

**Äänikirja-ala ilmiönä ja sen vaikutus kirjailijan työtulorakenteeseen
vuonna 2020**



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Hevosalan liiketoiminta, tradenomi, Forssa

Syksy 2021

Niina Syrjäaho

Hevosalan liiketoiminta, tradenomi
Forssa

Tiivistelmä

Tekijä Niina Syrjäaho

Vuosi 2021

Työn nimi Äänikirja-ala ilmiönä ja sen vaikutus kirjailijan työtulorakenteeseen vuonna 2020

Ohjaaja Anu Viherä

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää äänikirjojen tekijöilleen vuonna 2020 tuottama liikevaihto sekä se, miten tuotetut eurot jakautuvat tekijöiden kesken. Tutkimuksella pyrittiin selvittämään myös se, onko ansaintalogiikassa epäkohtia. Tavoitteena oli myös tutkia, miten kustannusalan voimakas digitalisoituminen vaikuttaa kirjailijan saamiin tuloihin ja millaisena alan tulevaisuus nähdään. Toimeksiantajana oli hämeenlinnalainen äänitysstudio Sound Supreme. Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena pohjautuen haastatteluihin ja internetistä kerättyyn tietoon.

Haastattelut tehtiin syyskuun 2021 puolivälissä puhelimitse kirjailijoille ja sähköpostitse kustantamoiden edustajille ja äänikirjojen kuunteluaikapalveluille. Lisäksi sähköpostitse lähetettiin kysymyksiä Celialle, opetus- ja kulttuuriministeriölle sekä Forssan ja Tammelan kirjastoihin. Näistä kaikista saatuja vastauksia hyödynnettiin tutkimuksessa aihealueiden mukaan. Puhelinhaastattelukysymyksiä ei annettu haastateltaville etukäteen, vaan ne esitettiin vasta puhelujen aikana. Haastattelukysymyksiin ja sähköposteihin saadut vastaukset lajiteltiin erillisiksi muistiinpanoiksi aihepiireittäin, ja vastauksista pyrittiin erottelamaan olennaisimmat seikat ja läpi aineiston samankaltaisina toistuvat asiat.

Tutkimusaineiston perusteella ei voida luoda täysin luotettavaa tulosta liikevaihdosta ja sen jakautumisesta, sillä osaa tiedoista ei saatu. Kuunteluaikapalvelut eivät halua julkaista tietoja liikevaihdostaan. Kustantamoiden ja kuunteluaikapalveluiden väliset sopimukset ovat myöskin salaisia, ja näin ollen kokonaisliikevaihto sekä tulonjako perustuvat arvioon. Digitalisaation vaikutuksista kustantamoalan tuloihin ja äänikirja-alan tulevaisuuden näkymiin saatiin tietoa haastatteluilla, ja sen tueksi löytyi hyvin tietoa verkosta. Tältä osin tutkimus tuotti toimeksiantajalle ja muille alan toimijoille käyttökelpoista tietoa.

Avainsanat äänikirjat, kustannusala, haastattelututkimus

Sivut 33 sivua ja liitteitä 2 sivua

Degree Programme in Equine Business Management

Forssa campus

Author Niina Syrjäaho

Subject Audiobook business as a phenomenon

Supervisors Anu Viherä

Abstract

Year 2021

The purpose of this thesis was to find out the total revenue of audiobook business in Finland in 2020 and furthermore how much money does each operator earn. The project involved also research about how digitalisation has an impact on publishing business. The commissioner of the thesis was Sound Supreme, a recorder studio. A quantitative research method was used. Information was gathered from phone interviews, emails and searched from the internet.

Interviews were conducted in September 2021 by telephone to authors and by e-mail to publishers and audiobook subscription services. In addition, questions were sent by e-mail to Celia, the Ministry of Education and Culture and the libraries of Forssa and Tammela. The responses received from all of these were utilized in the study by topic. The responses to the interview questions and e-mails were sorted into separate notes by topic, and the aim was to separate the most relevant points from the responses and things that recur as similar through the material.

According to the results of the research it is not possible to give completely reliable amount of the total income in audiobook business. Audiobook services do not want to publish their incomes. Arrangements between audiobook services and publishing houses are naturally also secrets. The project was successful in collecting information from the impacts to incomes in publishing business and future perspective caused by digitalisation.

Keywords audiobook, publishing business, interview survey

Pages 33 pages and appendices 2 pages

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Äänikirja	2
2.1	Miten äänikirja syntyy	3
2.2	Äänikirjan suosio	4
2.3	Äänikirja-alan toimijat	6
2.4	Äänikirjan jakelu	9
2.5	Äänikirjapalvelut	10
3	Äänikirjaliiketoiminta	12
3.1	Ansaintamallit	12
3.1.1	Kirjailijan tulot	13
3.1.2	Kustantamon tulot	15
3.1.3	Kustannukset	15
3.2	Liikevaihto	17
4	Tutkimus	20
4.1	Miten haastattelut tehtiin	20
4.2	Sähköpostikyselyt	21
4.3	Aineiston käsittely	22
5	Tulokset	23
5.1	Kirjoista saatava tulo	23
5.2	Kustannusrakenne	25
5.3	Vuonna 2020 tuotetut äänikirjat	26
5.4	Ansaintalogiikan epäkohtia	27
5.5	Äänikirja-alan tulevaisuuden näkymiä	28
6	Johtopäätökset ja yhteenveto	31
6.1	Tutkimuksen johtopäätökset	31
6.2	Yhteenveto opinnäytetyön tekemisestä	33
	Lähteet	35

Liitteet

- Liite 1 Kirjailijoille esitetyt kysymykset
- Liite 2 Kustantamoille esitetyt kysymykset

1 Johdanto

Aihe tähän opinnäytetyöhön valikoitui ennen kaikkea ajankohtaisuutensa ja äänikirjojen räjähdysmäisen suosion kasvun takia. Teknologian kehityksen myötä äänikirjojen kuuntelemisesta tuli yhtäkkiä ilmiö. Puhelimeen ladattavalla kuuntelusovelluksella digitaaliset kirjat kulkevat helposti mukana lähes mihin tahansa.

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, vuoden 2020 äänikirjaliiketoiminnan liikevaihdon perusteella, miten äänikirjoista saatava tulo jakautuu alan eri toimijoiden kesken.

Tavoitteena on selvittää myös, onko ansaintalogiikassa epäkohtia vai onko se kaikille osapuolille reilu ja miten kustannusalan voimakas digitalisoituminen vaikuttaa kirjailijan saamiin tuloihin ja millaisena alan tulevaisuus nähdään. Toimeksiantajana on hämeenlinnalainen äänitysstudio Sound Supreme. Tutkimus on tarkoitus toteuttaa laadullisena tutkimuksena pohjautuen haastatteluihin ja internetistä kerättyyn tietoon.

Työn perustana oleva tutkimuskysymys on seuraava:

- Miten äänikirjaliiketoiminnan liikevaihto jakautuu kuuntelupalvelujen, kustantajien, tuottajien ja kirjailijoiden kesken?

Lisäksi toimeksiantaja on kiinnostunut kustantamokohtaisesti vuoden 2020 aikana tuotettujen äänikirjojen määrästä.

Aiempia tutkimuksia äänikirja-alan liikevaihdosta ei löytynyt. Äänikirjaa mediatuotteena on tutkinut Kira Andersson vuonna 2019. Heidi Piipponen on tehnyt vuonna 2014 gradun äänikirjan historiasta ja tulevaisuuden näkymistä. Kuunteluaikapalveluita ei vielä tuolloin tunnettu, vaan kirjat myytiin yksittäiskappaleina. (Theseus,n.d.; Finna, n.d.)

Opinnäytetyö alkaa tietoperustalla, jossa avataan keskeisiä käsitteitä ja esitellään alan toimijoita sekä äänikirjaliiketoimintaa. Tämän jälkeen työssä edetään aineiston keruun ja käytettyjen tiedonhankintamenetelmien esittelyyn. Tuloksissa tarkastellaan kerättyä aineistoa teemoittain. Johtopäätökset-luvussa on johtopäätösten lisäksi pohdintaa siitä,

miten aihetta voisi työstää vielä lisää ja onko tutkimuksessa ja sen tuloksissa ongelmia. Luku sisältää myös tutkijan reflektoinnin omasta työstään.

2 Äänikirja

Äänikirja on äänitallenteeksi tehty kirja eli teos luettuna versiona. Äänikirjoja julkaisevat pitkälti samat kustantamot, jotka julkaisevat tavallisiakin kirjoja.

Itse äänikirja ei ole uusi tuote, vaan niitä on ollut saatavilla jo 1950-luvulla lähinnä näkövammaisten tarpeisiin. Aluksi kirjat olivat avokelanauhoja. Teknologian kehittyessä yhä useampia kirjoja julkaistaan myös äänikirjana ja äänikirjoja tarjoavat palvelut ovat yleistyneet ja ala onkin voimakkaassa kasvussa. Nykyään äänikirjat kuunnellaan netistä tai sovellusten kautta. (Celia, 2019)

Suomen Kustannusyhdistyksen myydyimpien kirjojen listalle ylsi vuonna 2020 neljä äänikirjaa, yhtä monta oli myös vuonna 2019. Vuoden 2020 tilastossa kaksi myydyintä nimekettä ovat nimenomaan äänikirjoina, kun edeltävänä vuonna äänikirja löytyi jaetulta kolmannelta sijalta yhdessä pokkarin kanssa. (Suomen Kustannusyhdistys, 2021)

Kuva 1. Myydyimmät kirjat vuonna 2020 (Suomen Kustannusyhdistys).

Myydyimmät kirjat vuonna 2020

Myydyimmät teokset kirjallisuuslajeittain 2020

Lataa

Sija	Tekijä	Kirja	Formaatti	Kustantaja	Myynti kpl
1	Forssén Ehrlin, Carl-Johan	Kani joka tahtoi nukahtaa	äänikirja	Otava	68100
2	Lehtinen, Pekka	Wanted Janne "Nacci" Tranberg	äänikirja	CrimeTime	54500
3	Obama, Barack	Luvattu maa		Otava	50100
4	Holma, Antti	Kaikki elämästä(ni)	äänikirja	Otava	49700
5	Remes, Ilkka	Kotkanpesä		WSOY	44300
6	Kytömäki, Anni	Margarita		Gummerus	42900
7	Vuorinen, Juha	Marbellan miljartööri-iskä	pokkari	Diktaattori	38300
8	Kunnas, Mauri	Joulupukin joululoma		Otava	36500
9	Havukainen, Aino ja Toivonen, Sami	Tatu ja Patu – kovaa menoa kiskoilla		Otava	35900
9	Owens, Delia	Suon villi laulu	äänikirja	WSOY	35900

2.1 Miten äänikirja syntyy

Äänikirjan syntyprosessi on seuraavanlainen: Ihan ensimmäiseksi mietitään, mistä kirjasta äänikirja tehdään. Tuottaja ja kustantaja tai erityinen valintaryhmä käyvät neuvottelua ja syventyvät tarkemmin 3-6 kirjaan. Tässä vaiheessa ensimmäisen kerran mietitään kirjalle sopivaa lukijaa. Joskus päätökset äänikirjaksi sopivasta kirjasta syntyvät nopeasti, joskus päätöksenteko vie enemmän aikaa. Sitten otetaan yhteyttä kirjailijaan. Hänelle kerrotaan, miten asiassa edetään, ja hänen mielipidettään kysytään esimerkiksi lukijan äänestä. Joskus myös kirjailija itse voi toimia teoksen lukijana.

