöalasta tai yrityskentästä ei tähän kartoitukseen ollut löydettävissä. Pohjanmaan te-keskus on kuitenkin Btb2000+ -hankkeensa yhteydessä pyrkinyt kartoittamaan alueen media- ja ict-alan yrityskenttää ja kokoamaan alan toimijarekisteriä



## Alueelliset toimintaedellytykset

Yleisedellytykset ovat alueella kunnossa. Hyvän sijaintinsa vuoksi Pohjanmaalla on nähty mahdollisuuksia toimia suomalaisten kehityskäytävien solmukohtana. Liikenneyhteyksissä ja teleliikenneyhteyksissä on nähty kuitenkin kehitettävää. Tietoliikenteeseen ja infrastruktuuriin ollaankin viime aikoina panostettu. Tekniset mahdollisuudet ovat ainakin Vaasan mediastudiotoiminnan kautta kunnossa, tuotantotiloja ja välineistöä löytyy.

Pohjanmaa tarjoaa koulutusmahdollisuuksia niin suomen- kuin ruotsinkieliselle väestölle: Alueelta löytyy yliopisto ja kaksi korkeakouluyksikköä sekä ammattikorkeakouluja ja muita koulutusyksiköitä. Sekä Vaasan yliopistossa että ammattikorkeakoulussa voi opiskella muun muassa informaatioteknologiaa, kauppatieteitä ja viestintää. Vaasan ammattikorkeakoulussa ei ole varsinaisesti viestinnän koulutusohjelmaa, mutta siellä on kuitenkin toteutettu alan projekteja kuten TIKO 2000+ -uusmediakoulutushanke. Seudulla toimii myös muita koulutuslaitoksia. Esimerkiksi Keski-Pohjanmaan aikuiskoulutuskeskus tarjoaa monipuolista koulutusta alalle. Tutkimuksen lippulaivana toimii koulutuslaitosten yhteislaboratorio Technobothnia, josta löytyy tiloja multimedian opetus- ja harjoitustöiden tekemiseen. Myös Åbo Akademi tarjoaa media-alan koulutusta Vaasassa. Åbo Akademiilta löytyy myös mediakeskuksen tavoin toimiva mediastudio, jossa on myös vuokrakäyttöön tarkoitettua välineistöä ja tv-studio.

Seinäjoen ammattikorkeakoulussa voi opiskella esimerkiksi mediayrittäjyyttä. Lisäksi kulttuurituotannon koulutusohjelmassa alkaa syksyllä 2002 digitaaliseen mediatuotantoon keskittyvä tuottajakoulutus. Ammattikorkeakoulun eri ict-alaan liittyviä yksiköitä ollaan keskittämässä Seinäjoen innovaatiokylän alueelle. Seinäjoella ei ole omaa korkeakoulua, mutta siellä toimii korkeakoulu yhdistys ja eri korkeakoulujen yksiköitä. Merkittävä toimija varsinkin sisältötuotannon alueella on Seinäjoen aikuiskoulutuskeskus.

## Sisältötuotantoalan nykytilanne

Pohjanmaalta löytyy vahvoja maakuntalehtiä, joilla on toimintaa myös digitaalisen median alalla. Toiminta näyttää kuitenkin keskittyneen melko vahvasti ruotsinkieliselle puolelle. Erityisesti Vaasan seudulta löytyy varsin monipuolista toimintaa ja vahva av-tuotanto nähdään merkittävänä kehityssektorina. Tähän on vaikuttanut Yleisradion ja erityisesti FST:n vahva toiminta alueella. Digitaaliseen mediaan ja verkkotuotantoon erikoistuneet yritykset ovat pääosin hyvin pieniä, mutta alueelta löytyy myös muutamia hyvin potentiaalisia toimijoita. Pohjanmaan te-keskuksen Btb2000+ -portaalin yrityshakemistosta löytyi 38 media-alan yhtiötä sekä lisäksi esimerkiksi av-tuotantoa ja telekommunikaatioalan sekä mainosalan yrityksiä.

Seinäjoen seudulta ei löydy montakaan alan yritystä. *Sisältö ei oikein tahdo kiinnostaa alueella.* Seinäjoella ja naapurialueella sijaitsevia sisältötuotanto- ja uusmedia-alan yrityksiä teknologiakylän sivuilta tai Seinäjoen elinkeinokeskuksen kautta löytyi alle kymmenen. Yritykset ovat pääosin hyvin pieniä yhden miehen yrityksiä ja ne ovat painottuneet lähinnä web-sivustojen suunnitteluun, valmistukseen ja ylläpitoon. Toisaalta kiinnostaviakin toimijoita

löytyy, kuten esimerkiksi Lapuatv.com, internetissä toimiva tv-kanava. Lisäksi yritystoimintaa yritetään synnyttää erilaisilla hankkeilla.

Alan kysyntätilanne nähtiin vielä melko heikkona, mutta ruotsinkieliseltä markkina-alueelta saattaa löytyä myös kansainvälisiä mahdollisuuksia. Sisältöalan toimijoita on alueella vähän ja siksi erityisiä toimijaverkostoja ei ole. Btb2000+ -projektin yhtenä tavoitteena on kuitenkin yhteistyön ja verkostoitumisen lisääminen. Alueelle on myös kehitetty ict-alan niin sanottua Hubnet- verkostoa osana Etelä-Pohjanmaan tietoyhteiskunta -ohjelmaa.

Tämän selvityksen perusteella voidaan todeta, että Seinäjoen seudulta ei juuri löytynyt toimintaa. Vaasan seutu taas on *suhteellisen positiivinen ja tulevaisuuteen satsaava. Näkymät ovat aika hyvät, varsinkin ruotsinkielisellä puolella, yrityksiä ja työpaikkoja syntyy lisää.*

## **Kehityssatsauksia ja hankkeita**

Pohjanmaan maakunnan kehittämisohjelma 2000+ sisältää monia sisältötuotantoalaa koskettavia alahankkeita. Maakunnan aluekehittämisohjelman toimintalinjoja ovat mm. monipuolisen rakenteen, kulttuurin ja identiteetin vahvistamisen, toimivien kontaktien ja yhteyksien kehittäminen, tietoyhteiskunnan edistäminen ja verkostojen vahvistaminen. Tietoyhteiskunnan kehittämiseen on panostettu. IT-Pohjanmaan tavoitteena on koordinoita ICT-kehityksen panostuksia Pohjanmaalla. Myös osaamiskeskusohjelman puitteissa on toteutettu erilaisia projekteja yhteistyössä teknologiakeskuksen kanssa. Pohjanmaan liitto on pyrkinyt edistämään sisältöalan toimintaa esim. erilaisten pilottihankkeiden kautta, olennainen satsaus on ollut Vaasaan rakennettu mediatalo. Tällä hetkellä liitolla ei ole erityistä alan yrityskehitykseen liittyvää toimintaa.

Pohjanmaan osaamis- tai teknologiakeskus ei varsinaisesti painota sisältöalaa. Teknologiakeskus Merinovan kautta on kuitenkin kehitetty aiemmin esimerkiksi alueverkkoa. BotniaNova -hankkeen yhteydessä kokeiltiin myös erityistä sisältöalan toimipiste- ja hautomotoimintaa. Vaikka kokeilusta saatiin suhteellisen hyviäkin kokemuksia, toiminnalle ei löytynyt jatkajaa. Yrityshautomo- ja uusyrityskeskustoiminta on kuitenkin olennainen osa teknologiakeskuksen toimintaa ja myös sisältöyritykset ovat tervetulleita, vaikka painopiste onkin muussa toiminnassa. Hautomoon on löytänyt tiensä jo yksi sisältöalan yritys.

Pohjanmaan te-keskus on käynnistänyt ict- ja media-alan kehittämiseen tähtäävän Btb2000+ -projektin. Portaaliin on kerätty alan tietoa ja koottu rekisteriä alueen ict- ja media-alan yrityksistä. Projektin tarkoitus on tarjota yrityksille uusia kehittämis- ja yhteistyömahdollisuuksia sekä tietoa ajankohtaisista kehittämis- ja investointiasioista. Parhaillaan on käynnissä esimerkiksi liiketoiminnan lisäämismahdollisuuksiin tähtäävä projekti. Tarkoitus on myös kartoittaa infocom-yritykset Pohjanmaan ja Keski-Pohjanmaan alueella ja luoda saaduista yritystiedoista tietokanta, jonka avulla pyritään parantamaan yritysten yhteistyö- ja verkostoitumismahdollisuuksia sekä helpottamaan kontaktien löytämistä.

Te-keskus on ollut myös tukemassa esimerkiksi ammattikorkeakoulussa toteutettua yleispohjanmaalaista Tiko 2000+ -koulutushanketta, jonka avulla oli tarkoitus kehittää alueen työttömien valmiuksia toimia sisällöntuottajana yritysten internetpalveluissa. Pääpaino oli työllistymisessä, ei uuden yritystoiminnan luomisessa. Ikävä kyllä, tulokset eivät ole olleet kovin rohkaisevia. Koulutuslaitoksissa on kuitenkin käynnissä erilaisia hankkeita.

Etelä-Pohjanmaan maakuntaohjelman teemaohjelmista yksi on ”Tietoyhteiskuntaohjelma 2000-2006”, jonka painopisteitä ovat tietoinfrastruktuurin saatavuuden ja laadun parantaminen, it-osaamisen lisääminen ja sekä myös sisältötuotannon kehittäminen. Etelä-Pohjanmaalla aluekehityshankkeita ohjataan pitkälti ePohjanmaa -ohjelman puitteissa, jonka yhdeksi osaamisalueeksi on nimetty informaatio- ja kommunikaatioteknologia. Osana ePohjanmaa -hanketta Seinäjoelle luodaan myös teknologia- ja innovaatiokylää, jossa on tarkoitus kehittää informaatio- ja kommunikaatioalan toimintaa, koulutusta ja tutkimusta. ICT-ala on yksi osaamisalueista, mutta fokus ei ole varsinaisesti sisältötuotannossa vaan paremminkin esimerkiksi ohjelmistotuotannossa ja ”älyteknologiassa”. Sisältötuotanto sinällään ei ole noussut erityiseksi painoalueeksi, mutta se on huomioitu yhtenä ict-klusterin osa-alueena. Teknologiakeskuksessa on yrityshautomotoimintaa, jolla on kyllä liittymäkohtia sisältöalaan ja sisältötuotantoyritykset toivotetaan tervetulleiksi mukaan hautomoon.

