

# RAHA PUHETTA

€  
€  
€  
€  
€

taide- ja kulttuurikentältä



RAHAPUHETTA TAIDE- JA KULTTUURIKENTÄLTÄ

**Julkaisusarja:** Xamk Inspiroi 38

**Julkaisija:** Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu ja Kulttuurin paikka

© Tekijät ja Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu 2022

**Työryhmä:** Elo ja iloa Kaakkois-Suomeen Piia Kleimola, Laura Lehtinen, Sanna-Leena Mikkonen ja Tarja Vahtokari. Kulttuurin paikka Päivi Alaniska.

**Julkaisun valokuvat:** Marja Seppälä. Kukkien valokuvat Jenni Latva.

**Graafinen suunnittelu ja taitto, kannen kollaasikuvitus:** Taikasipuli, Silva Kärpänoja.

**Kielenhuolto:** Tmi Eilabertta, Annamari Typpö.

**Paino:** Grano Oy

**ISBN:** 978-952-344-421-8 (nid.)

**ISBN:** 978-952-344-422-5 (PDF)

**ISSN:** 2489-2475 (nid.)

**ISSN:** 2489-6764 (verkko)

*julkaisut@xamk.fi*

# RAHAPUHETTA

taide- ja kulttuurikentältä

## Tiivistelmä

**Rahapuhetta taide- ja kulttuurikentältä** sisältää nimensä mukaisesti puheenvuoroja, haastatteluja ja tietolaatikoita rahasta ja talousosaamisesta. Julkaisun taustalla on kaksi kulttuurin kehittämistehtävää: Kymenlaaksossa ja Etelä-Karjalassa toteutunut Elo ja iloa Kaakkois-Suomeen sekä Etelä-Pohjanmaan Kulttuurin paikka. Kehittämistehtävät pohjautuvat keväällä 2019 uudistettuun kuntien kulttuurilakiin ja etenkin pykälään edistää kulttuuria ja taidetta osana asukkaiden hyvinvointia ja terveyttä, osallisuutta ja yhteisöllisyyttä.

**Asiasanat:** taide, kulttuuri, luovat alat, raha, talousosaaminen



# Sisältö

- 03 Tiivistelmä
- 05 Aluksi, **Piia Kleimola**
- 08 Miksi rahasta on niin vaikea puhua taiteen yhteydessä?, **Pia Houni**
- 16 Kulttuurihyvinvoinnin rahoitus vakiinnutetaan vain toimintakulttuuria muuttamalla, **Anna-Mari Rosenlöf**
- 25 Tietolaatikko: Tuotteistamisen rautalankamalli
- 26 Myyminen on asiakkaan tarpeeseen vastaamista, **Tuomas Tirkkonen**
- 28 Luovuus ja business, **Disa Kamula**
- 31 Tietolaatikko: Hinnoittelu
- 32 Mikä laskutuskanava eli pakotetaanko minut yrittäjäksi?, **Timo Lehmusmetsä**
- 36 Tilitoimiston tuki taidetoimijalle, **Saara Toivonen**
- 40 Hankemaailma, yrittäjälle uhka vai mahdollisuus?, **Virve Niiranen**
- 42 Kunnallisen puolen näkökulma hankkeisiin, **Päivi Alaniska**
- 44 Tietolaatikko: Kevytyrittäjyys ja laskutuspalvelut
- 45 Tietolaatikko: Hankkeet
- 46 Millä irtoaa? Hyvän apurahahakemuksen reseptiä etsimässä, **Kirsi Haapamatti**
- 52 Kokemuksia joukkorahoituksesta, esimerkkeinä Mesenaatti sekä Case Kino Jalasjärvi ja Kasino-elokuva, **Mikko Jokipii**
- 58 Provinssi ja sponsorit, **Sami Rumpunen**
- 60 Kouvolan Lakritsi ja näkökulma taiteen ja kulttuurin sponsorointiin, **Timo Nisula**
- 62 Vinkit ja linkit
- 63 Lopuksi, **Piia Kleimola**

# Aluksi

*Aika ja läsnäolo lienevät arvokkainta, mitä elämässämme on. Näiden kahden asian muuttaminen rahaksi ei ihan helppo tehtävä olekaan. Silti se on taide- ja kulttuurikentän työn hinnoittelun perusta.*

Osana isoa kokonaisuutta taiteen ja kulttuurin rahoituksen osuus on pieni (valtion budjetissa 0,8 %), mutta silti (tai juuri siksi) nimenomaan rahapuhe saa aikaan kaikkein kiivaimmat keskustelut – sekä puolesta että vastaan.

Yksi taide- ja kulttuurimaailmassa sitkeästi elävä tabu on tämä:

*”Luovan alan toimijoiden suhde talouteen: Joko heitä pidetään haihattelijoina, joilla ei ole menestymisen mahdollisuuksia liikemaailmassa, tai he itse vierastavat kaupallista ajattelua, joka saattaa tuhota luovuuden. Luovan alan taloudellinen tukeminen nähtiin Suomessa olevan surkeissa kantimissa, ala ei ole organisoitunut, luovan alan agenteja ei ole riittävästi, ja järjestökenttäkin on pirstoutunut. Luovan alan toimintaa ei arvosteta niin paljon, että se näkyisi maksettavissa korvauksissa tai palkkauksessa. Alan työehtosopimuksetkin puuttuvat.”* (Lähde: CityDrivers – Teemme luovan osaamisen myynnistä ja ostamisesta helppoa, Luovien alojen tabu 1.)

”Tuntuu kuin puhuisin eri kieltä” -lauseen olen kuullut taide- ja kulttuuritoimijoilta usein. Milloin eri kieltä puhuu toisen toimialueen edustaja, milloin ostaja, milloin kirjanpitiäjä tai talousneuvoja. Teatteritoi-

mijana olen varmasti sanonut nuo sanat monesti itsekkin. Tulkin tai sanakirjan puuttuminen välistä tuskastuttaa varmasti molempia osapuolia.

**Rahapuhetta taide- ja kulttuurikentältä** on kahden maakunnallisen OKM-rahoitteisen kulttuurin kehittämistehtävän yhteistyö. **Kulttuurin paikka** -kehittämistehtävän tavoitteena on vahvistaa Etelä-Pohjanmaan kuntien kulttuuritoimintaa, taiteen yhdenvertaista saatavuutta ja monipuolista käyttöä koko maakunnassa. Sen ovat toteuttaneet Seinäjoen kaupunki ja Etelä-Pohjanmaan liitto. **Eloa ja iloa Kaakois-Suomeen** eli kulttuurista hyvinvointia kuntalaisille on toteutunut Kymenlaakson ja Etelä-Karjalan kunnissa. Pää tavoite on ollut kehittää luovan alan, taiteen ja kulttuurin yhteistoimintaa ja toimintamalleja, jotta kuntalaisille tuotettavat kulttuuripalvelut ja muu toiminta vahvistaisivat asukkaiden hyvinvointia, terveyttä ja osallisuutta. Hankkeen ovat toteuttaneet ammattikorkeakoulut Xamk ja LAB. Molempien kehittämistehtävien toiminta on perustunut keväällä 2019 uudistettuun kuntien kulttuurilakiin.

Julkaisun lähtökohta liittyy yllä mainittuun tabuun. Lähdetään liikkeelle olettamuksesta, että turhan usein taide-,





Rahapuhetta taide- ja kulttuurikentältä on kahden maakunnallisen OKM-rahoitteen kulttuurin kehittämistehtävän yhteistyö. Kulttuurin paikka -kehittämistehtävän toteutti Seinäjoen kaupunki ja Etelä-Pohjanmaan liitto. Eloa ja iloa Kaakkois-Suomeen eli kulttuurista hyvinvointia kuntalaisille on toteutunut Kymenlaakson ja Etelä-Karjalan kunnissa, toteutus ammattikorkeakoulut XAMK ja LAB. **KUVAAJA:** Piia Kleimola.

kulttuuri- tai luovan alan toimija vieroksuu rahapuhetta, jännittää taloushallintoa – ja kyllä – tuntee näistä asioista keskusteltaessa puhuvansa eri kieltä. Ja niinhän se usein onkin. Taiteen vaikutuksia on haastavaa mitata ja verrata luvuin. Silti meidän pitäisi niin yrittää tehdä – yhdessä.

Rahasta puhuminen yleensäkin synnyttää intohimoisia keskusteluja suuntaan sekä toiseen. Kun paikallislehti julkaisee nettiiuutisen taidekilpailusta, johon on varattuna tietty summa rahaa, alkaa kuuma keskustelu taideammattilaisten joukossa siitä, mihin varattu raha riittää, kun summa on niin VÄHÄN. Samaan aikaan nimettömät keskustelupalstakriitikot ovat ymmällään siitä, miten tällaiseen taideprojektiin laiteetaan muutenkin tiukkoina aikoina rahaa noin PALJON.

Osittain ongelma on toki rakenteellinen. Taide- tai kulttuurityö ei kaikkien mielestä ole ”oikeaa työtä”. Julkisen rahoituksen tiukentuessa samoille apurahoille on enemmän hakijoita. Toisaalta samalla kun tilanteet kiristyvät, tapahtuu myös paljon kehitystä. Taide- ja kulttuurityölle avautuu uusia mahdollisuuksia, esimerkiksi kulttuurihyvinvointityö vie taidetta, kulttuuria ja luovuutta osaksi sosiaali-, terveys- ja hyvinvointikenttää. Samalla erilaiset hankkeet hakevat taide- ja kulttuurikentältä ratkaisuja esimerkiksi työyhteisöjen hyvinvoinnin, liiketoiminnan tai palvelujen kehittämiseen.

Mutta osa ongelmasta liittyy varmasti talousosaamiseen – tai lähinnä osaamattomuuteen.

Talouden perusasioiden hallinta ei vaadi erityistaitoja. Jos haluaa oppia, saa

aivan varmasti apua muun muassa siihen, miten hyvä tarjous tehdään, miten oma työ hinnoitellaan ja miten ammattitaito perustellaan ostajalle. Yllä olevan taidekilpailu-simerkinkin dialogia veisi rakentavampaan suuntaan se, että taiteilija tuskailemisen sijaan avoimesti kertoisi, mitä tarjotulla summalla saa ja mihin palkkaus perustuu.

Tämä julkaisu on yksi keino tuoda alalle lisää kaivattua osaamista ja tietoa.

**Pia Houni** kirjoittaa, kuinka taidetyön ja rahan välistä suhdetta olisi hyvä rohkeammin purkaa auki myös kulttuurikentän omassa piirissä. Me kulttuurikentän toimijat osaamme esimerkiksi seminaareissa kertoa toisillemme taiteen hyvinvointi- ja terveysvaikutuksista – kun ostava osapuoli puuttuu paikalta. Yhteistyö ja eri kenttien osallistaminen varmasti edesauttaisi asiaa paremmin.

**Anna-Mari Rosenlöf** kirjoittaa siitä, miten pysyvä rahoitus ja ansaintamallit ovat edelleen kulttuurihyvinvoinnin epäselvin ja vaikein kehittämisen kohde. Tietoperusta on ohut ja hajanainen. Ala kaipaa kipeästi yhteistä keskustelua hinnoittelusta ja työn tekemisen eri muodoista.

Taide-, kulttuuri- ja luovan alan yrittäjänäkökulmaa julkaisuun tuovat **Tuomas Tirkkonen** ja **Disa Kamula**. He molemmat kannustavat uusista elinkeinomahdollisuuksista kiinnostuneita kulttuuri- ja taidealan ammattilaisia tutustumaan ensisijaisesti asiakkaiden tarpeisiin. Palvelujen paketointi lähtee liikkeelle ennen kaikkea asiakkaan tarpeen ja oman osaamisen leikkauspinnasta. Asiakkaan tarpeeseen vastaaminen auttaa myös oman työn hinnoittelussa.

Yritysneuvoja **Timo Lehmusmetsä** avaa erilaisia laskutusmahdollisuuksia, ja vaikka tässä julkaisussa ensisijaisesti nousevatkin

esiin luovan alan yrittäjien äänet, näkökulma on sama kuin Lehmusmetsällä: ei, sinua ei pakoteta yrittäjäksi, jos se ei luontaiselta tunnu. Muitakin vaihtoehtoja oman työn laskuttamiseen ja toimintaan on. Fakta kuitenkin on, että monella alalla saa paremmin toimeksiantoja, kun on antaa lasku tai kuitti y-tunnuksella varustettuna.

Tärkeä tuki toiminnallesi on tilitoimisto ja kirjanpitäjä. Toimintasi tunteva tilitoimisto auttaa muun muassa lakisääteisissä ilmoituksissa ja maksuissa (kuten vero- ja eläkemaksuissa), jolloin säästyt monelta turhalta harmilta etkä esimerkiksi vahingossa tai

osaamattomuuttasi tee veropetosta. Taiteilijoiden taloustukeen erikoistunutta tilitoimistoyrittäjää **Saara Toivosta** kuullaan julkaisussa myös.

Hankkeistuksen vahvuuksia, heikkouksia, uhkia ja mahdollisuuksia omista näkökulmistaan miettivät **Virve Niiranen** ja **Päivi**

**Alaniska**. Hyvän apurahahakemuksen näkökulmia tuo esiin **Kirsi Haapamatti** ja joukkorahoituksen kokemuksia **Mikko Joki**. Lopuksi tarjoamme kaksi eri näkökulmaa sponsorointiin, ja ne tarjoavat Provinssirokin **Sami Rumpunen** sekä Kouvolan Lakritsin **Timo Nisula**.

Kiitos artikkelien kirjoittajille ja haastatelluille. Kiitos myös työryhmälle.

Julkaisun myötä toivotan meille kaikille paljon tietämystä, osaamista, rohkeutta, itsevarmuutta ja sitkeyttä – ylipäätään elämään, mutta tässä tapauksessa etenkin taloushallintoon! ◀

**Piia Kleimola**, projektipäällikkö  
Kouvolassa 22.2.2022

*Tämä julkaisu  
on yksi keino  
tuoda alalle  
lisää kaivattua  
osaamista  
ja tietoa.*

PIA HOUNI

# Miksi rahasta on niin vaikea puhua taiteen yhteydessä?

*Pia Houni on teatteritaiteen tohtori ja dosentti. Pia on työskennellyt taide- ja kulttuurialan monipuolisissa asiantuntijatehtävissä. Viime vuosina hän on tutkinut taiteilijoiden työtä ja taiteen hyvinvointivaikutuksia. Pian voi löytää myös filosofisen praktiikan maailmasta. Tällä hetkellä hän työskentelee esitystaiteen talo Mad House Helsingin toiminnanjohtajana. Kotipaikka Helsinki.*

Katugallupeissa ihmiset vastaavat taiteen olevan sitä, että ”joku soittaa ja tanssii”. Taiteen rahapuheesta monelle tulee mieleen uutisten välittämä tieto kalliista taulukau-poista tai nuukuudessa kituuttavasta bas-keripäästä. Taiteilijan työtä ei yleisesti ole helppo ymmärtää. Taiteilijan työn paikka ja hyöty yhteiskunnassa on monelle epäselvä. Luovista aloista haaveilevien nuorten kohdalla nostetaan usein esille ”järkevyyden” ja ”potentiaalin” hukkaaminen. Miksi tehdä taideharrastuksesta ammatti? Monia taiteilijoita onkin nuoruudessa ohjattu mielummin porvarillisen ammatin pariin. Luoville aloille hakeutuvat joutuvat jo varhain oman tekemisensä takia vakuuttavuusretoriikan käyttäjiksi.

Ei siis ihme, että niin usein aihetta tutkiessa olen saanut lukea yleisön kommentteista sanat ”menkööt oikeisiin töihin” tai ”mitä siinä ruikuttavat, valtio elättää heitä”.

Mitä nämä ”oikeat työt” ihmisten mielikuvissa oikeastaan ovat? Tai miksi apurahalla työtään tekevä ihminen olisi valtion elätti?

Taidetyön kenttään ja rahan liittyy vahvasti rypäs erilaisia mielikuvia ja asenteita. Jos en olisi kuullut ja lukenut näitä kommentteja niin moneen kertaan, en uskoisi niitä todeksi. Eikä kannata osoitella sormella vain yhteen suuntaan, sillä taidetyön ja rahan välistä suhdetta olisi hyvä purkaa rohkeammin auki myös kulttuurikentän omassa piirissä.

Tässä lyhyessä artikkelissani tarkastelen otsikon aihetta kolmesta näkökulmasta. Ensin pohdin taiteilijoiden ja markkinoiden välillä kulkevan rahan liikettä. Sitten siirrän taidetyön laajempaan kehukseen eli uuden työn ja kapitalistisen tuotannon ajatuksiin. Lopuksi käänän katseeni vielä tulevaisuuteen. Artikkelin kannanotot ja kriittinen katse voivat vaikuttaa paikoin karkeilta,



mutta näen, että kehittämisen mahdollisuus syntyy, kun asioita tarkastellaan kiertelemättä.

## Ennakoimaton ja pirstaleinen raha taidekentällä

Rahan liittäminen taidekenttään on aina ollut mutkikasta, ja siitä puhuminen on haastavaa. Kokonaiskuvan avaaminen vaatisi pidemmän tekstin kuin tässä on mahdollista kirjoittaa, mutta aiheeseen on hyvä sukeltaa muutamasta eri suunnasta. Taidekentän

ja markkinoiden välisen rahan liikkeen ymmärtämisen tekee vaikeaksi se, että ei ole olemassa homogeenista taiteilija-ammattin kategoriata. Taiteilija-ammattien nimikkeitä on usein kymmeniä, ja lisää todennäköisesti syntyy lähitulevaisuudessa. Taiteen kenttä on ammatillisesti ajassa elävä ja sisällöt edellä kulkeva, ja siten monet muutokset voivat olla ennakoimattomia. Ei ole olemassa myöskään yhtenäistä taidemarkkinoiden tai taiteilijan työn arvostusjärjestelmää. Raha liikkuu ennakoimattomasti

ajassa, usein yksilövetoisesti. Suomi kuuluu niihin harvoihin maihin, joissa valtio ohjaa taiteen rahoitusta. Se on ollut turva ja mahdollistanut paljon. Nyt olemme tilanteessa, jossa tämä jatkuvuus ei ole itsestäänselvyys tai se kohdistuu prosentuaalisesti pienempään joukkoon. Taideammattilaisia ohjataan yhä enemmän rakentamaan uudenlaista näkemystä siitä, miten alaa tulevaisuudessa pitäisi rahoittaa. Yrittäjähenkisyys ja oman työn managerointi ovat jo tovin olleet taidekentän puheenaiheita.

Valtion rahoitusturvan ohella ammattiliitoilla on ollut ja on edelleen tärkeä

merkitys jäsenistönsä etujen ajamisessa ja identiteetin muodostamisessa. Niiden status on merkki yhteiskuntaan kuulumisen ammatillisesta legitimiudesta. Ammattiliitot toki puolustavat työehtoja ja kirjaavat suosituspalkkoja, mutta tästä huolimatta todelliset palkkiot liikkuvat markkinaehtoisesti. Voidaan myös kysyä, millaista työtä ammattiliitot hinnoittelevat, kun monen taiteilijan ammattikuva on laajentunut esimerkiksi kulttuurihyvinvoinnin kentälle. Ammattiliittojen työ on välttämätöntä, sillä ne pitävät huolen työsuhteiden kehittämisestä

yhdeneroisiksi muiden toimialojen kanssa.

Taide- ja kulttuurialat toteuttavat ammattiliitoista riippumatonta vapaata markkinahinnoittelua, jonka perusta lepää kapitalistisessa talousrakenteessa. Käytännössä tämä tarkoittaa, että työlle voidaan määritellä (esimerkiksi ammattiliitoissa) rahallinen minimiarvo, mutta ei korvauksen

maksimia. Työn minimikorvauksella pyritään pitämään yllä yhteiskunnan laissa määrittelemiä vaatimuksia, mutta sen alittamisesta harvoin seuraa toimenpiteitä – ainakaan taidetyön kentällä. Jos bändi haluaa soittaa keikkansa alle liiton suosittelman taksan, siitä ei kukaan valita. Vastaava tilanne toisinpäin esiintyy työpalkkion ylärajan kohdalla, koska kapitalistisessa järjestelmässä sitä ei ole. Taiteen tekijä voi määritellä työnsä hinnan ja ostaja maksaa sen, jos kaupat syntyvät. Ostajan maksuhalukkuuteen liittyvät materialististen arvojen lisäksi immateriaaliset arvot,

*Taiteilijan työtä ei yleisesti ole helppo ymmärtää. Taiteilijan työn paikka ja hyöty yhteiskunnassa on monelle epäselvä.*

kuten erilaiset taiteen arvostusjärjestelmät, julkisuus ja investoinnin mahdollisuus. Mitä enemmän taide toteutuu välillisinä vaikutuksina, kuten kulttuurihyvinvointitoiminnassa, sen huonommin osaamme hahmottaa immateriaalisten arvojen potentiaalia investointeina. Tässä yhteydessä investoinnit kohdistuvat usein yksilön lisäksi laajempaan joukkoon ihmisiä tai peräti koko yhteiskuntaan. Tämän kokonaisuuden ajattelemisen vaatii työtä, jota kannattaisi ehdottomasti tehdä. Talous toimii harvoin yhteen suuntaan ja kausalisesti, vaan pikemminkin ryppäinä, joissa monien tekijöiden samanaikaiset vaikutukset rakentavat taloutta. Sen takia kannattaa unohtaa kaukoputkikatse ja miettiä kaleidoskooppia.<sup>1</sup>

Rahasta puhuminen on taidekentällä vaikeata monestakin syystä. Rahan liikkeen skaala tekijöiden palkoista myytävään työhön on poikkeuksellisen laaja. Rahan liike jakautuu taidekentälle epätasaisesti ja ennakoimattomasti. Myös tekijöiden ammatillisessa puheessa tämä tulee esille. Rahan tuoma semioottinen arvo saa aikaan yleistä hyväksyntää ja luo yhteistä merkityshorisonttia (Viren 2018, 120), kun tavoitteena on edistää taloudellisen toimeentulon mahdollisuuksia ammattikentälle. Ajoittain on vaikea hyväksyä sitä, että taideoilla ei ole olemassa yhtenäisyyttä muuten kuin päämäärän tavoittelussa. Osa taiteilijoista joutuu tuon tuostakin vakuuttamaan oman työnsä olevan ”oikeata työtä” ja toisissa yhteyksissä korostamaan työnsä erityislaatuista. Toiset taas säästyvät tältä selittämisen vaivalta ja keskittyvät oman saavutetun asemansa ylläpitämiseen. Kenties näistä syistä keskustelut taiteilijoiden kansalaispalasta nostattavat myötätuulta – etenkin sen valtaosan keskuudessa, jolle ammatin harjoittaminen on kiinni perustoimeentulosta.

Taidekentän talouspuheen kaksi keskeistä akselia ovat taiteilijan työn rahallinen korvattavuus ja toisaalta markkinat eli ostovoima. Jälkimmäiseen liittyy paljon erilaisia kysymyksiä. Miten erilaisia teoksia myydään ja ketkä ovat potentiaalinen yleisö tai ostajakunta? Kun liikutaan taiteen ydin toiminnan alueelta uusiin työympäristöihin, ostajakunnan tavoittaminen tai ohjaaminen on vaikeata. Esimerkkinä tästä ovat viime vuosien keskustelut siitä, miten saada työnantajat tai sosiaali- ja terveyssektori oivaltamaan kulttuurihyvinvoinnin piirissä tapahtuvaa työtä siten, että sieltä suunnalta tulisi ostohalua. Ymmärrettävien haasteiden myötä näissä yhteyksissä on jouduttu taiteen merkitystä ja sen vaikutuksia koskevan vakuuttelun kierteeseen. Hieman koomisena tämä näyttäytyy lukuisissa webinaareissa ja seminaareissa, joissa pääosin kulttuurikentän toimijoista koostuva yleisö kertoo toisilleen taiteen hyvinvointi- ja terveysvaikutuksista, mutta ostajien edustajat puuttuvat paikalta. Juuri he olisivat näiden tilaisuuksien kohderyhmä, jolle tietoa pitäisi suunnata ja jota pitäisi osallistaa tekemään ratkaisuja.