Lukijan valinta on seuraava vaihe, johon kuuluu ääninäytteiden kuunteleminen sopivan löytymiseksi. Celian tuotantopäällikkö Kirsi Yläne onkin todennut (Kainulainen, 2011) ”*Hyvä lukija on sellainen, johon ei kuunnella kiinnitä erityistä huomiota, kirja on pääosassa.*” Asioita, joihin valinnassa kiinnitetään huomiota, ovat sopiva ikä, sukupuoli, ääni ja kielitaito. Kun lukija on riittävästi tutustunut teokseen eli lukenut sen useampaan kertaan, tarkastellaan vielä vierasperäisten sanojen ääntämystä.

Kirjaa voidaan joutua hieman muokkaamaan yhdessä kirjailijan kanssa, että siitä saadaan äänikirjana toimiva. Nauhoitus tapahtuu studiolla. Tunnissa äänikirjan lukija lukee

keskimäärin 20 - 25 kirjan sivua. Joku lukija pystyy lukemaan neljäkin tuntia, toisilla ääni alkaa loppua aikaisemmin. Jos lukija kiirehtii tai tulee virhe, nauhoitus tehdään uudestaan. Seuraavaksi tallenne tarkastetaan ja editoidaan eli jälkikäsitellään, jolloin sieltä poistetaan ylimääräiset huokaukset ja muut virheet. Näin kirjasta tehdään mahdollisimman mukavaa kuunneltavaa. Äänikirjan viimeistelyssä kirja saa kannen ja isbn-numeron, joka on kansainvälinen standardisointitunnus. Tämän jälkeen kirja onkin valmis ja julkaistavissa. (Ryynänen, 2020)

2.2 Äänikirjan suosio

Tilastokeskuksen Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö- tutkimuksesta (2020) käy ilmi, että 23 % suomalaisista on kuunnellut äänikirjoja tutkimusta edeltäneiden kolmen kuukauden aikana. Tuloksissa ei näy sitä, onko kirja lainattu kirjastosta, kuunneltu jostain ilmaiseksi vai onko kyseessä jokin äänikirjoja myyvä palvelu. (Tilastokeskus, 2020)

Samoilla linjoilla Tilastokeskuksen kanssa on Elisan digikirjojen käyttäjien tutkimus, jonka mukaan miljoona suomalaista on ostanut tai lainannut digitaalisen kirjan vuonna 2019. Tutkimuksesta ilmenee myös, että 40 % näistä henkilöistä on nimenomaan kuunnellut kirjan. Digitalisaatio on tuonut laajan, ajasta ja paikasta riippumattoman, kirjakaupan kuluttajien ulottuville. (Elisa, 2020)

Toimintaympäristömme on muuttunut, muutoksia ovat käynnistäneet esimerkiksi väestön ikääntyminen, kaupungistuminen, jäteongelmat ja ilmastonmuutos sekä digitalisaation mahdollistama kehitys. Tämä kaikki vaikuttaa ihmisten ja yritysten toimintaedellytyksiin. Asiakas voi siis muuttaa toimintatapojaan, ja ihmisten ostokäyttäytyminen onkin muuttunut ja arvomaailmassakin on huomattavissa muutosta. (Hänti, 2021, s.77)

Ostokäyttäytyminen on muuttunut erityisesti teknologian myötä aika- ja paikkariippumattommaksi. Oli arki- tai juhlapäivä, asiakkaat on totutettu siihen, että ostoksia voi tehdä heille parhaiten sopivaan aikaan. Myös aikajänne on lyhentynyt, ja ihmiset edellyttävät yhä nopeampaa ja nopeampaa palvelua, erilaisia pikatoimituksia ja välittömästi toteutuvia kauppvoja. Verkon kautta kaikkea on ostettavissa vaivattomasti ympäri maailmaa,

vaikka sohvalla tai junassa istuessa. Mobiililaitteet osaltaan mahdollistavat hankintojen tekemisen ja ostosten maksamisen. (Hänti, 2021, s.40)

Suomalaisille omistaminen on ollut tärkeää, mutta muutosta on havaittavissa. Vuokralla asuminen yleistyy, liikkumiseen käytetään muuta kuin omaa autoa, ja tuotetta halutaan käyttää ilman sen omistamista. Liiketoimintamallit, jotka soveltavat tuotteen tarjoamista käyttöön ilman omistamisen tavoitetta, ovat kasvussa. Äänikirja sopii hyvin tähänkin kategoriaan. (Hänti, 2021, s. 27)

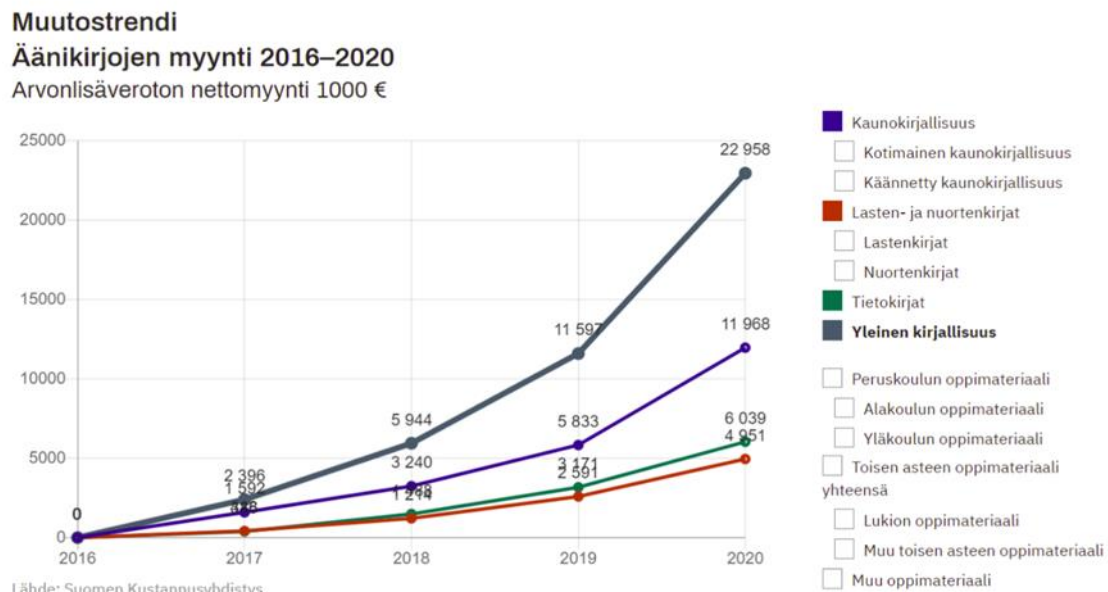
Digitalisoitumisen vaikutukset ovat yhteiskunnassa konkreettisia ja näkyvät usealla toimialalla. Voimakkaan digitaalisen murroksen ovat kokeneet niin matkatoimistopalvelut kuin äänilevyteollisuus, monen muun alan vielä odottaessa muutosta. Digitaalisuudessa asiakkaita houkuttelee digitaalisten vaihtoehtojen halvempi hinta, teknologian edistyksellisyys tai mukavuus päivittäisessä käytössä. (Ruokonen, 2016, s. 10 ja 30)

Äänikirjat ovat suosittuja ajankäytön tehostamiseksi. Äänikirja vastaa kuluttajan tarpeeseen, kun perinteisen kirjan lukemiselle ei tunnu löytyvän aikaa – kuuntelemiseen kun ei tarvita käsiä eikä silmiä. Kuunteleminen on siis oheistoimintaa. Vaikutusta on varmasti myös kuukausimaksullisilla äänikirjapalveluilla, sillä uuden kirjan avaaminenhan ei maksa mitään, jos on maksanut kuukausimaksun. Samaten uutuuskirjan jonottaminen kirjastossa on tarpeetonta, jos nimeke on saatavilla kuuntelupalvelussa saman tien. (Suomen Kuvalehti, 2019)

Äänikirja sopii myös rentoutumistarkoitukseen. Digitaalisten palveluiden mobiilikäyttöä tapahtuu eniten aikaisin aamulla, mahdollisesti työmatkan aikana, iltamyöhällä eli luultavasti ennen nukahtamista sekä viikonloppuisin ja kesäisin, siis vapaa-aikana rentoutuessa vaikkapa mökillä tai lenkkipolulla. (Ruokonen, 2016, s.38)

Äänikirjat ovat siis jo keskellä murrosta. Kuten Suomen Kustannusyhdistyksen tilastosta ilmenee, niin äänikirjojen myynti on noussut yli sadalla prosentilla vuodesta 2019 vuoteen 2020.

Kuva 2. Muutostrendi. Äänikirjojen myynti 2016–2020 (Suomen Kustannusyhdistys, 2021).



2.3 Äänikirja-alan toimijat

Ensimmäinen kirjan tekijä on itse kirjailija eli henkilö, jolla on idea, jonka haluaa kirjoittaa kirjaksi. Hän laatii muistiinpanoja ja suunnittelee ja tekee taustatutkimusta tai vaihtoehtoisesti alkaa suoraan kirjoittamaan. Kirjoittaminen on hidasta työtä, ja samalla joutuu luultavasti etsimään tietoa käsiteltävästä asiasta. Kirjan kirjoittaja voi olla päätyökseen kirjailija tai hänellä voi olla kirjoitustyön lisäksi muita tulonlähteitä. Kirjan kirjoittajien joukossa on monenlaisia ihmisiä aina kotiäideistä politikkoihin. Kirjailijan on hyvä hallita kieliopillisten asioiden lisäksi myös oma mielenkiintoinen tapansa kirjoittaa erottuakseen joukosta. (Kirjoittajayhdistys, n.d.)