Tällä hetkellä Seinäjoen elinkeinokeskus ja aikuiskoulutuskeskus ovat käynnistämässä projektia sisältöalan lisäkoulutuksen kehittämiseksi. DigiBotnia -hankkeessa koulutetaan multimedian sisältösuunnittelua. Paino on digi-tv-ympäristössä ja tässä yhteydessä on selvitetty myös alueellisia toimintamahdollisuuksia. Koska alan yrityksiä ei löydy vielä omalta alueelta, niitä haetaan eri puolilta Suomea. Ideana on tälläkin tavoin kehittää alueen sisältötuotantoa. Edeltäneessä digi-verstas –projektissa jo saatiin hieman tuloksia aikaiseksi ja toimintaa synnytettyä.

Varsinkaan Etelä-Pohjanmaalla alan kehitystoimenpiteet eivät ole ainakaan vielä oikein realisoituneet eikä julkisilla toimijoilla tunnu tällä hetkellä olevan vahvaa panostusta sisältöalan kehittämiseen. Erinäisistä hankkeista ja kosketuspinoista huolimatta sisältötuotantoa ei ole valittu erityiseksi painopistealueeksi eikä alueella ole vahvaa alan kehittäjätahoa. Vaasan seudulta taas myös julkista satsausta löytyy selvästi enemmän. Esimerkiksi te-keskuksen Btb2000+ -projekti voi muodostua olennaiseksi kehittämistahoksi.

## Sisältöalan tulevaisuuden näkymiä

Seinäjoen seudulla sisältöalan toiminta vaikuttaa lähes olemattomalta. Vaasan seudulta löytyy enemmän pohjaa ja myös satsaukset näyttävät vahvemmilta. Toiminta vaikuttaakin olevan keskittymässä entistä enemmän Vaasan seudulle, jossa tulevaisuus nähdään lupaavana. Pohjanmaan rannikkoseutu on sijainniltaan ja vahvalta ruotsinkielisestä kulttuuriperinteeltään erikoinen ja tähän myös panostetaan. Yhteydet Ruotsiin luovat monia mahdollisuuksia ja markkina-alueita. Ruotsinkielinen vahva toiminta on kilpailuetu ja erikoispiirre myös kansallisilla markkinoilla.

Alueen vahvuuksina nousivat esiin yrittäjäperinne, audiovisuaalisten tuotantojen kehittyminen sekä erityisyys ruotsinkielisenä alueena. Pohjanmaan pieni yrityskanta on päälimmäisin heikkous. Tulevaisuuden mahdollisuudet liittyvät Ruotsin läheisyyteen ja Ruotsin kanssa mahdollisesti luotaviin yhteistyökuvioihin. Uhkana puolestaan näyttäytyy suomenkielisen toiminnan kehittymättömyys.

## **POHJOIS-KARJALA / JOENSUU:**

"Täällä syrjässä omaperäisyys on kilpailuvaltti"

### **Alueellinen yleiskuva ja sisältötuotanto**

Pohjois-Karjalassa Joensuun seudulla on asukkaita yli 105 000 ja seudun kehitys on viime aikoina ollut myönteistä. Seudun toiminnallinen rakenne nojaa vahvasti julkisen sektorin palvelutoimintoihin. Uutena vahvuutena on nähty myös infocom-sektori. Infocom- ja media-aloilla työpaikkojen lisäysmahdollisuus on arvioitu olevan yhteensä noin 500 työpaikkaa. Alueella on myös teetetty infocom -klusterin selvitys, jonka mukaan alueen yritysten ydinosamisalaa ovat informaatioteknologian soveltaminen, liiketoimintamallien tehostaminen, tiedonhallinta ja –julkaisu sekä telematiikkasovellukset, joilla aloilla yritykset olivat jopa valtakunnallista kärkitasoa. Vahvoja osaamisalueita löytyy myös internet-teknologian, tietoliikenteen ja ohjelmistojen alalta. Pohjois-Karjalan liitto on muovannut alueelle myös oman tietostrategian.

Vuoden 2000 ict-klusteriselvityksen mukaan Pohjois-Karjalan infocom-klusteri painottuu yritysten lukumäärällä mitaten informaatioteknologiaan. Toisaalta alueella nähtiin ankkuriyrityksiä myös telekommunikaation, median ja sisältötuotannon alalla. Pohjois-Karjalan infocom-klusterin liikevaihdon arvioitiin olevan noin 750 mmk, josta n. 300 mmk syntyy sisältötuotannossa. Sisältötuotanto on selvityksen mukaan painottunut mediaan ja kustannustoimintaan, erityisesti printtisisältöön. Digitaalisen sisällön osaamista on alueellisen kulttuurin, kulttuuriperinnön ja uuden teknologian mahdollisuuksien hyödyntämisessä sekä opetusteknologiassa. Selvityksessä todettiin myös, että pohjoiskarjalaisten infocom-yritysten kompetenssit sijoittuvat arvoketjun alkupäähän. Tuotekehitykseen panostetaan, mutta potentiaali ei ole kuitenkaan täysimääräisesti hyödynnetty. Osin tämä johtuu monien yritysten pienestä koosta ja resurssien puuttumisesta. Myös tuotteistamisessa ja alan profiilissa ja yhteistoiminnassa on selvitysten mukaan kehitettävää. (Pohjois-Karjalan Infocom-klusteriselvitys)

Alueella on käyty keskustelua sisältöalan suhteesta esimerkiksi kulttuuri- ja ict-aloilla. Taiteen tukemisesta on siirrytty selkeästi kulttuuribisnekseen ja myös uuden teknologian hyödyntämiseen. Toisaalta kulttuurinen puoli nähdään alueen erityisvahvuutena ja omaperäisyyden korostaminen tärkeänä: *Täällä syrjässä omaperäisyys on kilpailuvaltti*. Lisäksi pohjoiskarjalaisuutta on yleisesti arvostettu "ilmiönä".

Toiminnan keskittyminen Joensuuhun on vahvaa. Joensuun kehittämissyhtiö on kartoittamassa alueen yrityskehitystä, mutta rekisteri ei ollut valmiina tähän selvitykseen hyödynnettäväksi. Myös Pohjois-Karjalan liitto pyrkii seuraamaan alan kehitystä. Liitossakin sisältötuotantoalan sijoittaminen on koettu ongelmalliseksi ja uusia rajanvetoja ollaan pohtimassa. Pokat 2006 -ohjelmassa sisältöalaa on käsitelty sekä kulttuurin että tietotekniikan klustereiden osana ja selkeää kuvaa alan koosta on vaikea muodostaa. Sisältöalan yrityskasvun on kuitenkin arvioitu olevan viime ohjelmakaudella jopa 30-35 uutta yritystä.

Pohjois-Karjalan liiton mukaan alueen kulttuurin todetaan ”hyrräävän” hyviin. Klusteriin on uusmedia-ala mukaan lukien syntynyt maakunnassa runsaasti niin työpaikkoja kuin yrityksiäkin, vaikka kehitettävääkin on. Maakunnan erityisesti populaari- ja nuorisokulttuuri on voimissaan. Myös kulttuurialan koulutus on maakunnassa korkeatasoista ja tarjonta laajaa. Kulttuurin asema on selkiytynyt ja yhteistyö on lisääntynyt sektorin sisällä. Kulttuuristrategiassa peräänkuulutettu klusterien välinen yhteistyö ei sen sijaan ole juurikaan edennyt, vaikka kulttuuriala nähtiin erottamattomana osana mm. tietotekniikka- ja matkailuklustereita. Alueelta löytyy myös kansallisesti tunnettua kulttuuripohjaa, mutta näkemysten perusteella *yrityskulttuuri ei kuitenkaan ole ehkä tarpeeksi kehittyntä, business osaamista ja perinnettä puuttuu.*

### **Alueelliset toimintaedellytykset**

Pohjois-Karjalan alue on hajanainen ja välimatkat pitkiä. Perusedellytykset ovat kuitenkin kunnossa esimerkiksi välineistön ja tietoliikennetason puolesta. Joensuussa tiedepuiston alueelle on keskittynyt vahva toiminta-alue. Toiminta- ja tuotantokustannukset ovat halpoja ja osaamista sekä edellytyksiä löytyy esim. tilaustuotannoille. Vahvana nähdään myös monialaisuus, sisällön merkityksen korostaminen ja kulttuuripohja, joka tulisi pystyä tuotteistamaan.

Alueelta löytyy myös koulutusresursseja, vaikka esimerkiksi yliopiston painotukset eivät välttämättä ole suoraan kohdentuneet sisältöalaan. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu on merkittävä kouluttaja esimerkiksi tietojenkäsittelyn, informaatiotekniikan ja median koulutusaloilla. Erityiskoulutusta ja kursseja on myös kehitetty yhdessä yritysten tarpeen pohjalta, esimerkiksi elokuvatuotantoihin. Median koulutusohjelma toimii tiedepuiston yhteydessä lähellä muuta toimintaa. Ammattikorkeakoulun yhteydessä toimii myös ”sisältötehdas Cadimef” ja meneillään on tuottaja/manageri -projekti.