## **Luova talous, työn muutokset ja taide**

Luovuuden ja luovan talouden vahvistuminen työelämäkulttuurissa vaikuttaa ensisijaisesti kahteen suuntaan. Ensinnäkin se liittyy taidealan ammattilaisten työhön, yhä useampien nuorten haluun päästä toteuttamaan ja tekemään työtä, jonka yksi arvo on itsensä kehittämisessä ja ilmaisemisessa. Luovan työn tekemisessä on itsellisyiden vetovoimaa, joka vetoaa moniin. Luovan työn ammattilaisten määrä on viime vuosina kasvanut voimakkaasti. Syitä kasvuun

*1 Kaleidoskooppi-sana itsessään tarjoaa oivallisen näkökulman. Sana tulee kreikan kielestä, jossa kalos tarkoittaa kauneutta, hyvää, eidos kuvaa ja muotoa ja skopein näkemistä.*



Taidekentän talouspuheen kaksi keskeistä akselia ovat taiteilijan työn rahallinen korvattavuus ja toisaalta markkinat eli ostovoima. Jälkimmäiseen liittyy paljon erilaisia kysymyksiä. Miten erilaisia teoksia myydään ja ketkä ovat potentiaalinen yleisö tai ostajakunta? **KUVAAJA:** Marja Seppälä

on useita. Koulutusmahdollisuudet ovat laajentuneet, ja monessa eurooppalaisessa maassa alan tekijöitä koulutetaan enemmän kuin suorat työmarkkinat vaativat. Taidealan ammattilaisuuteen liittyy vahvoja mielikuvia ja haaveita, jotka ohittavat ammattiin liittyvät tosiasiat niiden mielissä, jotka alalle haluavat. Näillä tarkoitetaan muun muassa työn sisältämää epävarmuutta, prekariaattisuutta, taloudellisen toimeentulon haasteita ja kilpailua. Toisaalta alalle tulemiseksi on myös lukuisia muita väyliä kuin koulutus. Lahjakkaita ja osaavia tekijöitä etsitään lukuisissa kilpailuissa (erityisesti televisiossa), joissa tuhansien itsensä uhraavien ihmisten joukosta muutamat nostetaan julkisuuteen ja heille avautuu lähtösprintti ammattiin, jonka jatkuvuudesta ei ole

mitään takeita. Tutkimuksissa onkin tuotu esille myös niitä varjoja, joita luovan työn toimintakulttuuriin liittyy. Australialaiset tutkijat esimerkiksi käyttävät laajasti tästä ilmiöstä käsitettä luovuusloukku (Morgan & Nelligan 2018).

Toinen suunta luovan talouden ja ammattilaisuuden välille rakentuu siitä, että yritykset ja työelämä hakevat tällä hetkellä tieteellisten innovaatioiden sijaan kasvua luovuudesta, symbolisesta ja intellektuaalisesta työstä. Tekijöiden mukaan luova talous on projekti, jossa taiteilijoita houkutteellaan muuntamaan osaamisensa kaupalliseksi tuotteeksi (Morgan & Nelligan 2018). Tämä lähtökohta tukee myös työn rakenteellisia ehtoja luovassa taloudessa, jossa työtä tehdään itsenäisesti ja omaehtoisesti.

Tässä työurassa irtaannutaan säännöllisen palkkatyön pakosta ja eduista ja sen sijaan huomio kohdistetaan niihin moninaisiin keinoihin, joilla itsensä työllistäminen tapahtuu. (Mt.) Yrittäjähenkisyys on teema, jonka moni taiteilija on oman työnsä kohdalla kuullut mainittavan.

Oman osaamisen kaupallistaminen taidetyössä liittyy kiinteästi niihin muutoksiin, joita talouden näkökulmasta työelämässä on tällä hetkellä menossa. Kapitalismin tuotannon ytimeen on siirretty yhä enemmän hoivatyön ja luovan työn lähtökohtia. Tuotannon lisäarvo muodostuu nykykapitalismissa henkilökohtaisten, intiimien ja samalla kaikkein yleisimpien (yhteiskunnallisten ja biologisten) taipumusten laittamisesta työhön. (Viren 2018.) Taustalla on myös työn sukupuolitettu näkemys. Tiettyjen työtehtävien, kuten hoivatyön, nähdään edelleen kuuluvan naisille. Ajatus emotionaalisesti tärkeästä työstä liitetään feminiinisiin piirteisiin. Tällä lähtökohdalla on merkitystä kahdesta syystä: taidetyön laajentuminen esimerkiksi sosiaali- ja terveyssektorille seuraa nykykapitalismin etsimää lisäarvoa ja toisaalta juuri tällä henkilökohtaisen työn alueella taide- ja kulttuurityöntekijöiden enemmistönä ovat naiset. Tässä risteyskohdassa voi nähdä sukupuolisidonnaisen taakan kulkevan mukana (kulttuurihyvinvointi on naisten hoivatyötä), mutta tarkkavaistoinen ajattelija näkee tässä talouskehittämisen mahdollisuuden. Jos tuotannon lisäarvona nähdään juuri ne ominaisuudet, joita esimerkiksi luovan työn ammattilaisilla on käytössään, niin joko rekrytoimme tätä resurssia tai sitten emme.

Baumolin ja Bowenin vuonna 1966 kehittämää teoriaa pidetään ensimmäisenä merkittävänä teoreettisena esityksenä kulttuurin ja taiteen taloustieteessä. Baumolin ”kustannustaudiksi” nimetty malli esittää, että suorapiirteinen taloustieteellinen analyysi voisi tarjota ymmärrystä myös taiteellisten palvelujen kysynnän ja tarjonnan prosesseista sekä taidesektorin roolista

taloudessa. Aihetta kirjoittajat valottavat seuraavan esimerkin kautta.

*Vaikka kirjoituskoneita rakennettaessa voitiin pyrkiä vähentämään sen valmistukseen tarvittavaa ihmistyötä, taiteessa tämä ei tullut kysymykseen. Yleisö osti juuri taiteilijoiden aikaa. Jos heidän koulutustaan tai harjoitusmääriään vähennettäisiin, se heikentäisi lopputuotteen laatua. Vaikka autoja voitiin rakentaa aiempaa nopeammin, kolme varttia kestävän Schubertin kvartetton esittämiseen tarvittiin nyt ja tulevaisuudessa kolme henkilötyötuntia.*

Baumol ja Bowen pitivät itse lähtökohtana, ettei sellaisten palveluiden tuottavuutta voi parantaa, missä lopputuotteena on ihmisen aika toiselle ihmiselle. Suomessa 1980-luvulla käynnistyneessä julkisen sektorin reformissa ja siihen liittyvien tuottavuusohjelmien jatkumossa on kuitenkin uskottu toisin. Kunhan vain asetetaan tulostavoitteita, tuloksiakin syntyy. Vaikka siten, että yhdeltä työntekijältä vaaditaan yhä enemmän suoritteita. Palveluissa tämä tarkoittaa vähemmän aikaa ihmiseltä ihmiselle. Hyvinvointitavoitteen kannalta juuri tämä on ongelmallista, sillä hyvinvoinnin rakentaminen edellyttää nimenomaan onnistunutta vuorovaikutusta ihmisten välillä (Aaltio 2013). Ajoittain onkin heitetty noppaa siitä, että taiteilijoiden työllistäminen sotesektorille korvaisi suorituspaineen tuottamia lisävaatimuksia, kun nykyiset resurssit eivät riitä. Koska elämme kustannustehokkuuden aikakautta, ajattelumme kulkee tämän kaavan mukaisesti ja kadotamme kyvyn nähdä pidemmälle tai laajemmalle.

Käännän hetkeksi ajatuksen takaisin taiteilijan oman työn tuotteistamisen ja autonomisen taiteen tekemisen väliseen jännitteeseen. Baumolin kustannustautiin liittyy näkemys siitä, että yhteiskunnan tulee osaltaan rahoittaa taidetta ja taiteilijoiden työtä. Tämä näkemys on pitkälle ohjannut tai-

teilija-ammattien toteuttamista, ja käänne luovan talouden suuntaan on sekä vastoin taiteen autonomista ajattelua että suoras- taan vastustettava taiteen kentän sisäisessä puheessa. Toisaalta taiteilija-ammattien rinnalle muodostuneen luovan talouden ja sisältöjen heijastukset työmarkkinoille rakentavat uusia ansaitsemisen malleja, jotka perustuvat yksilölliseen ja henkilökohtaiseen sisällöntuotantoon. Jännite taiteen välineellistämisen ja autonomian välillä ei ole miltään laidalta katsottuna selkeä. Lyhyesti sanottuna taiteen ja taiteilijoiden työ on läpi historian ollut jossain määrin välineellistä. Rahoittajat (ja muut portinvartijat) ovat ohjanneet tekijöiden sisältöjä, asemaa ja mahdollisuuksia. Ajatus tehdä taidetta sen itsensä vuoksi on olennainen ontologinen lähtökohta. Ilman tätä ajatusta meillä ei olisi taidetta tai taide ei voisi kehittyä ja olla vuorovaikutuksessa yhteiskunnan kanssa. Pelkällä ontologisella lähtökohdalla kukaan ei kuitenkaan voi elää, ja rahan vaikutus muuttaa myös autonomian asetelmia. Toisaalta taas lausahdukset taide ei ole väline, se on voima eivät kerromistään mitään.

Toki sloganeita tarvitaan iskostamaan asioita ihmisten mieliin, mutta huomioida pitää myös, mitä niillä halutaan kertoa. Sloganit tuottavat brändiä, ja voidaan kysyä, millaista brändäämistä taide tarvitsee.

Kulttuurihyvinvoinnin sektorilla olisi reilua puhua suoraan siitä, että taide nimenomaan on väline johonkin. Erilaisella taidetoiminnan kehittämishäällä ja sen kaupittelemisella uusille toiminta-alueille tehdään nimenomaan välineellistävää työtä. Ajattelun pulmana on se, että liitämme

wälineellistämiseen negatiivisia konnotaatioita. Kun puhutaan taiteen myönteisistä vaikutuksista ihmiseen, tulemme samalla kertoneeksi, millainen ”vaikutusväline” tämä taide on. Samanlaisia toimintoja on ihmiselämässä lukuisia muitakin. Daisy Fancourtin ja kumppaneiden (2021) julkaisema artikkeli vapaa-ajan aktiviteettien vaikutuksesta terveyteen vahvistaa edellistä. Taide on yksi aktiviteetti monien muiden joukossa, ei erityisen pyhää tai erikoista, vaan lähtökohtaisesti myönteisiä vaikutuksia tuottavaa toimintaa. Siis välineellisesti sellaista toimintaa, johon investoimalla voidaan saavuttaa tuloksellinen lopputulos. Talouden kielellä ilmaistuna toiminnan tuotospanossuhde on hyvä.

Jos investoin aikaani taidetoimintaan, voin odottaa saavuttavani sillä toivottuja tuloksia, esimerkiksi parempaa hyvinvointia ja terveyttä. Asialla on myönteinen suhde myös talouteen. Robert Boyer huomioi jo 2004 ilmestyneessä kirjassaan, että innovaatioiden ja tiedon ohella terveys ja kulttuuri, hoiva kokonaisuudessaan ihmiselämän biologisena ja yhteiskunnallisena tuottamisena, tulevat olemaan nykytalouden kasvuvältejä. (Boyer 2004, Viren 2018.) Tähän

*Jännite taiteen  
välineellistämisen  
ja autonomian  
välillä ei ole  
miltään laidalta  
katsottuna selkeä.*

suuntaan nykykapitalismi on kulkenut, ja juuri tästä syystä myös investointi esimerkiksi kulttuuritoimintaan on monin tavoin kannattavaa taloudellisesti. Samaa kaavaa ei kuitenkaan voi mallintaa ei kohteisiin. On eri asia miettiä immateriaalisten investointien talousvaikutuksia lapsiin, työelämässä oleviin tai ikääntyneeseen väestöön. Olennaisempaa kaikessa on kyky tarkastella taloutta laajassa mittakaavassa ja kestävänn toiminnan näkökulmasta kuin pohtia yk-





Tarvitsemme lisää tietoa, tutkimusta ja ennen kaikkea käytännön esimerkkejä talouden ymmärtämisen tueksi. Taloudesta kannattaa ja pitää puhua rohkeasti. **KUVAAJA:** Marja Seppälä

sittäisen taidetoiminnan kausaalisia vaikutuksia kohteessaan. Kustannustehokkaassa ajattelussa tulisi siis nopeiden tuottojen rinnalla ymmärtää pitkäaikaiset vaikutukset.

### **Talouspuheen rohkeus taidetyön moninaisuudessa**

Millaista tietoa tarvitsemme, jotta voimme ymmärtää taiteen uusia työkytköksiä, ku-

ten kulttuurihyvinvoinnin ja talouden suhdetta? Tarvitsemme lisää tietoa, tutkimusta ja ennen kaikkea käytännön esimerkkejä talouden ymmärtämisen tueksi. Taloudesta kannattaa ja pitää puhua rohkeasti. Erityisesti hyvin perusteltua puhetta pitäisi käydä niillä yhteiskunnallisilla foorumeilla, joilla taloudesta yleisesti puhutaan. Ei siis pelkästään kulttuurikentän sisäisenä muminana. On hyvä muistaa, että vaikut-



taminen hyvinvointityössä on ensisijaisesti vaikuttamista ihmiseen. Tästä syystä myös taloustieteen lähtökohdaksi otettiin alusta lähtien rahan lisäksi ihmiskäsitys. Adam Smithin vapaiden markkinoiden kuvasto perustui siihen, että jokainen työskentelee omaksi parhaakseen ja oman edun tavoittelu on keskeinen ihmistä kuljettava voima. (Marcal 2021, 13.) Tämä on tuttua meille nykykapitalismin mallista, ja juuri tätä samaa logiikka taide- ja kulttuurikentän työ ja talous seuraavat. Pyrkinessämme edistämään alussa mainitsemani kulttuurihyvinvoinnin ja talouden välisen suhteen ymmärtämistä, meidän on sisäistettävä nämä lähtökohdat. Alakerran kauppiानी ei myy ruokaa ollakseen kiltti ja hyvä, vaan saadakseen tyytyväisiä asiakkaita ja sitä kautta rahaa. Moraaliset tavoitteet ovat ideaalisia ja niihin voi pyrkiä, mutta talous kertoo useimmissa tapauksessa realismista jotain muuta.

Jos taide- ja kulttuurityössä on nykyisen yhteiskunnan tarvitsemaa potentiaalia, kykyä tuottaa ihmistä ihmisen avulla, niin tämä kannattaa kääntää toiminnaksi ja taloudeksi (ks. Boyer 2004, Viren 2018). Tämä kaikki tarvitsee erityisen paljon osaamista toteutuakseen, muuttaakseen asenteita ja tullakseen osaksi työn rakenteita.

Lokakuussa 2020 Maailman talousfoorumi (WEF) julkaisi raportin tulevaisuuden työstä. Raportin tehtävänä on nostaa esille tulevaisuuden näköaloja. Aiemmin tässä tekstissä kirjoitin, miten taidetyön olemus ja toteutuminen ovat keskiössä nykykapitalismin työn rakenteissa ja taloudessa. Talousfoorumin raportin työmarkkinoiden kymmenen tulevaisuuden taitovaatimusta herättävät näkemään, että taide- ja kulttuurikentän ammattilaisten taidot ovat tulevaisuuden taitoja. Vai mitä ajattelette näistä?

1. Analyttinen ajattelu ja innovaatiot
2. Aktiivinen oppiminen ja oppimisstrategiat
3. Haastava ongelmanratkaisu
4. Kriittinen ajattelu ja analyysi

5. Luovuus, omaperäisyys ja aloitekyky
6. Johtajuus ja sosiaalinen vaikuttavuus
7. Teknologian käyttö, seuranta ja kontrolli
8. Teknologian suunnittelu ja ohjelmointi
9. Resilienssi, stressin sieto ja joustavuus
10. Päätteleminen, ongelmanratkaisu ja ideointi ◀

## Kirjallisuutta

Aaltio, Elina 2013. *Hyvinvoinnin uusi järjestys. Gaudeamus, Helsinki.*

Baumol, William & Bowen, William 1966. *Performing Arts – The Economy Dilemma. The Twentieth Century Fund, New York.*

Boyer, Robert 2004. *The Future of Economic Growth. As New Becomes Old. Edward Elgar, Lontoo.*

*Future of Jobs: The top 10 skills to be developed by 2025.*

<https://www.coorpacademy.com/en/blog/learning-innovation-en/future-of-jobs-the-top-10-skills-to-be-developed-by-2025/>

Fancourt, Daisy et al. 2021. *How leisure activities affect health: a narrative review and multi-level theoretical framework of mechanisms of action. The Lancet Psychiatry* 8: 329–339.

Houni, Pia 2021. *Uuden työn järjetön tunne – fragmentteja työn identiteetistä ja inhimillisyydestä. Teoksessa Jakonen, Mikko et al. (toim.) Työ ja järki. SoPhi, Jyväskylä (tulossa).*

Klowden, Kevin & Quintus, Lim 2021. *Future of Work. Insight for 2021 and Beyond* <https://milkeninstitute.org/sites/default/files/2021-04/MI%20Future%20of%20Work%20Report%20-%20FINAL.pdf>

Marcal, Katrine 2021. *Kuka valmisti Adam Smithin päivällisen? Tarina naisista ja taloudesta. N&N, Tampere.*

Morgan, George & Nelligan, Pariece 2018. *The Creativity Hoax: Precarious Work and the Gig Economy. Anthem Press, Lontoo.*

Viren Eetu 2018. *Raha ja työvoima. Tutkijaliitto, Helsinki.*

*World Economy Forum website* <https://www.weforum.org/agenda/archive>

ANNA-MARI ROSENLÖF

# Kulttuurihyvinvoinnin rahoitus vakiinnutetaan vain toimintakulttuuria muuttamalla

*Anna-Mari Rosenlöf työskentelee erityisasiantuntijana valtakunnallisessa kulttuurihyvinvoinnin yhteyspisteessä Taikusydämessä. Lisäksi hän toimii kouluttajana ja kehittäjänä Turun ammattikorkeakoulussa ja on mukana kulttuurihyvinvointialan kehittäjänä eri työryhmissä ja verkostoissa. Anna-Marin tausta on kulttuurialalla, ja häntä kiinnostavat erityisesti rakenteiden kehittäminen sekä taide ja kulttuuri osana hyvinvoinnin ja terveyden edistämistä. Kotipaikka Kaarina.*

Tämä kirjoitus perustuu kokemuksiini kulttuurihyvinvointialan kehittäjänä vuodesta 2012 lähtien. Kirjoitus kokoaa yhteen huomioita, lukuisia kulttuurihyvinvoinnin ammattilaisten kanssa käytyjä keskusteluja, hanketyötä ja seminaariesityksiä. Olen hyödyntänyt kirjoituksessa myös Turun ammattikorkeakoulun kulttuurihyvinvoinnin ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opiskelijoiden tekemiä havaintoja. Olen tiivistänyt kirjoitukseen tietoa, jota minulle on kertynyt kulttuurihyvinvoinnin valtakunnallisen yhteyspisteessä Taikusydämen asiantuntijana vuodesta 2015 lähtien.

Kulttuurihyvinvoinnin pysyvä rahoitus ja ansaintamallit ovat edelleen kulttuurihyvinvoinnin epäselvin ja vaikein kehittämisen kohde, jonka tietoperusta on ohut ja hajanainen. Rahoituksesta puhuttaessa on samalla pohdittava, mikä on kulttuurihyvinvoinnin paikka yhteiskunnassa. Kuka kulttuurihyvinvointitoimintaa ja -palveluita voi tuottaa? Millaisia toimintoja kulttuurihyvinvointitoiminnalla voi tukea, täydentää tai jopa korvata? Mitä toiminnalla voidaan saavuttaa tai muuttaa? Millaista näyttöä on olemassa kulttuurihyvinvointitoiminnan vaikuttavuudesta?

<b>SANASTOA</b>	<a href="https://taikusydan.turkuamk.fi/tietopankki/kasitteet/">https://taikusydan.turkuamk.fi/tietopankki/kasitteet/</a>
<b>Kulttuurihyvinvointi</b>	Kulttuurihyvinvointi viittaa yksilölliseen tai yhteisöllisesti jaettuun kokemukseen siitä, että kulttuuri ja taide lisäävät hyvinvointia tai ovat yhteydessä siihen.
<b>Kulttuurihyvinvointialan ammattilainen</b>	Kulttuurihyvinvointialalla tarkoitetaan toiminnan, kehittämisen, koulutuksen ja tutkimuksen kenttää, jossa kehitetään ja sovelletaan kulttuuri- ja taidealan sekä sosiaali-, terveys- ja hyvinvointialojen moniammatillisesta yhteistyöstä syntyviä sisältöjä ja menetelmiä sekä näihin kytkeytyvää tietoa. Alan ammattilaisten koulutustausta voi vaihdella. Tyypillisesti heillä on koulutusta ja osaamista taide-, kulttuuri-, sosiaali-, terveys- tai kasvatusaloilta.
<b>Kulttuurihyvinvointipalvelut</b>	Asiakas- ja tarvelähtöisiä, matalan kynnyksen räätälöitäviä palveluita, joilla on terveyttä ja hyvinvointia edistäviä tavoitteita. Palvelut voivat esimerkiksi lisätä toimintakykyä, elämänhallinnan tunnetta ja koettua terveyttä, ehkäistä yksinäisyyttä ja sosiaalista eriytymistä, lisätä osallisuutta ja oikeutta itseilmaisuun, parantaa työhyvinvointia tai tukea mielenterveyttä. Palveluita kehittävät ja toteuttavat taiteen ja kulttuurin sekä sosiaali-, terveys- ja kasvatus-työn ammattilaiset moniammatillisessa yhteistyössä.
<b>Kulttuurihyvinvointitoiminta</b>	Kattaa tekemisen ja toimenpiteet laajemmin ja sisältää muun muassa vapaaehtoistoiminnan sekä toiminnan osana eri työnkuvia.

Karkeasti ottaen kulttuurihyvinvointitoiminnan ja -palveluiden rahoitus voidaan jakaa neljään erilliseen kokonaisuuteen:

1. hanke-, projekti- ja kehittämisrahoitus sisältäen apurahat ja avustukset
2. toimintaa toteuttavien, järjestävien tai ostavien tahojen budjettirahoitus eli perusrahoitus
3. lahjoitukset ja joukkorahoitus
4. osallistuja-, käyttö- ja käyttäjämaksut.

### **Palkkaa tai osta!**

Kulttuurihyvinvointitoimintaa rahoitetaan hyvin monella tavalla. Ehkä ilmeisin, pitkäjänteisin ja usein myös pitkällä aikavälillä vaikuttavin keino järjestää kulttuurihyvinvointitoimintaa on **palkata kulttuuri-**

**rihyvinvoinnin ammattilaisia osaksi erilaisia työyhteisöjä suunnittelemaan ja toteuttamaan kulttuurihyvinvointitoimintaa.** Tällöin kouluttautunut ja kokenut taiteen, kulttuurin, sosiaali- ja terveysalan tai kasvatusalan ammattilainen työskentelee taiteen, kulttuurin ja luovuuden keinoin erilaisten yhteisöjen ja yksilöiden kanssa hyvinvoinnin, terveyden, osallisuuden ja yhteisöllisyyden lisäämiseksi. Useat alan ammattilaiset ovat erittäin kouluttautuneita. Heillä saattaa olla takanaan monta tutkintoa (jopa eri aloilta), erikoistumis- ja täydennyskoulutuksia, kursseja ja projekteja sekä laajat verkostot. Yhteiskunnallisesti järkevää sekä kestävän kehityksen mukaista olisikin palkata heitä tekemään sitä työtä, johon he ovat kouluttautuneet.

Tämä yksinkertaisuudessaan helpolta kuulostava keino on käytännössä osoittautunut vaikeaksi, eikä kulttuurihyvinvointialalla ole vielä selkeitä ja vakiintuneita ammattinimekkeitä tai yhtenäistä palkkausta. Alalla on hyödynnetty vuonna 2017 laadittua Suomen tanssi- ja sirkustaiteilijatyön (STST) suositusta Tanssi ja sirkus erilaisissa toimintaympäristöissä (<https://www.teme.fi/wp-content/uploads/2017/11/tsey.pdf>) sekä palkkasuositusta teatteri-ilmaisun ohjaajille ja opettajille (<https://www.teme.fi/fi/ajankohtaista-tam/palkkasuositus-teatteri-ilmaisun-ohjaajille-ja-opettajille/>). Lisäksi sovelletaan työpaikalla käytössä olevaa työehtosopimusta tilanteen mukaan. Ala on kuitenkin jatkuvasti kehittymässä. Muun muassa kulttuurihyvinvoinnin koulutukset luovat mahdollisuuden vaikuttaa siihen, että kulttuurihyvinvointi tulee osaksi yhä useampien alojen ammattilaisten työkuva ja työtehtäviä. Oma lukunsa ovat kulttuurihyvinvointitoimintaa toteuttavat kokemusasiantuntijat sekä vapaaehtoiset, jotka voivat toimia esimerkiksi toiminnan vertaisohjaajina ja avustajina.

**Kulttuurihyvinvointipalvelun hankkiminen ostopalveluna** on yleistynyt viime vuosina erityisesti hankkeiden osana. Tämä on nostanut esiin kulttuurihyvinvointitoimintaan liittyvän osto-osaamisen sekä kilpailutus- ja hankintaprosesseihin liittyvät kehittämiskohteet. Ostajan pitää tietää, mihin tarpeeseen palvelua ostetaan, ja toisaalta myyjän tulee tunnistaa oma osaamisalueensa ja osata vastata tarjouspyyntöön tai kilpailutukseen asianmukaisesti.