Kustannusyhtiö eli kirjankustantamo vastaanottaa vuositason tuhansia käsikirjoituksia luettavakseen. Kustantamoilla on erilaisia kustannusohjelmia tai ne ovat profiloituneet tietyn tyyppisten kirjojen kustantajiksi, ja siksi kirjailijat usein tarjoavatkin kirjoituksiaan useisiin eri kustantamoihin. Kun käsikirjoitus valitaan kustannettavaksi, siitä tehdään kirjoittajan kanssa sopimus. (Suomen Kirjankustantajat, 2019)

Kustantaja markkinoi kirjaa ja huolehtii sen myynnistä ja jakelusta. Lisäksi se vastaa tuotannosta ja kirjan ulkoasusta. Myös vastuu rahaliikenteestä, muun muassa tekijänpalkkioista, on kustannusyhtiöllä. Kustantamot tarvitsevat usein erilaisia yhteistyökumppaneita suoriutuakseen roolistaan. (Ekholm & Repo, 2010, s.144)

Äänikirjan tuottajat ovat niitä yrityksiä, jotka tekevät kirjasta valmiin äänitteen. Näistä voidaan käyttää myös nimitystä äänittäjä. Ne myyvät tai vuokraavat studioittensa palveluita, kuten äänityksiä ja tarkistuskuunteluita, kustantamoille. Tuottajat tallentavat äänen, muokkaavat ja oikokuuntelevat sitä sekä korjaavat virheitä. He tarvitsevat tilan, jossa on mahdollisimman vähän ulkopuolista ääntä. Tuottajilla on myös tarjolla ääninäytteitä kirjojen lukijoilta. (Book Garden, 2019)

Rahastot ja säätiöt eli erilaiset kirjallisuus- ja kulttuurialan rahastot, säätiöt, liitot ja seurakavat vuosittain tunnustuspalkintoja kirjailijoille. Tunnetuin ja arvostetuin kirjallisuusalan palkinto Suomessa on Finlandia-palkinto, joka myönnetään ansiokkaasta romaanista. Vuonna 2020 se oli suuruudeltaan 30 000 euroa. Kirjasammon listalta löytyy yli 120 palkintoa, suuruusluokkaa 1 000-15 000 euroa. Kaikkia ei jaeta vuosittain, ja osa oli jo lakkautettujakin. (Kirjasampo, n.d.)

Kuva 3. Finlandia-palkinto, Tieto-Finlandia ja Finlandia Junior (Kirjavinkit, 2012).



Valtio on alalla sekä antavana että ottavana osapuolena. Se maksaa taiteilija-apurahaa noin kuudellesadalle taiteilijalle vuosittain. Tähän joukkoon mahtui vuonna 2020 nelisenkymmentä kirjailijaa ja kymmenisen kääntäjää. Avustuksen suuruus oli noin 23 500

euroa vuodessa. Valtion kassasta maksetaan myös taiteilijaeläkettä tunnustuksena ansiokkaasta toiminnasta. (Taiteen edistämiskeskus, n.d.)

Äänikirjoista valtio saa arvonnäisäveroa. Sähköisten julkaisujen verokanta alennettiin vuonna 2019 kymmeneen prosenttiin arvonnäisäverodirektiivin muuttuessa. Alennettua verotusta voidaan soveltaa äänikirjaan, jos siitä voisi olla olemassa myös painettu versio. Painetun kirjan olemassaoloa ei verottaja kuitenkaan edellytä, vaan saman sisällön tarjoavan painotuotteen mahdollinen olemassaolo riittää. Tällä pyritään välineneutraaliuteen, eli samaan lukusisältöön sovelletaan samaa verokantaa. Alennettu verotus koskee myös niiden palveluiden verotusta, jotka tarjoavat luku- tai kuunteluoikeutta sähköisille teoksille. (Edilex, 2019)

Celia on opetus- ja kulttuuriministeriön alaisuudessa toimiva verkkopalvelu, joka edistää yhdenvertaisuutta lukemisessa. Celian palvelu on tarkoitettu henkilöille, joille painetun kirjan lukeminen on hankalaa tai mahdotonta esimerkiksi vamman tai sairauden vuoksi. Se tuottaa ja välittää niin oppikirjoja kuin kaunokirjallisuuttakin, valtaosan äänikirjoina, mutta myös pistekirjoituksella kirjoitettuna. (Celia, n.d.-a)

Kokoelmapäällikkö Juha Nurro Celialta avasi sähköpostissaan (henkilökohtainen tiedonanto 18.8.2021) Celian ja kustantamoiden tekemää yhteistyötä äänikirjojen tuotannossa. Kustantamot toimittavat Celiaan listan kirjoista, joita aikovat tuottaa äänikirjoiksi, ja Celia puolestaan ilmoittaa omista tuotantoaikeistaan. Jos kustantamon valitsema lukija ja äänittäjä sopivat Celialle, yhteistuotanto voidaan käynnistää. Kustantamo tekee oman äänikirjansa kaupalliseen käyttöön, ja Celialle tehdään kirja Daisy-formaatissa. Daisy on kansainvälisessä yhteistyössä kehitetty saavutettava julkaisustandardi, ja sen nimi tulee englanninkielisistä sanoista Digital Accessible Information System eli digitaalinen saavutettava tietojärjestelmä. Päällekkäistä tuotantoa vältetään, mutta täytyy muistaa, että Celian tuotanto on tarkoitettu rajatulle kohderyhmälle, eikä sen äänikirjoja saa välittää eteenpäin. Äänikirjan kustantamo ja äänittäjä tekevät tuotannosta sopimuksen, ja Celia maksaa äänittäjälle kokonaiskustannuksista vaihtelevan suuruisen osuuden. Tästä tietenkin hyötyvät molemmat, sillä näin kustantamo saa kirjan tuotantokustannuksia pienemmäksi ja

Celia voi suunnata resurssejaan niiden kirjojen tuottamiseen, joihin ei ole kaupallista kiinnostusta.

Pääsääntöisesti kaikki julkiset hankinnat on kilpailutettava. Suorahankinta on kuitenkin poikkeus eli tarjouskilpailua ei tarvitse järjestää. Jokaisen äänikirjan suorahankinnan perusteet arvioidaan kuitenkin erikseen. Jos perusteet täyttyvät, Celia tekee äänittämön kanssa sopimuksen kirjan tuotannosta. Vuonna 2020 Celian tuotannossa oli 369 uutta kirjaa. (Celia, n.d.-b)

Kirjastojen ostotuki on opetus- ja kulttuuriministeriön myöntämää tukea vähälevikkiselle laatukirjallisuudelle. Tuen suuruus vuositasolla on 835 000 euroa. 500-600 nimekkeen laajuinen teosluettelo laaditaan vuosittain Valtion kirjallisuustoimikunnan, Tiedonjulkistamisen neuvottelukunnan ja Selkokeskuksen ehdottamista teoksista. Listalle voi ehdottaa myös äänikirjoja. (Tiedonjulkistamisen neuvottelukunta, n.d.)

2.4 Äänikirjan jakelu

Valmiin äänikirjan jakelu erilaisiin kanaviin tapahtuu digitaalisen jakelualustan kautta. Tämä palvelu voi myös suojata tallenteen sisällön vesileimalla, ylläpitää tuotteen myyntiehtoja ja hallita rahavirtoja. (Kirjavälitys, 2021)

Äänikirjojen jakelu tapahtuu alustoilla. Alustataloudessa jokin yritys omistaa alustan, jonka kautta toiset yritykset tai toimijat voivat myydä palveluitaan tai tuotteitaan. Alustat voidaan jakaa ryhmiin sen perusteella, millainen ydinarkkitehtuuri niissä on. Tällä perusteella alustoja on kahdenlaisia: Ensimmäiset ovat nimeltään tekijäalustoja (Marker Platform). Niiden ydinarkkitehtuuri mahdollistaa sen, että yksi tuottaja voi palvella monia samalla ydintoiminnalla. Esimerkiksi YouTubessa yhtä videota voivat katsoa miljoonat ihmiset. Toiset ovat vaihtoalustoja (Exchange Platform). Niissä yksi tuottaja palvelee yhtä kuluttajaa kerrallaan, esimerkkinä loma-asunnon vuokraus. (Koponen, 2019, s. 63)

Äänikirjojen jakelussa on kyse myös pääsytaloudesta. Yksinkertaisimmillaan pääsytaloudessa on kyse tavaroiden vuokrauksesta tai palveluiden käytöstä niiden omistamisen sijaan.

Tällaista toimintaa ovat esimerkiksi taksin käyttö ja suksien lainaaminen. Spotify lupaa käyttäjälle pääsyn kappaleisiin. Toisin sanoen pääsytalous (Access Economy) tarkoittaa sellaista ihmisten välistä vuorovaikutusta, jossa tuotteiden ja palveluiden omistus säilyy niiden tuottajilla. (Koponen, 2019, s.54)

Ruokonen (2016, s. 18) määrittelee digitaalisesti liiketoiminnaksi kaiken, mitä kuluttajille tarjotaan verkossa ja mobiililaitteissa, eli esimerkiksi yritysten nettisivut, verkkokaupat, mobiililaitteiden sovellukset, sähköisen viihteen lataus- ja striimaus-palvelut. Tähän kategoriaan kuuluvat niin äänikirjojen kuunteluaikapalvelut, joissa valtaosa äänikirjoista kulutetaan, että myös verkkokaupat, joista voi hankkia yksittäisiä äänikirjoja.

2.5 Äänikirjapalvelut

Äänikirjoja voi lainata omalla kirjastokortilla esimerkiksi Ellibs-palvelussa, jolloin kirjan voi joko kuunnella netissä tai sovelluksella tai vaihtoehtoisesti sen voi ladata omalle laitteelle. Henkilöt, joille lukeminen on hankalaa sairauden tai vamman takia, pääsevät kuuntelemaan kirjoja myös Celian palvelussa, joka on käyttäjälleen maksuton. Celian valikoimassa on noin 45 000 äänikirjaa tietokirjoista satuihin ja dekkareihin. Celia toimii yhteistyössä kirjastojen kanssa, ja sillä on myös oma suoratoistopalvelu. (Celia, n.d.-c)

Tässä opinnäytetyössä kiinnostuksen kohteena äänikirjojen jakelukanavana ovat kuitenkin viime vuosina voimakkaasti suosiotaan nostaneet maksulliset kuunteluaikapalvelut ja niiden ansaintalogiikka.

Äänikirjojen kuuntelupalvelut houkuttelevat uusia asiakkaitaan kokeilemaan palveluitaan ilmaisella aloitusjaksolla, jonka pituus vaihtelee yleisimmin kahdesta viikosta kuukauden mittaiseen jaksoon. Tämän jälkeen alkaa kuukausittainen veloitus palvelun käytöstä, ellei asiakas irtisano asiakkuuttaan. Häntin (2021, s. 69 ja 161) mukaan tällaisissa ilmaiseksi alkuun-malleissa rakennetaan pohjaa ansainnalle, ja maksuttomat kokeilut toimivat yleensä hyvin. Asiakas voi kokeiluaikana vahvistaa ajatustaan ratkaisun sopivuudesta hänen tarpeeseensa, jolloin kokeilu saattaa koukuttaa tai ainakin poistaa mahdollisia epäilyjä. Lopullisena tarkoituksena on tietenkin saada mahdollisimman paljon kuuntelijoita

käyttämään palvelua. Yrityksellä voi olla erilaisia toimintamalleja eri asiakasryhmien suhteen. Varakas asiakas voi maksaa korkeaa hintaa ja saa tuotteesta tai palvelusta premium-mallin, mutta riisutumpaa ja edullisempaa versiota myydään laajemmalle asiakaskunnalle.