Erityisen suotuisana toiminnalle nähtiin tiedekeskuksen infrapalvelut, tiedepuiston ympäristö ja Cadimef laitteistoinen. Palveluiden ja tuotteiden kehitykseen löytyy studiot ja edellytykset. Erityisesti toiminnan käynnistämisen edellytykset nähtiin hyvinä. Ongelmallisena taas nousi esiin asiakkaiden sijainti Helsingissä ja alan yritysten vähäinen määrä, kumppanit puuttuvat.

## Sisältötuotantoalan nykytilanne

Mediapuolelta löytyy vahvoja perinteisiä paino- ja mediataloja. Ict-puolella on aika vahvaakin toimintaa, mutta tämän selvityksen näkemysten perusteella alueella ei ole juuri merkittäviä sisältöalan vetureita. Kaikkiaan varsin monipuolista toimintaa kuitenkin löytyy. Eri hakumottoreiden ja arvioiden mukaan alueelta löytyisi noin 40-50 sisältöalaa luokiteltavaa yrityksiä ja joitain yhden miehen yrityksiä. Myös Joensuun tiedepuiston yhteydessä sijaitsee muutamia sisältöalan hautomoyrityksiä. Suuri osa yrityksistä on hyvin pieniä, yli viiden hengen yrityksiä löytyy vain muutama. On kuitenkin havahduttu siihen, että suuret tilaukset vaatisivat verkostotoimintamalleja.

Myös entinen aluepuhelin-yhtiö on laajentanut toimintaansa vahvasti myös mediapuolelle. Eniten löytyi uusmediaa ja verkkotuotantoja. *Nettifirmoja on, tuotantoyhtiöitä ei. Jos nettifirmoja ei lasketa niin paikallisia sisältöyrityksiä on aika vähän. Edellytykset ovat otollisia, mutta liiketoiminnan kehittäminen vie aikaa. Toisaalta sisältötuotannolla ei tienaa oikein missään.* Myös tv- ja videoelokuvatuotantoa sekä musiikkituotantoa löytyy. Lab42 pyörittää alueella Susiraja paikallis tv:tä, verkkosovellutuksia ja portaalia. Virtuaaliopetuksesta odotetaan yhtä kasvualaa. Vahvoja valmiuksia löytyy myös ohjelmatuotantoon ja myös ensimmäisiä tuotantopalveluyrityksiä on syntynyt.

Alueen markkinat on erittäin pienet, alueellinen kysyntä on heikkoa eli yritysten pitää päästä kansalliselle tasolle. Paljon toimitaan myös ulkoa tulevien tilaustöiden pohjalta. *Kysyntää löytyy vain pariin paikalliseen mediaan, joilla yleensä tietyt yhteistyöyritykset.* Toisaalta alueella on nähty periaatteena "omilta ostaminen". Kysyntäpuolelle toivottiin ehkä enemmänkin tietoa ja ymmärrystä. Vaikka pääosin toimitaan eri lohkoilla, tietyt sektorit digitaalisen median puolella ovat alueella hyvin kilpailtuja.

Yhteistä strategiaa ja toimintaa on hahmotettu ja kokemuksia toki vaihdetaan, mutta toimijoilla on pitkälti omat segmenttinsä. Verkostoitumista on esimerkiksi populaarikulttuurin puolella, organisoituja yhdistyksiä ei kuitenkaan ole. It-yrityksillä on joitain omia verkostojaan, mutta sisältöalalle ei ole muodostunut vielä vastaavia. *Toimijoita on niin vähän, että toiset tunnetaan muutenkin.* Pyrkimystä on kuitenkin sateenkaari -kokonaisuuksiin. Kansallisiin verkostoihin pääsyä ovat auttaneet suhteet valtakunnallisiin ohjelmiin ja yhteisproduktiot.

Alan koulutus alueella on lisääntynyt voimakkaasti, joten työvoimaa on saatavilla. Tuottajille ja kokonaisuuksien pyörittäjille olisi kuitenkin kysyntää. Työvoiman kysynnän suhteen näkemykset olivat aika ristiriitaisia. Joitain uusia mahdollisuuksia on löydetty lähialoilta, esimerkiksi matkailusta. Yleistilannetta luonnehdittiin muutosaikana: *haetaan menestyjiä ja tehdään hieman riskisijoituksia, pudotuspeli käynnissä. Myös uusia juttuja kehitellään koko ajan ja uudenlaisia yrityksiä on syntynyt.* Kysymyksenä on se, miten yrityksiä saadaan pysymään alueella käynnistymisen jälkeenkin. Pohjois-Karjalan asema nähtiin kuitenkin suhteellisen hyvänä ja liiketoiminta terveempänä. Uutena suuntauksena on nousemassa elokuvapuoli ja muualta tulevien produktioiden houkuttelu seudulle.

## Kehityssatsauksia ja hankkeita

Sisältötuotanto nostettiin yhdeksi kehityksen strategia-alueeksi jo 90-luvun puolivälissä ja esimerkiksi oppilaitosten puolella alettiin myös varhaisessa vaiheessa puhumaan sisällöistä. Pohjois-Karjalassa on myös oma tietoyhteiskuntastrategia ja erilaisia hankkeita on toteutettu mm. virtuaalisten oppimisympäristöjen ja kansalaisten tietoyhteiskuntavalmiuksien kehittämiseksi. Myös maakunnan koulutusorganisaatiot ovat avoimesti mukana kehittämistoiminnassa.

Pohjois-Karjalan kehittämisohjelman mukaan alueen tavoitteena on toimia Suomen "tietoyhteiskuntalaboratoriona". Pokat 2006- ohjelmassa kehittämisen painopistealueiksi on määritelty kahdeksan klusteria. Yhtenä klusterina toimii tietotekniikkaklusteri, jonka sisällä on laadittu esim. alueen infocom- selvitys. Myös kulttuuri on valittu klusteriksi ja media-alan kasvumahdollisuudet on nähty tulevan kehityksen kannalta myönteisinä. Pokat 2006-ohjelman mukaan sisältötuotannon näkökulmasta tavoitteena on kulttuuri- ja media-alan kasvu sekä kehityspotentiaalini hyödyntäminen aluekehityksessä. Multimediatuotantoa ja sen sisältöjen kehittymistä pyritään edistämään kaikilla toimialoilla ja luomaan tietotekniikkaosaamista maakuntaan. Keinoina ovat esim. multimediaopetukseen panostaminen sekä uskallus poiketa valtavirrasta, eli erikoistuminen.

Joensuun tiedepuiston alueelle on keskittynyt paljon toimintaa. Tiedepuisto tarjoaa tiloja ja palveluja liiketoiminnan kehittämiseksi. Yhdeksi tiedepuiston vahvaksi osaamisalueeksi on nostettu media- ja sisällöntuotanto. Tiedepuistossa toimii myös alan yrityksiä ja Ideka -yrityshautomo, jossa on mukana myös sisältöyrityksiä.

Viime vuosina toteutettuihin kulttuurihankkeisiin lukeutuvat mm. Voimala- ja Kanteleen maakunta –hankkeet sekä moderni sisältötehdas Cadimef<sup>28</sup>. Cadimef on Karjalan ammattikorkeakoulun yhteyteen osin ESR ja EAKR rahoituksella luotu digitaalisen sisältötuotannon ja koulutuksen yksikkö, joka myös tarjoaa erikoistuneita asiantuntija- ja teknologiapalveluja. Gadimef tuottaa tilaustyönä koulutusmateriaalia, erilaisia ohjelmia ja tallenteita sekä vuokraa kalustoaan miehitettyinä ulkopuolisille asiakkaille. Gadimefilla on mittava kalusto ja studiopuoli kansallista huipputasoa. Varsinaisesti "omaa sisältöä" ei tuoteta. Toiminnan pääalueita on digitaalinen uusmedia ja jatkossa entistä vahvemmin elokuva. Elokuvatuotantojen houkuttelemiseen alueelle ollaan satsattu monin tavoin. Gadimefissa on myös käynnistetty elokuvatuotantojen yhteyteen oheispalveluja muulta tuleville yrityksille. Elokuvatuotantoihin on kytketty tiiviisti myös ammattikorkeakoulun opiskelijoita.

Voimala -projektissa<sup>29</sup> on tarkoitus tehdä alueen kulttuuriteollisuutta tunnetuksi, edistää liiketoiminnallisuutta, tukea uusien teknologioiden ja jakelukanavien hyödyntämistä ja luoda verkostoja. Voimala on sekä julkisen, yksityisen että koulutuspuolen yhteisprojekti, jonka lähtökohtana on ollut alueen merkittävä kulttuurivarallisuus, Joensuun "humanisti kaupungin leima" ja koulutus pohja. Voimala auttaa sisältötuotannossa valmiiden aineistojen ja

<sup>28</sup> <http://www.cadimef.net>

<sup>29</sup> [www.carelian.fi/fi/voimala/php](http://www.carelian.fi/fi/voimala/php)

innovaatioiden pohjalta. Projektin tarkoitus ei ole ollut tehdä omaa bisnestä vaan mallinnuksia, joita yritykset voivat jatkossa hyödyntää. Esimerkiksi Joensuun kaapelitelevisiion kanssa on toteutettu interaktiivinen televisiosarja Valvomo. Projektin avulla voidaan toteuttaa esim. pilotteja. Projekti toimiikin pilottien mahdollistajana ja tuottajana. Toiminta muistuttaa osaamiskeskusten tai kulttuurialan hautomon toimintaa. Alueelle on syntynyt projektin aikana vahvasti lisää kulttuurialan yritystoimintaa.