Kulttuurihyvinvointipalveluissa on kyseessä vielä suhteellisen uusi palveluiden tuottamisen ala, jonka hankintakäytännöt ovat kehittymättömiä ja odotukset puolin ja toisin epärealistisia sekä jäsentymättömiä. Kulttuurihyvinvointipalvelun ostajan ei ole helppo saada tietoa palveluiden hinnoittelusta tai tuottajista. Kilpailutusta tai hankintaa muodostettaessa pohjana voidaan käyttää muiden toimialojen ja palveluiden

hintavertailuja tai pohtia, mitä muuta vastaavaa palvelua samalla rahalla saisi. Ostopalveluissa voidaan käyttää myös niin sanottuja käänteisiä kilpailutuksia, joissa palvelun hankkija määrittelee palvelulle etukäteen kiinteän hinnan, jolla palvelu tulee tuottaa. Tällöin tarjoajat kilpailevat laatuun ja palvelun toteutukseen sekä sisältöön liittyvillä perusteilla (<https://www.hankinnat.fi/eu-hankinta/tarjousten-valinta/kokonaistaloudellisesti-edullisimman-tarjouksen-valinta>). Jos palvelun ostajalla on käytettävissä vaikkapa 5 000 euroa ja palveluntuottaja näkee, ettei sillä ole mahdollista vastata kuvattuun palvelutarpeeseen, on hyvä käydä keskustelua tilaajan kanssa ja avata alan hinnoittelua eikä tarjota toimintaa liian edulliseen hintaan. Toinen vaihtoehto on suhteuttaa hintaan, mitä sillä todella voi saada.

Taikusydämen koostamaan kulttuurihyvinvointipalveluiden tilaajan muistilistaan on kirjattu ostajalle hyödyllisiä asioita, joita olisi hyvä pohtia ennen hankintapyynnön tai kilpailutuksen käynnistämistä (<https://taikusydan.turkuamk.fi/yleinen/kaytan-non-ohjeita-taidepalveluiden-tilaajalle/>). Toiminnan eettisen kestävyuden varmistamiseksi on hyvä pohtia, onko tarkoituksena, että ostopalveluna tilattavasta toiminnasta jää jatkossa jotakin itse toteutettavaa tai pysyvää sisältöä (esimerkiksi uusi työtapo, toimintamalli tai materiaalipaketti) palvelun tilaajan käyttöön vai onko kyseessä kertaluontoinen toiminta. On syytä miettiä tarkkaan, mikä merkitys toiminnalla voi olla siihen osallistuville ihmisille ja miten hyvät kokemukset voidaan onnistuessaan mahdollistaa myös jatkossa. On siis kysymys toiminnan jatkuvuuden suhteesta palveluiden hankintatapaan.

”Kunpa kulttuurihyvinvoinnin palveluille olisi sotessa oma kustannuspaikka”, totesi eräs pitkään hankkeita tehnyt alan ammatilainen muutama vuosi sitten. Erillinen kustannuspaikka voi kuitenkin muodostua haasteeksi, sillä kulukurin iskiessä se on

helppo yliviivata punakynällä. Säästöpainneiden takia taidetta ja kulttuuria onkin ujutettu sisälle moniin eri paikkoihin ja tehtävänkuviin (Jakonen et al. 2019, 73). Tämä haastaa alan kokonaismarkkinan hahmottamista.

## Kulttuurihyvinvointipalveluiden hinnoittelu kehitty yhteisellä keskustelulla

Kulttuurihyvinvointipalveluiden myyminen ja markkinoinen tai hinnoittelu ei ole yksinkertaista. Palveluiden välittäjä rakenne puuttuu edelleen Suomesta lähes täysin, vaikka sitä on kehitetty lukuisissa hankkeissa. Myynti- ja markkinointiosaamisessa on kehitettävää tai sitten siihen ei ole aikaa eli rahaa. Ala kaipaakin kipeästi yhteistä keskustelua hinnoittelusta ja työn tekemisen eri muodoista. Lisäksi kulttuurihyvinvointipalveluita tuottavat taiteen ammattilaiset ovat järjestäytyneet pitkälti taidealoittain, ja ostajan fokuksessa saattaa olla hankkia monipuolisesti eri taiteenlajien osaamista samalla kertaa.

Markkinoiden ja palveluiden ylläpito sekä asiakkaiden hankinta vaatii usein paljon työtä. Kulttuurihyvinvoinnin alalla palveluntuottajia on vielä suhteellisen vähän, mikäli palvelulla ajatellaan toimintaa, jota on jatkuvasti saatavilla. Alalla haasteena on projektiluonteisuus, sillä tyypillisesti palvelut ja tuotteet kehitetään osana projekteja. Kun projekti loppuu, tekijät siirtyvät muihin töihin ja palvelut häviävät.

Kulttuurihyvinvointipalvelulla on tyypillisesti samaan aikaan useita asiakkaita. Palvelun tilaaja ja maksaja muodostavat yhden asiakkuuden ja palvelun loppukäyttäjä

toisen. Myös omaiset voivat olla asiakkaan roolissa. Joskus loppukäyttäjä voi olla myös suoraan palvelun ostaja, jolloin ansainta voi perustua esimerkiksi käyttäjä- tai osallistumismaksuihin. Myös palveluiden käytöstä voidaan maksaa käyttömaksuja esimerkiksi valmiita sovelluksia tai palvelupaketteja hankittaessa (esim. Hilda-sisältöpalvelu <https://www.kardemummo.fi/palvelukuvaus/> tai Sävelsirku <https://savelsirku.fi/>).

Myymisessä haastavaa on löytää tasapaino tuotteistamisen, räätälöinnin ja tarpeeseen perustuvan, asiakaslähtöisen toimintatavan välillä. Miten kehittää tuote, joka on kuitenkin räätälöitävissä ja jonka suunnittelussa on ollut mukana palvelun tai tuotteen kehittäjiä ja tilaajia? Miten myydä tuotetta tai palvelua markkinakelpoiseen hintaan tarpeeksi isolla volyymillä, jos palvelua voi toteuttaa vain yksi tai kaksi henkilöä? Palvelun hintaan vaikuttavat aina myös palvelun toistettavuus ja räätälöintitarve. Tyypillisesti alan ammattilaiset yhdistelevät useita työn tekemisen muotoja, palveluita ja taiteellista toimintaa työssään. Osa tu-

loista voi tulla apurahana, osa kulttuurihyvinvointipalveluiden myyntinä toiminimellä tai osuuskunnan kautta, osa verokortilla työsuhteisena opetus- ja ohjaustyönä ja osa taiteellisen työn kautta näyttelykorvauksina, tekijänoikeusmaksuina, teosmyyntinä tai lipputuloina.

Kuten muidenkin palveluiden, myös kulttuurihyvinvointipalvelun hinta voi vaihdel-

la sen mukaan, onko ostajana yritys, kunta, yhdistys vai yksittäinen henkilö. Hintaan vaikuttaa se, mihin tarpeeseen palvelu tehdään ja mitä asiakas voi maksaa. Voiko asiakas esimerkiksi vähentää palvelun

*Palveluiden välittäjä rakenne puuttuu edelleen Suomesta lähes täysin, vaikka sitä on kehitetty lukuisissa hankkeissa.*

mahdolliset ALV-kustannukset vai jäävätkö ne asiakkaalle lopullisesti maksettavaksi? Palvelua myydessä on myös pohdittava, millä palvelun toteuttaja itse tulee toimeen. Onko maksettavana vain oma palkka ja omat kulut vai työntekijöiden palkkoja, toimitiloja ja erilaisia työnantajan velvoitteita? Jos teen kaksi työpajakeikkaa viikossa á 300 euroa, saanko palkkaa vai vain juoksevat kulut katettua?

Kulttuurihyvinvointipalvelun hinnoittelu voi perustua esimerkiksi:

- ▶ tuntityöhön
- ▶ kuukausipalkkaan
- ▶ työpajojen järjestämiseen (esimerkiksi kolmen tunnin työpaja kerta-toteutuksena/toistuvana)
- ▶ ryhmäprosessien ohjaamiseen (esimerkiksi kerran viikossa kaksi tuntia kymmenen viikon ajan)
- ▶ projekti- tai prosessiluonteisuuteen
- ▶ tuotteiden, teosten, osallistavien esitysten tai käyttöoikeuksien myyntiin.

Kun lasketaan toiminnan kokonaiskustannuksia, on huomioitava lukuisia erilaisia kuluja. Kuluja kerryttävät muun muassa:

- ▶ kulttuurihyvinvoinnin ammattilaisten palkkakulut sivukuluineen: palkat, palkkiot tai työkorvaukset, joilla kustannetaan palvelun suunnittelu ja toteuttaminen
- ▶ tuotannollinen työ, kuten myynti, viestintä, koordinointi, sopimukset ja laskutus
- ▶ osallistujien hankinta, tiedottaminen sekä markkinointi
- ▶ arviointi ja raportointi, johon on hyvä varata 5–10 prosenttia budjetista
- ▶ dokumentointi, kuten valokuvaus ja videointi
- ▶ toimintaan tarvittavien muiden ammattilaisten palkka- ja henkilöstökulut (esimerkiksi avustajat, sosiaali- ja terveys alan ammattilaiset, opettajat jne.)
- ▶ työterveyshuolto
- ▶ työnohjaus
- ▶ koulutus.

Muita kuluja aiheuttavat muun muassa:

- ▶ hallinto, kuten kirjanpitäjän ja tilitoimiston kulut sekä pankkikulut
- ▶ verkkoyhteys, puhelinkulut, verkkosivujen ylläpito, IT-palvelut ja laitteet
- ▶ tilakulut, kuten vuokrat, siivous, jätemaksut, lämmitys, vesi, sähkö
- ▶ vakuutukset
- ▶ matkakulut
- ▶ toiminnan kate
- ▶ ALV (0–24 prosenttia palvelusta riippuen).

## Hankkeet hallitsevat rahoituspuhetta

Näkyvin osa kulttuurihyvinvointitoiminnan rahoituksesta tulee edelleen kulttuurihyvinvointiin keskittyneiden hankkeiden, projektien, apurahojen ja avustusten kautta (<https://taikusydan.turkuamk.fi/tietopankki/rahoitus/>). Sen lisäksi, että hankkeisiin palkataan työskentelemään kulttuurihyvinvoinnin ammattilaisia, hankkeet myös ostavat kulttuurihyvinvointipalveluita, usein paremmalla hinnalla kuin mihin perusrahoituksella olisi varaa. Suuri mahdollisuus on saada kulttuurihyvinvointi osaksi muiden alojen, ilmiöiden tai teemojen hankkeita, ei vain niitä hankkeita, joissa kulttuurihyvinvointi on pääasiallisena sisältönä. Tämä vaatii verkostoja, yhteistyötä, uutta ymmärrystä ja osaamista sekä hankkeiden suunnittelijoilta että rahoittajilta.

Hankerahoituksen saamiseen vaikuttavat lukuisat tekijät. Kuka rahoitusta voi hakea? Mitä rahoittaja haluaa rahoittaa? Mikä on hakijan todellinen tarve? Paljonko omarahoitusta tarvitaan? Hanketyössä rummutettua tehokkuusajattelua ja ketterää kehittämistä haastaa resurssien kuluminen hallintoon, toimintojen käynnistämiseen ja alas ajamiseen. Iso osa hankerahoituksesta menee myös pyörän keksimiseen uudelleen eli puutteellisen perusrahoituksen paikkaamiseen. Tämä asettaa myös esimerkiksi kuntia eriarvoiseen





Miten kehittää tuote, joka on kuitenkin räätälöitävissä ja jonka suunnittelussa on ollut mukana palvelun tai tuotteen kehittäjiä ja tilaajia? **KUVAAJA:** Marja Seppälä

asemaan, sillä kaikissa kunnissa ei ole riittävästi henkilöstöä usein varsin työlääseen kehittämisrahoituksen hakuprosessiin (ks. esim. TEAviisari 2021 Kulttuuri: kunnan yleisen kulttuuritoiminnan henkilöstön määrä kunnissa <https://teaviisari.fi/teaviisari/fi/tulokset?view=KULVoiB&y=2021&y=2019&r=KOKOMAA&chartType=pointer&cmp=y>). Näin myös peruspalvelut kapenevat entisestään.

Keskeisiä kulttuurihyvinvointitoiminnan rahoittajia ovat Sosiaali- ja terveysjärjestöjen avustuskeskus STEA, Euroopan unionin erilaiset rahastot (kuten Euroopan sosiaalirahasto ja Euroopan aluekehitysrahasto), opetus- ja kulttuuriministeriö sekä säätiöt ja rahastot, kuten Suomen Kulttuurirahasto ja Taiteen edistämiskeskus. Kohdennettua

rahoitusta myöntävät myös esimerkiksi Museovirasto (<https://www.museovirasto.fi/fi/avustukset>), Opetushallitus (<https://www.oph.fi/fi/palvelut/rahoitus-ja-avustukset>) sekä Työsuojelurahasto (<https://www.tsr.fi/tietoa-meista/mita-rahoitamme/>).

Vuonna 2019 STEAn tuki taidetta ja kulttuuria hyödyntäville hankkeille oli 5,9 miljoonaa euroa (Jakonen et al. 2021, 77). STEAn linjauksen mukaan se voi ”avustaa toimintaa, jossa kulttuuri ja urheilu toimintakeinoina edistävät erityistä tukea tarvitsevien ihmisten terveyttä ja sosiaalista hyvinvointia. Avustusta ei voida myöntää sellaiseen kulttuuri- tai urheilutoimintaan, joka kuuluu kuntien tai opetus- ja kulttuuriministeriön tai sen delegoimien virastojen myöntämien avustusten piiriin. Tällaista

toimintaa on muun muassa seuratoiminnan kehittäminen” (<https://www.stea.fi/avustusten-hakeminen/linjauksia/kulttuuri-ja-urheilutoiminta/#acc429be>). Koko kulttuuri-, nuoriso- ja sote-alan järjestötoimintaa vaikeuttaa rahapeli-toiminnan tuottojen väheneminen, sillä toiminnan tuottoja käytetään laajamittaisesti sekä avustusten että valtionosuuksien rahoittamiseen ([https://api.hankeikkuna.fi/asiakirjat/cc07f964-8371-4927-a3eb-666c1f1e197e/96b23495-89a4-42bd-a890-aeec6fb9ba25/RAPORTTI\\_20210301083945.pdf](https://api.hankeikkuna.fi/asiakirjat/cc07f964-8371-4927-a3eb-666c1f1e197e/96b23495-89a4-42bd-a890-aeec6fb9ba25/RAPORTTI_20210301083945.pdf)).

Aluehallintovirastot (<https://aviavustukset.fi/>) myöntävät vuosittain yli 50 miljoonaa euroa valtionavustuksina erilaisiin nuorten harrastamiseen ja hyvinvointiin, kirjastojen kehittämiseen sekä liikunnan edistämiseen liittyviin hankkeisiin ja toimintaan.

Muun muassa seuraavat avustusmuodot voivat pitää sisällään kulttuurihyvinvointitoimintaa:

- ▶ kirjastotoiminnan kehittäminen
- ▶ liikkuva opiskelu
- ▶ liikunnallinen elämäntapa
- ▶ etsivä nuorisotyö
- ▶ lasten ja nuorten paikallinen harrastustoiminta
- ▶ harrastamisen Suomen malli
- ▶ nuorten työpajatoiminta
- ▶ erityisavustus kouluissa ja oppilaitoksissa tehtävän nuorisotyön vahvistamiseen ja kehittämiseen
- ▶ nuorisoalan alueellisen ja paikallisen toiminnan kehittäminen.

Sosiaali- ja terveysministeriön alaista terveyden edistämisen määrärahaa jaettiin kulttuurihyvinvointiin liittyvään toimintaan ensimmäisen kerran vuonna 2020. Teema on ollut mukana omana painopisteenään myös vuosien 2021 ja 2022 hauissa (<https://stm.fi/rahoitus-ja-avustukset/terveyden-edistamisen-maararahat>).

## Kaikki rahoitus ei tule hankkeista

Kulttuurihyvinvoinnin ilmiö koskettaa lukuisaa määrää erilaisia toimintaympäristöjä, kohderyhmiä ja eri alojen ammattilaisia. Toiminnan rahoittajina ja järjestäjinä kunnat ovat keskeisessä roolissa. Toimintaa rahoitetaan niin vapaa-ajan, kulttuuri-, nuoriso-, kirjasto-, museo- ja sivistyspalveluiden kuin sosiaali-, terveys-, kasvatus-, hyvinvointi- ja perusturvapalveluidenkin budjettivaroista sekä eri hallinnonalojen yhteisillä että erillisillä rahoituksilla. Lisäksi toimintaa rahoitetaan osana kuntien kulttuuri-, sosiaali- ja terveyssektoreiden järjestöille myöntämiä avustuksia.

Kunnat rahoittavat kulttuurihyvinvointitoimintaa myös muun muassa työllistämiseen tarkoitetuista varoista, valtion perintö- ja testamenttivaroista, kotouttämismäärärahoista sekä henkilökunnan koulutukseen tarkoitetuista varoista. Kulttuurihyvinvoinnin rahoitukseen voidaan laskea myös tietyin osin taidelaitosten, kuten orkestereiden, teattereiden ja museoiden yleisötyöhön käytettyä rahoitusta. Viime vuosina useissa kaupungeissa on myös kehitetty osallistuvaa, osallistavaa tai asukasbudjetointia, jossa on rahoitettu asukkaiden ja yhteisöjen ideoimaa kulttuurihyvinvointitoimintaa (esimerkiksi Helsingissä, Turussa ja Porissa). Kulttuurihyvinvointitoimintaa on myös toteutettu osana vammaispalveluiden kehittämisessä kokeiltavaa henkilökohtaista budjetointia (<https://thl.fi/fi/tutkimus-ja-kehittaminen/tutkimukset-ja-hankeet/vammaisten-henkiloiden-henkilokohtaisen-budjetoinnin-kokeiluhanke>).

Kulttuurihyvinvointialan toimijat ovat koonneet rahoitusta muun muassa joukkorahoituksen kautta (esimerkiksi mesenaattime) sekä Kansan Sivistysrahaston ylläpitämän Kulttuurilahjan kautta. Kulttuurilahja on aineeton lahja suomalaisen luovuuden ja kulttuurin hyväksi. Käytännössä lahjoittaja voi tukea erilaisia hankkeita Kulttuurilahja.fi-sivujen kautta. Kulttuurilahjan

kautta tuki menee suoraan hankkeille. Lisäksi Kansan Sivistysrahasto antaa oman osansa Kulttuurilahjaan tukemalla hankkeita 20 prosentin lisätuella jokaista lahjoitusta kohden. Eli jos Kulttuurilahja.fi-sivujen kautta tehdään 100 euron lahjoitus, saa hanke yhteensä 120 euroa toimintansa tueksi (<https://kulttuurilahja.fi/lahjoittajalle/>).

Uudenlaisia rahoitusmahdollisuuksia tarjoavat yritysten vastuullisuusohjelmat, jotka perustuvat sosiaalisen, ekologisen sekä taloudellisen kestävyuden edistämiseen ja YK:n kestävän kehityksen tavoiteohjelmaan Agenda 2030:een (<https://www.ykliitto.fi/yk-teemat/kestavan-kehityksen-tavoitteet>). Esimerkiksi YIT:n 100 hyvää tekoa -vastuullisuusohjelman kautta on toteutettu muun muassa kirjalahjoitus ja kirjailijavierailu koululle, lahjoitettu hengityssuojaimia opiskelijoiden ja nuorten graffitityöpajaan sekä tuettu runojen ja terveisten lähettämistä ikäihmisille (<https://www.yitgroup.com/fi/kestavakehitys/100hyvaatekoa>).

## Lopuksi

On ilmeistä, että kulttuurihyvinvointitoiminnalla ja -palveluilla ei ole eikä tule olemaan vain yhtä rahoitusmallia. Sote-uudistus ja vuoden 2023 alussa aloittavat hyvinvointialueet tuovat keskusteluun uuden tason, kun sote-palvelut sekä pelastustoimen tehtävät siirtyvät 22 järjestäjän vastuulle. Parhaimmillaan tämä vahvistaa kulttuurihyvinvointipalveluiden integraatiota hyvinvoinnin ja terveyden edistämiseen sekä sosiaali- ja terveyspalveluiden osaksi. Pahimmillaan seurauksena on ainakin

aluksi hajaannus ja epätietoisuus toiminnan rahoittamisesta sekä soten, hyten ja kulttuurin hyvien yhteistyökäytäntöjen päätyminen. Mikäli ihmislähtöiset palvelut, panostaminen ennaltaehkäisyyn, mielen hyvinvointiin, elämänhallinnan tukemiseen ja matalan kynnyksen palveluihin halutaan näkyväksi osaksi kansalaisten hyvinvoinnin ja terveyden edistämistä, kulttuurihyvinvointi kannattaa ottaa

*On ilmeistä, että kulttuurihyvinvointitoiminnalla ja -palveluilla ei ole eikä tule olemaan vain yhtä rahoitusmallia.*

vahvasti osaksi sekä hyte- että sote-palveluita. Aina tästä ei aiheudu edes kustannuksia, vaan jo asenteita ja johtamista kehittämällä voidaan päästä pitkälle. ◀

## Lähteet (kaikki sähköiset lähteet haettu 15.11.2021):

*Aluehallintovirastojen myöntämät avustukset* <https://aviavustukset.fi/>

*Julkisten hankintojen neuvontayksikkö JHNY – EU-hankinta – Tarjousten valinta – Kokonaistaloudellisesti edullisimman tarjouksen valinta*

<https://www.hankinnat.fi/eu-hankinta/tarjousten-valinta/kokonaistaloudellisesti-edullisimman-tarjouksen-valinta>

*Hilda-sisältöpalvelu*  
<https://www.kardemummo.fi/palvelukuvaus/>

*Olli Jakonen, Ari Kurlin Niiniaho, Katja Oksanen-Särelä & Sakarias Sokka 2021. Mahdollisesti kulttuurista? Valtion kulttuuri-rahoitus Suomessa vuonna 2019. Cuporen työpapereita 13. Kulttuuripolitiikan tutkimuskeskus Cupore.*

<https://www.cupore.fi/fi/julkaisut/tyopaperit/mahdollisesti-kulttuuria-valtion-kulttuurirahoitus-suomessa-vuonna-2019>

Olli Jakonen & Emmi Lahtinen 2019. *Taide, kulttuuri ja hyvinvointi. Hallitusohjelman kulttuurin kärkihankkeen arviointi: prosentitaitteen periaatteen laajentaminen yhteistyössä sosiaali- ja terveydenhuollon kanssa. Cuporen verkkojulkaisuja 53. Kulttuuripoliittikan tutkimuskeskus Cupore.*

<https://www.cupore.fi/fi/julkaisut/cuporen-julkaisut/kulttuurin-karkihankkeen-arviointi>

Kulttuurilahja

<https://kulttuurilahja.fi/lahjoittajalle/>

Erkki Liikanen (pj.), Liisa Hyssälä, Kalevi Kivistö, Osmo Soininvaara, Ulla-Maj Winderos, Teemu Pekkarinen (siht.) 2021. *Suomalainen rahapelijärjestelmä muutoksessa. Tulevaisuuden vaihtoehtoja. Valtioneuvoston julkaisuja 2021:12. Valtioneuvosto, Helsinki.*

[https://api.hankeikkuna.fi/asiakirjat/cc07f964-8371-4927-a3eb-666c1f1e197e/96b23495-89a4-42bd-a890-aeec6fb9ba25/RAPORTTI\\_20210301083945.pdf](https://api.hankeikkuna.fi/asiakirjat/cc07f964-8371-4927-a3eb-666c1f1e197e/96b23495-89a4-42bd-a890-aeec6fb9ba25/RAPORTTI_20210301083945.pdf)

Museovirasto – Avustukset

<https://www.museovirasto.fi/fi/avustukset>

Opetushallitus – Palvelumme – Rahoitus ja avustukset

<https://www.oph.fi/fi/palvelut/rahoitus-ja-avustukset>

Sosiaali- ja terveysministeriö – Ministeriö – Rahoitus ja avustukset – Terveyden edistämisen määrärahat

<https://stm.fi/rahoitus-ja-avustukset/terveyden-edistamisen-maararahat>

STEA – Avustusten hakeminen –

Linjauksia – Kulttuuri- ja urheilutoiminta <https://www.stea.fi/avustusten-hakeminen/linjauksia/kulttuuri-ja-urheilutoiminta/#acc429be>

Suomen tanssi- ja sirkustaiteilijat ry:n (STST) suositus Tanssi ja sirkus erilaisissa toimintaympäristöissä <https://www.teme.fi/wp-content/uploads/2017/11/tsey.pdf>

Sävelsirkku <https://savelsirkku.fi/>

Taikusydän: Käsitteet

<https://taikusydan.turkuamk.fi/tietopankki/kasitteet/>

Taikusydän - Käytännön ohjeita kulttuuri-hyvinvointipalveluiden tilaajalle

<https://taikusydan.turkuamk.fi/yleinen-fi/kaytannon-ohjeita->

[kulttuurihyvinvointipalveluiden-tilaajalle/](https://taikusydan.turkuamk.fi/yleinen-fi/kaytannon-ohjeita-kulttuurihyvinvointipalveluiden-tilaajalle/)

Taikusydän: Rahoitus

<https://taikusydan.turkuamk.fi/tietopankki/rahoitus/>

TEAvisari 2021 Kulttuuri: Kunnan yleisen kulttuuritoiminnan henkilöstön määrä kunnissa <https://teaviisari.fi/teaviisari/fi/tulokset?view=KULVoiB&y=2021&y=2019&r=KOKOMAA&chartType=pointer&cmp=y>

TEME > Teatterialan ammattilaiset TAM > Palkkasuositus teatteri-ilmaisun ohjaajille ja -opettajille 2019

<https://www.teme.fi/fi/ajankohtaista-tam/palkkasuositus-teatteri-ilmaisun-ohjaajille-ja-opettajille/>

THL – Tutkimus ja kehittäminen –

Tutkimukset ja hankkeet - Vammaisten henkilöiden henkilökohtaisen budjetoinnin kokeiluhanke

<https://thl.fi/fi/tutkimus-ja-kehittaminen/tutkimukset-ja-hankkeet/vammaisten-henkiloiden-henkilokohtaisen-budjetoinnin-kokeiluhanke>

Työsuojelurahasto – Tietoa meistä – Mitä rahoitamme?