Yksi digitaalisista ansaintalogiikoista on jäsenyysmalli, jossa käyttäjä ostaa esimerkiksi kuukausimaksua vastaan pääsyn myytävään viihteeseen. Äänikirjojen kuuntelu oikeus määräajaksi, riippumatta siitä, montako kirjaa kuluttaja haluaa kyseisen ajan kuluessa kuunnella, edustaa tällaista jäsenyysmallia. (Ruokonen, 2016, s.86)

Käyttömallissa palvelusta taas maksetaan käytön perusteella. Jostakin yksiköstä, vaikka käyttökerrasta tai kappaleesta, maksetaan tietty korvaus. Tämä voi sopia tehokkuutta ja tarkkaa rahankäyttöä arvostavalle kuluttajalle tai sellaiselle, joka ei käytä palvelua säännöllisesti. (Hänti, 2021, s.131)

Ruotsissa suoratoistopalvelujen käyttö on ollut suosittua jo pitempään, ja moni äänikirjatoimija onkin tuonut tuotteensa Suomen markkinoille. Ruotsalainen BookBeat johtaa markkinoita yli 150 000 suomalaiskäyttäjällä. Bonnier-konserni omistaa BookBeatin, ja suomalaiset WSOY ja Tammi kuuluvat samaan konserniin. Storytel puolestaan on pohjoismaiden suurin äänikirjapalvelu, jonka valikoimassa on 300 000 nimekkettä. Myös ruotsalainen Nextory toimii Suomessa. Myös maailman suurin äänikirjapalvelu Audible toimii Suomessa, ja sen sisältö on lähinnä englanninkielistä. Elisa Kirja aloitti toimintansa vuonna 2010, ja se onkin ensimmäisiä suomalaisia kuuntelupalveluita. Suomalaisen Kirjakaupan äänikirjojen jakelualusta Suomalainen Plus on täysin kotimainen palvelu. Sanoma-konsernin omistama Supla on tunnettu podcasteistaan, mutta se laajensi vuonna 2020 toimintaansa myös äänikirjoihin. (E-kirjat, n.d)

Digitaalista palvelua kehittävän yrityksen on saavutettava liiketoimintansa onnistumiseksi ainutlaatuisen hyvä asiakaskokemus joko käytettävyydellä tai erittäin kilpailukykyisellä hinnoittelulla. Myös kävijän sitouttamiseen palvelun jatkuvaksi käyttäjäksi on keskityttävä. (Ruokonen, 2016, s. 98)

Asiakkaiden pysyvyys tuo arvoa yritykselle. Kun asiakas kokee onnistuneensa palvelun hankinnassa ja on tyytyväinen, hän suosittelee palvelua muille. Näin yritys saa lisää

asiakkaita, ja sen kustannukset laskevat. Tämä koskee itse palvelun tuottamisen kustannusten lisäksi myös jakelukustannuksia ja henkilöstökuluja. (Hänti, 2021, s. 202)

Kirjojen striimauspalvelut kilpailevat halvoilla hinnoilla, eivätkä voi kilpailulainsäädännön takia yhdessä päättää hintojen nostosta. Jos palvelulla on vakiintuneet kuuntelijat, jotka ovat muutoin tyytyväisiä palveluun, hinnankorotus tuskin karkottaisi asiakkaita. Luotettavia tietoja kuunteluaikepalveluiden tuottamasta voitosta ei ole saatavilla. Ala on voimakkaassa kasvussa, joten rahaa kuluu laajenemiseen ja toimintojen kehittämiseen. Alustatalouden palvelussa ei alkuvaiheessa olekaan tarkoitusta tuottaa voittoa vaan saada näkyvyyttä markkinoilla, joko kilpaillakseen kilpailijat pois markkinoilta tai fuusioituakseen. (Kirjailijaliitto, 2020)

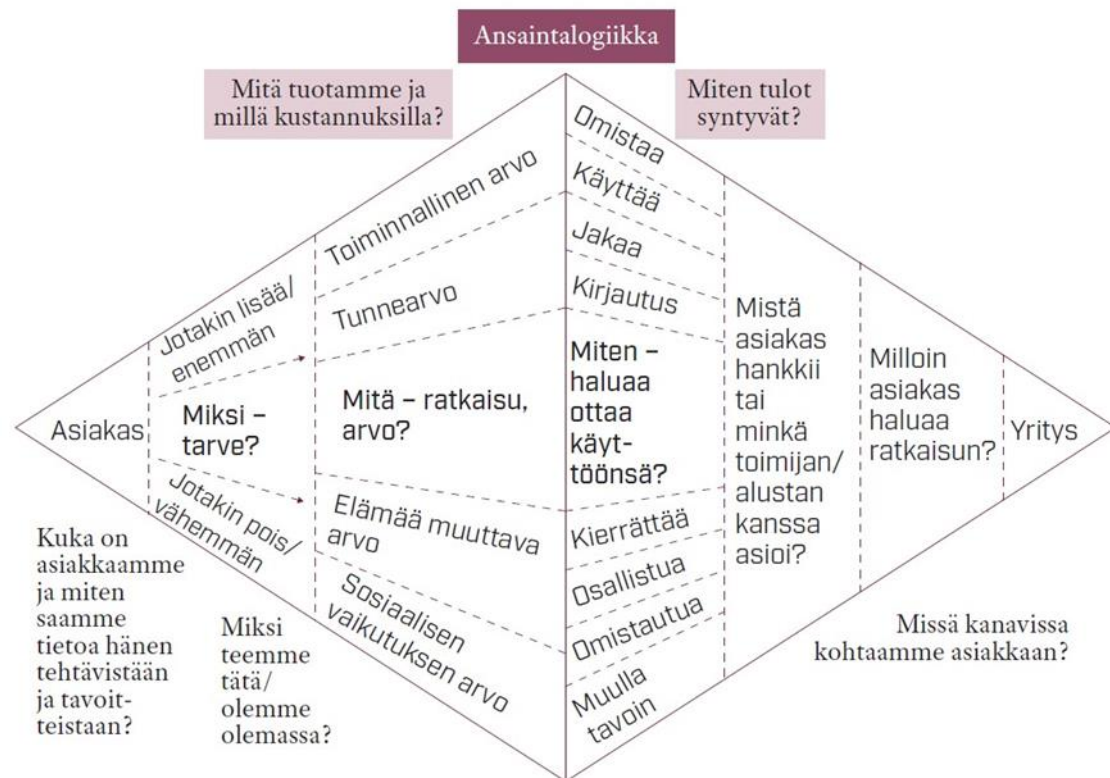
3 Äänikirjaliiketoiminta

Liiketoiminta tarkoittaa käytännössä sitä, miten yritys toimii saadakseen tulosta. Se siis pyrkii kerryttämään joko voittoa tai pääomaa. Merkityksellistä on mitä myydään, miten myynti toteutetaan ja mistä yrityksen omat tulot muodostuvat. Yrityksen toiminnan on oltava kannattavaa ja tuottavaa, ja elinvoimansa säilyttääkseen sen on oltava valmis uudistumaan ja kehittymään, useimmiten myös kasvamaan.

3.1 Ansaintamallit

Taloudelliset mittarit eli numerot kertovat liiketoiminnan tilasta. Ansaintamalli tarkoittaa periaatteita, joilla yritys hinnoittelee tuotteensa. Asiakkaan laskuttamiseksi on puolestaan monta erilaista tapaa, esimerkiksi tuotteen myynnistä saatu kertakorvaus, käyttömaksu, lisenssimaksu ja julkisella puolella myös verotus. (Saarelainen, 2013, s. 79 - 81.)

Kuva 4. Asiakastoimintamallin kulminaatio yrityksen silmin (Hänti, 2021, s. 118).



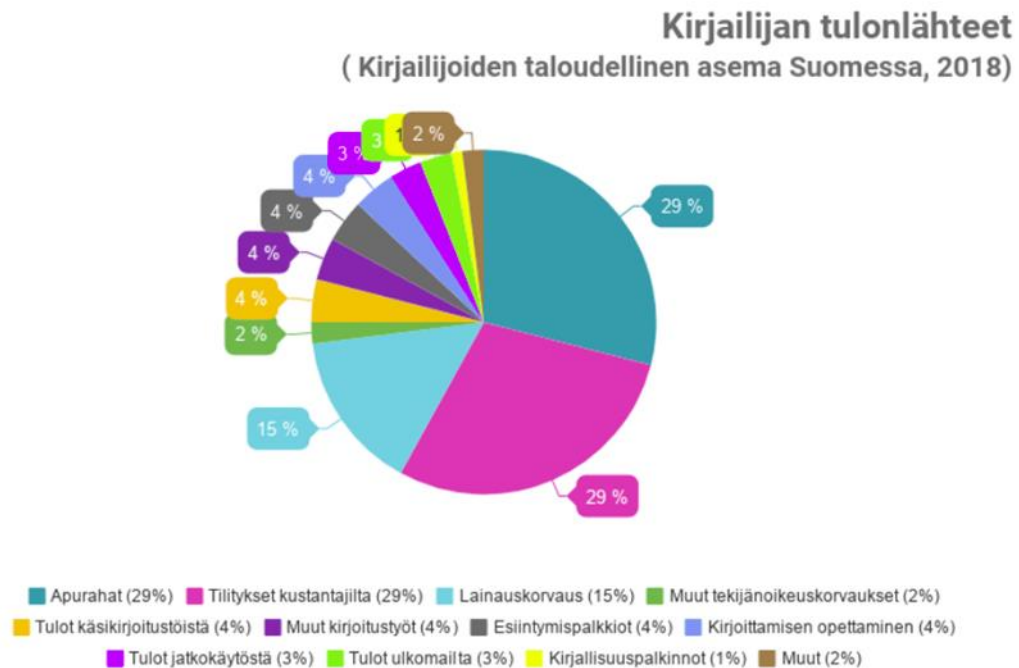
Koposen (2019, s.94 ja s. 114 - 118) mukaan ansaintamalli kuvaa sitä, kuinka raha kiertää voiton ja hyödyn tuottamiseksi. Yksinkertaistettuna tämä tarkoittaa sitä, minne rahat menevät ja mistä ne tulevat. Yritys siis ostaa resursseja ja valmistaa tuotteen, joka myydään asiakkaalle. Yritys tekee hankkimansa raaka-aineen arvokkaammaksi yhdistelemällä sitä omien taitojensa mukaisesti, mikä tuo sille lisäarvoa. Toisessa kulmassa ovat siis aiheutuneet kulut ja toisessa saatu tuotto, ja keskelle jää tuotanto eli tuotteen luominen tai kokoaminen. Ennen ansaintamallit olivat yksinkertaisia: piti ostaa halvemmalla kuin myydä. Jos yritys pystyi hankkimaan raaka-aineita tai työvoimaa edullisemmin kuin kilpailija tai pitämään yllä korkeampaa lopputuotteen hintatasoa, sillä oli selkeä kilpailuetu.