Sisältöala on huomioitu eri strategioissa ja siihen on satsattu, erityisesti liiton toiminta nähtiin aktiivisena. Eri toimijoiden yhteistyössä ja alan ymmärtämisessä on kuitenkin edelleen kehitettävää: *Yhteistä kieltä on kuitenkin pitänyt hakea. Erityisesti tiedepuiston alueen nähtiin vahvistavan alan näkyvyyttä ja kokoavan toimijoita yhteen, lisäävän synergiaa, innovatiivisuutta, kanssakäymistä ja kokemusten vaihtoa.*

### Sisältöalan tulevaisuuden näkymiä

Suhteellisen aikaisista satsauksista huolimatta elinkaarella ollaan Pohjois-Karjalassakin vielä alkuvaiheissa. Satsaukset ovat kuitenkin luoneet uskoa tulevaan ja myös tekniset edellytykset tuotantomahdollisuudet ovat kehittyneet. Gadimef tarjoaa mielenkiintoisia mahdollisuuksia ja projekteja myös opiskelijoille. Toisaalta sen rooli on vielä hahmottumassa. Uutta ja tulevaisuudessa ehkä voimakkaampaakin on elokuvatuotantojen houkuttelu alueelle. Voimala-projekti ja hyvin käytännön läheinen ideoiden tuotteistaminen, tuotanto-osaaminen laaja hyödyntämismahdollisuus näyttää mielenkiintoiselta tavalta kehittää alueen ideoiden jalostumista yritystoiminnaksi.

Alueen vahvuuksina nostettiin esiin *materiaalin aitous, persoonallisuus, positiivisuus ja erikoisuus*, koulutus ja tuotantoresurssit sekä edulliset kustannukset: *kasvuyrityksillä on täällä hyvä ympäristö*. Rakenteet houkuttavat myös tilaustuotantoja, missä nähtiin myös kansainvälisiä mahdollisuuksia. Heikkouksina taas nähtiin *pitkät välimatkat ja yhteistyökulttuurin puuttuminen sekä bissness kulttuurin kehittymättömyys. Menestymisen ja ulkoisen näkymisen heikko hyväksyntä estää dynaamisuutta*. Heikkouksia ovat myös suurten sisältöyritysten, kokemuksen ja asiakkaiden puuttuminen ja toistaiseksi myös osaamis pohjan kapeus uuden median alueella. Myös alueellisessa rahoituksessa on puutteita.

Mahdollisuuksina taas näkyvät *aitouden ja hörhöyden tyyssijan tuotteistaminen ja pakkaus*. Myös oppilaitos yhteistyön ja elokuvatuotanto toiminnan kehittyminen nousivat esiin. Erityisesti suuntautuminen Venäjälle voi olla mahdollisuus. Uhkana taas nousi "junttiuden hylkäys", juurien ja erityisyyden unohtaminen. Uhka on myös se, että yritykset käynnistävät toimintansa alueella, mutta muuttavat asiakkaiden perässä pois. Uhkana on myös satsausten loppuminen.



## POHJOIS-SAVO / KUOPIO:

”Profiiilia terveys- ja tietopainotuksesta”

### Alueellinen yleiskuva ja sisältötuotanto

Pohjois-Savo on Suomen kuudenneksi suurin maakunta (n. 250 000 asukasta). Erityisesti Kuopiossa huipputeknologiaa edustavien yritysten määrä on kasvussa ja voimakkaimmin kasvavaa informaatioteknologia. Kuopion kaupungin yrityspalvelujen mukaan Kuopiossa toimii tällä hetkellä jo lähes 200 informaatioteknologian yritystä. Alan yritystoiminnan kehittämiseen myös panostetaan vahvasti. Osaaminen keskittyy teknologiakeskus Teknian muodostaman tiedepuiston alueelle, jonne myös osa seudun ict-alan toiminnasta on keskittynyt.

Kuopion seudulta löytyy erityisesti lääkekehityksen, terveydenhuollon teknologian ja tietojärjestelmien, bioteknologian perustuotannon sekä ympäristöasioiden osaamista. Pohjois-Savo noudattaa Itä- Suomen tavoite 1 -ohjelmaa ja maakunnassa on meneillään aluekehitysohjelmia, joissa painopistealueena ovat erityisesti elinkeinot ja yrittäminen. Erityisesti informaatioteknologia on haluttu nähdä Kuopion seudun yritystoiminnan kehittämisen kärkialana. Sisältötuotanto on suhteellisen uusi ala eikä alueella ole vielä erityisiä vahvoja toimijoita, suunnanmäärittäjiä, erityispiirteitä tai erottautumiskeinoja. Sisältötuotanto ei vielä ole saanut alueella suurta huomiota. Käsite on vasta hiljattain jalkautunut alueelle. Toiminnan ituja ja satsauksia sisältöalan kehitykseen on kuitenkin selvästi kehitteillä ja ohjelmistoyritykset ovat vahvistaneet toimintaansa myös mediapuolella. Media- ja sisältötuotantoalan rooli on nousussa myös ict-klusterin sisällä. Alueelta löytyy esimerkiksi vahvaa it-puolen ja terveysalan osaamista, joilta voi kehittyä myös sisältötuotannon mahdollisuuksia.

Pohjois-Savon liiton ja te-keskuksen tekemässä ict-alan selvityksessä on hahmoteltu alan yrityskuvaa ja kehitystarpeita alueella. Selvityksen mukaan ict-ala on kasvanut vahvasti. Ala on keskittynyt Kuopioon, mutta lisäksi myös esimerkiksi Varkaudesta löytyy alan toimintaa. Ict-alan nähdään koostuvan Pohjois-Savossa neljästä kehitysrypeestä: ohjelmisto- ja automaatioaloista, hyvinvointiteknologiasta, uusmediasta ja verkkopalveluista. Näihin kuuluvien yritysten liikevaihto Pohjois-Savossa oli vuonna 2000 noin 350 miljoonaa euroa. Ict-alan yritystoiminta on myös monipuolistunut. *Yrityskenttä on jatkuvassa käymistilassa.* Selvityksen mukaan uusmedia- ja verkkopalvelualalla toimii 32 yritystä, jotka työllistivät noin 260 henkilöä. Myös alueellisen osaajarekisterin kokoamista on suunniteltu.

### Sisältötuotantoalan toimintaedellytykset

Ict-raportin mukaan edellytykset infrastruktuurin, ympäristön ja laitteiston saatavuuden suhteen ovat kunnossa. Työvoimaa ja koulutusta on saatavilla. Seutu tarjoaa hyvän sosiaalisen ympäristön ja kohtuullisen hintatason. Kuopion puute on puolestaan ollut työpaikkojen vähäinen määrä. Kuopio on panostanut ict-alan kehitykseen, ongelmat on sijoitettu kysyntään. Tiedepuiston alueelle on keskittynyt paljon toimintaa ja myös välineistöä.

Myös kaupungin mediakeskuksesta löytyy laitteistoa ja fasiliteetteja. Mediakeskusta ei kuitenkaan ehkä ole oikein osattu hyödyntää.

Alueen yleiset koulutusresurssit ovat kunnossa. Kuopion yliopiston lisäksi maakunnassa toimii ammattikorkeakoulu ja useita ylemmän keskiasteen oppilaitoksia. Kuopion yliopisto on terveystieteiden ja ympäristötieteisiin sekä niihin liittyvään teknologiaan ja tietotekniikkaan profiloitunut yliopisto. Toiminta-ajatukseen liittyy oleellisesti myös tuotannollisen toiminnan edistäminen. Yliopistolla on järjestetty myös audiovisuaalisen kulttuurin perusopintoja. Erityisesti yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskus on panostanut sähköisten oppimateriaalien tuottamiseen. Koulutuskeskus on ollut mukana myös sisältöalan yrittäjäkoulutuksen järjestämisessä.

Pohjois-Savon ammattikorkeakoulun vahvuusala on informaatioteknologia eri osa-alueineen. Myös digitaalisen median tekniikkaan ja sisällöntuottamiseen on kiinnitetty huomiota ja ammattikorkeakoulun muotoiluakatemia tarjoaa viestinnän koulutusta. Pohjois-Savon ammattikorkeakoulussa toimii myös multimedialaboratorio, digitaalisen median kehittämiskeskus, joka tarjoaa uusmedia-alan tuotantoon ja tekniikkaan liittyviä palveluja myös yrityksille, yhteisöille ja alan ammattilaisille. Käytössä on monipuolista laitteistoa, joka mahdollistaa hyvin monipuolisen tuotannon. Laitteita ja tiloja voidaan käyttää tilaustuotantoihin ja koulutukseen sekä vuokrata. Keskukseen ei ole tarkoitus kilpailla alueen tuotantoyritysten kanssa vaan toimia yhteistyökumppanina, mahdollistajana ja kehittäjänä. Keskus on ollut myös mukana erilaisissa pioneerihankkeissa.

Myös täydennyskoulutusta on saatavilla. Kuopiossa toimii esimerkiksi Sibelius-Akatemian koulutusyksikkö, joka on erikoistunut kulttuuriyrittäjäyryskoulutukseen. Yksiköllä on erityisesti ”Kulttuuriteollisuuden koulutuskeskus” -hankkeensa myötä ollut merkittävä rooli alueella. Sisältöalan uusmediakoulutuksen kohdentamiseen on nähty tarvetta, mutta toisaalta ammattitaitoisia opettajia on vaikea löytää. Eri alojen osaamista kuitenkin yleisesti on ja koulutuksen kohdentamiseen ja yritystoiminnan edellytyksiin ollaan kiinnittämässä huomiota.

Haastatellut näkivät toiminnalle suotuisana esimerkiksi Teknian rahoituskanavat, teknologiapuiston ympäristön, fyysiset tilamahdollisuudet ja sateenvarjoympäristön. Ongelmalliseksi koettiin alan yrityskehityksen pienuus, jonka vuoksi yhteistyömahdollisuuksia tai synergiaa ei oikein synny.

## Sisältötuotantoalan nykytilanne

Alueen perusongelmana on yrityskehityksen ohuus. Lisäksi sisältöalan yrityksistä suurin osa on hyvin pieniä, ICT-puolella on muutamia keskisuuria yrityksiä. Savossa toimii vahva aluelehti, mutta se ei ole juuri panostanut verkkotoimintaan. Kuopiossa on myös oma kaapelitelevisio. Perinteisesti media-alan roolia ei kuitenkaan Savossa ole nähty kovin vahvana.