<https://www.tsr.fi/tietoa-meista/mita-rahoitamme/>

YIT – Kestävä kehitys –

Vastuullisuusohjelma 100 Hyvää tekoa <https://www.yitgroup.com/fi/kestavakehitys/100hyvaatekoa>

YK:n kestävän kehityksen tavoiteohjelma Agenda 2030

<https://www.ykliitto.fi/yk-teemat/kestavan-kehityksen-tavoitteet>





# Tietolaatikko: TUOTTEISTAMISEN RAUTALANKAMALLI

*Tuotteistaminen* tarkoittaa, että paketoit palvelusi helposti ostettavaksi ja myytäväksi. Lopulta on kysymys yhdestä avain- taidosta, joka auttaa sinua sekä hinnoitelussa, tiedotuksessa että myyntityössä. Kun olet miettinyt ja laskenut hinnan, osaat myös helpommin, nopeammin ja varmemmin vastata siihen, mihin hinta perustuu. Tuotteistamisprosessin avulla osaat vastata napakasti mitä tarjoat, kenelle ja miten. Palvelumuotoilun avulla opit ajattelemaan tarjottavaasi asiakkaan näkökulmasta. Mieti myös, olisiko sinun mahdollista saada kohderyhmäsi edustaja mukaan suunnitteluun tai pääsisitkö vaikka pienestikin pilotoimaan tuotteesi tai toimintamallisi kohderyhmän kanssa. Tutustu ja ota mallia eri alojen tuotekorteista. Testaa hinnoittelua. Kysy, kuuntele ja konkretisoi.

## Tuotteen / toimintamallin nimi

Hyvä nimi jää helposti mieleen.

## Tiivis sisältökuvaus

Aloita pohtimalla omaa osaamistasi. Millaista on erityisosaamisesi ja millaisia menettelytapoja asiantuntijuutesi sisältää? Mitä osaat, mitä myyt ja mitä palvelu sisältää? Millaisen osaamisen varassa pysyt rakentamaan selkeitä, toteutettavissa ja ostettavissa olevia kokonaisuuksia?

Tutustu asiakaskohderyhmäsi tilanteeseen ja pohdi, mihin ongelmaan tai tarpeisiin tarjoat ratkaisun. Muotoile ratkaisuja olemassa oleviin tarpeisiin ja kohdenna osaamisesi kiinnostavasti. Millaista lisäarvoa palvelusi tuottaa? Mitä asiakas odottaa tai jopa edellyttää? Älä oleta, kysy mieluummin. Konkretisoi.

## Kohderyhmä(t)

Kenelle palvelu on tarkoitettu, kuka palvelusta hyötyy? Konkretisoi tässäkin, esimerkiksi mille ikäryhmälle tuottamasi palvelu on suunnattu tai sovellettavissa. Mikä on osallistuvan henkilömäärän minimi tai maksimi? Jos kyse on esim. erityisryhmästä, tarvitaanko mukaan avustaja, tulkki tms.?

## Toiminta-alue, ehkä myös ajanjakso

Millä maantieteellisellä alueella toimit? Onko tarjouksesi voimassa vain tietyllä ajanjaksolla? Millaisiin ympäristöihin voit palvelusi viedä? Paljonko aikaa on varattava?

## Hinta

Mihin hintaan tarjoat palveluasi? Onko saatavilla useampia osa-alueita sisältäviä paketoituja? Asiakkaasi arvostaa selkeyttä! Perushinta ja sivukulut valmiiksi laskettuna. Sisältääkö matkakorvauksen vai tuleeeko perushinnan päälle? Entä mahdolliset materiaalit?

## Yhteystiedot

Onko yhteystietojen lisäksi laittaa mukaan esim. videolinkkejä tai kuvia aiemmista toteutuksista? Toisinaan hyvä kuva kertoo enemmän kuin sata sanaa! Aiemmin saatua palautetta voit käyttää mukana markkinoinnissa.

## Lopuksi – harjoittele hissipuhe!

Hissipuhe on kiteytetty, muutaman lauseen pituinen esittely edustamastasi ja tarjoamastasi palvelusta tai tuotteesta. Nimensä mukaisesti hissipuhe kuvastaa keskustelua, joka on hissimatkan pituinen eli lyhyt ja ohimenevä. Puhu ääneen ja toista – aluksi vaikka perheellesi, ystäville, kollegoillesi. Harjoittelu ja toisto auttavat sinua kiteyttämään olennaisen. Pyri selkeyteen.

TUOMAS TIRKKONEN

# Myyminen on asiakkaan tarpeeseen vastaamista

*Tuomas Tirkkonen on yrittäjä ja fasilitoija, jonka tavoitteena on lisätä luovuutta työelämään. Hän on koulutukseltaan teatteri-ilmaisun ohjaaja (AMK) sekä tradenomi (ylempi AMK). Kotipaikka Helsinki.*

*Aloittavan yrittäjän täytyy pohtia rahaa eri tavalla kuin aiemmin. Kannattavuus- ja kassavirtalaskelmien tekemisen myötä mieleen nousee kysymyksiä: Miten perustelen oman osaamiseni? Kuinka monta kylmää puhelua minun pitää soittaa ennen kuin saan mitään myydyksi? Tuomas Tirkkonen perusti yrityksensä alkuvuonna 2019 ja kirjoittaa, miten asiakkaan tarpeeseen vastaaminen oli avain kannattavaan liiketoimintaan.*

Ryhdyin yrittäjäksi, jotta pääsisin toteuttamaan teatteri-ilmaisun ohjaajan osaamiseni ja saamaan työstäni riittävän toimeentulon. Yrittäjyyden alkutaipaleella opettelin talousohjauksen koukeroita, harjoittelin myymistä ja pääsin lopulta näkemään, miten laskelmien numerot toteutuivat käytännössä.

Oivalsin, miten myyminen olikin vähän kuin apurahojen hakemista. Myynnissä rahoittajan rahoitusperusteiden sijaan täytyykin ymmärtää asiakkaan tarvetta. Asiakkaan tarpeeseen vastaamisen ansiosta myös työn hinnoittelu ja sen arvon perustelu tuli helpommaksi.

## **Kenen tavoitteiden eteen haluan tehdä työtä?**

Asiakkaan tarpeeseen vastaamiseksi täytyy tietää, kuka asiakas on. Kolme vuotta sitten opiskelin digitaalisten palvelujen kehittämisen ylempää ammattikorkeakoulututkintoa. Opintojeni aikana tunnistin, että liike-elämässä arvostetaan ihmislähtöistä lähestymistä, empatiaa ja luovaa ajattelua eri tavalla kuin olin olettanut. Kiinnostuin taiteen soveltamisen mahdollisuuksista organisaatioiden kehittämisessä ja löysin kotipesän Taide osana organisaatioita (TOO) -verkostosta.

Organisaatioissa on kuitenkin niin monenlaisia tarpeita, ettei se vielä juurikaan avartanut työmahdollisuuksia. Tehtävänäni oli selvittää, millaisia tavoitteita erilaisilla toimijoilla on ja millaisia esteitä heillä on tavoitteen saavuttamiseksi. Yritykset haluavat palvella asiakkaitaan parhaalla mahdollisella tavalla, ja organisaatioiden johto haluaa työntekijöiden pysyvän motivoituneina tehtävissään. Tarjoamieni palvelujen tulisi auttaa asiakasta pääsemään omaan tavoitteeseensa. Myydessä en lähde liikkeelle siitä, mitä menetelmiä tai taiteenlajia



edustan, vaan siitä, miten voin helpottaa asiakkaan työtä.

## Kulttuurialan osaamisesta on moneksi

Kun olin tunnistanut, millaisia tarpeita asiakkaalla oli, seuraava askel oli rajata, miten omalla osaamisellani voin vastata niihin tarpeisiin. Itselleni oli luontevaa tarjota fasilitointia ja valmennusta ja hyödyntää siinä taidelähtöistä toimintaa.

Kulttuurin ja taiteen ammattilaiset voivat tarjota ratkaisuksi taiteellista osaamista, taidetta ja kulttuuria soveltavaa osaamista tai jotain muuta osaamista, joka kumpuaa tekijän omasta työ- ja koulutushistoriasta.

Osaamista voi olla esimerkiksi:

- ▶ taiteellinen osaaminen: kuvitukset, kirjoittaminen, esiintyminen, muotoilu
- ▶ taiteen ja kulttuurin soveltava osaaminen: kuvamuistiinpanot, runokiteytykset, asioiden käsittely forum-teatterin keinoin, taideperustaiset hyvinvointiohjelmat, vuorovaihtus- tai esiintymistaitojen valmentaminen
- ▶ muu osaaminen: ryhmänohjaus, tuottaminen, koordinointi, fasilitointi, kehittäminen, ryhmänohjaaminen, palvelujen kehittäminen.

Tekijä voi itse rajata, millaista osaamista haluaa asiakkaalleen tarjota ja minkälaisiin asiakastarpeisiin vastata. Millaiset tehtävät motivoivat? Millaiseen toimintaan on valmis sitoutumaan? Rajojen vetäminen voi vaatia myös hieman harjoittelua. Jos tarjoaa vain hyvin rajattua palvelua, täytyy palvelua tarvitsevia asiakkaita löytää riittävän paljon, jotta saa toivomansa toimeentulon.

## Löydä itsellesi sopivat myyntikeinot

Myymiseen on erilaisia strategioita. Joillekin kylmäsoitot ovat sopiva tapa, toiset luottavat digitaaliseen myyntipolkuun ja

kolmannet rakentavat suosittelijaverkoston omista asiakkaistaan. Strategiasta riippumatta oleellista on varata myyntityölle aikaa. Itselleni kuitenkin tärkeimmiksi myymisen tavoiksi ovat muodostuneet verkostoituminen ja systemaattinen sisältömarkkinointi digitaalisissa kanavissa. Saan tarjouspyyntöjä nettisivujen, LinkedInin ja suositusten kautta.

Tarjouspyyntö ei sinänsä vielä välttämättä paljasta asiakkaan tarvetta. Lisätietopyynnöllä tai puhelulla voin kysyä tarkemmin asiakkaan tavoitetta, työn suorittamiseen vaikuttavia tekijöitä, kuten osallistujamääriä, toivottua toteutustapaa ja tilaisuuden kestoa sekä käytettävissä olevaa budjettia. Rahasta on hyvä puhua jo ennen kuin tarjouksen jättää. Jos asiakkaan esittämä budjetti on matalampi kuin palvelun hinta, voi asiakkaalle kertoa, mihin heidän budjettinsa riittää. Jos taas ehdotetulla hinnalla ei ole mahdollista tuottaa toivottua palvelua, on reilua sanoa se suoraan.

## Käytäntö opettaa tekijää ja asiakasta

Kolmen yrittäjävuoden kokemuksella kannustan uusista elinkeinomahdollisuuksista kiinnostuneita kulttuuri- ja taidealan ammattilaisia tutustumaan asiakkaan tarpeeseen. Palvelujen paketointi lähtee liikkeelle ennen kaikkea asiakkaan tarpeen ja oman osaamisesi leikkauspinnasta.

Oman toiminnan rajaaminen ja kannattava hinnoittelu varmistaa, että elinkeinon harjoittaminen on motivoivaa eivätkä voimat lopu liian niukkien resurssien vuoksi. Asiakkaan tarpeesta lähtien rakennetun tarjouksen hinta on helpompi perustella kuin pelkkään suositukseen, koulutukseen tai osaamiseen perustuva hinta.

Joskus työ menee siitä huolimatta sivuun. Silloin voi kysyä asiakkaalta, mihin hänen tekemänsä valinta perustui. Avoin keskustelu auttaa kumpaakin osapuolta ymmärtämään toistaan hieman paremmin. ◀

DISA KAMULA

# Luovuus ja business

*Disa Kamula toimii disakamula oy:n toimitusjohtajana sekä kulttuuripuutarhurina Jälleenrakentajat osk:ssa. Taustaltaan Disa on teatterin ja draaman tutkija ja filosofian maisteri, joka soveltaa osaamistaan monenlaisiin ympäristöihin. Kotipaikka Tampere.*

*Kysymykset Piia Kleimola, Projektipäällikkö, Eloa ja iloa Kaakkois-Suomeen Disa Kamulan sähköpostihaastattelu 26.1.2022*

## Disa, kerro kuka olet ja mitä teet?

Olen tamperelainen teatteriohjaaja ja dramaturgi, joka on vuodesta 2018 alkaen toiminut myös yrittäjänä. Yritykseni disakamula oy:n toimiala on esittävää taidetta palveleva toiminta, joten teen hyvin monenlaisia asioita esittävän taiteen palveluksessa. Ohjaan ja koulutan, tuotan tapahtumia ja pyörityn Tampereen Kalevassa sijaitsevaa pientä yksityistä Kohtaamisten Tilaa, jossa voi järjestää kurssseja ja koulutuksia. Kehitän jatkuvasti itseäni ja sain juuri valmiiksi palvelumuotoilun erikoisammattitutkinnon. Kutsun itseäni tarinamuotoilijaksi, kohtauskouluttajaksi ja elämänilon konsultiksi. Toimin myös eräänlaisena yhteiskunnallisena dramaturgina tai kulttuuripuutarhurina, joka hoitaa ja parantaa kulttuurista maaperää. Tavoitteena on voimauttaa erilaisia yhteisöjä ja ekosysteemejä toimimaan itse

oman hyvinvoinnin edistämiseksi. Käytän usein toiminnastani metaforaa sienirihmas-to-liima-silta-aalto-myyrä, koska se kuvaa hyvin moniulotteista tapaani toimia erilaisissa kulttuurisissa verkostoissa. Olen myös perustajajäsen ekososiaalista jälleenrakennustyötä edistävässä Jälleenrakentajat osk:ssa ja vastavalittu Tampereen flamencoviikkojen hallituksen varapuheenjohtaja. Sovellan siis osaamistani monenlaisissa ympäristöissä. Toimin lisäksi teatteritaitteen perusopetuksen opettajana Tampereen seudun työväenopistossa ja olen Steampunk Tampere ry:n ensimmäinen

- ▶ Mieti, kuka asiakkaasi on?
- ▶ Mitä asiakkaasi tarvitsee?
- ▶ Miten saat asiakkaasi tarpeen selville?
- ▶ Miten voit omalla osaamisellasi vastata asiakkaan tarpeeseen?
- ▶ Miten perustelet tarjouksen?
- ▶ Mihin hinnoittelu perustuu?

yrittäjäyhteistyökumppani. Nyt pandemian aikana olen saanut myös keskittyä tulevien töiden taiteelliseen suunnitteluun Taiteen edistämiskeskuksen tukemana. Tavoitteeni on ekologisesti, sosiaalisesti, henkisesti ja taloudellisesti kestävä maailma, ja kuljen sitä tavoitetta kohti yksi kohtaaminen kerrallaan.

## **Koordinoit Luovuus & Business -verkostoa Tampereella.**

### **Miksi verkosto on olemassa, keitä siihen kuuluu ja mitkä ovat sen toiminnan tavoitteet?**

Luovuus & Business -verkosto syntyi tarpeesta keskustella ja törmäyttää luovien alojen toimijoita ja eri alojen yrittäjiä yhteen matalalla kynnyksellä ja säännöllisesti. Havaintomme verkoston toisen koordinaattorin Topi-Jussi Majanlahden kanssa syksyllä 2019 oli, että yrittäjät eivät oikein tunne taiteilijoiden työtapoja ja ajattelua eivätkä taiteilijat yrittäjien työtapoja ja ajattelua. Kuitenkin perusongelmat ovat molemmilla samat. Päätimme tuoda nämä toimijat yhteen matalalla kynnyksellä keskustelemaan erilaisista teemoista. Järjestämme tapahtumia noin kerran kuukaudessa, ja tavoitteena on vahvistaa luovien alojen toimijoiden liiketoiminta-osaamista ja muiden alojen yrittäjien innovaatio-osaamista. Yritämme löytää yhteisen kielen ja ymmärryksen toimijoiden välille. Kaikki luovuudesta ja liiketoiminnasta kiinnostuneet ovat tervetulleita. Tapahtumista ilmoittelemme LinkedInissä ja Facebookissa. Teemat ja alustajat vaihtuvat joka kerta, ja pyrimme aina tuomaan esiin sekä luovien alojen että liiketoiminnan näkökulmia.

### **Mikä on mielestäsi taide- ja kulttuurikentän pahin haaste liittyen talousosaamiseen?**

Nämä viimeiset vuodet pandemian kurimuksessa ovat nostaneet esiin hyvin

monenlaisia haasteita. Alan toimijat ovat taloudellisesti todella tiukoilla, ja monet myös valitettavasti vaihtavat alaa. Suurin haaste koskee kuitenkin mielestäni taide- ja kulttuurikentän markkinoita ja niiden luomista. Tämä on hyvin monitahoinen asia. Yrityskentällä ajatellaan, että markkinat määräävät hinnan eli käytännössä palveluiden hinta muotoutuu sen mukaan, mitä ihmiset ovat valmiita palvelusta maksamaan. Tähän liittyy monia yhteiskunnan ja taidekentän rakenteisiin liittyviä haasteita, joiden purkaminen on todella valtava työmaa meille kaikille. Täytyisi pystyä hahmottamaan koko laaja toimijoiden kenttä ja sen erilaiset rihmastot.

Jos tarkastellaan kysymystä erityisesti tekijöiden talousosaamisen näkökulmasta, pahimmat haasteet liiketoiminnassa liittyvät mielestäni juuri oman osaamisen muotoilemiseen ostettaviksi tuotteiksi. Toinen puoli on puolestaan ostajien osaaminen, jota tulisi entisestään kehittää. Heillä se liittyy ymmärrykseen taiteellisen työn luonteesta. Performansitaiteen uranuurtajan Marina Abramovićin teos *The Artist is Present* (2009) tuo hienosti esiin taiteilijan läsnäolon arvon. Tuon arvon muuttaminen kestäväksi liiketoiminnaksi ja sen paketoiminen ostettaviksi tuotteiksi ja kommunikointi ostajille onkin sitten suurempi haaste. Ostajat eivät aina ymmärrä, miten paljon taiteen tekemiseen menee aikaa. Lyhyenkin esityksen valmisteluun menee useita tunteja, ja kokemuksen kerryttäminen ja ammattitaidon ylläpitäminen vaatii taiteilijalta jatkuvaa työskentelyä. Taidetta ja kulttuuria ei ajatella tai haluta ajatella bisneksenä, ja siinä on myös monen taiteilijan sokea piste. Marina Abramović on ymmärtänyt tämän, ja hänen teostensa taustalla toimiikin valtava joukko ihmisiä, joita hän työllistää ja jotka auttavat häntä taiteen tekemisessä.

## Olet pitänyt taiteilijoille Puhutaan rahasta -koulutuksia. Mitä asioita käynte koulutuksissa läpi?

Puhutaan rahasta -koulutusten sarja toteutettiin Taiteen edistämiskeskuksen toimeksiantona. Avasin toiminnallisissa työpajoissa aluksi tilaa keskustelulle rahasta, siihen liittyvistä asenteista ja oletuksista. Tavoitteena oli otsikon mukaisesti puhua rahasta eri näkökulmista ja keskustelun kautta löytää rohkeutta ottaa raha-asiat tulevaisuudessa puheeksi avoimemmin jo omien projektien suunnitteluvaiheessa. Lähdimme liikkeelle pohtimalla talouden moninaisuutta Elävä talous – Yhteisen tulevaisuuden toimintaopas -teoksen (Gibson-Graham, Cameron, Healy & Talvikallio 2019) talouden jäävuori -mallin pohjalta ja mietimme omaa työtä ja sen reilua hinnoittelua ehdottamani laskenta-kaavan mukaan. Pohdimme myös tuottajan rahoitusmaisemia ja taiteilijan oikeutta valita vapaaehtoistyönsä itse. Koetin kerätä kurssin materiaaliksi myös erilaisia työkirjoja luovan liiketoiminnan aloittamiseen. Näistä yksi oivallinen on Luovuus ja liiketoiminta -työkirja (Pikala, Ahola, Katajarinne & Parkkola 2014), jota kannattaa kyllä käyttää hyödyksi, jos yritystoiminta kiinnostaa. Keskustelut osallistujien kanssa käytiin luottamuksellisina vertaisryhmässä näiden materiaalien ja osallistujien kokemusten pohjalta. Pandemia vaikutti myös tähän työpajasarjaan, ja osa

koulutuksista järjestettiin etänä henkilökohtaisena mentorointina, jossa keskityin osallistujien omien projektien mentorointiin rahan ja talouden näkökulmasta. Nämä koulutussisällöt ovat edelleen tilattavissa, sillä mielestäni rahasta puhuminen on äärimmäisen tärkeää erityisesti taiteilijoille!

## Mitä ohjeita annat taidetyön hinnoitteluun?

Hinnoittele työsi niin, ettei sitä harmita tehdä. Arvosta itseäsi, omaa osaamistasi ja työhön käytettävää aikaa hinnoittelemalla taidetyösi tai palvelusi niin, että korvaus on reilu suhteessa käytettyyn työaikaan. Tällöin teet myös työn hyvällä mielellä ja energialla. Hyviä vinkkejä hinnoitteluun saat esimerkiksi Taiteen edistämiskeskuksen Reilun taiteen manifestista. Kannattaa muistaa, että siellä esitetyt palkat ovat minimipalkkoja. Niistä pitäisi siis lähteä liikkeelle sekä budjetoinnissa, taidetyön ostamisen suunnittelussa että sen myymisessä. On mielestäni reilua, että taidetyöstä maksetaan reilusti ja se tunnustetaan työnä. Tämän tunnustamisen tulisi lähteä meistä taide- ja kulttuurialan toimijoista itsestämme. Joskus on helpompaa hinnoitella kaverin työ kuin omansa, joten voitte pitää arvostamienne kollegoiden kanssa yhteisiä hinnoittelukeskusteluja tai työpajoja. Tai keitelkää vaikka kahvit ja puhukaa rahasta. Siitä se lähtee! ◀

*Hinnoittele työsi niin,  
ettei sitä harmita  
tehdä. Arvosta itseäsi,  
omaa osaamistasi  
ja työhön  
käytettävää aikaa.*

## Lähteet

*Gibson-Graham, J. K., Cameron, Jenny, Healy, Stephen & Talvikallio, Eeva 2019. Elävä talous – Yhteisen tulevaisuuden toimintaopas. Vastapaino.*

*Pikala, Anna, Ahola, Helinä, Katajarinne, Petri & Parkkola, Timo 2014. Luovuus ja liiketoiminta -työkirja. Käytännön työkaluja luovien alojen liikeyden ja liiketoiminnan kehittämiseen. Humanistinen ammattikorkeakoulu.*

# Tietolaatikko: HINNOITTELU

*Hinnoittelu tuntuu kovin usein olevan se kaikista vaikein kohta taiteen, kulttuurin tai luovan alan toiminnan tuotteistamisessa. Miten ja millä perusteilla hinta määrittyy? Onko samalla tuotteella eri hintoja riippuen asiakkaasta? Miten hinnoittelua voi testata? Miten estää ali- tai ylinhinnoittelu?*

Entä mikä on laskutuskanavasi; oma yritys, osuuskunta, kevytyritys, laskutuspalvelu? Asiakas on hyvä tiedottaa laskutuskanavastasi heti alussa. Tämä liittyy olennaisesti sivukuluihin. Merkitse selkeästi sisältyykö hintaasi arvonlisävero vai tuleeko se summan päälle. Työntajamaksujen, esimerkiksi eläkevakuutusmaksujen kanssa voi tulla ristiriitaa ja selvitetävää, jos asiakkaana on julkinen puoli ja laskun laittajana kevytyrittäjä, jolla ei ole voimassa olevaa YEL-vakuutusta esimerkiksi vähäisen yritystulon takia. Tällöin laskun loppusummasta vähennetään työntekijän eläkemaksu. Laskun maksaja tilittää työntekijän eläkemaksun ja laskun saajan maksettavaksi tulevan työnantajan eläkemaksun eteenpäin.