3.1.1 Kirjailijan tulot

Kirjailijan työtuloa ovat kirjan julkaisusta eri muodoissa syntyvät myyntitulot, lainauskorvaukset ja tekijänoikeuskorvaukset eli rojaltit. Tuloa voi syntyä myös kirjan esittelykiertueella tai muissa tilaisuuksissa tapahtuvista esiintymisistä, kolumnien kirjoittamisesta, käsikirjoituksista tai opetustyöstä. Lisäksi, kuten edellä on mainittu, voi

saada erilaisia apurahoja tai palkintoja. Apurahat muodostavatkin usein merkittävimmän osan kirjailijan tuloista. (Kirjailijaliitto, n.d.-a)

Kuva 5. Kirjailijan tulonlähteet (Kirjailijaliitto, n.d.-b).



Kirjailijaliiton syyskuussa 2020 julkaisemasta kyselystä ilmenee, että painettu kovakantinen kirja tuottaa kirjailijalle noin viisinkertaiset tulot verrattuna äänikirjaan. Tämä johtuu osaksi siitä, että sopimuksia tehtäessä äänikirjat ovat olleet marginaalista liiketoimintaa, eikä kukaan aavistanut niiden suosiota. Kirjailijaliiton puheenjohtaja Sirpa Kähkösen mukaan tilanne on muuttumassa, mutta hän ei usko äänikirjoista saatavien korvausten nousevan samalle tasolle painetuista kirjoista saatavien palkkioiden kanssa. Kirjailija Kari Hotakaisen mielestä on hämmäntävää, miten äänikirjoista maksettavissa prosenteissa voi olla niin suurta vaihtelua, kun painetun kirjan tekijäpalkkioiden prosenttiosuudet ovat hyvin vakiintuneita. Kirjailija Karo Hämäläinen uskoo alan mukautuvan tilanteeseen ja sekä kirjailijoita että kustantamoja tyydyttävien ratkaisujen löytämiseen. Hän kirjoitti vuonna 2019 julkaistun teoksen Miksi juoksen. Lenkkeilijöille sopivan kirjan myynti oli äänikirjana moninkertainen painettuun kirjaan verrattuna, mutta silti tulot äänikirjasta jäivät pienemmiksi kuin painetusta. (Määttänen, 2020)

Kirjailijaliiton (n.d.-a) tilastojen mukaan painetun kovakantisen kirjan tuotto vuonna 2019 oli kirjailijalle keskimäärin 3,10 euroa myydyltä kappaleelta. Äänikirjasta saatu palkkio oli puolestaan keskiarvoltaan 0,67 euroa myydyltä kappaleelta. Äänikirjojen palkkioprosentit vaihtelivat suuresti, ja ne näyttävät hakevan vielä muotoaan. Nykyisellään äänikirjojen tuotto jää kirjailijalle alhaiseksi.

3.1.2 Kustantamon tulot

Äänikirjapalvelussa myydyn kirjan hinta on selvästi pienempi kuin mitä kustantamo saa myydessään uutuuskirjan kaupalle. Toisaalta alustojen kautta myydään useita kirjan kuuntelukertoja, ja näin lisätään myytävää määrää. Kuuntelupalvelujen kautta myydystä kirjasta kustantamo sai vuonna 2019 3,60 euroa, kun painetusta kirjasta tulo oli 11,10 euroa. Pokkarin myyntitulo oli samaa luokkaa äänikirjan kanssa. Kustantamo ja äänikirjapalvelu voivat sopia tulonjakomallinsa. Sopimukset ovat kuitenkin tarkkaan varjeltuja salaisuuksia. Kirjan myynti voi perustua joko kirjakohtaiseen hinnoitteluun, jolloin hinta perustuu kirjan pituuteen ja uutuusarvoon, tai aikaperusteisesti eli kirjan parissa vietettyjen minuuttien perusteella. (Suomen Kuvalehti, 2019)

Suomen Kustannusyhtiön johtajan Sakari Laihon mukaan kustantaja saa painetusta kirjasta suunnilleen yhdeksän euroa kappaleelta ja äänikirjasta noin kaksi ja puoli euroa. Mutta koska äänikirjaa saatetaan kuunnella tuhansia kertoja, siinä missä painetun kirjan myynti lasketaan sadoissa kappaleissa, suhtaudutaan äänikirjabuumiin kustantajapuolella positiivisemmin. (Kirjailijaliitto, n.d.-c)

3.1.3 Kustannukset

Kustannusrakenne tarkoittaa niitä kuluja, jotka aiheutuvat jonkin tuotteen tai palvelun valmistuksesta. Kustannuksia voivat olla tilavuokrat, materiaalihankinnat, tekijöiden palkat ja palkkiot sekä laitteistoista aiheutuvat menoerät. Osa kustannuksista on pysyvä samana valmistusmäärästä huolimatta, kuten vuokra; jotkut taas nousevat, kun tuotanto kasvaa, tällainen kulu on vaikkapa sähkön kulutus.

Kirjailija maksaa itse paitsi tarvitsemansa laitteiston ja sen ohjelmistot, tietoliikenne- ja puhelinkulut, myös oman terveydenhuoltonsa ja tulo-rajajen täytyttyä eläkemaksunsa. Myös työhuoneesta aiheutuu kuluja, ja voi olla tarpeen matkustaa jonnekin esiintymään tai taustatutkimuksen vuoksi. Myös kirjanpidosta aiheutuu kustannuksia. Kaikki tämä kirjailijan pitäisi huomioida hinnoitellessaan omaa työtään. (Kirjailijaliitto, n.d.-d)

Kustantamo maksaa ääninäyttelijän eli lukijan palkkion sekä studion ja sen henkilökunnan käytöstä. Mutta kun kirja on tehty, siitä voidaan tehdä lisäkappaleita rajattomasti jakelua varten. (Suomen Kuvalehti, 2019)

Maaailman digitalisoituessa äänikirjan tuottamisen rakenteet ja samalla kustannukset ovat muuttuneet. Enää ei äänikirjoja juurikaan tehdä CD-levyille ja jaeta jakeluautoilla kauppoihin, myöskään varastointikustannukset eivät ole samankaltaiset kuin fyysisillä äänikirjoilla. (Kirjailijaliitto, 2019)

Painatus- ja kuljetuskustannusten poisjäänti ja varastoon sidotun pääoman väheneminen laskevat äänikirjan tuotantokustannuksia painettuun kirjaan verrattuna. Toisaalta aineistojen, maksujärjestelmien ja jakelukanavien hankinta ja ylläpito aiheuttavat kuluja. (Ekholm & Repo, 2010, s. 147)

Palveluiden kehittäminen on kallista, laadukasta ja ainutlaatuista sisältöä pitää tehdä lähes käsityönä. Palveluiden käyttökokemuksesta on saatava mahdollisimman miellyttävä, ja sen teknisen toimivuuden ja käyttönopeuden on oltava huippuluokkaa. Tarvitaan siis monenlaista osaamista. Kuitenkin samaan aikaan palvelun hinnan tulisi olla kilpailukykyinen. Fyysisen liiketoiminnan kulujen laskiessa merkittävästi, esimerkiksi myyntipisteiden tarpeettomuuden sekä kirjojen tai lehtien laskeneiden painosmäärien vuoksi, saadaan mahdollisesti taloudellista liikkumavaraa digitaalisten palveluiden kehitystyöhön. (Ruokonen, 2016, s. 34)

Isolla kustantamolla on isommat resurssit äänikirjatuotantoonkin. Pysyäkseen kehityksessä mukana ja pystyäkseen tekemään riittäviä investointeja kaksi yli satavuotiasta kustantamoa yhdistivät voimansa Otavan ostaessa Kariston helmikuussa 2020. Otava hakee kaupalla kasvua ja Karisto osaamisen resursseja. Loppuvuodesta 2020 Atena siirtyi Otavan

omistukseen. Atenalle kauppa oli tulevaisuuden turvaamista, ja Otava haluaa täydentää toimintaansa. (Otava, 2020-a; Otava, 2020-b)

Kustannusala ei toimi puhtaasti voiton maksimoimiseksi. Hyvin myyvien kirjojen tuotolla kustannetaan myynniltään marginaalisia mutta kulttuurillisesti arvokkaita teoksia.

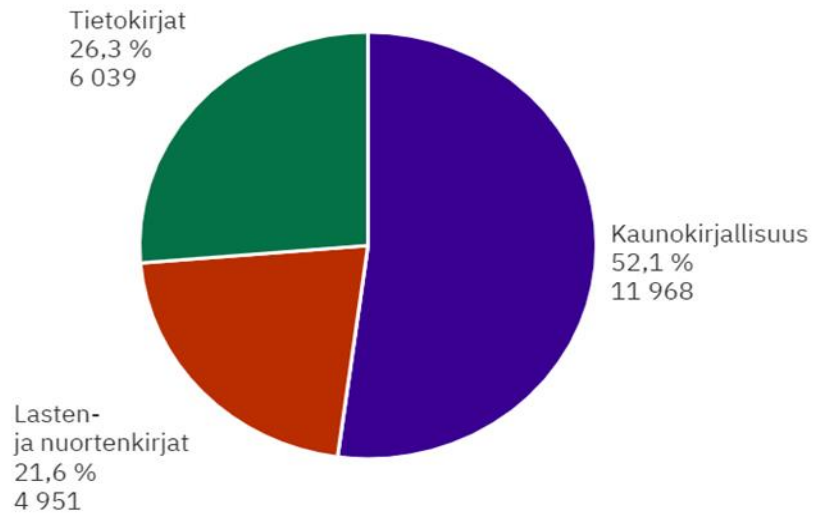
Gummeruksen kustantaja ja toimitusjohtaja Anna Baijars sanoo kaikissa kustantajissa asuvan pienen maailmanparantajan, joka ilahtuu, kun kirja koskettaa tai avaa silmiä. (Kauppalehti, 2021)

3.2 Liikevaihto

Suomen Kustannusyhdistyksen mukaan äänikirjoja, eli ladattavia tai verkossa kuunneltavia kirjoja, myytiin vuonna 2020 lähes kahdellakymmenelläkolmella miljoonalla eurolla. Summa ei sisällä arvonlisäveroa. Tästä summasta yli 85 % on myyty aikaperusteisesti eli luku- tai kuunteluaikaa esimerkiksi kuukausimaksulla myyvien palvelujen kautta. Runsas kymmenen prosentin osuus on saatu kappaleperusteisella hinnoittelulla, myynnistä joko suoraan tuotteen käyttäjälle tai jälleenmyyjälle. Pieni, alle yhden prosentin suuruinen, osuus on myyty perustuen käyttäjämääriin, eli kirjastojen tai yritysten käyttöön tarkoitettulla ryhmälisenssillä. Kokonaissummasta 40 000 euroa on kustantamoiden suoramyynnistä eli yksittäiskappaleiden myynnistä suoraan kuluttajille. (Kustannusalan tilastot, 2021)

Kuva 6. Vuosikohtainen jakauma. Äänikirjojen myynti (Suomen Kustannusyhdistys 2021).