Sisältöalan toiminta on keskittynyt Kuopion seudulle. Maakuntaliiton ja te-keskuksen selvityksen mukaan alueella toimii noin 30 uusmedia-alan yritystä, joista suurin osa on verkkopalvelujen tuottajia. Puhtaasti sisältötuotantoon erikoistuneita yrityksiä on vielä vähän. Alueen yritykset edustavat paremminkin laajasti ICT-klusteria. Seudulla on kuitenkin sekä

perinteisille että sähköisille jakelukanaville laaditun sisällön tuottajia, myös esimerkiksi tv-tuotantoa ja verkko-oppimateriaalituotantoa. Niin sanottuja veturiyrityksiä ei kuitenkaan oikein ole. Synergiaa ja toiminnan volyyymia kaivattaisiin.

Terveyspuolen lisäksi oppimateriaalituotanto sekä lasten ja nuorten kulttuurituotanto ovat vahvoja alueita. Teknologiaakeskus Teknian hautomossa toimii kolme sisältötuotantoyritystä, joiden toimialaan kuuluu muun muassa tuottaa multimediapohjaisia oppimateriaaleja sekä sähköistä sisältöä lääketieteen ja taidekasvatuksen aloille. Joitain uusia yritysalkioita on myös kehitysmässä opiskelijapuolella.

Sisältötuotannon kysyntää on alueella vähän. Markkinat ovat Pohjois-Savossa jäsentymättömät ja kysyntä liian vähäistä. Toisaalta monet yrityksistä ovat löytäneet oman toimintalohkonsa. Tarjonta nähdään hyvänä, mutta *liian pienimuotoisena*. Kiinnostavia toimijoita on kuitenkin murtautunut myös kansallisille ja kansainvälisillekin markkinoille. Tuotekehitystyö ja markkinointi ovat alueellisia kehityskohteita.

Verkostoitumista on vielä aika vähän, mutta sitä on yritetty parantaa. Alueella ei toimi varsinaista sisältöalan yhdistystä. Toimijoita on alueella niin vähän, että verkostoituminen toimii pääosin henkilösuhteiden kautta. Joitain pienimuotoisia liitoksia on muodostunut ja esimerkiksi Sibelius-Akatemian koulutushankkeen myötä on tapahtunut verkostoitumista. Sisältöalalle ollaan myös luomassa omaa klusteria ja asiantuntijaryhmää. Koulutushankkeet ovat erittäin tärkeitä. Verkostoituminen kansallisella tasolla nähtiin *hapuilevana*.

Työvoimaa on tähänastiseen kasvuun riittänyt, mutta alan vahvistumisen myös uusia, erityisesti monialaisia osaajia kaivattaisiin. Täsmäkoulutus nähdään mahdollisuutena. Koulutus- ja osaamisresurssit nähtiin päällisin puolin hyvinä; osaajat pitäisi kuitenkin saada pysymään alueella.

Vahvuusalat ohjaavat kehityksen suuntaa, ja alueellista strategiaa ollaan julkiselta taholta parhaillaan pohtimassa. Erottautumiskykyä ja profilointia halutaan kehittää. Hyvinvointi- ja terveysala halutaan Pohjois-Savossa kytkeä sisältötuotantoon, mutta toistaiseksi tämä on enemmän vielä suunnitteluasteella, vaikka satsauksia ja alan yritystoimintaakin löytyy. Lisäksi matkailuala on nostettu yhdeksi painopisteeksi, yhteydet ovat kuitenkin vielä hahmottumassa. Myös omia rahoitusmalleja on hahmotettu, mutta rahoitusta kuitenkin kaivattaisiin luonnollisesti lisää.

Yleiskuvaa haastateltavat luonnehtivat muun muassa sanoilla *oppiva tai ammattimaistuva, hiljainen, mutta positiivinen, hiljaisesti kasvava tai etsii rajapintojaan*. Toimintaa ollaan opettelemassa ja myös kansainvälistä toimintaa käynnistetään. Satsausta ja kiinnostusta alkaa löytyä. Ala on kuitenkin herkkä ulkopuolisille suhdanteille.

## **Kehityssatsauksia ja hankkeita**

Liiton maakuntasuunnitelmassa ict- ja kulttuuriklusterit on nostettu kehitysalueiksi. On perustettu klusterityöryhmä, jonka tehtävänä on mm. ollut pohtia maakunnan ict-sektorin

koulutustarjonnan ja työvoimankysynnän kohtaamista. Monet tahot ovat panostaneet voimakkaasti erityisesti ict-puolen kehitykseen, ja huipputeknologiaa hyödyntävien yritysten edellytyksiä on pyritty kehittämään. Viime aikoina satsauksia myös sisältöpuoleen on lisätty. Erityisesti kulttuurimatkailu, infocom-alat sekä hyvinvointi- ja kulttuurialan yhdistelmämahdollisuudet on nostettu painopisteiksi. Tavoitteena onkin nostaa kulttuuriteollisuuden kilpailukykyä alueella, minkä voi olettaa näkyvän myös sisältöalan painossa.

Teknologiakeskus Teknia tarjoaa tiloja ja palveluja, joilla vauhditetaan uuteen teknologiaan perustuvan yritystoiminnan kehittymistä. Teknialla on myös yrityshautomotoimintaa, jossa on mukana myös muutama sisältöalan yritys. Centek, Kuopion informaatioteknologian koulutus- ja tutkimuskeskus, taas on Teknian, yliopiston ja ammattikorkeakoulun muodostama ict-alan verkosto, joka tarjoaa informaatioteknologian koulutus, tutkimus ja soveltamispalveluja. Myös sisältötuotanto nähdään oleellisena osana ict-klusteria. Centekin on tarkoitus olla alan kokoava voima, joka "yhden luukun periaatteella" pyrkii sujuvampaan tiedonvaihtoon ja strategiseen suunnitteluun. Tavoitteena on luoda myös tukipalvelu, joka madaltaisi sisältöalan yritysten toimintakynnystä alueella. Lisäksi mahdollisuuksia alan yrityshautomotai kiihdyttämötoimintaan on selvitelty.

Viime vuosien suurimpana kehityshankkeena on nähty Sibelius-Akatemian koulutuskeskuksen ja Kuopion yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskuksen hallinnoima ja organisoima ESR-rahoitteinen kulttuuri- ja sisältötuotantoalan yrittäjäkoulutushanke. Hankeen tavoitteena on ollut synnyttää uutta sisältöalan yrittäjyyttä Pohjois-Savoon ja vahvistaa jo toimivien alan yritysten, organisaatioiden ja yksittäisen tekijöiden toimintaedellytyksiä, esimerkiksi kurssien ja kehittämisklinikan avulla. Hankkeeseen on etsitty mukaan jo toimivia yrityksiä, yrittäjiksi aikovia ja sisältötuotantotaitoja omassa toiminnassaan tarvitsevia tahoja. Erityisesti matkailualan ja sisältötuotannon yhdistämiseen on panostettu.

Ammattikorkeakoulussa on toteutettu yhdessä lääninhallituksen ja Tekesin kanssa Verkkosalkku -hanke, jossa on perehdytty myös sisältötuotantoon sekä luotu malli ja sisältöjä opettajien verkkopedagogiikkakoulutuksen toteuttamiseen. Kuopiossa on myös juuri lanseerattu "Terve Kuopio" -ohjelma, jonka tavoitteena on tehdä Kuopiosta Euroopan johtava hyvinvointikeskus. Tässä yhteydessä myös terveysalan ja sisältötuotannon yhteyksiä hahmotetaan. Alueella onkin erityisesti oppimiseen ja terveydenhuoltoon liittyviä sisältöalaa koskettavia hankkeita.

Asenteet ovat parantuneet ja sisältö- ja kulttuuripuolen merkitykseen ollaan herätty myös virkamiespuolella. Sisältöala on huomioitu ja siihen on alettu panostaa. Media-alaa ollaan myös painottamassa ict-klusterin yhtenä erityisenä kehitysalana. Kehittämiseen kaivataan kuitenkin isoja kokonaisuuksia, jotka veisivät koko alueen kehitystä eteenpäin. Yhteistyö on koettu toimivaksi, vaikka hankkeissa ja niiden kohtauspinnoissa on aina pulmansa. Koordinaattoreita ja lisää alan asiantuntemusta toki kaivattaisiin ja panostukset ovat vasta kehittymässä.

## Sisältöalan tulevaisuuden näkymiä

Pohjois-Savossa ollaan ainakin uusmediapuolella vielä vahvasti käynnistysvaiheessa. Suunnitelmia ja tahtoa, sekä myös toimintaa kyllä löytyy. Sisältötuotanto näyttäytyy Pohjois-Savossa *hitaasti kasvavana, yleistä mielenkiintoa herättävänä alana*. On kuitenkin tunnustettu, että tekemistä on vielä sekä koulutus ja kehitys että yritysympäristöpuolella. Erityistä on terveys ja hyvinvointialan osaaminen ja painotus. Viritelmiä on myös verkko-opetusmateriaalin kehittämiseen.

Alueen vahvuuksina nousivat esiin terveydenhoito- ja hyvinvointialan osaaminen ja sen yhdistäminen digitaalisen median mahdollisuuksiin. Myös pedagoginen osaaminen on vahvaa. Vahvuusalueita ja erikoisosaamista tietyillä alueilla pyritään myös selkeästi ja määrätietoisesti vankentamaan niin, että profiili ja markkinat sekä kansallisesti että kansainvälisesti vahvistuisivat. Kehittämistyöstä uskotaan löytyvän pian esimerkkimalleja. Myös alueellinen identiteetti ja kulttuuripohja, "savolaisuus", sekä ennakkoluulottomuus nähtiin vahvuuksina. Perusheikkous on yritysten vähyyys ja pienuus. Kriittinen massa ja synergia puuttuu, pieni koko ei ruoki itseään.