Yrittäjänä sinulle tulee pakostakin myös kiinteitä kuluja. Tilanteesta riippuen verot, vakuutukset ja eläkemaksut, mahdollinen vuokra, jätekulut, tietokone ja puhelin, tilitoimistokulut. Toki myös tiedotus- ja mainontakustannukset tai ammattikirjallisuus ja koulutukset. Jotta kauppa olisi kannattavaa, tulisi laskutuksen sisältää myös näiden kiinteiden kulujen osuutta.

Ja jos koet liikkeuvasi liian vieraalla maaperällä, paras ohje on; Hanki hyvä kirjanpitäjä!

## Hinnoitteluun vaikuttaa:

- ▶ käytetty työaika; pakettihinta, tuntihinnoittelu, muu
- ▶ kulut; matkakulut, materiaalit ja tarvikkeet, työvälineet
- ▶ työtilat
- ▶ työn laatu
- ▶ milloin ja kuinka nopeasti työ tehdään
- ▶ kilpailu
- ▶ arvo asiakkaalle
- ▶ asiakkaan budjetti

## Laskutuksesta

Julkisen tahon ollessa asiakkaana (esimerkkinä ammattikorkeakoulu) on huomioitava mm. nämä seikat. Jos sinulla ei ole y-tunnusta, on saatavasi palkkaa. Asiakas tarvitsee verokortin lisäksi lyhytaikaisen työsopimuksen.

Y-tunnuksella laskutettavat ostopalvelut vaativat kilpailutuksen ja hankintapäätöspöytäkirjan. Itse laskussa tulee mainita kustannuspaikka, yhteyshenkilö, hankkeen tai projektin nimi, viitenumero ja tilinumero. Isossa organisaatiossa tämä on tärkeää, jotta lasku löytää oikeaan kohteeseen ja kustannuspaikkaan.

Julkisen puolen ostaja vaatii myös voimassa olevan ennakkoperintärekisterimerkinnän. Merkintä todentaa, että laskuttaja on hoitanut verovelvoitteensa. Jos yritystä ei ole merkitty ennakkoperintärekisteriin, pidetään ennakkoperintä laskusta.

TIMO LEHMUSMETSÄ

# Mikä laskutuskanava eli pakotetaanko minut yrittäjäksi?



*Timo Lehmusmetsä toimii yritysneuvojana Kouvola Innovation Oy:ssä, jossa hän vastaa uusyrityskeskustoiminnasta. Työn ohessa Timo on kulttuurin ja liikunnan moniottelija ja aktiivinen yhdistys- ja seuratoimija. Kotipaikka Kouvola.*

Kirjoitukseni aiheeksi annettu otsikko on sen verran provokatiivinen, että siinä esitettyyn kysymykseen on syytä vastata aivan ensimmäiseksi: ei, sinua ei pakoteta yrittäjäksi. Vastaavasti henkeä välillä vetämättä on todettava, että yrittäjäksi ryhtymisessä ei itsessään ole mitään pelättävää ja siitä ovat useimmat selvinneet ihan kunnialla. Toisin sanoen sinulla on mahdollisuus taide-, kulttuuri- ja tapahtuma-alan ammattilaisena ryhtyä yrittäjäksi. Lisäksi nykyään on laaja ja kattava vaihtoehtovalikoima yrittäjämäiseen toimintaan itsensä työllistämiseksi ilman omaa y-tunnusta. Käytännössä tällöin laskutuskanavan valinnassa painotetaan joko helppoutta tai palvelun hintaa, mutta on syytä muistaa, että valinta voi vaikuttaa myös työttömyys-, sosiaali- ja eläketurvaasi.

Vanhaa perinteistä mallia toimia itsensä työllistäjänä freelancer-verokortilla tapaa yhä, ja vaikka se onkin vähentynyt vaihtoehtojen lisääntyessä, se on yhä mahdollinen

ja kätevä tapa toimia. Palvelujaan freelancerina tarjoavan on vain oltava tarkkana sen suhteen, muodostuuko toimeksiannoista työsuhteita, jolloin työnantajan tulee vastata eläke- ja sosiaaliturvamaksuista, vai jääkö asia itselle hoidettavaksi yrittäjäeläkevakuutuksella (YEL). Ennakonpidätyksestä ja sen ilmoittamisesta verohallinnon tulorekisteriin vastaa tässä tapauksessa toimeksiantaja. Freelancer on toimeksiantajalle joustava vaihtoehto, mutta korvaus työstä maksetaan palkkana tai palkkiona ja yksityishenkilöille sekä pienemmille yrityksille tämä voi olla kynnyskysymys, kun palkanlaskennan osaamista ei ole. Asiakaspalvelun vuoksi monella alalla saa siis paremmin toimeksiantoja, kun on antaa lasku tai kuitti y-tunnuksella varustettuna.

Yksityishenkilönä taide- ja kulttuurialalla voi toimia myös apurahalla, jolloin on hyvä huomioida juuri mainittu eläke- ja sosiaaliturvakysymys. Toiminnasta riippuen vaihto-



ehtona on silloin aiemmin mainittu YEL-vakuutus, jos muutakin liiketoimintaa on, tai puhtaasti apurahataiteilijana MYEL-vakuutus Melasta, joka on maatalousyrittäjien ja apurahansaajien eläkelaitos (mela.fi). Hyvin pieniä apurahoja saavan ei tarvitse ottaa eläkevakuutusta, mutta on hyvä muistaa, ettei toiminnasta tällöin myöskään kerry eläkettä.

Viime vuosina on keskusteltu paljon kevytyrittäjyydestä. Aivan ensimmäiseksi on hyvä huomioida, ettei kevytyrittäjyys ole juridinen yritysmuoto vaan enemmänkin markkinointitermi erilaisille itsensätyöllistämistä helpottaville palveluille. Vaihtoehtoja löytyy runsaasti, ja niihin on hyvä perehtyä etukäteen, jotta löytää itselleen sopivimman vaihtoehdon. Vaihtoehdot ovat kuitenkin pitkään odotettu vastaus helpottamaan tilannetta, jossa myyt osaamistasi pienimuotoisesti tai väliaikaisesti tai haluat kokeilla liikeideaasi toimivuutta. Vaihtoehtoista käsittelen tässä laskutuspalvelun, työosuuskunnan ja kevytyrittäjyystermiä käyttävät nettipalvelut, joissa sinulle muodostuu y-tunnus ja sinusta tulee ihan oikea yrittäjä, mutta palvelu huolehtii byrokratiasta puolestasi.

**Laskutuspalvelun** käyttäjänä hankit itse työsi ja määrittelet sen hinnan hyvin yrittäjämäisesti. Laskutuspalvelujärjestelmän kautta saat lähetettyä laskun asiakkaallesi laskutuspalveluyrityksen y-tunnuksella varustettuna, jolloin asiakkaan on helppoa ja kätevää maksaa se. Etukäteen on hyvä kertoa asiakkaalle laskutuspalvelun käytöstä, ettei kenties vieraalla nimellä tuleva lasku aiheuta turhaa hämmennystä. Kun maksu tulee laskutuspalveluyrityksen tilille, se pidättää oman palvelumaksunsa, joka on nykyisessä kilpailutilanteessa asettunut noin 5 prosentin tienoille. Maksu voi olla hivenen suurempi, jos laskutuspalveluyritys samalla vakuuttaa sinut työntekijänä tai vastuuvakuuttaa myös toimintasi. Sinulle jäävästä osuudesta laskutuspalveluyritys hoitaa vielä tarvittavat ennakonpidätykset ja huolehtii ilmoituksista verohallinnolle.

Eläke- ja sosiaaliturvan osalta olet kuitenkin yrittäjä, eli siitä sinun tulee huolehtia itse YEL-vakuutuksella, mikäli kevytyrittäjyydestä kertyy sinulle ansiotuloja vuodessa yli 8 063,57 euroa (tämä on vuoden 2021 raja; rajaan tulee vuosittain pieni korotus). Osa laskutuspalveluista tekee yhteistyötä eläkevakuutusyhtiöiden kanssa, ja ne seuraavat käyttäjiensä tulojen kehitystä ja lähettävät muistutuksen, jos raja ylittyy. Tärkeää on kuitenkin huomata, että YEL-vakuutus on lakisääteinen ja yrittäjä tai itsensätyöllistäjä vastaa siitä itse.

Laskutuspalvelulla on helppo, kätevä ja nopea laskuttaa työtä, mutta tuotemyyntiin se ei sovi. Se ei myöskään sovi toimintaan, jossa syntyy sellaisia kiinteitä kustannuksia, jotka eivät kohdistu suoraan yksittäiseen asiakkaaseen, sillä niitä ei saa laskutuspalvelun kautta vähennyksiin. Tämän vuoksi toiminta laskutuspalveluyrityksen kautta voi olla kannattamattomampaa kuin jonkin toisen kanavan käyttäminen. Suoraan kyseiseen toimeksiantoon liittyvät kustannukset, esimerkiksi matkakustannukset, yleensä saadaan laskutuspalvelun kautta vähennyksiin.

Jos toiminta on luonteeltaan pienimuotoista, väliaikaista tai kokeilevaa, mutta siihen liittyy kiinteitä kustannuksia, kysymykseen voi tulla **työosuuskuntaan** liittyminen. Myös oppilaitosten yhteydessä toimii joskus vastaavanlaisia osuuskuntia. Kiinteät kustannukset voivat tässä vaiheessa tarkoittaa esimerkiksi tilavuokraa, markkinointikuluja ja työväline- tai kalustohankintoja. Osuuskuntaan liitytään yleensä jäsen- tai liittymismaksulla, josta saadaan vastineeksi oikeus käyttää osuuskunnan y-tunnusta omaan toimintaan, kuitenkin osuuskunnan sääntöjä noudattaen. Jäsenyydellä yleensä saa myös äänioikeuden vuosikokouksessa, jossa päätetään esimerkiksi edellä mainituista säännöistä ja maksusta, joka vastaa pitkälti laskutuspalveluyrityksen palvelumaksua. Jäsenten palvelumaksuilla katetaan osuuskunnan hallinnolliset kulut, jotka useimmiten

muodostuvat palkatusta kirjanpitäjistä tai toimistohenkilökunnasta tai ostetusta tilitoimistopalvelusta. Maksu voi vaihdella vuodesta toiseen. Osuuskunnassa jäsenenä on kirjanpidossa oma kustannuspaikka, johon hänen tulonsa ja menonsa kirjataan, ja osuuskunnan palvelumaksun vähentämisen jälkeen jäävä voitto tilitetään palkkana. Ilmoituksista ja ennakonpidätyksistä huolehtii osuuskunta. Tässäkin tapauksessa hankit itse työsi, sovit asiakkaan kanssa hinnan ja työn suoritettua tai tuotteen toimitettua lähetät laskun, joka on varustettu osuuskunnan y-tunnuksella ja tilinumerolla. Sinulla on myös mahdollisuus rekisteröidä oma toimintasi tai brändisi osuuskunnan aputoiminimeksi, jos haluat edistää sen

tunnettua. Siitä voi olla merkittävää kilpailuetua, jos siirryt tulevaisuudessa toimimaan oman yrityksesi nimissä ja otat brändin mukaasi.

Viimeisenä kevytyrittäjyyden muotona käsittelen sellaiset **palveluntarjoajat, jotka markkinoivat kevytyrittäjyyttä** mutta tosiasiaa edellyttävät tai valtakirjalla perustavat sinulle y-tunnuksen palveluun kirjautuessasi. Tällöin kyseessä on lähinnä verkossa toimiva tilitoimisto. Jos sinulle rekisteröity y-tunnus, olet täysimääräisesti yrittäjä. Merkitystä ei ole sillä, toimitko sivu- vai päätoimisesti. Kaikilla yrityksillä on samat pelisäännöt; sivutoimisuus tarkoittaa vain sitä, että sinulla on jokin muukin tulonlähde.

<b>APUJA YRITYS-TOIMINTAAN</b>	<i>Alueesi yritysneuvontapalvelut, ELY-keskukset ja Leader-toimistot järjestävät mm. koulutuksia ja rahoitusinfoja. Liity uutiskirjeiden postituslistoille. Saat infon suoraan sähköpostiisi.</i>
<b>Uusyrittäjäkeskus</b>	Uusyrittäjäkeskuksesta saat maksutonta sparrausta ja neuvontaa, kun yrityksen perustaminen, kevytyrittäjyys tai liikeidean kehittäminen tulee ajankohtaiseksi. Sivustolta löydät oman paikkakuntasi auttavien tahon: <a href="https://uusyrityskeskus.fi/">https://uusyrityskeskus.fi/</a>
<b>Yrittäjän talousapu</b>	Yrittäjän talousapu on valtakunnallinen palvelukokonaisuus, joka tarjoaa apua ja neuvontaa talous- ja maksuvaikeuksissa oleville pk-yrittäjille ja yrityksille. Palvelu koostuu valtakunnallisesta puhelin- ja verkkopalvelusta ja niitä tukevista alueellisista palveluista. Yhteydenottoihin vastaavat koulutetut ja kokeneet asiantuntijat, ja heidän kanssaan käyty keskustelut ovat ehdottoman luottamuksellisia. Yrittäjän talousapua koordinoi työ- ja elinkeinoministeriön ohjaama Työ- ja elinkeinohallinnon asiakaspalvelukeskus. <a href="https://www.ely-keskus.fi/web/yrittajan-talousapu/etusivu">https://www.ely-keskus.fi/web/yrittajan-talousapu/etusivu</a>
<b>Rahoitusvinkki!</b>	Osaltaan luovien alojen yrityskehitystä tukee myös CreMa -monialahankeavustus. CreMa on tarkoitettu luovien alojen ja muiden toimialojen osaamisen yhdistämiseen sekä yhteistyön ja liiketoimintamallien kehittämiseen. Tuki on tarkoitettu uusille tuote- ja palvelukehityshankkeille, joissa luovien alojen osaamista siirryt muille toimialoille ja muiden alojen osaamista siirryt luoville aloille. Lisätietoa alueesi ELY-keskus tai AVEK: <a href="https://www.kopiosto.fi/AVEK/tuen-hakijoille/avekin-tuet-ja-hakuohjeet/">https://www.kopiosto.fi/AVEK/tuen-hakijoille/avekin-tuet-ja-hakuohjeet/</a>

Tällaiset verkossa toimivat tilitoimistot ovat jossain tapauksessa juuri se sopivin vaihtoehto, varsinkin jos toiminta on hyvin pienimuotoista ja kirjanpidollisesti yksinkertaista. Ne veloittavat palvelumaksun, joka perustuu prosenttiosuuteen laskutuksestasi. Ennakonpidätykset ja ilmoitukset verohallinnolle tekee verkkotilitoimisto, mutta tässä tapauksessa on hyvä huomioda, että vastaat itse niiden oikeellisuudesta. Eläke- ja sosiaaliturvan osalta olet luonnollisesti YEL:n piirissä.

Koska toimit omalla y-tunnuksellasi, voit vähentää lähtökohtaisesti kaikki liiketoimintaan liittyvät kustannukset verotuksessa ja vähäisellä liiketoiminnalla saada huojenusta arvonlisäverotuksessa. Juuri tämä saattaa tehdä vaihtoehdosta kannattavan sinulle, koska laskutuspalvelun ja osuuskunnan käytössä kyseisen organisaation liikevaihto on niin suuri, että kaikkien käyttäjien toiminta on lähtökohtaisesti arvonlisäverotonta, ellei toiminta itsessään ole arvonlisäverotonta. Kulttuurialalla toiminta voi olla arvonlisäverotonta tai kuulua alennettuun arvonlisäverokantaan, mikä on syytä selvittää verohallinnon ohjeista ennen aloittamista yritysmuodosta riippumatta. Jos tähtää päätoimiseen yrittäjyyteen, hinnoittelussa on hyvä huomioda arvonlisäveron ja YEL-maksujen vaikutus alusta lähtien, vaikka toimintasi olisikin aluksi pienimuotoista. Tässä tarkoitettut verkkotilitoimistot toimivat pääsääntöisesti pankki- ja vakuutus konsernien yhteydessä, joten niiden kautta voit saada tukea ja hyötyä yritystoimintaasi.

Kokeilevassakin yritystoiminnassa on hyvä huomioda myös oma toimeentulo. Itsensä yrittäjämäisesti työllistäminen laskutuspalvelun tai työosuuskunnan kautta ei lähtökohtaisesti vie mahdollisuutta TE-palveluista haettavaan starttirahaan, kunhan muistaa hakea sitä ennen kuin oma perustettava varsinainen yritys aloittaa liiketoimintansa. Vastaavasti kokeilevasta yritystoiminnasta on voinut saada

jo hyvää näyttöä liikeidean toimivuudesta ja yrittäjäkokemuksta, jotka puolestaan tukevat starttirahan myöntämistä. Mikäli toimeentuloa ja elämää ylipäänsä on turvaamassa työttömyyskorvaus, asumistuki tai vastaava, on aina hyvä olla etukäteen yhteydessä etuuden maksajaan, jos aikoo ryhtyä työllistämään itseään yrittäjämäisesti. Lisäksi TE-palveluiden on hyvä tietää suunnitelmiasi, koska oikeus työttömyysturvaan perustuu niiden arvioon kokonais-työn vastaanottamisen mahdollisuudesta.

Oman yrityksen perustaminen ihan omatoimisesikin on nykyisin helppoa ja yksinkertaista. Yhtiömuodon valintaan vaikuttavat perustajien määrä, pääoman tarve, toiminnan joustavuus sekä jatkuvuus ja toiminnan taloudelliset sekä oikeudelliset vaikutukset ja riskit. Se on kuitenkin teknikkaa, ja keskiössä tulee säilyä varsinainen toiminta, johon varmasti löytyy sopivin muoto. Yrittäjänä sinun tulee itse huolehtia lakisääteisistä maksuista ja ilmoituksista, joten suosittelen turvautumista palkatun kirjanpitäjän tai tilitoimiston apuun. Vastuuta et voi siirtää, mutta ammattilaisen avulla säästät aikaa ja voit keskittyä täysipainoisesti itse liiketoiminnan kehittämiseen. Tilitoimistot eivät laskuta prosenttiosuutta liikevaihdosta, vaan niillä on käytössä tuntihinnoittelu, palvelukohtaiset taksat tai kiinteä kuukausihinta ja siihen sisältyvät palvelut.

Ennen aloittamista on hyvä hyödyntää valtakunnallisen uusyrittäjäkeskusverkoston palveluita. Saat maksuttomasti ja luottamuksella asiantuntijan arvion sinulle sopivimmista vaihtoehdoista toteuttaa ideaasi ja osaamistasi yrittäjämäisesti. Samalla yritysneuvojat tukevat myös liikeidean kehittämisessä, onhan se kuitenkin tärkeintä, jotta idea ja yrittäjä saadaan lentoon. Yksikään liikeidea ei ole koskaan epäonnistunut väärään laskutustavan tai yritysmuodon valinnan vuoksi, mutta vastaavasti onnistuminenkaan ei ole niistä kiinni. ◀

SAARA TOIVONEN

# Tilitoimiston tuki taidetoimijalle



*Saara Toivonen on kirjanpitäjä ja tilitoimistoyrittäjä Tilitoveri Oy:ssä, joka palvelee erityisesti taiteilijoita ja muita kulttuurialojen toimijoita. Taustaltaan hän on muun muassa yhteiskuntatieteiden maisteri, metsuri, siivoaja, pitkäaikaistyötön, mielenterveyskuntoutuja ja yhdistysaktiivi. Kotipaikka Tampere.*

*Kysymykset Piia Kleimola, Projektipäällikkö, Eloa ja iloa Kaakkois-Suomeen Saara Toivosen sähköpostihaastattelu 15.2.2022*

Perustin tilitoimistoni toiminimenä vuonna 2014. Vuonna 2018 Laura Kohta tuli yhtiökumppanikseni, kun perustimme osakeyhtiön. Nykyisin meillä on työntekijänä osa-aikainen palkanlaskija sekä satunnaista kiireapua. Itse teen 50-prosenttista työaikaa, koska olen osatyökyvyttömyyseläkkeellä. Toimistomme on siis pieni, mutta yksin en joudu puurtamaan. Asiakkaita olisi jatkuvasti tulossa enemmän kuin pystymme ottamaan, joten ehkä joskus meillä on lisäksi työntekijöitä.

Olemme erikoistuneet kulttuurialoihin. Asiakkainamme on toiminimiä, yhdistyksiä, osuuskuntia ja pieniä osakeyhtiöitä sekä lisäksi henkilöverotettavia ammattitaitoi-

lijoita. Viimeksi mainitut ovat harvinainen erityisosaamisalue. Useimmat kirjanpitäjät tekevät vain elinkeinoverolain ja kirjanpitolain mukaista kirjanpitoa. Henkilöverotettavien taiteilijoiden toiminta ilmoitetaan henkilökohtaisella veroilmoituksella tulonhankkimistoimintana. Heihin pätevät tuloverolaki ja muistiinpanovelvollisuus, eli kyse on hiukan eri asiasta kuin tavallisessa kirjanpidossa. Lisäksi käsittelemme samassa kokonaisuudessa heidän apurahojensa seurannan ja hoidamme niidenkin veroilmoittamisen.

Itselläni on kirjava tausta ja elämäkokemus sekä taiteen että muiden asioiden parissa. Olen myös ollut paljon tekemisissä sosiaaliturvajärjestelmän kanssa sekä sen käyttäjänä että opintojeni kautta ja myös alalla hiukan työskennelleenä. Niinpä osaan neuvoa asiakkaitamme myös esimerkiksi työttömyysturvan ja erilaisten

työn muotojen yhdistämisessä ja muissa byrokrazia-asioissa.

## **Kun asiakkaana on taide- tai kulttuurialan toimija, kuinka tärkeänä koet asiakkaasi toimialan tuntemisen?**

Olen sitä mieltä, että palvellakseen asiakasta hyvin kirjanpitäjän olisi aina tunnettava asiakkaan toimintaa ja oltava perillä tämän toimialan erityispiirteistä. Siksi olen itse halunnut erikoistua varsin tarkasti tiettyihin toimialoihin.

Kulttuurialalle ominaisia haasteita kirjanpitäjän työn kannalta ovat muun muassa erilaiset tulomuodot, kuten suora myyntitu-

lo, tekijänoikeuskorvaukset, työkorvaukset, esiintymispalkkiot, välitysmyynti ja apurahat. Taiteen aloilla on myös omat poikkeuksensa esimerkiksi arvonlisäverokannoissa. Henkilökohtaisten apurahojen verokäsittely on oma lukunsa. Lisäksi taiteilijan tulo- ja kulurakenne voi olla sellainen, että ilman käsitystä työn luonteesta voi olla vaikea ymmärtää, mitkä kulut todella kuuluvat ammattikuluihin tai miksi tappiota saatetaan tehdä monta vuotta ilman, että toimintaa on silti tarkoitus lopettaa.

Jokainen asiakas myös poikkeaa muista, joten asiakkaisiin on tärkeää saada vastaavuoroinen suhde. Mitä enemmän asiakas kertoo toiminnastaan, sitä paremmin kirjanpitäjä pystyy tekemään työnsä.



Kulttuuristaan alue tunnetaan. Kulttuurin vaikutukset ulottuvat aluekehittämiseen, elinkeinoihin, maankäyttöön, ympäristöön, matkailuun sekä hyvinvointiin.

**KUVAAJA:** Marja Seppälä



## Osaatko sanoa, minkä verran kaltaisiasi taidetoimijoiden kirjanpitoon erikoistuneita tilitoimistoja ylipäättään on?

Minulla ei ole hyvää kuvaa siitä, moniko tilitoimisto palvelee kulttuuritoimijoita. Sen kuitenkin osaan sanoa, että kulttuurialoista kiinnostuneita tilitoimistoja on enemmän kuin juuri taiteilijoista kiinnostuneita – kulttuurialalla kun on isompiakin toimijoita kuin yksittäiset taiteilijat. Vielä vähemmän on meitä, jotka hallitsemme henkilöverotettavien taiteilijoiden asiat. Näitä toimistoja tiedän kaksi meidän lisäksi: turkulainen yhden hengen tilitoimisto Tilei ja Tasei sekä helsinkiläinen pitkän linjan toimija Ex-Professo Oy.

Osa tilitoimistoista on erikoistunut nimenomaan esiintyviin taiteilijoihin, kuten muusikoihin. Meidän suurimmat vahvuutemme ovat kuvataiteen puolella. Taidealo-

jen sisälläkin on siis eroavuuksia, esiintyvät taiteilijat ohjaan usein heidän asioitaan paremmin tuntevaan tilitoimistoon. Kulttuuriagentuurit tai taidegalleriat ovat myös omanlaisiaan, yksittäisistä taiteilijoista eroavia toimijoita. Mielestäni kulttuurialojen kenttä on niin kirjava toimintatapojen ja sovellettavan lainsäädännön suhteen, että mitä tarkempaa täsmäosaamista on löydettävissä, sen parempi.