Vuosikohtainen jakauma Äänikirjojen myynti 2020 Arvonlisäveroton nettomyynti 1000 €



Lähde: Suomen Kustannusyhdistys

Hämäläinen (Taloustaito, 2019) arvioi, että kustantajien saaman rahamäärän voisi kertoa suunnilleen kahdella, jotta se vastaisi jälleenmyyjien äänikirjoista saamaa liikevaihtoa. Artikkelissa kerrotaan Storytelin tehneen tappiollisen tilinpäätöksen vuonna 2018, mutta lähes kolmanneksessa sen toimintamaissa toiminta oli kuitenkin kannattavaa. Nämä luvut ovat jo pari vuotta vanhoja, mutta ovat suuntaa antavia tämänkaltaisen liiketoiminnan tunnusluvuista.

BookBeatin suomalaisia maksavia asiakkaita oli heinäkuussa 2020 yli 150 000, ja palvelun arvonlisäveroton hinta on pyöristettynä 15,50 euroa kuukaudessa. Tämä tarkoittaisi jo yksin tämän äänikirjajätin vuosittaisen liikevaihdon olevan noin 28 miljoonaa euroa. (Mikrobitti, 2020). Tämä laskelma ei kuitenkaan aivan pitänyt paikkaansa, BookBeatin liikevaihto vuonna 2020 oli Suomessa hieman yli 22 miljoonaa. Liiketoiminta tuotti 6,9 % tappion. (Kauppalehti, 2021)

Alla olevan myyntilistauksen perusteella myydyimpien listalla on myös useita kouluikäisille suunnattuja äänikirjoja. Kappalemäärältään myydyimmäksi kirjaksi vuonna 2020 on päässyt meditatiivinen iltasatu.

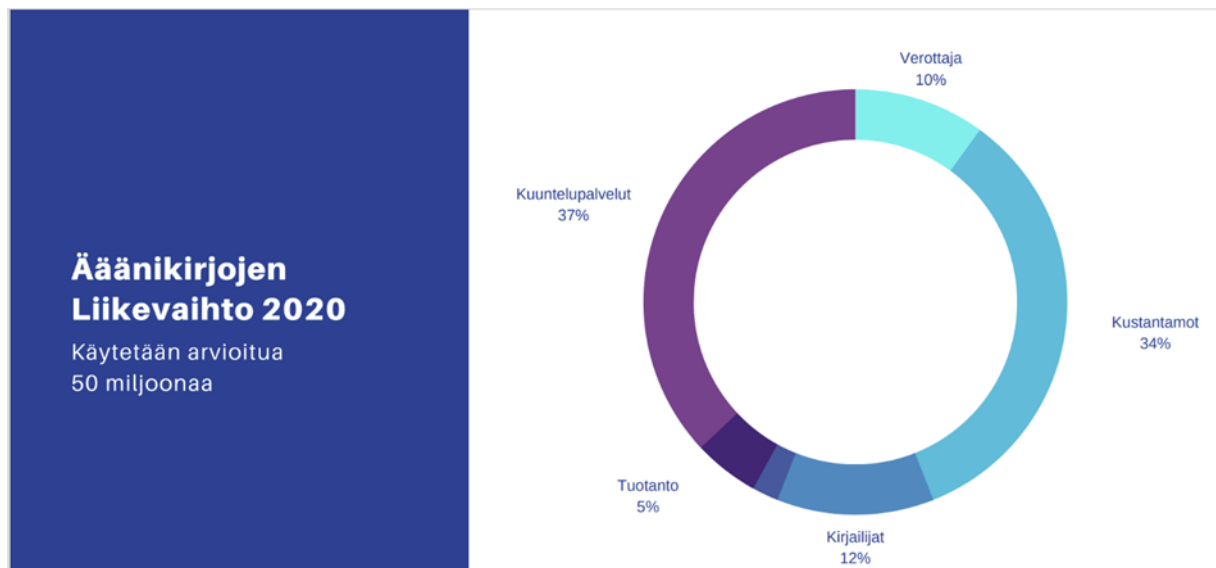
Kuva 7. Myydyimmät äänikirjat 2020 (Suomen Kustannusyhdistys).

Myydyimmät äänikirjat 2020

	<i>Tekijä</i>	<i>Teos</i>	<i>Kustantaja</i>	<i>Myyty</i>
1	Forssén Ehrlin, Carl-Johan	Kani joka tahtoi nukahtaa	Otava	68100
2	Lehtinen, Pekka	Wanted Janne "Nacci" Tranberg	CrimeTime	54500
3	Holma, Antti	Kaikki elämästä(ni)	Otava	49700
4	Owens, Delia	Suon villi laulu	WSOY	35900
5	Nopola, Sinikka ja Nopola, Tiina	Heinähattu, Vilttitossu ja ärhäkkä koululainen	Tammi	35100
6	Gustafsberg, Harri ja Holmavuo, Heidi	Karhuryhmä	Otava	34800
7	Heather Morris	Auschwitzin tatuoiija	Aula & co	31600
8	Nousiainen, Miika	Pintaremontti	Otava	31000
9	Sipilä, Jarkko ja Ilmén, Mika	Immu	Bazar	26700
10	Forssén Ehrlin, Carl-Johan	Traktori joka tahtoi nukahtaa	Otava	26600
11	Nopola, Sinikka ja Nopola, Tiina	Heinähattu, Vilttitossu ja jouluvintiö	Tammi	25200
12	Forssén Ehrlin, Carl-Johan	Norsu joka tahtoi nukahtaa	Otava	25100
13	Riley, Lucinda	Seitsemän sisarta	Bazar	24800
14	Miklu	Kaikkien aikojen kirja	Otava	24700
15	Salakari, Juhana	Vitsipitsa – täytteenä Niko ja Santtu	Otava	24600
16	Miklu	Paras kirja ikinä	Otava	24100
16	Obama, Michelle	Minun tarinani	Otava	24100
18	Nopola, Tiina ja Nopola, Sinikka	Heinähattu ja Vilttitossu loman tarpeessa	Tammi	23800
19	Kiiski, Sanna	Tinder-päiväkirja	Docendo	23000
19	Nopola, Sinikka ja Nopola, Tiina	Risto Räppääjä ja väärä Vincent	Tammi	23000

Alla olevassa kaaviossa kuvataan liikevaihdon jakautumista, puutteelliseksi jääneen tietojen saannin vuoksi arvioidulla, kuuntelu-aika-palveluiden Suomesta saamalla 50 miljoonan kokonaismyynnillä. Kirjankustantamojen osuudeksi huomioitiin koko Suomen Kustannusyhdistyksen ilmoittama 23 miljoonaa. Tuotantoyhtiöiden eli äänitysstudioiden osuus on laskettu 1766 tuotetulla kappaleella ja keskiarvoisella tuotantohinnalla 1500 euroa per nimeke, jolloin päästiin noin viiden prosentin suuruiseen osuuteen kokonaisliikevaihdosta. Pieni sektori, johon ei tulostunut nimeä, on logistiikalle arvioitu miljoonan osuus.

Kuva 8. Arvioitu liikevaihdon jakautuminen



4 Tutkimus

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, miten tulot jakautuvat äänikirjaliiketoiminnassa ja onko tulojen jako kaikkia alan osapuolia ajatellen nykyisillä sopimuksilla reilu. Tutkimusmenetelmä oli kvalitatiivinen eli laadullinen, tarkoituksena oli selvittää alan toimijoiden omia käsityksiä ja näkemyksiä asiasta. Kvalitatiivisella tutkimuksella yritetään selittää ilmiöitä. Tiedonhankinnassa käytettiin puhelinhaastatteluja ja sähköpostitse tehtyjä tiedusteluja. Näiden lisäksi tutkimuksessa käytettiin aiheen ajankohtaisuuden vuoksi internetistä saatavaa tietoa, kuten kustannusalan sivustoja, uutisia ja tilastoja.

4.1 Miten haastattelut tehtiin

Opinnäytetyössä aineiston keräämiseen käytettiin haastatteluja. Haastattelu on vuorovaikutteinen keskustelu, jolle on asetettu etukäteen jokin tavoite. Tutkija johtaa haastattelun kulkua tavoitteenaan kerätä aineistoa, jonka avulla voi tehdä tutkittavaa ilmiötä koskevia johtopäätöksiä. Haastatteluaineisto on kuitenkin haastateltavaksi valittujen

henkilöiden omakohtainen näkemys asioiden kulusta. Tutkijan tekemä analyysi puolestaan on se käsitys, johon tutkija on tullut käsiteltyään saamansa aineiston. Tämän vuoksi saatua tulosta ei pidä liiaksi yleistää. Haastattelun etu tutkimusmenetelmänä on se, että haastateltavaksi voidaan valita henkilöitä, joilla tiedetään olevan kokemusta tutkittavasta aiheesta. Haastattelija voi kysymyksenasettelulla vaikuttaa tuotetun aineiston sisältöön. (Puusa & Juuti, 2020, Haastattelutyyppit ja niiden metodiset ominaisuudet-luku, ensimmäinen kappale)

Haastattelu toteutettiin puolistrukturoidusti, eli kysymykset olivat avoimia, ilman vastausvaihtoehtoja. Tällöin haastateltava pääsee itse sanoittamaan vastauksensa ja haastattelija saattaa saada esiin myös jotain sellaista, mitä ei valmiiksi annetuissa vaihtoehtoissa olisi tullut ilmi. (Puusa & Juuti, 2020, Haastattelutyyppit ja niiden metodiset ominaisuudet-luku, Strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu)

Haastattelut tehtiin syyskuun 2021 puolivälissä puhelimitse. Haastateltavaksi valikoituivat toimeksiantajan ehdottamat kirjailijat ja lisäksi kustantamon edustaja. Haastateltavat kontaktoitiin puhelimitse, ja sovittiin sopiva haastattelu-aika. Koska haastattelun aihepiiri oli osin kovin henkilökohtainen, haastateltavien osallistuminen tapahtui täysin anonymyynä. Puheluiden kestot olivat 15 – 35 minuuttia. Haastateltavia ei tarvinnut mitenkään motivoida vastaamaan, kaikki suhtautuivat hyvin myönteisesti tutkimukseen. Haastattelukysymyksiä ei annettu haastateltaville etukäteen, vaan ne esitettiin vasta puhelujen aikana. Puhelinhaastattelussa esitetyt kysymykset ovat tämän työn liitteenä (Liite 1). Haastateltavien kirjailijoiden vastaukset olivat hyvin yhteneväisiä, joten ei koettu tarpeelliseksi kasvattaa otosta.