*Oman siivun nappaaminen kasvavasta kakusta* esim. koulutuksen, panostuksen ja erikoistumisen kautta nähtiin mahdollisuutena. Myös verkottuminen ja tätä kautta profiili sekä volyymi ovat kehittymässä. Alan uhat puolestaan liittyvät resurssien väärinkanavoitintaan, rahoituksen ja satsauksen loppumiseen. Yhtenä uhkana nähtiinkin *päättämättömyys*. Seutu on herkkä myös taloudellisille suhdanteille ja kriiseille.

## SATAKUNTA / PORI:

*"Verkostoyhteistyöllä nousuun"*

### Alueellinen yleistila ja sisältötuotanto

Noin 240 000 asukkaan Satakunta on maan teollisuusvaltaisain maakunta, jonka keskus on Pori. Jalostussektorin ja alkutuotannon työpaikat ovat kuitenkin vähentyneet ja palvelusektorin eräät toimialat, kuten tietoliikenne ovat kasvaneet. Teollisuus on kuitenkin säilyttänyt vankan aseman maakunnan elinkeinorakenteessa. Väestön väheneminen ja voimakas muuttotappio on ongelmana ja pulaa on myös pääomista. EU-hankkeet ovat usein välttämättömiä monien toimien käynnistämiseksi. Satakunnassa toteutetaan EU:n tavoite 2 -ohjelmaa ja tärkeimmät aluekehittämishjelmat ovat maakunnan kehittämissuunnitelma ja osaamiskeskusohjelma, joka linkkiytyy myös sisältöalaan.

Satakunnassa sisältöalan toiminta on vielä hyvin alkutekijöissään eikä alueelta löydy vahvoja suunnannäyttäjiä tai linjauksia. Toiminta on hyvin kirjavaa ja melko hiljaista. Porin lisäksi toimintaa löytyy ainakin Raumalta ja Huittisista. Erityistä painotusta on vaikea löytää eikä sisältötuotanto vaikuta vielä kovin tutulta alueelta. Alasta puhuttaessa teknologian merkitys korostuu selvästi. Kulttuurituotantopuolen näkyvyydessä sekä ict-alan ja luovan tuotannon

yhteyksien luomisessa nähtiin vielä kehitettävää. Ohjelmistopuolella ollaan oltu aktiivisia ja yhteistyötä on yritetty kehittää esimerkiksi matkailualan kanssa. Olennaisena Satakunnan sisältöalan kehitykselle voidaan pitää alueellista osaamiskeskusohjelmaa, jossa sisältötuotanto on nostettu etäteknologian osana yhdeksi painotusalueeksi.

Satakunnan tietostrategian muodostamisen yhteydessä on kartoitettu myös alueen vahvuuksia ja kehityskohtia. Selkeää kuvaa tai arviota alueen sisältöalan kentästä ei kuitenkaan julkisten selvitysten muodossa ole saatavilla; myöskään varsinaista rekisteriä alan yrityksistä ei löytynyt. Alueen osaamiskeskus toimii myös infocom-alalla ja sen piirissä alaa on jonkin verran seurattu. Vuosina 1998-1999 tehdyssä uusmedian esiselvityksessä kartoitettiin alan yritykset ja niiden tarpeet, mutta tällä hetkellä aktiivista seurantaa ei ole. Sisältöalan yritysten luokittelu on koettu myös Porissa hankalaksi. Mainostoimistoja alueella on paljon. Osaamiskeskuksen ensimmäisessä infocom-alan kehitysryhmässä oli n. 15 yritystä. Uudessa te-keskuksen koordinoimassa hankkeessa on mukana n. 10 yritystä. Lisäksi ammattikorkeakoulun yrityshautomossa arvioidaan olevan runsaasti hautomoyrityksiä ja kokeiluja. Kentän arvioidaan koostuvan pitkälti näistä.

## **Alueelliset toimintaedellytykset**

Infrastruktuurin ja ympäristön kehittämiseen on tähdätty. Mahdollisuuksia ja teknologiaedellytyksiä on kehitetty. Alueella etsitään myös uutta liiketoimintaa ja toimintaolosuhteita. Tähän on satsattu osaamiskeskuksen toiminnassa paljon. Yleisedellytykset ovat pääosin kunnossa, tekniikkaa, studioita ja välineistöä löytyy. Seutu on myös erittäin edullinen.

Satakunnassa on monipuolinen koulutustarjonta, joskin alueen kehittymistä jossain määrin edelleen heikentää se, että omaa itsenäistä tiedekorkeakoulua ei ole. Porissa on kehitetty yhteistyötä erityisesti Tampereen teknillisen korkeakoulun ja Turun kauppakorkean kanssa ja luotu Poriin oma korkeakouluyksikkö, jossa on myös toimintaa sisältö- ja infocom-alalla.

Satakunnan ammattikorkeakoulussa on mahdollista suorittaa esimerkiksi medianomin tutkinto tai opiskella tietojenkäsittelyä. Myös muuta koulutustarjontaa on tarjolla, esimerkiksi Turun Diakonia-ammattikorkeakoulu ulottuu Satakuntaan. Nakkilassa puolestaan toimii taideteollinen oppilaitos, joka on alan vahva toimija. Villilän kartanon elokuvatoimintaa ollaan edelleen kehittämässä. Kartanolta löytyy myös lavastus- ja tuotantolaitteita ja sinne on suunnitteilla Länsi-Suomen elokuvakeskus. Myös taideteollinen korkeakoulu on käynnistämässä yhteistyötä Porin korkeakoulukeskuksessa. Koulutus on kuitenkin toistaiseksi aika nuorta.

## **Sisältötuotantoalan nykytilanne**

Paikallinen mediatalo on myös Satakunnan alueella perinteisesti ollut vahva mediatoimija, mutta varsinkin digitaalisen sisältötuotannon puolelta vahvempana näyttäytyy entinen Satakunnan puhelin. Vaikka sisältöalan yritys kenttä on pieni myös Satakunnassa, monenlaista sisältötuotantoalan toimintaa on löydettävissä, kuten av-tuotantoa ja paikallista

kaapelitelevisiotoimintaa. Myös Yleisradio toimii alueella. Alueelta arvioidaan löytyvän noin kymmenkunta selkeästi sisältöalan yrityksiksi laskettavaa yritystä. Ympäri Satakuntaa toimii paljon yksittäisiä, hyvin erityyppisiä ja pääosin pieniä yrityksiä. Erityisesti Kaakkois-Satakunnan on nähty painottuneen vahvimmin mediapuolelle, osin Tampereen vaikutuksesta.

Uusmediapuolella alueelle on syntynyt muutamia yrityksiä ja viestintätoimistoja, verkko- ja cd-rom-tuotantoa sekä mobiilikehitystä, esimerkiksi ammattikorkean puolelta. Myös mainostoimistot ovat siirtyneet uusmediapuolelle ja taiteellisempaan suuntaan, josta esimerkkinä mainittakoon 400 kepposta. Puuttuu kuitenkin veturit ja isommat tuotekehitysyrietykset. *Helmiä on vain muutama, tuotekehitystä, riskibisnestä ei oikein uskalleta.* Tulevaisuus näyttää kuinka ammattikorkeakoulun hautomoyrietykset ja kokeilut kehittyvät.

Alueellinen kysyntä on pientä ja verkko- ja mainostuotannon kilpailu on kovaa. Kuitenkin tähtäimessä ovat yhteistyöverkostot ja murtautuminen niiden kautta kansalliselle ja jopa kansainväliselle tasolle. Selkeää alueellista strategiaa ja suuntausta ei ole havaittavissa. Infocom-yritysten liiketoiminnan ja verkostoitumisen kehittämiseen tähänneen projektin tuloksena syntyi alueella Go-100 -yhdistys<sup>30</sup>, joka nyt käynnistelee toimintaansa. Yrityksille on myös muodostunut omia pienempiä verkostoja. Pienillä yrityksillä on selvästi verkottumishalua ja alueellisia verkostoja on alettu rakentaa. Osa yrityksistä on päässyt myös aika hyvin kansallisiin verkostoihin, *tieto vaan ei oikein tahdo levitä.*

Osaamista ja työvoimaa on saatavilla ainakin pienille yrityksille. Alueella on koulutusta ja esimerkiksi harjoitteluja ja lopputöitä tehdään paljon. *Osaajia on kehittynyt aika hyvin.* Alueellisten vahvuuksien perusteella etälääketieteestä on etsitty uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja sosiaali- ja terveystieteeltä ollaan ilmaistu kiinnostusta yhteistyöhön. Jotkut yritykset ovat tehneet kauppaa myös teollisuuden kanssa. Uusia mahdollisuuksia hahmotetaan koko ajan.

Yleiskuva on *kasvua ja muotoa hakevaa.* Asiakkaita ja kasvua haetaan myös muualta. Myös yrityskauppoja ja ulosliputusta on tapahtunut. Toiminta on hajaantunut koko maakuntaan. Verkosto-osaaminen on parantunut ja tunnelmaa voidaankin pitää varovaisen positiivisena. Uutta toimintaa kehitellään, mutta myös julkisten satsausten rooli on vasta hahmottumassa.

## Kehityssatsauksia ja hankkeita

Alueen kehitystoiminta pohjaa Satakunnan teknologiastrategiaan, jonka mukaisesti myös ict-ala on otettu huomiopisteeksi. Toisaalta alueella on vahva teollisuuspainotus, mikä on ohjannut myös ict-alan toimintaa. Sisältöalalle ei ole maakuntaliiton puolelta muokattu erityistä kehittämisstrategiaa tai hanketta. Esimerkiksi tietoverkkoja on kuitenkin kehitetty, osaamiskeskuksen Pilot-verkko yhdistettiin Cost lab -verkkoympäristöksi, joka mahdollistaa pienten yritysten testausalustan. Nyt tämä verkkoympäristö on tarkoitus tuotteistaa.