En ehkä ensimmäisenä suosittelisi kulttuurialan toimijalle esimerkiksi rakensalaan erikoistunutta tilitoimistoa, ellei siellä ole nimenomaista halua tutustua juuri kulttuurialan kirjanpitoon. Kaikkein vähiten suosittelen ”kevytkirjanpitolpalveluita”, jotka tekevät kirjanpidon ja veroilmoitukset puoliautomaattisesti asiakkaan syöttämien tietojen perusteella. Silloin asiakkaan on itse osattava kaikki alansa vero- ja kirjanpitoammunkit, muuten virheitä tulee varmasti. Tuollaiset palvelut sopinevat lähinnä



Yrittäjyyden kautta on mahdollista saavuttaa itsenäisempi asema ja tapa olla. Yrittäjyysnäkökulma voi myös auttaa myös rakentamaan omaan toimeentuloon uusia palasia, jotka tukevat toimeentulon kautta edellytyksiä tehdä itselle rakkainta työtä. **KUVAAJA:** Marja Seppälä

erittäin suoraviivaiseen yhden palvelun samanlaisena toistuvaan myyntiin, johon ei kohdistu paljon kuluja.

## **Millaisia terveisiä lähetät taide- ja kulttuuritoimijalle, joka epäroii yrittäjyyttä ja omaa talousosaamistaan?**

Haluaisin sanoa taiteilijoille, että yrittäjyys tai oman työn hahmottaminen yrittäjämäisenä ei ole kauhea asia, vaan se voi olla vapauttavaa. Itselleni yrittäjyys on anarkismin aikuinen muoto, työnteen tapa, jossa muilla ei ole sananvaltaa siihen, mitä ja miten teen. Yrittäjyyden kautta on mahdollista saavuttaa itsenäisempi asema ja tapa olla.

Se, minkä suhteen moni on varovainen – ja kannattaakin olla – on yrittäjätöön ja työttömyysturvan suhde. Tämä on hyvin ongelmallinen kysymys tilanteessa, jossa suuri osa taiteilijoista joutuu käytännössä rahoittamaan elämissensä kokonaan tai osittain työttömyysturvalla. Jos työvoimatoimiston silmissä tulee saaneeksi päätoimisen yrittäjän statuksen, menettää oikeuden työttömyysturvaan.

Kannattaa kuitenkin huomata, että valtaosa taiteilijoista joka tapauksessa saa jotain ansiotuloja (myös) muualta kuin työsuhteisesta työstä. Kyseessä voivat olla myyntitulot, työkorvauksina maksetut palkkiot tai mikä tahansa muu työllä ansaittu tulo, jota ei ole saatu aidosti palkkana. Tällaiset tulot ovat kaikki aina yrittäjätuloa työttömyysturvalain mukaan. Jos niitä joutuu työvoimatoimistolle selvittämään, ainoa tapa säilyttää oikeus työttömyysturvaan on saada sivutoimisen yrittäjän status. Silloin-

kin siis taiteilija todetaan työttömyysturvalain tarkoittamaksi yrittäjäksi.

Kun taiteen tulot yleensä ovat yrittäjätuloa, voikin asian ajatella niin päin, että miksei saman tien alkaisi tarkastella työtään itsenäisenä yrittäjätöönä. Talousosaamisen tarve ei juuri hahmotustavan muutoksesta muutu: taiteilijan talouden hallinta on haastavaa, mielsi itsensä yrittäjäksi tai ei. On ehkä tarpeen miettiä, mitä ajattelee yrittäjyyden olevan ja vastaako oma mieli-

kuva todellisuutta vai ennakkoluuloja.

Ajattelen, että yrittäjyyttä voi olla esimerkiksi pyrkimys hahmottaa omaa työtään ja tulojaan eri osista koostuvana kokonaisuutena, jota itse voi vähintään jossain määrin hallinnoida. Itsensä näkee silloin sopijaosapuolena, joka tekee päätöksiä siitä, kenelle yhteistyökumppaneille tekee työtä ja millä hinnalla ja mihin haluaa omaa

*Kulttuurialojen kenttä on niin kirjava toimintatapojen ja sovellettavan lainsäädännön suhteen, että tarkalle täsmäosaamiselle on tarvetta.*

työvoimaansa käyttä. On hyvä opetella ymmärtämään, että kannattamatonta ja motivoimatonta työtä ei tarvitse tehdä, ja olla kiitollinen siitä, että saa tehdä edes jotain.

Yrittäjyysnäkökulma voi auttaa myös rakentamaan omaan toimeentuloon uusia palasia, jotka tukevat toimeentulon kautta edellytyksiä tehdä itselle rakkainta työtä. Ylipäänsä itsensä näkeminen yrittäjänä voi lisätä vapautta ja joustavuutta eri tilanteissa. Uusia mahdollisuuksia avautuu sitäkin kautta, kun selvittää, mikä yrittäjyyden muoto sopii parhaiten omaan elämäntilanteeseen. Parhaimmillaan yrittäjäksi ryhtyminen – mitä se kenellekin sitten tarkoittaa – voi vähentää kokemusta olosuhteiden armoilla olemisesta ja lisätä riskinottookykyä. ◀

VIRVE NIIRANEN

# Hankemaailma, yrittäjälle uhka vai mahdollisuus?

*Virve Niiranen toimii CreativeKaiku Ky:ssä yrittäjänä ja kulttuurituottajana. Yritys tuottaa kunnallisia kulttuuripalveluja, tapahtumia sekä matkailun ohjelmapalveluja. Taustaltaan Virve Niiranen on kulttuurisihteeri ja kulttuurituottaja (AMK). Kotipaikka Ruokolhti.*

Suhteeni hankkeisiin on ristiriitainen. Toisaalta tuntuu, että joskus hankkeet entisestään huonontavat sitä pientäkin ansainnan mahdollisuutta yrittäjän arjessa, ja toisaalta yrittäjän kannalta hyvät hankkeet puolestaan voivat erinomaisesti tukea tuotekehitystä ja sitä kautta luovat lisää ansaintamahdollisuuksia.

Yrityksemme on ollut mukana hankkeissa vuodesta 2000. Olemme tehneet omia hankkeita, olen toiminut projektinvetäjänä ja hanketyöntekijänä, yrityksemme on ollut osallistujana erilaisissa hankkeissa ja olemme molemmat mieheni kanssa toimineet myös erilaisten hankkeiden ohjausryhmissä. Näiden sekä omien että muiden toteuttamien hankkeiden joukossa on ollut niin alueellisia, valtakunnallisia kuin kansainvälisiäkin projekteja. Niissä on kehitetty kuntien kulttuuritoimintaa ja yhteistyötä sekä uudenlaisia toimintamalleja, tutkittu kansainvälisten vertailujen avulla kulttuurin vaikuttavuutta ja kolmannen sekä neljän-

nen sektorin muutostekijöitä. Olemme olleet mukana myös monissa matkailua kehittävässä hankkeissa, ja tälläkin hetkellä toimimme aktiivisesti parissa tällaisessa hankkeessa ihan omasta mielenkiinnosta.

Hyvin toteutettuna hankkeet tuovat hyötyä ja taloudellistakin hyvinvointia ympäristöönsä, luovat aktiivisuutta sekä uusia mielenkiintoisia toimintoja ja palveluja, ja niiden käynnistämät toiminnot saavat jatkuvuutta hankkeen jälkeen. Millainen sitten on hyvin toteutettu hanke? Vastaus vaihtelee varmasti vastaajansa mukaan. Rahoittajan näkökulmasta hyvin toteutettu hanke on se, jossa rahoitus on käytetty oikein siihen, mihin se on kohdennettu. Toteuttajan näkökulmasta hanke on toteutettu hyvin, mikäli se on saavuttanut tavoitteensa, onpa tavoitteena sitten hanketyöntekijöiden työllistäminen tai jotain muuta. Kohderyhmien osalta hyvin toteutettu hanke voidaan mitata saavutettuina hyötyinä, esimerkiksi työllistymisenä, palveluiden tarjoamisena

tai toiminnan kehittymisenä ja sillä, että hankkeen edistämät toimet jatkuvat myös hankkeen jälkeen.

Hyvinkin toteutettu hanke voi kuitenkin olla kulttuuriyrittäjän ja ammattitaiteilijan kannalta katsottuna jopa haitallinen. Yrittäjän kannalta ”huono” hanke on sellainen, jossa hanketoimija tuottaa samoja tai samankaltaisia tuotteita tai palveluja kuin yritys, mutta tuottaa ne esimerkiksi oppilastyönä ja tarjoaa hankerahoituksen turvin todella halvalla, joskus jopa ilmaiseksi, yrittäjänkin potentiaalisille asiakkaille, kuten kunnille. Tällaiset hankkeet voivat vääristää kilpailua ja hinnoittelua pitkäksi aikaa luodessaan mielikuvaa siitä, ettei kyseisistä palveluista tarvitse juurikaan maksaa. Yrittäjän palvelut koetaan tässä tapauksessa kalliiksi, hinnoittelua kummatellaan ja vaikka hinnoittelun perustelee tarkastikin avaamalla kulurakenteen ja sen, että katettakin on jätävä, jotta yrittäjä saa jonkinlaisen palkan, jätetään palvelut usein hankkimatta.

Hanke voi siis tehdä hallaa, jos se sivuuttaa ammatillaiset, niin taiteilijat kuin kulttuuriyrittäjätkin, ja tuottaa palvelut hyödyntämättä kulttuurialan ammatillaisia. Pahimmillaan hankkeen toimenpiteet päättyvät heti hankkeen päätyttyä ja ovat hankkeen aikana romuttaneet ammatillaisen työ- ja ansaintamahdollisuudet siinä määrin, ettei kyseisiä toimia kannata enää yritystoimintana järjestää.

Edellä mainitun kaltainen tilanne voidaan kuitenkin välttää, moninkin tavoin. Hankkeeseen voidaan esimerkiksi varata rahaa ostopalveluihin, joilla nimenomaan hankitaan hankkeen käytännön toimenpiteet yrittäjiltä ja ammattitaiteilijoilta. Näin ostopalvelun tuottaja voi keskittyä omaan osaamisalueeseensa, ja hanke puolestaan saa parhaan mahdollisen työtuloksen ostaessaan toiminnan ammatilliselta. Tämä turvaa paremmin myös hankkeen jatkuvuutta. Kun ammatillainen tai yrittäjä on jo hankeaikana mukana kehittämässä toimin-

taa, hän pystyy hyödyntämään kehitettyä tuotetta toiminnassaan myös hankkeen jälkeen.

Joka tapauksessa hankkeiden toteuttajien olisi syytä jopa korostetusti tuoda hankkeen kohderyhmälle – ja erityisesti hankkeen jälkeen samanlaista tuotetta tai palvelua mahdollisesti ostavalle – tietoon se, mitä mikään työpanos ja toteutus maksaa ja miksi ne voidaan tarjota hankerahoituksen turvin tarjota halvemmalla tai ilmaiseksi. Olisi myös syytä selvittää, millä hinnalla palvelut tai toiminta on ostettavissa hankkeen jälkeen, sillä siihen pitää talousarviossa varautua, jos haluaa, että toiminta jatkuu. Kohderyhmä ja hyödynsajat on saatava hankkeen aikana ymmärtämään, että palvelut maksavat, ja vielä sekkin, että niistä kannattaa maksaa. Sellainen hanke on arvokas, joka kehittää asioita aidosti ja mahdollisimman laadukkaasti ja luo sellaista arvoa ja merkitystä tuottamilleen palveluille, että niitä halutaan jatkossakin toimijoilta hankkia.

Hyvä hanke syntyy eri tahojen yhteistyöstä. Mukana hyvässä hankkeessa on sekä ammatillaisia, yrittäjiä että harrastajia. Yhteistyö synnyttää yhteisöllisyyttä ja kulttuurivaihtoa, rikastuttaa kulttuuriympäristöä ja tuottaa osallistujilleen hyvinvointia monin tavoin.

Ja kun kerran rahasta ja hankkeista puhutaan, sanottakoon vielä sekkin, että pienyrittäjän näkökulmasta hankerahoitukseen toivoisi tehtävän pieniä muutoksia nimenomaan yrityshankkeiden osalta. Olisiko joskus tulevaisuudessa mahdollista, että pienyrittäjät, esimerkiksi jonkin tietyn vuosittaisen liikevaihtorajan alle jäävät toimijat, rinnastettaisiin hankerahoituksissa yhdistystoimijoihin? Että pienet yritykset voisivat kehittää toimintaansa saamalla samanlaisen prosentuaalisen tuen kuin yhdistyksetkin, joilla saattaa toisinaan olla jopa enemmän omia taloudellisia resursseja kuin yrityksillä? Että pienyrittäjä ei olisi enää se väliinputoaja, hankerahoituksessaan? ◀

PÄIVI ALANISKA

# Kunnallisen puolen näkökulma hankkeisiin

*Päivi Alaniska on Seinäjoen kaupungin kulttuuripalveluiden projektikoordinaattori. Alaniska toimii Etelä-Pohjanmaan alueellisen kehittämistehtävän projektikoordinaattorina ja kehittää seinäjokisen taide- ja kulttuurikeskus Kalevan Navetan toimintaa. Alaniskan tausta on aluekehittämisessä ja tapahtumatuotannossa. Kotipaikka Seinäjoki.*

Kunnallisen puolen edustajana Etelä-Pohjanmaalta tarkastelen tilannetta hieman eri kulmasta kuin Virve Niiranen omassa tekstissään.

**EU-rahoitteisten kehittämishankkeiden tulisi keskittyä uusien kärkien ja tulokulmien kehittämiseen, ei tukea jo olemassa olevaa toimintaa.** Mikä on uutta ja kehittävää, on alueellinen kysymys, jota pohdittaessa peilataan aina omaan toimintaympäristöön ja omaan alueeseen, kuten liiton strategiaan tai Leader-ryhmän painopisteisiin. Myös EU-rahoituksen määrä, joka vaihtelee Suomen sisällä, vaikuttaa siihen, kuinka tiukasti alueellista kilpailutilannetta ja painopisteitä tulkitaan. Jos rahaa on jaossa runsaasti, mukaan mahtuu monenlaisia sisältöjä. Länsi-Suomesta tarkasteltuna kilpailutilanteen vääristymisen kulttuurialaa koskevilla hankkeilla

ei ole ollut ongelma. Kulttuuri on pehmeä teema digitalisaation, syrjäytymisen ehkäisemisen ja kestäväen kehityksen rinnalla. Jokainen kulttuurille kohdennettu hanke-rahoitus, on kyse sitten yrityksestä, yhteisöstä tai yksittäisestä taiteilijasta, on hieno saavutus.

*Hanke on usein kompromissi siitä, mitä haluttaisiin tehdä, mitä hankkeilla voi tehdä ja minkä verran saadaan rahaa.*





Mikäli oikeasti haluaa kehittää oman kuntansa kulttuurikenttää käyttäjälähtöisesti, on osallistujien sitouttaminen tärkeää. Hyvä hanke syntyy eri tahojen yhteistyöstä. Mukana hyvässä hankkeessa on sekä ammattilaisia, yrittäjiä että harrastajia. Yhteistyö synnyttää yhteisöllisyyttä ja kulttuurivaihtoa, rikastuttaa kulttuuriympäristöä ja tuottaa osallistujilleen hyvinvointia monin tavoin. **KUVAAJA:** Marja Seppälä

### **Oman kokemuksen mukaan hankkeilla on myös työllistävä vaikutus.**

Niiranen viittaa tekstissään ostopalveluna tehtävään sisällöntoteutukseen, jonka kautta hankhallinnoija voi työllistää oman alueensa kulttuurin tekijöitä. Tämä on erinomainen nosto, ja niin sanotuista taiteilijakehittäjistä on hyviä kokemuksia ainakin Etelä-Pohjanmaan alueella. Ilmaisia työpajoja ja kehittämissessioita on tarjolla mielin määrin, ja mikäli oikeasti haluaa kehittää esimerkiksi oman kuntansa kulttuurikenttää käyttäjälähtöisesti, on osallistujien sitouttaminen tärkeää. Mikäpä sen parempi tapa sitouttaa kuin maksaa taiteilijalle korvaus kehittämistoimintaan osallistumisesta. Hankekoordinaattorin näkökulmasta näin pystyy odottamaan osallistujilta aitoa keskittymistä

ja työskentelyä aiheen parissa. Erilaiset pilotoinnit ovat toimenpiteinä myös erinomaisia, koska ne ovat sekä opettavia että alueen toimijoita työllistäviä. Olen ilokseni kokenut sellaisiakin hankkeita, joiden aikana hankitut asiakaskontaktit säilyivät hanketoimijalla senkin jälkeen, kun hankerahalla subventoitu palveluntuotanto loppui.

### **Kehittämishankkeita toteutettaessa tulee myös hyväksyä epäonnistumiset.**

Kehittämishanke voi olla aikaansa edellä tai väärässä ajassa. Hyvä hanke voi olla myös sellainen, joka toteutuksen aikana ei vielä tavoita kriittistä massaa, mutta viiden vuoden kuluttua onkin jo osa normaalia toimintaa. Hanke on usein kompromissi siitä, mitä haluttaisiin tehdä, mitä hankkeil-



la voi tehdä ja minkä verran saadaan rahaa. Suurissa teemoissa, kuten oman kunnan kulttuurikentän kehittämisessä, hanke on hyvä työkalu, mutta sen ei missään nimessä soisi olevan ainoa resurssi. Ideaalitulanteessa hanketoimijalla olisi käytettävissä myös käyttötalouden varoja, joilla voisi toteuttaa hankkeeseen sopimattomia tärkeitä sisältöjä. Tai olisiko avain osa-projektoinnissa? Isoa tavoitetta palastelemalla ja erilaisia rahoituksia ketjuttamalla voitaisiin päästä tavoitteeseen, pala kerrallaan.

**Niirasen pohdinta yhdistyksen ja pienyrittäjän rinnastamisesta on mielenkiintoinen.** Valitettavasti raja on vedetty useimmiten järjestäytymismuodon mukaan. Useilla kulttuuri- ja luovan alan yrityksillä on työkaluna myös kannatusyhdistys,

joka pystyy hakemaan apurahoja sekä korkeamman tukiprosentin omaavia kehittämishankkeita toiminnan tueksi. Tulevalle Leader-rahoituskaudelle työstetään palveluseteliä, josta toivomme tukea erityisesti sivutoimisille yrityksille, sellaisiahan luovan alan yritykset usein alkutaipaleellaan ovat. Niin kauan kuin EU-rahoitus on jälkijättöistä eli maksetaan toteutuneiden kustannusten mukaan, on suurien hankkeiden toteuttaminen pienelle toimijalle hankalaa. Näin ollen kuntien ja esimerkiksi elinkeino-yhtiöiden yrityksille suunnatuilla hankkeilla on tilausta. Jotta hanke vastaa kentän haasteisiin, rahoittajat pyytävät entistä useammin aiesopimuksia tai lausuntoja kohderyhmältä. Tämä palvelee meidän kaikkien kulttuurikentällä työskentelevien etua ja edistää verkostomaista toimintaa. ◀

## Tietolaatikko: KEVYTYRITTÄJYYS JA LASKUTUSPALVELUT

*Yksi keino laskuttaa työtäsi ilman omaa yritystä onnistuu joko kevytyrittäjänä tai laskutuspalvelua käyttämällä. Laskutuspalvelu vastaa laskutukseen liittyvästä byrokratiasta, auttaa taloushallinnossa ja kirjanpidossa y-tunnuksella tai ilman. Alla olevat laskutuspalvelut tarjoavat myös muita yritysten kehittämisen palveluita.*

▶ 4EZE  
<https://4eze.works/>

▶ UKKO  
<https://www.ukko.fi/>

▶ EEZY  
<https://eezy.fi/fi>

▶ Osuuspankki  
<https://www.op.fi/yritykset/asiakkuus/yrityksen-perustaminen/op-kevytyrittaja>



# Tietolaatikko: HANKKEET

*Hanke on aiheeltaan ja kestoltaan rajattu tehtävä, joka lähtee paikallisesta tarpeesta tai paikallisilta toteuttajilta. Hankkeen tavoitteena on jonkin todetun ongelman ratkaiseminen tai idean kehittäminen käytännön toiminnaksi. Hankkeella on tietyt tavoitteet ja määrätty toiminta-aika sekä oma budjettinsa.*

## Hankesuunnitelman ydinkohdat

### TAUSTA JA TARVE

- ▶ lähtökohdانا tarve/ongelma/ilmiö
- ▶ miten tarve todennetaan, mihin tutkittuun tietoon tarve perustuu

### TAVOITTEET

- ▶ isompi päämäärä, johon halutaan vaikuttaa
- ▶ keskeinen tavoite/tavoitteet
- ▶ osatavoite/tavoitteet
- ▶ tavoitteiden kirjaus konkreettisella ja mitattavalla tavalla (tulos, vaikutukset)

### KOHDERYHMÄT

- ▶ välittömät kohderyhmät
- ▶ välilliset kohderyhmät

### TOIMENPITEET

- ▶ konkreettiset tavoitteisiin liittyvät toimenpiteet = työpaketit
- ▶ mitä tehdään ja milloin, aikajana

### TULOKSET

- ▶ mitä tuloksia toimenpiteillä saadaan aikaiseksi (suhteessa tavoitteisiin)

### TIEDOTUS, ARVIOINTI, LEVITTÄMINEN

- ▶ viestintä-, arviointi- ja levittämissuunnitelmaa

### TOIMIJA/T

- ▶ päätoimija
- ▶ yhteistyökumppanit

### TALOUS

- ▶ julkinen rahoitus
- ▶ yksityinen rahoitus
- ▶ omarahoitusosuus

## Hae rahoittajaa

Onko mielessäsi hankeidea, mutta et ole varma mistä hankkeelle kannattaisi hakea rahoitusta? Tämä hakemisto auttaa etsinnässä. Hakemisto on jaettu pääluokkiin rahoittajan tai sen edustajan mukaan.

### RAHOITUSHAKEMISTO – KANSALAISSYHTEISKUNTA

<https://kansalaisyhteiskunta.fi/rahoitushakemisto/>

### HANKERAHOITUSESIMERKKEJÄ

- ▶ EAKR, ESR+, lisätietoja alueesi Maakuntaliitto tai ELY-keskus
- ▶ Luova-Eurooppa, lisätietoja Opetushallitus
- ▶ Leader-rahoitus, lisätietoja alueesi Leader-toimisto

**Taide- ja kulttuuritoimijat! Kohti ennaltaehkäisyä, yhteistyötä ja moniammatillisuutta!** Jos teillä on esim. kulttuurihyvinvointiin liittyvä hankeidea, menkää ja tarjotkaa ideaanne paikkakunnallanne toimivaan järjestöön. Suomessa toimii yli 11 000 sosiaali- ja terveysalan järjestöä. Esimerkki Etelä-Pohjanmaalta Muistiyhdistyksen ja teatteri-ilmaisun-ohjaajan yhteistyöstä; Kortteleihin kulttuuria -hanke, <https://www.muistiyhdistys.fi/kortteleihin-kulttuuria>

KIRSI HAAPAMATTI

# Millä irtoaa? Hyvän apurahahakemuksen reseptiä etsimässä

*Kirsi Haapamatti on freelancetoimittaja, viestinnän tekijä, kirjailija ja sanataideohjaaja. Haapamatti on työskennellyt vapaana toimittajana vuodesta 2007, jolloin hän myös perusti oman yrityksen. Haapamatin erityisalaa ovat eläin- ja ympäristöaiheet, maaseutu ja kulttuuri. Kotipaikka Seinäjoki.*

*Apurahahakemuksen yksityiskohdat ovat merkityksellisiä, kun kisa rahoista on tiukkaa. Suurimmat virheet hakemuksissa ovat kuitenkin – no – suuria.*

– Ooh, olisinpa tiennyt! Nyt hävettää omat hakemukset!

Näin mielti kuvataiteilija **Jimmy Pulli**, kun hän ensimmäistä kertaa siirtyi apurahanhakijasta ja -saajasta ”muurin toiselle puolelle” eli hakemusten arvioijan rooliin. – Siinä avautui aivan uusi maailma, kun näki, millä tavalla apurahahakemuksia voi tehdä. Näin omat hakemukseni uudessa valossa.

Pohjanmaan taidetoimikunnan puheenjohtajana toimiva Pulli vannookin vertaistuen voimaan ja kehottaa sysäämään häpeän syrjään. Jos on tekemässä apurahahakemusta ensimmäistä kertaa tai useista

yrityksistä huolimatta ei ole tärpännyt, on hyvä näyttää hakemusta kokeneemmalle kollegalle.