4.2 Sähköpostikyselyt

Kustantamoja lähestyttiin sähköpostitse tehdyillä kysymyksillä. Sähköpostitse esitetyt kysymykset kustantamoille ovat liitteenä (Liite 2). Sähköpostien lähettämisessä osuttiin tietämättä syksyllä kirja-alan vuoden kiireisimpään aikaan ja aluksi vastauksia ei vaikuttanut tulevan juuri lainkaan. Kahdeksastatoista kustantamosta ensin vain neljä vastasi saamiinsa kysymyksiin. Muutama pyysi ohjaamaan kysymykset äänikirjatuotannosta keskitetyksi

vastaavalle henkilölle. Viikkojen kuluessa loppujen lopuksi vastauksia saatiin kahdestatoista kustantamosta. Yhden näistä kanssa tehtiin myös puhelinhaastattelu.

Kuunteluaikapalveluilta kysyttiin liikevaihdoista ja mahdollisesta voiton tai tappion tuottamisesta sähköpostitse. Kysymykset lähetettiin yhteensä kuuteen äänikirjapalveluun. Ulkomaisista toimijoista mukana olivat BookBeat, Storytel ja Nextory. Suomalaisista palveluista kyselyn saivat Suomalainen.com, Elisa Kirja ja Supla plus. Elisa Kirja lähetti vastauksena linkin vuosikertomukseensa 2020, josta selvisi, että Elisa Kirja-palvelun liikevaihto kasvoi 24% vuoden 2020 aikana. BookBeat ilmoitti tietojen löytyvän Kauppalehden sivuilta. Pörssiin listautunut Storytel ei kommentoi maakohtaisia lukuja vaan kehotti tutustumaan konsernin vuosikertomukseen. Muut eivät anna lukuja ulospäin tai eivät vastaa kysymyksiin liikevaihdosta.

Lisäksi sähköpostitse lähetettiin kysymyksiä Celialle, opetus- ja kulttuuriministeriölle sekä Forssan ja Tammelan kirjastoihin. Näistä kaikista saatuja vastauksia hyödynnettiin tutkimuksessa aihealueiden mukaan.

4.3 Aineiston käsittely

Haastattelukysymyksiin ja sähköposteihin saadut vastaukset lajiteltiin erillisiksi muistiinpanoiksi aihepiireittäin, ja vastauksista pyrittiin erottelamaan olennaisimmat seikat ja läpi aineiston samankaltaisina toistuvat asiat. Vaikka haastateltavat vastasivat avoimiin kysymyksiin laajastikin, aineistosta pystyi kuitenkin poimimaan hyvin vastausten keskeisimmät sisällöt ja jakamaan niitä esimerkiksi negatiivisiin ja positiivisiin. Haastattelutiedon tueksi etsitty internetistä saatava tieto lajiteltiin samoihin teemoihin, ja tiedoilla täydennettiin haastatteleamalla saatua aineistoa. Verkosta tietoa aihealueesta löytyi paljon. Käytetyissä lähteissä tiedonhaku rajattiin aikaperusteisesti ja keskityttiin vuosina 2019 – 2021 tehtyihin tilastointeihin, uutisointeihin ja haastatteluihin. Pääpaino pidettiin kuitenkin koko ajan vuodessa 2020.

5 Tulokset

Tätä opinnäytetyötä ohjaava pääkysymys on kysymys liikevaihdon suuruudesta ja sen jakautumisesta osapuolien kesken. Vastaukset kuunteluaikapalveluiden tuottamasta liikevaihdosta jäivät pääosin saamatta. Alakysymyksenä voidaan pitää kysymystä kirja-alan digitalisoitumisen vaikutuksesta kirjailijan tuloihin. Kaikki haastatellut kirjailijat olivat yksimielisiä tulojensa kehityksestä, ja aiheeseen liittyvä uutisointi tukee saatuja vastauksia. Toinen alakysymys liittyy äänikirjaliiketoiminnan tulevaisuuteen. Alan toimijoiden näkemykset ja arvelut tulevaisuudesta olivat monitahoisempia. Työn toimeksiantanut äänitysstudio esitti kiinnostuksensa myös tuotettujen äänikirjojen kappalemäärään kustantamokohtaisesti. Tämän selvittäminen osoittautui hyvin haasteelliseksi tehtäväksi.

5.1 Kirjoista saatava tulo

Puhelinhaastattelun ensimmäisenä kysymyksenä kirjailijoilta kysyttiin äänikirjoista saatavan tulon osuutta kirjailijoiden tuloista. Apurahat rajattiin tässä tutkimuksessa tulojen ulkopuolelle. Haastatellut kirjailijat kertoivat saavansa äänikirjoista 20 - 25 % rojalteja. Prosenteissa oli pientä vaihtelua kustantamoittain, ja myös se vaikuttaa, millainen neuvotteluasema kirjailijalla kustantamon suhteen on. Kirjailijan ollessa kustantamolle tärkeä voi korvausprosentti olla korkeampi kuin vähemmän tuottavan kollegan. Kaksi haastateltavaa kertoi saavansa kustantamolta palkkioiden tilitysten mukana erittelyn, josta näkee, kuinka paljon palkkiota on tullut äänikirjoista ja mikä on painettujen kirjojen osuus. Painetun kirjan myyntituloista lähes 90 % saadaan kirjan ilmestymisestä ensimmäisen puolen vuoden aikana, minkä jälkeen myynti on lähinnä yksittäiskappaleita, kun taas äänikirjojen osalta tuloja saadaan tasaisemmin. Aineistosta nousi selkeästi esille, että tarkempaa tietoa siitä, miten kustantamo ja palveluntarjoaja ovat maksun perusteet keskenään sopineet, ei kirjailijoilla ollut. Haastateltava arveli, että äänikirjoista saatava tulo määräytyy samoin kuin painetustakin kirjasta. Isommilla kustantamoilla on enemmän maksuvaraa verrattuna pienempiin, joilla menee suhteellisesti paljon rahaa tuotannon pyörittämiseen.

Eräs haastateltavista kertoi saaneensa vuoden 2020 kirjailijan tuloistaan noin 25 % äänikirjoista, kaksi haastateltavaa suunnilleen kymmenen prosenttia. Kirjastolainojen

perusteella tilitettävä lainauskorvaus, joka on 26 senttiä lainauskertaa kohden, muodosti yhden kirjailijan tuloista isomman osan kuin äänikirjoista saatava tulo.

Kustantamoilta kysyttiin, miten äänikirjasta saatava tulo määräytyy. Markkinapäällikkö Susanna Sucksdorff Schildts & Söderströms-kustantamosta kertoi (henkilökohtainen tiedonanto 15.9.2021) Suomen Kustannusyhdistyksen tilastojen mukaan vuoden 2020 keskimääräisen tulon äänikirjasta olleen 2,68 euroa, kun painetusta kirjasta kustantamolle jäi 10,54 euroa myytyä kappaletta kohden. Molemmissa luvuissa oli laskua edellisestä vuodesta. Äänikirjassa prosentuaalinen lasku oli huomattavasti suurempi, vaikka Sucksdorffin vuodelta 2019 esittämät luvut olivat hieman Suomen Kuvalehden ilmoittamia euromääriä pienemmät. Suunta on kuitenkin selkeästi molemmissa sama.

WSOY:n liiketoiminnan kehittämispäällikkö Janne Koskinen kirjoitti sähköpostiviestissään (henkilökohtainen tiedonanto 6.9.2021) digitaalisten tuotteiden tulonmuodostukseen ja tulojen jakoon vaikuttavia asioita olevan tekijöiden sopimukset, tekijänoikeudet, aineistoihin liittyvät oikeudet ja sopimukset, tuotantomallit sekä myynti- ja jakelukanavien toimintamallit. Digitaalisia kirjoja jaetaan niin luku- ja kuunteluaikapalveluihin kuin myös yksittäin myytäväksi, unohtamatta lisenssipohjaisia palveluja kuten kirjastot. Toiminnassa ei ole yhtä ainoaa mallia. Kustantajan ja jälleenmyyjän tai jakelijan välisiä sopimuksia hän ei luonnollisestikaan voi kommentoida.

Kustantamon ja kuunteluaikapalvelun väliset sopimukset ovat tietenkin luottamuksellisia, mutta kappaleperusteinen malli (revenue share) lasketaan seuraavasti: Asiakas maksaa palvelusta esimerkiksi 16,99 euroa kuukaudessa. Palvelu ottaa tulosta sovitun osansa, tässä esimerkissä 45 % eli 7,65 euroa, kustantamon osuus tuloista on siis 9,34 euroa. Jos asiakas kuuntelee kaksi kirjaa, kustantamo saa 4,67 euroa per kirja. Jos asiakas kuunteleekin kymmenen kirjaa, jää tuloa kirjaa kohti vain 0,93 euroa. Tässä esimerkissä kaikki kirjat ovat saman pituisia eikä verotusta huomioida. Mitä useamman kirjan asiakas kuuntelee, sitä alhaisemmaksi jää yhdestä kirjasta saatu korvaus, ja kustantaja ja kirjailija häviävät tässä sopimusmallissa eniten. Toinen sopimusmalli on aikaperusteinen: tällöin on sovittu tietty tuntihinta, joka kuunnellusta kirjasta maksetaan kustantamolle, tässä esimerkissä se on 0,40 euroa. Jos kirjan kesto on seitsemän tuntia, saa kustantamo 2,80 euroa jokaisesta

kuunnellusta kirjasta. Jos asiakas on suurkuluttaja, kustantamo saa tällaisessa aikaperusteisessa korvausmallissa enemmän korvauksia ja striimauspalvelu tekee tappiota. (Sucksdorff, henkilökohtainen tiedonanto, 15.9.2021)

Tuotepäällikkö Annikka Heinonen Gummerukselta täydentää edellistä hinnoittelumallia seuraavasti (henkilökohtainen tiedonanto 22.9.2021). Kirjan voi ostaa myös yksittäiskappaleena; tällöin kuluttaja ostaa sen omakseen ja saa kuunnella sitä vapaasti. Kirjalla on joko kiinteä kappalehinta tai erikseen sovittu kampanjahinta, jonka jakelija tilittää kustantajalle.

Edellä esitettyjen kuunteluaikapalvelumallien, revenue sharen ja aikaperusteisen hinnoittelumallin lisäksi on vielä nettohintamalli. Siinä kustantamolle tilitetään sovittu kiinteä nettohinta joka kerta, kun kirja on kuunneltu kokonaan. Tässä mallissa kirjan voi kuunnella yksi kuluttaja alusta loppuun tai kuuntelu toteutuu esimerkiksi kahden asiakkaan kuunneltua kirjan puoliväliin asti. Lisäksi joissakin sopimuksissa uutuuskirjat hinnoitellaan korkeammin kuin aiemmin ilmestyneet teokset.

5.2 Kustannusrakenne

Äänikirjatuotanto on tuonut kustantamoille uudenlaisia kustannuksia, sillä digitaalisuus vaatii omanlaisiaan investointeja. Kustannustoimittaja ja äänikirjatuottaja Elina Blomqvist Gaudeamus-kustantamosta totesi (henkilökohtainen tiedonanto 8.10.2021)

äänikirjatuotannon olevan melko arvokasta toimintaa. Painetun kirjan työstäminen äänittämökuntoon vaatii muokkausta, minkä lisäksi studioiden ja ammattinäyttelijöiden osaamisesta joutuu maksamaan. Tuotantokuluja saattaa tulla yhtä paljon kuin painetusta kirjasta painokuluja. Kuitenkin lukuikapalveluista saatava tuotto häviää painetusta kirjasta saatavalle tulolle. Oman verkkokaupan yksittäisistä äänikirjoista saisi paremman katteen, mutta asiakkaat suosivat kuukausimaksullisia äänikirjapalveluja.