<sup>30</sup> <http://www.prizz.fi/go100/>

Myös Porissa toimintaa on keskittynyt teknologiakeskusalueelle. Vahvana julkisena kehittäjätahona toimii erityisesti Satakunnan osaamiskeskus, jossa uusmedian sisältötuotanto on yksi painotusalue. Osaamiskeskusta koordinoiva Prizztech<sup>31</sup> on tiedon välittäjä, kehittäjä, osajaverkoston luoja ja hankkeiden vireille panija. Prizztech pyörittää myös verkostohautomo Propelia ja on mukana erilaisissa kehityshankkeissa. Yhteistyö koulutuslaitosten ja yrityskehityksen kanssa on tiivistä. Osaamiskeskuksessa on myös havaittu tarve infocom-yritysten markkinoinnin ja asiakastarvekartoituksen kehittämiseen. Huittisiin ollaankin perustamassa ulkoistettua myynti- ja markkinointiyrittäjä, Infocom Business Centeriä.

Vuonna 2001 alueella toteutettiin projekti infocom-alan yrityskehityksen, liiketoiminnan ja verkostoitumisen parantamiseksi, järjestettiin konsultointia, vierailuja ja verkostomatkoja. Projekti onnistui hyvin ja sen aikana syntyi n. 60 uutta työpaikkaa. Projektissa oli mukana 15 monen toimialan yritystä: puhelinyhtiöitä, mainospuolta, viestintätoimistoja ym. Alueen yrityskehitystä johtuen projektissa mukana olleet yritykset olivat lähinnä viestintäalalla toimivia, mutta muutamat yrityksistä olivat selkeästi sisältöyrityksiä. Hanke oli koko infocom-klusterille suunnattu, ja tavoitteena oli löytää arvoketjuhyötyä. Hankeen tuloksena syntyi myös infocom-yritysten yhteistoimintaverkosto Go-100 ry. Projekti on myös poikunut jatkoa ja alueen te-keskuksessa ollaan kehittämässä uutta samantyyppistä hanketta.

Infocom-klusterihankkeiden tarkoituksena on ollut edistää alueen toimijoiden edellytyksiä, löytää koko toimialan alueelliset vahvuudet ja synergiaedut. Uutena kehitetään myös infocom-klusterin ja perinteisten toimialojen yhteistyötä. Projekteissa on ollut mukana klusteri laajasti, eivät ainoastaan sisällöntuottajat. Eri alojen osaamista ja hyvin erilaisia yrityksiä on tarkoituksella haettu mukaan.

Infocom-yritysten yhteistoimintaverkoston Go-100 ry:n tavoitteena on luoda satakuntalainen kansallisesti merkittävä ja kansainvälisesti kilpailukykyinen sisältötuotannon kumppanuusverkosto. Tarkoituksena on edistää infocom-klusterin tunnettavuutta sekä parantaa alan toimintaedellytyksiä niin Satakunnassa kuin valtakunnallisestikin. Verkostolla on kehitteillä myös projektitoimintaa ja se on vahvasti mukana alueen kehityshankkeissa. Jäsenenä on tällä hetkellä reilut kymmenen yritystä sekä yksityishenkilöitä ja yhteisöjä. Go-100 ry on hyvä esimerkki siitä, kuinka hankkeen kokoavalla voimalla ja yhden ihmisen alkupanostuksella voidaan synnyttää alan yhteistoimintaa. Kahvikerhon pohjalta käynnistynyt yhdistys lisää alan näkyvyyttä, uskoa ja äänivoimaa. Sen avulla on mahdollista kehittää ja vilkastuttaa toimintaa sekä etsiä synergiaa ja uusia mahdollisuuksia. Vaikka yhdistyksen taival on vasta alkumetreillä, sen roolin voi odottaa olevan olennainen alueen toiminnan vahvistajana ja seudun sisältöalan toiminnan esiin nostajana. Yhdistyksen toiminnassa ict-ala on laajalti edustettuna ja yhteistyömahdollisuuksia kartoitetaan myös muun yritystoiminnan suuntaan.

Koulutusyksiköillä on omia kehityshankkeitaan, erityisesti mobiilisältöihin liittyen. Esimerkiksi Tekes-rahoitteisessa hankkeessa on kehitetty myös sisältötuotannon mahdollisuuksia mobiili- ja kämmentietokonepuolella. Korkeakouluyksikön toiminnassa ja hankkeissa pyritään tiedostetusti teknologian ja sisältöjen yhdistämiseen. Myös

<sup>31</sup> <http://www.prizz.fi>



verkkomateriaalituotantoon ja verkko-oppimiseen on satsattu. Julkiselta puolelta kaivattaisiin kuitenkin lisää satsausta ja ymmärrystä. Toisaalta ala koetaan vielä uudeksi ja toimintaa hahmotetaan. Julkisen sektorin suhtautumista pidettiin kuitenkin positiivisena.

## Sisältöalan tulevaisuuden näkymiä

Tunnelma sisältöalalla Satakunnassa on odottava, alan satsausten ja kehityshankkeiden suhteen ollaan vielä hyvin nuorena vaiheessa. Monet yritykset ovat kuitenkin suhteellisen vanhoja ja osa yrityksistä on omassa toiminnassaan jo aika pitkällä. Toisaalta syntyy myös uutta toimintaa. Erityisiä suuntauksia tai painotuksia ei vielä ole. Varsinaisella sisältöpuolella yrityskehittäminen on vielä hyvin pieni, mutta alan verkostoituminen ja kehittämishalu luovat kuitenkin odottavaa tunnelmaa.

Alan vahvuuksina alueella nousivat esiin ICT-alan koulutus, joka houkuttaa isoja yrityksiä. Työvoimaa ja resursseja katsotaan löytyvän. Tietoverkkopuolta ja testausympäristöä löytyy ja alueella on edullinen kustannustaso. *Alueen vanha kulttuuriperinne pitäisi osata hyödyntää, oikein yhdistettynä tekniikkaan tämä on mahdollisuus.* Vaikka yritykset ovat pieniä, ne ovat dynaamisia ja reagoitukykyisiä.

Heikkoudeksi koettiin se, että päteviä asiantuntijoita, tuottajia ja projektipäälliköitä on vielä vähän. Ongelmalliseksi koettiin myös se, että omalta seudulta ei oikein osata ostaa. Yritysten imago on vielä heikko eikä isoja veturiyrityksiä juuri löydy. Ei ole isoa mediataloa, joka synnyttäisi alihankintaa. Myös kansainväliset suhteet puuttuvat ja yritykset tekevät liikaa yksittäisiä tuotantoja. Lisäksi markkinointiosaamisessa on puutteita.

Paluumuuttajat koetaan mahdollisuutena, mikäli työpaikkoja ilmaantuu. Myös esimerkiksi Pori Jazz ja perinteisten alojen hyödyntäminen nousi esiin. Uhat taas liittyvät resurssien kohdentamiseen ja voimavarojen hajauttamiseen, myös julkisella puolella. Vahva uhka myös Satakunnalle on toiminnan keskittyminen pääkaupunkiseudulle, jonne moni iso porilainenkin yritys on siirtänyt pääkonttorinsa.

## LÄHTEITÄ JA KIRJALLISUUTTA

Aaltonen, S., Kivimäki, A., Nieminen, H., Oesch, K.: Media Up tutkimus. Varsinais-Suomen media-alan ja sisältötuotannon strategia. Kulttuurituotannon osaamiskeskus, Turku 2001.

Antikainen Janne: Kaupunkiverkkotutkimus 2001.

Etelä-Karjalan toimipaikkarekisteri 2001. Etelä-Karjalan liitto.

Etelä-Savon informaatioteknologian kehittämissuunnitelma. Osana Etelä-Savon avaintuotantoketjut ja niiden toimintaympäristöt raporttia. (saatavana [http://www.esavo.fi/klusterit/it\\_teksti.pdf](http://www.esavo.fi/klusterit/it_teksti.pdf))

F&L Management: Pohjois-Karjalan infocom-klusteriselvitys. 2000.

F&L Management: Sisältötuotantoyrityksen arvon kehittäminen ja markkinat. Strateginen selvitys, osat 1, 2 ja 3. Kauppa ja teollisuusministeriö, Helsinki 1997, 1998, 2001.

Hanell, Tomas, Aalbu, Hallgeir & Neubauer, Jörg: Regional Development in the Nordic Countries 2002. Nordregio Report 2002:2

Hurme, Pertti. Kaisu Heikkilän artikkelissa: Lisäarvoa virtuaaliympäristöistä. Sisällöntuotanto pehmeiden tieteiden mahdollisuus. Tiedonjyvä no 7/2001.

Kaakkois-Suomen informaatiotekniikka-alan yritys selvitys 1999. Kaakkois-Suomen tekeskus.

Kallio, Jukka, Kiuru, Pentti, Laine, Juha, Laitinen, Jukka, Pulkkinen, Matti, Raijas, Anu, Tiilikka, Jussi: Sisältötuotannon kilpailukyky – Vertaileva tutkimus suomesta, Ruotsista ja Irlannista. LTT-Tutkimus Oy, Helsinki 2001.

Keski-Suomen liitto: Kulttuurin kehittämisohjelma 2002-2006. Julkaisu B 88, 2000.

Kulttuurista työtä ja toimeentuloa. Etelä-Savon kulttuurialan kehittämisohjelma. Osana Etelä-Savon avaintuotantoketjut ja niiden toimintaympäristöt raporttia. ([http://www.esavo.fi/klusterit/kulttuuri\\_kansi.pdf](http://www.esavo.fi/klusterit/kulttuuri_kansi.pdf))

Jounela, Tetta: Alueellisen sisältötuotannon mahdollisuuden Suomessa. Opetusministeriön Sisältötuotantotyöryhmän toimeksianto. Sisältötuotantoprojekti/KTM, Helsinki 2001.