– Ehkä oma hakemus vain on niin huono, ettei sillä ole menestymisen mahdollisuuksia. Melko usein vika on työsuunnitelmassa, jossa selitetään se oma idea. Tekstin pitäisi avautua kenelle tahansa, sillä hakemuksen arvioijalla ei välttämättä ole syvää tuntemusta juuri sinun aiheestasi. Tajunnanvirtatekstejä näkee hakemuksissa jonkin verran.

– Jos teksti on sirpaleinen ja sekava, hyväkin idea voi päätyä nopeasti ei-pinoon, taidemaalari ja Taiken visuaalisten taiteiden toimikunnan varapuheenjohtaja **Elina Försti** neuvoo.

– Jokainen hakemus toki avataan ja luetaan läpi, mutta melkein aina tilan-

ne on se, että arvioijilla on valtava määrä hakemuksia edessään. Idean ytimen pitää avautua hakemuksesta selvästi.

Kansanmuusikko **Miia Palomäellä** on omakohtaista kokemusta vertaistuen antajana, aivan kädestä pitäen.

– Koronan vuoksi on ollut haettavana erilaisia poikkeusajan apurahoja. Minä sain, mutta ystäväni ei. Katsoimme sitten yhdessä hänen hakemuksensa läpi, ja seuraavassa haussa häntäkin onnisti. Autan tietenkin, jos voin.

Aina kollegaverkostoa ei ole, mutta neuvoja on silti saatavilla. Erilaiset oman

*”Hakemuksessa ei saa käyttää konditionaalialia! Se minulle taiteen opinnoissani iskostui mieleen. Konditionaalien käyttäminen vaikuttaa mielentilaan, jossa hakemusta kirjoittaa.”*

**MIIA PALOMÄKI, MUUSIKKO**



Hyvässä apurahahakemuksessa idea on selitetty työsuunnitelmassa niin, että kadunmieskin saa siitä kiinni, tiivistelmä on selkeä ja cv sekä liitteet ovat ajan tasalla, esim. muusikolla linkit musiikinäytteisiin kertovat enemmän kuin tuhat sanaa. **KUVAAJA:** Marja Seppälä



taiteenalan järjestöt, kuten kirjoittajayhdistykset tai valokuvakerhot, voivat auttaa. Myös apurahojen myöntäjien verkossa pitämät apurahainfot ovat hyviä.

– Myöntäjätaholta voi myös etukäteen suoraan tiedustella, onko oma hanke haku-kelpoinen, Jimmy Pulli sanoo.

Hakemustekstin selkeys ei tarkoita yksinkertaisuutta. Teksti saa olla pitkäkin.

– Eri taiteenalojen välillä on suuria eroja. Kirjailijoiden hakemustekstit ovat usein niukkoja, visuaalisissa tai esittävisissä taiteissa ilmaisu on erilaista ja vaatii enemmän sanallista avaamista, Jimmy Pulli vertaa.

*”On paljon apurahoja, joita aloittelevat taiteilijat eivät hae, koska eivät tiedä niistä. Kannattaa ottaa selvää mahdollisuuksista. Esimerkiksi pohjoismaisen yhteistyön tiimoilta on erilaisia apurahoja.”*

**JIMMY PULLI, KUVATAITEILIJÄ,  
POHJANMAAN TAIDETOIMIKUNNAN PJ**



Taiteen apurahoittaminen on jatkossakin taiteenteon edellytys Suomessa. Esimerkiksi kuvataiteen markkinat ovat ohuet. Teoksiaan myymällä elää vain harva. **KUVAAJA:** Marja Seppälä

## Naamarajan mitalla?

Taiteilija-apurahojen myöntämisestä velloo sitkeästi erilaisia huhuja. Ilman jääneet arvelevat, että jo menestyneitä tai julkisuudessa esiintyviä taiteilijoita suositetaan. Epäillään myös, että ”samat naamat” saavat apurahoja joka kerta, toiset eivät koskaan.

Taiteen edistämiskeskuksen taiteen tukemisen päällikkö **Henri Terho** selvittää:

– Päätökset tehdään aina taiteellisin perustein. Kukaan ei nimensä perusteella mene toisen ohi. Toki apurahamyönnoillä on taipumus kumuloitua. Kun on saanut apurahaa jostain, se osoittaa, että taiteilija on aktiivinen ja tekee taidetta tosissaan. Tällöin mahdollisuudet saada uusia apurahoja paranevat. Ensimmäinen apuraha on se kaikkein vaikein saada.

Jimmy Pulli lisää, että rahoittajien painopisteet voivat joskus vaikuttaa niin,

### Tällaisia ovat parhaat apurahahakemukset

Idea on selitetty työsuunnitelmassa niin, että kadunmieskin saa siitä kiinni.

Tiivistelmä on selkeä.

Hakijan cv kertoo olennaisen.

Liitteet ovat kuosissa. Tämä on tärkeää erityisesti visuaalisella ja audiovisuaalisella taiteenalalla. Kuvia ei kuitenkaan kannata ympätä hakemukseen kuin muutama. Linkit nettisivuille tai muusirolla musiikinäytteisiin ovat tärkeitä.

Hakemuksessa vastataan myöntökriteereissä esitettyihin kysymyksiin.

Mahdollisessa budjetissa on konkretiaa.

Mahdollinen muu rahoitus on avattu.

### Tällaiset hakemukset päätyvät ei-pinoon

Hakemuksesta käy ilmi, ettei hakukriteereitä ole luettu. Myöntäjien kriteerit muuttuvat usein, joten edellisellä hakukierroksella opittua ei kannata liikaa muistella. Hankkeen tai idean lisäksi tärkeää on myös oman hakukelpoisuuden varmistaminen. Jos hakuinfossa kerrotaan, että kyseinen apurahahaku on avoin alle 40-vuotiaille ruotsia äidinkielenään puhuville taiteilijoille, varmistathan, että olet sellainen.

Haetaan liian pientä tai liian suurta apurahaa, jolloin hanke ei näyttäydy arvioijan silmissä realistisena. Kannattaa selaila apurahoittajan aikaisempia myöntöjä, joista näkyy apurahojen suuruusluokka. Vaikka Koneen Säätio myöntäisi yli sadan tuhannen euron apurahoja samanlaisiin hankkeisiin, on turhaa yrittää hakea samansuuruisia summaa valtiolta.

Teknisissä muotoseikoissa on kömmähdyksiä: liitteet ovat puutteellisia, apurahahakemus myöhästyy, edellisen apurahan raportointi on laiminlyöty.

Apurahahakemuksen tekeminen on jäänyt viime tippaan ja hakemusteksti on viimeistelemätön.

että vähemmän meritoitunut hakija nappaa apurahan kokeneen ja tunnustetun ammatilaisen edestä.

– Näin voi olla erityisesti alueellisten apurahojen laita, kun hanke on alueellisesti jotain aivan uutta. Tällaisissa tapauksissa jopa heikkolaatuisempi hakemus voi mennä läpi.

Henri Terhon viesti apurahahakijoille on kannustava:

– Lähtökohtaisesti hakemusten arvioijat suhtautuvat innostuneesti hakijoiden



*”Myöntäjän kriteereihin tutustumisen tärkeyttä ei voi liikaa korostaa. Sama hakemus ei sellaisenaan useinkaan sovi kaikkiin hakuihin. Hyvin laadittu, juuri kyseiselle myöntäjälle tehty hakemus vakuuttaa. Kannustan myös osahakemusten tekemiseen kohdentamalla projektin osa tietyille, sopivalle rahoittajalle.”*

**HENRI TERHO, TAITEEN TUKEMISEN  
PÄÄLLIKKÖ, TAIKE**

käyttäminen voi olla hyväkin. Voi pyytää kollegaa samalta alalta, opettajaa tai vaikka juryttajaa\*, Elina Försti sanoo.

Miia Palomäki ei ole hauissaan käyttänyt suosittelijoita, mutta sanoo hyvän kumppanin ajavan saman asian eli tuovan uskottavuutta.

– Musiikkiproduktioissa minulla on usein mukana muita toimijoita, kuten lastenkulttuurikeskus. Yhteistyö antaa hakemukselle ni lisäpontta.

Usein hakukriteereissä sanotaan, että rahoitushaku on auki eri alojen ammattitaiteilijoille. Kuka on ammattitaiteilija, kun taiteestaan harva kuitenkaan elantonsa saa?

– Joillakin taiteenaloilla muodollinen koulutus kertoo ammatillisuudesta. Jos

tulee virallisten koulutusväylien ulkopuolelta, voi muutoin osoittaa, että käytännössä toimii alalla. Kirjailijalla merkinä voi olla kustannussopimus kaupallisen kustantajan kanssa tai jo aikaisemmin julkaistu kirja, Henri Terho summaa.

Apurahoja haetaan joko taiteelliseen työskentelyyn tai erilaisiin projekteihin. Jälkimmäisissä vaaditaan taiteen ytimen selostuksen lisäksi rahan tajuja.

– Jos hakemuksessa on pakollisena liitteenä budjetti, sillä on merkitystä, miten sen laatii. Euroolleen ei budjettia toki voi tehdä, mutta on hyvä, jos siinä on mukana konkretiaa. Jos budjettiin kuuluu taideteosten kuljettaminen Berliiniin, siihen on hyvä liittää mukaan kuljetusyhtiöltä saatu tarjous, Elina Försti antaa esimerkin.

Myös muu konkretia auttaa. Kuvataiteilijan kannattaa kertoa, jos on jo sopinut näyttelyajan gallerian kanssa. Tällaisen tiedon voi viestiä rahoittajalle myös myöhemmin, vaikka hakemus olisi jo jätetty.

### Rahoituslähteitä

Aurora on tieteen ja taiteen rahoitustietokanta, jossa listataan yli 400 eri tieteen ja taiteen rahoittajaa hakuaikoineen. Tietokannassa ei ole aivan kaikkia säätiöitä, mutta erittäin kattava tietopankki se silti on. *aurora-tietokanta.fi*

Säätiöt ja rahastot  
*https://saatiotrahastot.fi/*

Opetus- ja kulttuuriministeriö  
*https://okm.fi/avustukset*

Taiteen edistämiskeskus  
*https://www.taike.fi/fi/apurahat-ja-avustukset*

Suomen Kulttuurirahasto  
*https://skr.fi/*

\* Juryttaja on henkilö, joka on valitsemassa teoksia taidenäyttelyyn. Sanan taustalla on englannin jury, joka merkitsee tuomaristoa tai arvostelulautakuntaa.

## Apurahahaut rytmittävät taiteentekijän vuotta

Usein eri haut menevät ristiin niin, että sekä syksyisin ja keväisin on hakuruuhka. Omat haut, hylyt ja myönnöt kannattaa kirjata itselle ylös vihkoon tai tiedostoon. Useissa apurahahakemuksissa on kerrottava, onko hakenut tai hakemassa muita apurahoja. Avoimuus on valttia, saatuja rahoituksia tai meneillään olevia hakuja ei ole syytä pimentää. Oma kirjanpito auttaa myös muistamaan saatuja apurahojen raportit, kun raha on käytetty tai hanke on toteutettu. Tekemättä jätetty raportti vaikuttaa tuleviin myöntöihin negatiivisesti.

Hyväkin hakemus ja hyviä hankkeita jää aina myös ilman rahoitusta. Hylsy ei välttämättä tarkoita, että hakemus olisi huono tai idea surkea. Rahoittajat eivät anna hylätyistä hakemuksista palautetta, joten jää hakijan omaksi päähinäksi pohtia, oliko idea yrittämisen arvoinen.

Myös samalla hakemuksella voi yrittää uudelleen. Uusintayritys kielii myöntäjälle, että hanke on hakijalle tärkeä.

## Taiteen rahoituksen tulevaisuudesta

Taidetta rahoitetaan julkisin ja yksityisin varoin. Opetus- ja kulttuuriministeriö ohjaa Taiteen edistämiskeskuksen kautta taiteilijoiden ja yhteisöjen apurahoihin ja valtionavustuksiin vuosittain noin 40 miljoonaa euroa. Varat tulevat osin veikkausvoittovaroista.

Taidetta rahoittavat valtion lisäksi erilaiset säätiöt, kuten vaikkapa Suomen Kulttuurirahasto ja sen maakuntarahastot, Koneen Säätiö ja Svenska Kulturfonden. Säätiöiden varat tulevat lahjoituksina, usein erilaisilta suurlahjoittajilta.

Julkisen rahoituksen vähentyessä säätiöiden asema taiteen tukemisen kentällä vahvistuu. Millaisia vaikutuksia tällä on?

– Julkinen rahoitus tukee taidetta monipuolisesti. Taide on itseisarvo. Kun rahoituksen painopiste siirtyy säätiöille, niillä on omat kriteerinsä sille, millaista taidetta ne haluavat tukea. Voi käydä niin, että taide alkaa muuttua sellaiseksi, joka sopii näihin valintaperusteisiin. Kapeneeko taiteen laaja-alaisuus samalla? Elina Försti pohtii.

Tuli rahoitus mistä tahansa, taiteen apurahoittaminen on jatkossakin taiteen edellytys Suomessa. Esimerkiksi kuvataiteen markkinat ovat ohuet. Teoksiaan myymällä elää vain harva. ◀

*”Vaikka olisit taiteen kentällä jo tunnettu, on arroganttia olettaa, että apurahahakemuksen arvioija tuntee työsi ja taustasi. Esittele ideasi aina ajatellen, että lukijalla ei ole mitään ennakkokäsityksiä. Jos liität teoksistasi (esimerkiksi maalaukset, veistokset) kuvia, valitse sellaiset, jotka toimivat valokuvissa. Ammattikuvaaajan käyttö teoskuvien ottamiseen maksaa itsensä takaisin.”*

**ELINA FÖRSTI, TAIDEMAALARI JA TAIKEN VISUAALISTEN TAITEIDEN TOIMIKUNNAN VARAPUHEENJOHTAJA**

MIKKO JOKIPII

# Kokemuksia joukkorahoituksesta

Esimerkkinä Mesenaatti sekä Case Kino Jalasjärvi ja Kasino-elokuva

*Mikko Jokipii on jalasjärvisen elokuvateatteri Kinon ohjelmavastaava ja Kasino-elokuvan ohjaaja. Kino on paikallisen kulttuuriyhdistys Mukula ry:n paljolti talkoovoimin pyörittämä elokuvateatteri. Jokipii on taustaltaan kulttuuri- ja tapahtumatuottaja. Kotipaikka Jalasjärvi.*

*Kirjoittanut Laura Lehtinen, TKI-asiantuntija, Eloa ja iloa Kaakkois-Suomeen Mikko Jokipiin puhelinhaastattelu 20.10.2021*

Mikko Jokipii on pyörittänyt kahdeksan vuotta Kino Jalasjärveä, joka perustettiin joukkorahoituksen avulla. Nyt elokuvateatteri toimii pääosin vapaaehtoisvoimin. Joskus joukkoja täydentää palkattu työntekijä. Elokuvateatteri saa vuosittain hieman tukea elokuväsäätioältä, yritys- tai sponsorirahoitusta ei enää ole. Jokipii myös tuotti ja ohjasi joukkorahoituksella toteutetun Kasino-elokuvan, joka kuvaa 90-luvun lopun nuorisokulttuuria Pohjanmaalla.

## **Meidän kylän elokuvateatteri -kampanja**

- ▶ Toteutettiin 7.4.–31.5.2017
- ▶ Minimitavoite oli 10 000 euroa
- ▶ Kampanjan tulos: 166 mesenaattia ja 20 075 euroa

- ▶ <https://mesenaatti.me/467/meidan-kylan-elokuvateatteri/>

## **Kasino-elokuva**

- ▶ Kampanja-aika 3.7.–30.9.2019
- ▶ Minimitavoite 2 000 euroa ja päätavoite 10 000 euroa.
- ▶ Kampanjan tulos: 67 mesenaattia ja 3 780 euroa.
- ▶ <https://mesenaatti.me/en/1252/kasino-elokuva/>

## **Miten olette käyttäneet joukkorahoitusta toiminnassanne?**

Jalasjärven elokuvateatterin ja Kasino-elokuvan lisäksi on ollut muitakin kampanjoita. Kampanjoissa olemme käyttäneet Mesenaattia.

Elokuvateatteritoiminnan alussa käytössä oli Gofundme, mutta sieltä saatiin vain pari tonnia. Eikä meillä ollut kunnianhi-

moista tavoitetta, tarkoitus oli hakea tukea vain perustamiskuluihin. Kun Mesenaatti perustettiin, siirryimme siihen. Mesenaatti on hyvä, koska se on suomalainen ja verot maksetaan Suomeen. Se on selkeä, tietää toimivansa lain puitteissa oikein. Se on todettu riskittömimmäksi.

Kinoa pyöritettiin useampi vuosi ennen remonttia. Meidän kylän elokuvateatteri -kampanjassa saatiin teatterin remonttikuluihin 20 075 euroa Mesenaatin kautta vuonna 2017. Remontti oli iso proggis: panimme teatterin kesäksi kiinni ja levitimme 80-luvulla puolitetun salin alkuperäiseen mittaansa, teimme mittavan lattiaremontin ja uudet penkkijaot, hankimme ison valkokankaan. Siinä oli tekemistä.

### **Tuliko asetettu kampanjatarve täyteen?**

Meidän kylän elokuvateatteri -hankkeessa oli useita tavoitteita eli kolme porrasta: 10 000 euroa, 20 000 euroa ja 30 000 euroa. Toteutusmalli riippui siitä, miten rahaa tulee, ja 20 000 euroa tuli täyteen. Sillä tehtiin muun muassa uusi ramppi ja laadukkaampi sisääntuloalue.

Vastikkeet ovat avainsana. On oltava mahdollisuus lähteä mukaan matalalla summalla, jotta ihmiset pystyvät osallistumaan. Remonttikampanjassa annoimme vastikkeiksi matalan kynnyksen juttuja. Pienin tukijaporras oli t-paita 25 eurolla, 50 euron tukija sai t-paidan ja leffaliput.

Sarjalippuja saivat 75 eurolla ja 150 eurolla tukeneet, 300 eurolla sai nimen penkkiin ja 600 eurolla nimen aitioon. Suurtukijoita eli 2 500 euroa maksaneita ei saatu.

Suurtukija olisi saanut metallisen plakaatin sähköreclineriin, logon ikkunaan kolmeksi vuodeksi, mainoksen vuodeksi elokuvanäytöksiin ja sata elokuvalippua.

Kasino-elokuvan kampanja Mesenaatin kautta ei periaatteellisesti eronnut elokuva-teatterin rahoituksesta. Siinä oli samantyyppinen vastikerakenne: esimerkiksi t-paita 30 euroa tai yksityistukija 80 euroa, jolla sai t-paidan, nimen loppu-teksteihin tukijat-osioon ja leffaliput. 150 eurolla sai nimetä hahmon

elokuvaan. Sitten oli 500 euron yritystukija ja 2 500 euron päätukija. Neljää alinta tukijaporrasta käytettiin eniten, volyyymi tuppaa tulemaan alimmista portaista. Yksi tukijan nimeämä hahmo saatiin leffaan.

Elokuvan teaserin Mesenaatti-kampanjaa varten tein itse, jotta ihmisille tuli mielikuva, että tässä oikeasti ollaan vakavissaan. Videon tekeminen Mesenaatti-kampanjaa varten on suositeltavaa: jos selaat palvelua, vastaan tulee laiskoja tekeleitä, vaikka että "rahoittakaa meidän studiokäynti" tai "rahoittakaa meidän harrastejoukkue ulkomaille". Vähän toivoisin niihin vaivannäköä.

### **Mikä on näiden kokemusten perusteella tärkein asia joukkorahoitusprojektia suunniteltaessa?**

Realistinen tavoite on tosi tärkeä: mitä uskoo voivansa kerätä ja mitä se tarkoittaa

*Vastikkeet ovat avainsana. On oltava mahdollisuus lähteä mukaan matalalla summalla, jotta ihmiset pystyvät osallistumaan.*





Platonin mukaan hyvän idea on kaiken tiedon perimmäinen kohde, ja olemassa olevat asiat saavat siitä arvonsa ja hyödyllisyytensä. (Lähde Wikipedia) Myös joukkorahoituksessa on kyse hyvistä ideoista. Kuvassa toteutetaan valokuvaidea Parikin Kulttuurilla osallisuutta -hankkeessa. **KUVAAJA:** Marja Seppälä

koko projektin kannalta. Joukkorahoitus on hyvä hankkeisiin, se on ihmisille tapa äänestää lompakoillaan. Tämä on lähtenyt peli- ja leffapuoelta, kun joku rutinoitunut tekijä, joka ei ollut isojen studioiden suosiossa, käytti joukkovoimaa ideansa toteuttamiseen. Joukkorahoituksessa on kyse ideoista. Jos onnistut myymään idean ihmisille, pääset tekemään.

Joskus näkee ylimitoitettuja odotuksia ja laiskoja vastikkeita. Vastike ei toki ole oleellisin, että saa jonkun t-paidan, vaan että ihmiset pystyvät sanomaan, että lahjoitin ja sain olla mukana tällaisessa.

Volyymi on tärkeä. Summa kertyy pienistä puroista, eli iso joukko antaa vähän. On turha nojata yksittäisiin isoihin mesenaatteihin, se on toiveajattelua. Todennäköisempää on, että 100 ihmistä antaa 20 euroa kuin että 20 ihmistä antaa 100 euroa.

Kaikille Mesenaatti ei sovellu. Joukkorahoituksen hyvä ja huono puoli on se, että projekti toteutuu vain, jos lahjoituksia saadaan. Jos projektissa on jo sitoutuneita kumppaneita, ei voi enää ilmoittaa verkossa, että hanke toteutuu vain joukkorahoituksella.

Syy joukkorahoituksen epäonnistumiseen on ihmisten epäluottamus. Pitää

todistaa, että on kykyä toteuttaa suunnitelmat.

## Mikä on keskeisin onnistumisen kriteeri?

Onnistuakseen keskimäärin pitää olla jollakin tasolla meritoitunut. Pitää olla track record siitä, että on tehnyt onnistuneesti asioita. Toiseksi pitää olla realistinen tavoite. Ihmiset menevät virran mukana. Kun kampanja lähtee rullaamaan, se lähtee rullaamaan. Kolmas on paketointi ja presentaatio. Tee kampanjasta helposti purettava ja omaksuttava, jotta ihminen tekee ostopäätöksen. Mitä monimutkaisemmaksi menee, sitä todennäköisemmin ihminen sulkee selaimen ennen tukipäätöstä.

Yhteisörahoitus on yhteisöllinen ilmiö. Jos siinä ei ole mitään yhteisöllistä, se ei onnistu. Yhteisöllisyys tarkoittaa vuorovaikutusta, ei vain rahan antamista.

Kasino sai yli 12 000 katsojaa Suomen elokuvateattereissa. Sillä on vaikutusta, että sadat ihmiset voivat sanoa olleensa mukana. Elokuva tuli vähän aikaa sitten toiseksi Jussi-galan yleisöäänestyksessä. Näytöksiä oli ympäri Suomen, mutta se oli maakunnallinen tuotanto ja Kasino oli enimmäkseen maakunnallinen menestys. Se oli Etelä-Pohjanmaan katsotuvin elokuva viime vuonna. Osallistaminen oli iso osa menestystä.

Kasino oli täydellinen yhteisörahoitusprojekti, koska teema, nuorisokulttuuri 90-luvulla, oli oikea. Siihen moni pystyi samaistumaan, vaikka toki myös 70–80-lukujen nuorisokulttuuri oli samanlaista, nuoriso kokoontui kylätalolle sekoilemaan. Jos asia saa ihmiset liikkeelle, kokemus on positiivinen. Isoin tekijä Kasinon tapauksessa oli se, millaisen kehyksen keskusteluille se ihmiselle antoi: *muistatko sen ajan, europop,*

*amisbassot ja wunderbaumit...* On helppo luoda mielikuva, jos teema on oikeanlainen.

Elokuvan Facebook-sivu saavutti 3 500 tykkäystä orgaanisesti ja aktiivisen seuraajajoukon, pienellä vaivalla ja ilman rahallista sponsorointia. Postauksia jakoi keskimäärin 50 ihmistä, mitä en ole koskaan nähnyt. En osaa sitä selittää, se osui johonkin yhteisölliseen hermoon. Alussa sivu kasvoi täysin orgaanisesti. Sponsorointia tehtiin vasta, kun oli myytäviä tuotteita.

Kun tehdään erilainen juttu ja menestytään maakunnan ulkopuolella, se tuo hyvää kokemusta, ylpeyttä ja positiivista energiaa alueelle.

## Mikä on kampanjaa toteuttavan kulttuuritoimijan suurin työ? Mikä on hänen roolinsa kampanjan toteutuksessa?

Pitää ottaa huomioon, että kun raha on tullut, siitä työ vasta alkaa. Kun olet jotakin luvannut, pidät huolen, että myös teet sen ajallaan. Lupauksen pitäminen lahjoittajia kohtaan on tärkeää.