Lehtola, Mirja: Lapin elämysteollisuuden toimialaselvitys 2000. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus, Rovaniemi 2002.

Martikainen, M., Niilo, K., Pulkkinen, M., Selosmaa, J., Tiilikka, J., Vaihekoski, M.: Sisältötuotannon arvoketjun rahoitus. LTT-Tutkimus Oy, Helsinki, 2001.

Marttila, Liisa (toim.): Uusmedia Pirkanmaalla -viestinnän muuttuvat osaamistarpeet. Tampereen yliopisto, Tampere 2000.

Merilampi, Ritva-Sini: Sisältötuotanto. Koulutuksen ja tutkimuksen tietostrategia 2002-2004: Hankesuunnitelmat 2002.

Niiranen, Kimmo: Pokat 2006 -ohjelman tarkistus. Klusteritoimialojen väliarviointi. Joensuun yliopisto 2002.

Nikulainen, Kalevi: Tieto- ja viestintäala vauhdittivat maakuntia. Kehitys ainakin tyydyttävää. 03.04.2002. Saatavana [www.digitoday.fi/finassi](http://www.digitoday.fi/finassi)

Oulu 2006 kasvusopimus. Oulun kaupunki 2002.

Opetusministeriö: Abc Digi. Sisällöntuottajan käsikirja. Edita, Helsinki 2001

Opetusministeriö: Kulttuuriteollisuuden kehittäminen Suomessa. Kulttuuriteollisuustyöryhmän loppuraportti. Kulttuuripolitiikan osaston julkaisusarja 1:1999. Edita, Helsinki 1999

Opetusministeriö: Sisältötuotantotyöryhmän väliraportit 1-6. Opetusministeriön työryhmien muistioita.

Pohjois-Savon ICT-yritysten toimintaympäristö. Pohjois-Savon liitto 2001.

Pohto, Petteri & Wirén, Lauri: Raportti uusmediatoimialasta Suomessa 2000. LTT-Tutkimus Oy. Elektronisen kaupan Instituutti -EKI. Teoksessa Taideteollisen korkeakoulun Koulutuskeskus: Uusmedia aikuistumisen kynnyksellä. Helsinki, 2001.

Porter, Michael: The Competitive Advantage of Nations. Free Press, New York 1990.

Rantanen, Terhi et al. (2002) Evaluation of Media and Communication Studies in Higher Education in Finland. Publications of the Finnish higher education evaluation council 7:2002. Helsinki: Edita

Rusanen Aira: Kastemadosta rakettiryhmään. Pilottiprojektista jatkuvaan sisältötuotannon tuotekehitykseen. Satu ry, julkaisusarja n:o 1, Helsinki 2002.

Stenvall, Sari: Sisältötuotantoalan osaamistarveskenaario 2005-2010. Turun kauppakorkeakoulu, Turku 2001

Suomen audiovisuaalisen alan tuottajat, Satu ry: Jäsenhakemisto 2002-08-31

Valtioneuvoston tiedotusyksikkö, tiedote, 244/2000: Toimenpiteet aluepolitiikan ja seutukuntayhteistyön tehostamiseksi

Tarkka, Minna & Mäkelä, Tapio (toim.): Uusi mediakulttuuri innovaatioympäristönä. Kotimainen ja kansainvälinen tutkimus. M-cult, Helsinki 2002.

Tekes: Digitalisoituvan viestinnän monet kasvot. Teknologia katsaus 118/2001. Helsinki 2001

Toivonen, Timo Einari: ARS CARA. Audiovisuaalisen alan tukemisen investointinäkökulma. Opetusministeriö, Helsinki 2001 (saatavana <http://www.minedu.fi/julkaisut/pdf/arscara.pdf>)

### Internet lähteitä:

Aluekeskusohjelmat: <http://194.89.205.3/alue/aky/aluek/ohjelmat/index.html>

Osaamiskeskukset: <http://194.89.205.3/suom/oske/>

Suomen maakuntien liitot: <http://www.reg.fi/>

Teknologiakeskukset: <http://www.tekel.fi/>

## LIITTEET

### Liite 1. Tarkastellut alueet

Tutkimuksen alueet jaettiin toimeksiannon perusteella kahteen ryhmään. Ensimmäinen kenttä (1) keskittyy suurimpina kasvukeskuksina pidettyihin alueisiin. Lisäksi kentän alueilta löytyy osaamiskeskusohjelma, teknologiakeskus sekä suurien yritysten yksiköjä että kriittinen määrä pieniä yrityksiä. Toisen kentän (2) muodostavat kasvukeskuksia seuraavat keskisuuret kaupungit ja näitä ympäröivät maakunnat. Kentän alueilta löytyy aluekeskusohjelma, osaamis- tai teknologiakeskus tai vastaava sekä jonkin verran sisällöntuotantotoimialalla toimivia yrityksiä.

#### Kenttä 1.

Keski-Suomi/ Jyväskylä  
Pohjois-Pohjanmaa/ Oulu  
Pirkanmaa/ Tampere  
Uusimaa/ Helsinki  
Varsinais-Suomi/ Turku

#### Kenttä 2.

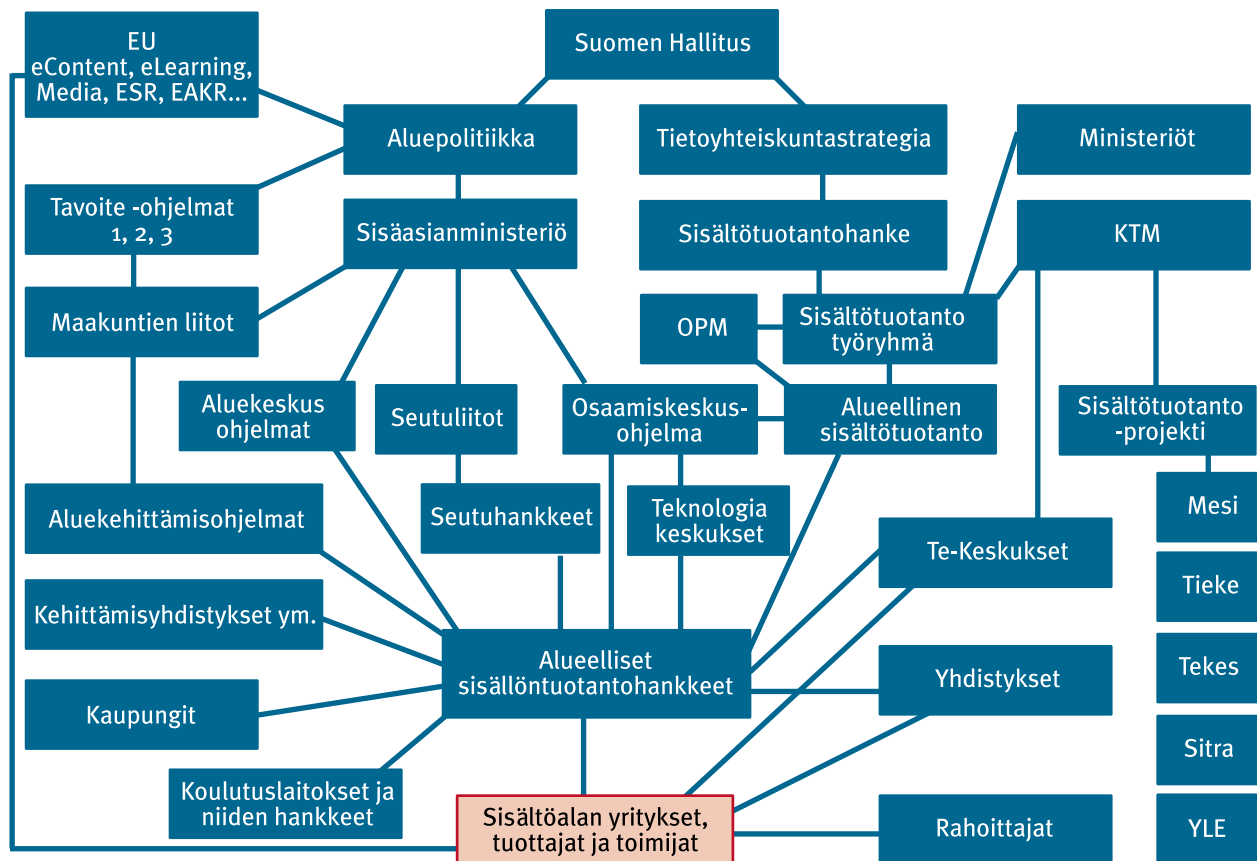
Etelä-Savo/ Mikkeli  
Häme/ Lahti  
Kaakkois-Suomi/ Kouvola ja Lappeenranta  
Lappi/ Rovaniemi  
Pohjanmaa/ Seinäjoki ja Vaasa  
Pohjois-Karjala/ Joensuu  
Pohjois-Savo/ Kuopio  
Satakunta/ Pori

## Liite 2. Haastattelurunko

Haastateltavilta kysyttiin:

- näkemystä sisältötuotannon alueellisesta kuvasta, hahmosta, määritelmistä, rajapinnoista tai vahvoista painotuksista?
- näkemystä alueellisista julkisista toimijoista, hankkeista ja niiden merkityksestä?
- näkemystä alueellisista edellytyksistä?
- näkemystä kentästä ja markkinakuvasta, eri osa-alueilla?
- näkemystä alueen sisältöalan yleistilanteesta ja elinkaarellisesta vaiheesta?
- alueellisia erityispiirteitä?
- alueen vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia?
- merkittäviä/toimivia alueellisia esimerkkikäytäntöjä?
- näkemystä kansallisista strategioista ja hankkeista ja niiden suhteesta alueelliseen/yksityiseen tasoon ?

### Liite 3: Kansallinen toimijaverkostomalli



### Liite 4: Alueellinen toimijaverkostomalli