Kampanjan pyörittäminen ei vaadi kauheasti. Kun se on pystyssä, se toimii melko itsenäisesti eikä ylläpitäminen ole erityisen työlästä. Kaikkein tärkeintä on tiivis ulosanti

ja myyvä presentaatio. Seuraava steppi on lupauksen lunastaminen.

Tiedottamisessa on toki iso työ; olet itse oman projektisi paras markkinoija. Mesenaatti markkinoi myös ja tekee keskitettyä tiedo-

tusta, mutta lähinnä se tavoittaa ihmisiä, joilla on ollut tekemistä Mesenaatin kanssa aiemmin. Tärkein asia tiedotuksessa on muistuttaa ihmisiä tasaisin väliajoin, missä mennään. Esimerkiksi, että nyt on saavutettu näin ja näin paljon.

*Yhteisörahoitus  
tarkoittaa  
vuorovaikutusta.*



Mesenaatti tarjoaa näkyvyyttä, mutta se on muodollisuus. Jos yhteisönä on koko Suomi, siitä on hyötyä, mutta jos yhteisönä on vaikka Ypäjä, ei Mesenaatin tiedotuksesta ole kovin paljon iloa. Silloin täytyy löytää kanavat itse: Facebook, puskaradio, Instagram ja rahallinen panostus somessa.

Kannattaa ottaa huomioon hinnoittelussa, että rahoista menee siivu Mesenaatille ja veroihin. Jos myyt lippuja 11 eurolla, et voi hinnoitella Mesenaatissa 11 eurolla, koska siinä on välikäsiä mukana.

### Millainen on hyvä presentaatio?

Jotain muuta kuin kuivaa informaatiota, jotain hauskaa, mikä kiinnittää ihmisten huomion. Video on paras, sillä siinä pystyy avaamaan paremmin, mistä on kyse. Kampanjoissa, joihin itse olen lähtenyt, on ollut aina mukana esittelyvideo. Kuvataan vaikka kylätaloa, jos on remontista kyse, tai levyprojektissa soitetaan biisiaihioita. Pitää mennä vähän syvemmälle kuin vain kirjoittaa nopeasti tekstit ja laittaa ne Mesenaattiin.

### Tuleeko kuluja, jos kampanja ei toteudu?

Jos Mesenaatti-kampanja tai tavoite ei toteudu, Mesenaatti palauttaa rahat rahoittajille.\* Usein näkee, että tavoitetta kohtuullistetaan. Kasinoakin maltillistettiin. Merkittäviä muutoksia ei kannata tehdä, koska silloin maalitus muuttuu, esimerkiksi 100 000 eurosta 5 000 euroon. Hienosäätö on mahdollista, kun ihminen on jo lahjoittanut ja tehnyt päätöksen.

### Keitä lahjoittajat olivat?

Suurin osa oli paikallista väkeä. Oli myös ulkomaisia ja maakunnan ulkopuolisia lahjoittajia, omia somekavereita ja sellaisia, joilla ei ole mitään siteitä alueelle, projekti vain oli heistä kiva. 90 prosenttia tapauksista oli ihmisiä, jotka tunnen. Japanista tuli lahjoitus, mutta se oli jonkun vaihto-oppilaskaveri, siinä oli se silta. Verkostot jylläävät.

### Mesenaatti.me

Mesenaatti.me-palvelu on Suomen ensimmäinen ja suurin vastikepohjainen yhteisörahoituspalvelu. Joukkorahoituksessa jokin hanke, kuten tuote, kehitysprojekti tai palvelu rahoitetaan tukijoiden kautta. Rahoittajat saavat vastineen, joka voi olla tuote, palvelu tai elämys, kuten pääsylippuja rahoitettavaan esitykseen, tuotteen ensipainos, osakkuus yrityksestä tai yhdistyksen jäsenyys. Palvelun kautta voi hakea rahoitusta erikokoisille hankkeille paikallisista kansainvälisiin. Rahoituskampanjan voivat käynnistää eri toimijat, niin yksityiset, projektiryhmät, yhdistykset kuin yrityksetkin. Kuka tahansa voi rahoittaa kampanjoita, myös pienillä summilla. Kampanjan minimitavoitteen on oltava 1 000 euroa, vastikkeen minimihinnan taas 10 euroa. Rahoituskampanjan perustaminen Mesenaatissa on ilmaista. Onnistuneiden rahoituskampanjoiden koko tuotosta Mesenaatti veloittaa 7 prosenttia ja lisäksi maksupalvelun transaktiokulut, 3 prosenttia. Lisätietoja löydät Mesenaatti.me-verkkosivuilta. ◀

\* ”Mikäli kampanja ei saavuta minimitavoitettaan ja rahat palautetaan rahoittajille, Mesenaatti kattaa kampanjan transaktiokulut 10 000 euron minimisummaan asti. Sen yli menevältä osalta veloittaa transaktiokulut kampanjantekijältä.” (Mesenaatin säännöt)



Kun tehdään erilainen juttu ja menestytään maakunnan ulkopuolella, se tuo hyvää kokemusta, ylpeyttä ja positiivista energiaa alueelle. **KUVAAJA:** Marja Seppälä

Mesenaatti.me  
-palvelu on Suomen  
ensimmäinen ja suurin  
vastikepohjainen  
yhteisörahoitus-  
palvelu. Lisätietoja  
löydät Mesenaatti.me  
-verkkosivuilta.

### Lähteet:

Jokipii, M. 2021. *Tapahtumatuottaja, elokuvateatteriyrittäjä*. Haastattelu 20.10.2021.

Mesenaatti. s.a. Säännöt. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://mesenaatti.me/info/etiketti/> [viitattu 8.11.2021].

Mesenaatti. s.a. Ohjeet joukkorahoitus-kampanjan tekemiseen. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://mesenaatti.me/info/ohjeet2/> [viitattu 8.11.2021].

Mesenaatti. s.a. Mikä on Mesenaatti.me? WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://mesenaatti.me/info/mika-on-mesenaatti-me/> [viitattu 8.11.2021].

SAMI RUMPUNEN

# Provinssi ja sponsorit

*Sami Rumpunen työskentelee kahdeksatta vuottaan Provinssi-festivaalin johtajana. Kauppatieteen tohtoriksi väitellyt Rumpunen tunnetaan musiikin, kulttuuritapahtumien ja amerikkalaisen jalkapallon suurkuluttajana. Kotipaikka Seinäjoki.*

*Kysymykset Päivi Alaniska, Projekti-koordinaattori, Kulttuurin paikka  
Sami Rumpusen sähköposti-  
haastattelu 8.10.2021*

## **Mikä on yritys yhteistyötulojen osuus yhden Provinssi-festivaalin kokonaistuloista?**

Yritys yhteistyötulojen määrä (kaupallisen yhteistyön puitteissa) on enemmän kuin kolminkertaistunut viimeisen viiden vuoden aikana. Niistä muodostuu kolmanneksi suurin tuloerä lipunmyynnin ja ravintolatoiminnan tuloksen jälkeen. (Ravintolatoiminnan tulos tarkoittaa ravintolamyyntiä siitä aiheutuvien kulujen jälkeen.) Suurimmilla festivaaleilla kaupallisen yhteistyön osuus liikevaihdosta joko lähestyy 10 prosentin rajaa liikevaihdosta tai ylittää sen – Provinssilla raja on ylittynyt jo usean vuoden ajan. Kaupallinen yhteistyö kattaa vuositasolla maksimissaan noin 30 asiakkuutta, joista asiakasrajapinnassa tapahtuman aikaan näkyi noin 20.

## **Miksi yritys lähtee mukaan yhteistyöhön? Mikä yrityksiä motivoi?**

Karkeasti voi erotella motiivin liittyvän joko myyntiin, markkinointiin tai näiden yhdistelmään. Myynnillä tarkoitan tässä yhteydessä suoraa, joko tapahtumassa toteutuvaa tai suorasti tapahtuman jollain muulla tapaa synnyttämää tai ohjaamaa myyntiä. Käytännössä lähes jokainen yhteistyötapaus on yhdistelmä näitä kahta. Valtaosa yrityksistä myy jossain mitta-kaavassa tuotteitaan tapahtuman aikana tapahtuma-alueella, mutta maksaa myyntioikeuksien lisäksi vahvasta näkyvyydestä tapahtuman kohderyhmän keskuudessa.

Markkinoinnin osalta yrityksiä motivoi – niin ikään karkeasti jakaen – tunnettuuden lisääminen ja positiivisen mielikuvan vahvistaminen tapahtuman kohderyhmässä. Image transfer on yksi klassisista sponsoroinnin tavoitteista, ja tapahtumien yhteydessä se perustuu yrityksen ymmärrykseen siitä, että niitä kiinnostava kohderyhmä luottaa, uskoo ja kuuntelee tapahtumaa ja suhtautuu avoimen positiivisesti kontakteihin, joita



yritys kohderyhmään ottaa joko tapahtuma-alueella tai muulla tavoin tapahtuman rakentaman sillan tai suosituksen avulla.

Useat sadat festivaalikävijät kokevat viettävänsä vuoden parhaita hetkiään festareilla. Tämä mahdollistaa ainutlaatuisen positiivisen vireen kohtaamisille ja ennen kaikkea suotuisan maaperän yrityksille, joiden tavoitteena on synnyttää tuotekokeiluja selvästi keskimääräistä seikkailu- ja kokeilunhaluisemman kuluttajamassan keskuudessa.

### **Miten ja mistä lähteä liikkeelle, kun haluaa virittää yritys yhteistyötä oman projektin ympärille?**

Olennaista on kyetä muodostamaan todellinen ja selkeä kokonaiskäsite tapahtumasta, sen asemoitumisesta, asiakassegmenteistä, vahvuuksista ja heikkouksista. Sitten tulisi kyetä presentoimaan kaikki tämä projektiin liittyvä muodossa, joka on selkeästi ymmärrettävä, uskottava ja luottamusta herättävä.

On pystyttävä osoittamaan, millaista lisäarvoa yritykselle kyetään tuottamaan ja miksi tämä lisäarvo kannattaa hakea juuri tähän projektiin mukaan lähtemällä. Tämä edellyttää myös potentiaalisen asiakkaan (siis yritys yhteistyöhön haettavan kumppanikandidaatin) ja sen asiakaskunnan tunteesta – eli lähestymiseen tulisi aina pyrkiä räätälöitynä. Samalla kymmenille firmoille lähetettävällä copy-paste-materiaalilla ei useinkaan saavuteta tuloksia.

Oikea hinnoittelu on tietysti avainasemassa. En suosittelen pihtaamaan hintakeskustelua peläten, että se katkaisee lupavasti alkaneen keskustelun. Molemmat säästävät aikaa, jos karsitaan pois väärinkäsitykset siitä, että yhteistyö voisi syntyä pennosillakin.

Todellinen valttikortti on tietysti upea ja yksilöllinen konsepti, joka kattaa kumppanuuden koko kaaren ja huomioi tapahtuman, sen kävijöiden ja yrityksen erityispiirteet sekä näille syntyvän lisäarvon. ◀



Musiikkifestivaali on yleisötilaisuus, jossa monta yhtyettä tai artistia esittävät vuorotellen ohjelmistojaan. Festivaalit kestävät usein monta päivää ja ne järjestetään pääsääntöisesti kesäkuukausina. Useat sadat festivaalikävijät kokevat viettävänsä vuoden parhaita hetkiään festareilla. **KUVAAJA:** Marja Seppälä

TIMO NISULA

# Kouvolan Lakritsi ja näkökulma taiteen ja kulttuurin sponsorointiin

*Timo Nisula on lakutehtailija, ajattelija, ex-painija ja sukelluskouluttaja. Pienenä isokokoonen nurmoolaanen painija. Kotipaikka Espoo.*

*Kirjoittanut Laura Lehtinen, TKI-asiantuntija, Elo ja iloa Kaakkois-Suomeen Timo Nisulan puhelinhaastattelu 22.11.2021*

## Sponsoroitteko taiteen ja kulttuurin tahoja? Keitä tai minkä alan tekijöitä?

Kyllä. Olemme tukeneet aiempina vuosina esimerkiksi Kouvolan teatterin nuorten toimintaa, kun kaupungin rahoitus pieneni. Olen katsonut, että on parempi, jos nuoret ovat jossain muualla kuin katkomassa antennija.

Tuoreempi juttu, josta kukaan ei vielä varmaan ole ääneen puhunut, on Helsingin soutustadion, joka rakennettiin olympialaisiin. Sinne on tulossa toimija, joka elävöittää kohteen, tulee oopperaa, musiikkia ja muuta. Soutustadion otetaan käyttöön ja sinne tuodaan kulttuurielämyksiä. Yrityksiä haetaan mukaan, ja me olemme luvanneet lähteä tukemaan. Tarkoitus on, että toiminta käynnistyy ensi kesänä.

Yhä enemmän meidän yritysten ja yksityisten ihmisten pitää ylläpitää tällaisia hankkeita, koska vaikka yhteiskunnan säkkiin lappaisi kuinka paljon hyvänsä, pohjaa ei ole.

Luulen, että meillä on yritysten ja kulttuurialan kohtaamisongelma. Kulttuuriala ei välttämättä osaa hakea kontakteja, eikä yritysmaailma välttämättä ymmärrä olla kiinnostunut. Minä näen, että jos pystyisimme jotenkin pistämään yhteen bisneksen, tieteen, taiteen ja kulttuurin, kuten joskus aikoinaan 1800–1900-luvun taitteessa – laittaisimme ne samaan paikkaan, sekoitaisimme pakkaa ja katsoisimme, mitä tulee – voisimme saada yhdessä aika paljon enemmän aikaa kuin yksin touhutteessa. Tällaista ristiin sekoittamista pitäisi tehdä paljon enemmän, jutella ja katsoa, mitä toisella voisi olla annettavana. Mutta foorumeita ei ole. Yritykset, koulut, tiede ja taide voisivat olla toisilleen enemmän hyödyksi, kun niille järjestettäisiin mahdollisuus toimia yhdessä.

Kun Kouvolan Lakritsi saa uuden tehtaan pystyyn entisen kauppaopiston tiloihin, voimme herättää keskustelua ja järjestää juttuja, joista äkkiseltään luulisi, ettei niillä ole mitään tekemistä keskenään. Voimme herättää keskustelua. Rahan ei aina tarvitse liikkua, vaan jo se, että kommunikoimme keskenämme, vie asioita



eteenpäin. Voi olla, että Xamkilta löytyy osaamista, joka ei maksa yritykselle juuri mitään. Xamkin opiskelijat ovat esimerkiksi suunnitelleet meille myymälää. Olemme myös tehneet kolmen vuoden yhteistyösopimuksen Kouvolan Capital of Game Art -hankkeen kanssa, jossa Kouvolasta tehdään pelitaitteen pääkaupunkia. Olemme rahallisesti tukemassa hanketta, ja esimerkiksi meidän tiloihimme voi tulla esille pelitaidetta.

### **Miten taide- tai kulttuurialan toimijan tulisi lähestyä yritystä sponsorointi- tai yhteistyöasioissa?**

Se onkin hyvä kysymys. Sponsorointipyynn- töjä tulee monta päivässä. Ongelma on, että vaikka idea olisi kuinka hyvä, se hukkuu mas- saan. Pitäisi ottaa toisenlainen kulma, pitäisi pystyä tarjoamaan yritykselle vastinetta. Ei riitä, että vain pyytää rahaa. Minä esimerkiksi ostin taiteilijalta teoksen, jossa Valkealan kirkon torniin oli maalattu lakupiippu, ja osa kauppahinnasta lahjoitettiin syöpäsairaala- lle. Rahanpyytäjiä on loputon määrä, mutta vastineessa on enemmän ideoita.

### **Mikä innostaisi sponsoroimaan uutta taide- tai kulttuuritoimijaa?**

Siihen vaikuttaa hirveän paljon se, onko itsellä jotain kiinnostusta asiaan, onko se lähellä sydäntä. Tai sitten tuettavan asian pitää liittyä jotenkin yritykseen.

### **Onko taiteilijan arvopohjalla, paikallisuudella tai erikoisuudella merkitystä?**

Kaikki, mikä poikkeaa jollain lailla mas- sasta, on hyvä. Jotta yrittäjät lähtisivät tukemaan paikallisia toimijoita, pitäisi keskustella siitä, mitä saadaan aikaiseksi. Tätä keskustelua ei juurikaan käydä. Pitäisi perustella, miksi sponsoroida. Kaikki ra- hanpyytäjät ovat yrityspuolella samassa jonossa, on kyse sitten jääkiekkoharrastuk- sesta tai taidenäyttelystä. Taidepuolella taas pitäisi hypätä yrittäjän housuihin ja miettiä,

mitä meillä on tarjottavana, miksi yritys lähtisi meitä sponsoroimaan.

### **Mitä odotuksia yrityksellä on yhteistyölle?**

Meillähän oli yhteistyökuvio esimerkiksi Pete Parkkosen kanssa. Lähdimme tu- kemaan musiikkia, kun on ollut tämä korona-aika ja yhteiskunta nosti kätensä pystyyn. Teemme yhdessä asioita, joista on hyötyä molemmille. Pete tulee esimer- kiksi meille esiintymään. Teatterin kanssa tehdystä yhteistyöstä olemme saaneet pääsylippuja. Ei sen tarvitse olla mitään ih- meellistä, mutta jotakin käsin kosketeltavaa – ettei tililtä vain lähde rahaa.

### **Tuoko yhteistyö näkyvyyttä, onko se osa yhteiskuntavastuuta?**

Totta kai. Parhaimmillaan molemmat osa- puolet voivat jakaa somessa ilosanomaa, jos- ta molemmat hyötyvät ja joka tuo näkyvyyttä. Kouvolassa jalkapallojoukkue, jossa pelaa pakolaisia, päätti ottaa nimekseen Kouvolan Lakut. Kaupunki veloitti joukkuetta jalka- pallokentän käytöstä, eikä heillä ollut rahaa, joten minä olen rahoittanut heitä ja ostanut jalkapalloja. En ole siitä meteliä pitänyt, mut- ta tämä on hyvä esimerkki siitä, että mahdol- listetaan asioita, joita yhteiskunta ei hoida. Se tuo hyvää mieltä. Vastine voi olla esimerkiksi, että autetaan nuori taiteilija alkuun tai rahoit- tetaan jotakin tapahtumaa, jonka rahoitusta kaupunki on leikannut. Sekin voi riittää.

### **Liikunta on tuki kulttuuria laajasti ajatellen?**

Kyllä. Tuemme mieluummin nuorten urhei- lijoiden harrastuksia, kun muita tukijoita ei välttämättä ole. Kun ollaan mestareita, kaik- ki ovat kavereita ja taputtavat selkään. Tuki ei riipu lajista, vaan meitä kiinnostaa tarina, se saa lähtemään mukaan. Enemmän ja enemmän tuemme yksilöitä, vähemmän ja vähemmän seuroja ja vielä vähemmän edustusjoukkueita.

Ilman kulttuuria ei ole ihmistä. ◀

# Vinkit ja linkit

Lottaliina Pokkinen: **Artisti maksaa - neuvotteluopas luoville aloille**

Jari Parantainen: **Hinnoittelu on helppoa ja hauskaa** – 55 vinkkiä, joiden avulla nostat taksasi taivasiin

James Watt: **Business for Punks**, riko sääntöjä ja menesty

Jaakko Blomberg: **Selviytymisopas luovan alan yrittäjälle**

<http://vyyhti.metropolia.fi/selviytymisopas-luovan-alan-yrittajalle/>

Anna Pikala: **Luovuus ja liiketoiminta -työkirja**. Käytännön työkaluja luovien alojen liikeidean ja liiketoiminnan kehittämiseen

<https://www.theseus.fi/handle/10024/88952>

CityDrivers - **Teemme luovan osaamisen myynnistä ja ostamisesta helppoa**

<http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-799-527-6>

Ornamo, **Tilaa taitavasti – Miten ostat taiteen asiantuntijapalveluita**

[https://www.ornamo.fi/app/uploads/2020/10/Tilaa-taitavasti\\_-Miten-ostat.pdf](https://www.ornamo.fi/app/uploads/2020/10/Tilaa-taitavasti_-Miten-ostat.pdf)

Ornamo, **Helpompi, luovempi hankinta** <https://www.ornamo.fi/app/uploads/2019/05/Helpompi-luovempi-hankinta-2020.pdf>

**Rytmimanaalin** sivustolla näkökulmia mm. musiikintekijän ansaintalogiikkaan

<https://rytmimanaali.fi/category/talous-yrittaminen/>

**Luova Suomi** sivustolla lisää lukemiskivinkkejä <http://www.luovasuomi.fi/www.luovasuomi.fi/tietoa/julkaisuja.html>

**Luova matka -hankkeen kulttuurimatkaluovalmennus** sivustolla mm. tuotteistamisesta, hinnoittelu- ja ansaintalogiikasta, lainsäädännöstä ja tekijänoikeuksista, markkinoinnista ja myynnistä.

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/kulttuurimatkailu/culture-creators>

**Taiken Youtube-sarja**

Apuraha ja työttömyysetuus [https://youtu.be/fMg\\_61dpvSU](https://youtu.be/fMg_61dpvSU)

Taiteilijan urapolkuja <https://youtu.be/fw7H3bJ-9Fg>

Yrittäjänä taidekentällä <https://youtu.be/g1Coya5fcH0>

---

TAKU, Taide- ja kulttuurialan ammattijärjestö <https://taku.fi/>

TEME, Teatteri- ja mediatyöntekijöiden liitto <https://www.teme.fi/fi/>

Kirjailijaliitto <https://kirjailijaliitto.fi/>

Suomen tietokirjailijat ry <https://www.suomentietokirjailijat.fi/etusivu.html>

Muusikkojen liitto <https://www.muusikkojenliitto.fi/>

Dance info Finland, tanssin tiedotuskeskus <https://www.danceinfo.fi/infobank-category/edunvalvonta/>

Tanssioppilaitosten etujärjestö <https://stopp.fi/>

Suomen taiteilijaseura <https://www.artists.fi/fi/>

Frame Contemporary Art Finland, Nykytaiteen asiantuntijaorganisaatio ja tiedotuskeskus <https://frame-finland.fi/>

---

**KULTA ry** on lokakuussa 2018 toimintansa aloittanut kulttuurin ja taiteen edunvalvoja. <https://kulttuurijataide.fi/>

**Creative Finland** on suomalaisen luovan talouden ja luovien alojen viestintäalusta. <https://www.creativefinland.fi/>

**Taikusydan** on kulttuurihyvinvoinnin valtakunnallinen yhteyspiste ja yhteistyöverkosto. <https://taikusydan.turkuamk.fi/>

PIIA KLEIMOLA

# Lopuksi.

*Älä jää raha- ja taloushallintohaasteissa yksin!*

Apua ja opetusta tuotanto- ja talousasioiden perusteisiin aivan varmasti saa. On eri tahojen järjestämiä kursseja ja koulutuksia, yritysneuvoja on helppo lähestyä ja rahoituksesta järjestetään kaikille avoimia infotilaisuuksia.

Tuotteistukseen, hinnoitteluun, hankkeistamiseen ja palvelumuotoiluun löytyy paljon lyhytkoulutusmahdollisuuksia. Alojen kattojärjestöt auttavat lupa- ja sopimusasioissa. Myyntityötäkin voi opetella.

Koko luovan alan kenttää palveleva hintataso muuttuu konkretiaksi vain avoimen rahakeskustelun myötä. Myös yhteinen valtakunnallinen hissipuhe taiteen, kulttuurin ja luovuuden hyvinvointivaikutuksista muutettuna euroiksi tukisi volyymillaan koko kenttää. Lisäksi rahapuhe tulisi lähtökohtaisesti juurruttaa kunnolla taide- ja kulttuurialan koulutuksiin.

Yhdessä olemme enemmän – rahapuheessakin!



Latinan moneta, joka on alun perin Juno-jumalattaren lisänimi, on antanut rahan nimen moniin kieliin, esimerkkinä englannin money. Moneta on johdos sanasta monere ('varoittaa'). Rooman tasavallan ensimmäinen rahapaja sijaitsi Juno Monetan temppelissä, mistä kytkös rahaan on tullut jäädäkseen.

**LÄHDE:** <https://fi.wikipedia.org/wiki/Raha>. **KUVAAJA:** Marja Seppälä



## **Rahapuhetta taide- ja kulttuurikentältä**

*sisältää nimensä mukaisesti puheenvuoroja, haastatteluja ja tietolaatikoita rahasta ja talousosaamisesta.*

*Julkaisun taustalla on kaksi kulttuurin kehittämistehtävää: Kymenlaaksossa ja Etelä-Karjalassa toteutunut Eloa ja iloa Kaakkois-Suomeen sekä Etelä-Pohjanmaan Kulttuurin paikka.*

*Kehittämistehtävät pohjautuvat keväällä 2019 uudistettuun kuntien kulttuurilakiin ja etenkin pykälään edistää kulttuuria ja taidetta osana asukkaiden hyvinvointia ja terveyttä, osallisuutta ja yhteisöllisyyttä.*

**Asiasanat:** taide, kulttuuri, luovat alat, raha, talousosaaminen