Äänikirjan tuottaminen maksaa 1500 – 4000 euroa riippuen kirjan pituudesta ja sen lukijasta. Sucksdorffin antamassa esimerkissä kirjan tuotantokustannus on 2100 euroa. Vuoden 2020 keskimääräinen äänikirjan tuotto oli 2,68 euroa, ja kun tästä vähennetään 25 % rojalteja ja

logistiikan osuutta, saadaan tuotoksi 2,01 euroa. Kun jaetaan 2100 2,01:lla saadaan 1045. Eli tätä äänikirjaa pitäisi myydä 1045 kappaletta, ennen kuin se alkaisi tuottaa voittoa. (Sucksdorff, henkilökohtainen tiedonanto, 15.9.2021)

5.3 Vuonna 2020 tuotetut äänikirjat

Suomen Kustannusyhdistyksen tilaston mukaan äänikirjoja tuotettiin vuonna 2020 1766 nimekettä. Näistä kaunokirjallisia teoksia oli 889, joista kaksi julkaistiin ainoastaan sähköisinä versioina. Vuonna 2019 äänikirjoja tuotettiin 1206 nimekettä, joten kasvua tapahtui vuodessa 46,4 %. (Suomen Kustannusyhdistys, 2021)

Kustantamoilta saatiin vastauksina kysyttäessä heidän tuottamaansa nimekemäärää vuonna 2020 seuraavasti.

- Kustannus-Mäkelä 18 kpl
- Schildts&Söderströms 97 kpl
- Otava noin 500 kpl
- Gaudeamus 19 kpl

Määriä yritettiin selvittää myös tiedustelemalla paikallisesta kirjastosta. Heilläkään ei ollut mitään listausta kustantamoittain äänikirjoista. Kansalliskirjastolla (Kansalliskirjasto, n.d.) on oma tietokanta, josta pitäisi löytyä kaikki julkaistut nimekkeet. Tietokannassa on yhteensä 2453 vuonna 2020 julkaistua äänikirjaa. Ero Suomen Kustannusyhdistyksen ilmoittamaan määrään on todella suuri. Hakua rajaamalla voi suodattaa 1654 suomenkielistä teosta, englannin- ja ruotsinkielisten kirjojen kustantamoiden nimissä toistuu nimi Saga Egmont. Tämä tanskassa perustettu kustantamo ei ole yhdistyksen jäsen. (Suomen Kustannusyhdistys, 2021)

5.4 Ansaintalogiikan epäkohtia

Koska Suomessa on runsaasti eri kokoisia kustantamoita ja erilaisia kirjailijoita ja kirjantekijöitä, tuotantokumppaneita ja jakelijoita, varmasti löytyy jonkun osapuolen mielestä aina jossain parannettavaa. Verottajaakaan ei voida unohtaa. (Koskinen, henkilökohtainen tiedonanto, 6.9.2021)

Yksi haastattelussa esitetty kysymys oli nykyisen ansaintalogiikan epäkohdista. Kirjailijoilta tätä kysyttiin heidän itsensä ja ammattikuntansa kannalta. Haastatellut kirjailijat toivat esille nykymuotoisen ansaintalogiikan epäkohtia kustantamon ja kuunteluaikapalvelujen välisistä sopimuksista seuraavanlaisesti:

”Kustantamot ovat liian vietävissä. Kun kustantamo hyötyy, niin kirjailijakin hyötyy, ja päinvastoin.”

”Ketju on aivan liian läpinäkymätön.”

”Kustantajat ja kirjailijat eivät tiedä kuka palvelua kuuntelee ja missä kuuntelee ja kuinka paljon kuuntelee. Dataa olisi helposti saatavissa, miksei sitä saada?”

”Törmäsin omaan kirjaani audiokirjana googletellessani. Kustantamokaan ei tiennyt sen ilmestyneen äänikirjana myytyään oikeudet eteenpäin.”

”Tämä on uusi asia ja uusi ala. Kirjailijan pitäisi saada tietää miten kustantamon saama tulo kuuntelupalvelusta määräytyy.”

”Ongelma ei ole audiokirja, vaan kuukausimaksulliset palvelut.”

Myös kustantamot tunnistavat ansaintalogiikan epäkohdan kirjailijalle tilitettävän palkkion pienuudesta. Liiketoimintapäällikkö Noora Al-Ani Kustannusosakeyhtiö Otavalta toteaa (henkilökohtainen tiedonanto 4.10.2021) kustantamon saaman tulon vaikuttavan suoraan kirjailijan tuloihin. Jos kustantamolle maksetaan vähemmän, myös tekijälle maksetaan vähemmän.

Aineistosta nousi esille, kuinka huolissaan kirjailijat olivat myös ammattialansa tulevaisuuden näkymistä. Itse kirjailijan työstä saatujen palkkioiden pienentyessä entisestään ammatin harjoittaminen ei houkuttele.

”Ammattimainen toiminta tehdään mahdottomaksi.”

”Jos painettuja kirjoja ei tehtäisi ollenkaan, myyntitulot jäisi todella pieniksi.”

”Kirjailijan työstä tehdään entistä enemmän apurahatoimintaa.”

”Kirjasta tulee sivutuote tai pohjatuote.”

”Nykyisessä mallissa olisi paljon korjattavaa, eikä pelkästään rahan takia.”

”Tilanne on pidemmän päälle kestämaton.”

”Aika randomilla tässä mennään.”

5.5 Äänikirja-alan tulevaisuuden näkymiä

Kirjakauppaliiton toimitusjohtaja Laura Karlsson on huolissaan kivijalkamyymälöiden kirjamyynnin laskusta, mutta hän näkee asiassa jotain positiivistakin eli sen, että on hyvä, kun kirjat kiinnostavat ja ne saavat uudenlaista näkyvyyttä. Hänen mukaansa he, jotka ovat aiemmin ostaneet kymmenen kirjaa vuodessa, ovat nyt ostaneet vähemmän, mutta tietoa siitä, ovatko he siirtyneet äänikirjoihin, ei ole saatavilla. (Kirjailijaliitto, 2020)

Kustannusyhdistys suhtautuu äänikirjabuumiin positiivisesti. Suomen Kustannusyhdistyksen johtajan Sakari Laihon sanoin äänikirjojen myötä kirjallisuudelle on löytynyt uusia vastaanottajia. Kirjallisuus kilpailee kuluttajien vapaa-ajasta muiden viihdemuotojen kanssa. Hänen mukaansa tärkeää on, että kirjallisuutta kulutetaan jossain muodossa. (Kirjailijaliitto, 2020)

Tutkimusta varten tehdyissä haastatteluissa tuli ilmi kirjailijoiden kahtiajakoinen näkemys äänikirja-alan tulevaisuutta kohtaan. Murros on ollut iso ja nopea. Digitaalisuus nähtiin jonkin asteisena uhkana paperiselle kirjalle, mutta siihen, että äänikirjat syrjäyttäisivät painetut kirjat lopulta kokonaan ei uskottu.

”Äänikirjojen tuotanto ja kuunteleminen tulevat kasvamaan entisestään.”

”Kulutus on vähintään sama kuin nyt.”

”Äänikirjoja tehdään enemmän, mutta kustantamot keksivät uusia myyntikanavia.”

Aineiston perusteella kirjailijat näkivät tulevaisuudessa myös positiivisuutta ja ilonaiheita. Vanhemmatkin teokset voivat alkaa elää uudelleen äänikirjana. Äänikirja nähdään myös hyvänä ja tarpeellisena tuotteena.

”Lukivaikeudet eivät enää ole esteenä kirjojen kuluttamiselle.”

”Ihminen, joka ei ikinä lukisi, löytää kirjat.”

”Kirjailija itsekin on lukija ja kuuntelija.”

”Kirjailijalle on iloa, kun hänen kirjojaan kulutetaan.”

Digitalisaatio kirja-alalla tarkoittaa myös sitä, että kuunteliijoista ja kirjoista kertyy dataa. Tämän datan voisi todennäköisesti hyödyntää jatkossa. Tulevaisuudessa nähtiin kehitettävää myös tekniikan osalta.

”Teknisesti paljon näkemätöntä puolta jota voisi kehittää.”

”Kirjoihin voisi tuoda pelillisyyttä ja vuorovaikutteisuutta. Kuulija voisi vaikuttaa siihen miten kirja päättyy, tai lukijalla voisi olla mahdollisuus esittää kysymyksiä kirjailijalle.”

”Kirjoissa voisi olla extra-aineistoa, kirjailijan omaa ääntä tai halutessaan saisi tietää mitä kirjailija ajatteli tätä kohtaa kirjoittaessaan.”

Kaikista kirjoista ei voi tehdä äänikirjaa. Visuaalisia elementtejä, kuten piirroksia tai taulukoita sisältäviä teoksia ei ole mahdollista tehdä äänikirjoiksi. Susanna Sucksdorffin mukaan äänikirjapalveluissa kaikenlaatuinen kirjallisuus ei yksinkertaisesti toimi. Haasteellisempia kirjoja ei jakseta kuunnella loppuun asti. Tällaisia kirjoja saattavat olla esimerkiksi sellaiset, joissa on paljon eri aikatasoja tai useita kertoja tai joiden juonesta on vaikea saada kiinni. Parhaiten kuunteluajankalasteissa kulutetaan dekkareita sekä tunnettujen ihmisten kevyitä elämäkertoja. Kirjailijoista hyvin myy muun muassa Lucinda Riley.

Gaudeamuksen Elina Blomqvist on mielissään siitä, kuinka kirjallisuutta on opittu käyttämään entistä monipuolisemmin ja uudentaisissa tilanteissa. Hän näkee mahdollisena myös, että kustantamojen ja äänittäjien välille voisi syntyä uudentaisia toimijoita, jos kustantamot tuntevat tarvetta äänikirjojen tuotantoprosessin ulkoistamiselle.

Kustannusyhtiö Audiomaa tekee teokset lähtökohtaisesti äänikirjoiksi ja aikoo myös kokeilla niiden elävöittämistä tehosteilla, kuten vaikkapa nartsevan lattian äänellä tai elämäkerran puhekielisenä lukijana häntä josta kirja on kirjoitettu. Ajatuksena on tuottaa kirjat äänikirjoina, mutta jos ne saavat suosiota, voidaan niistä jälkeenpäin tehdä painettuja teoksia. Tekijöille palkkiot maksetaan kuuntelumäärien mukaan. He toivovat saavuttavansa uutta kohderyhmää eli tavoittavansa heidät, jotka eivät kirjoja lue. Jakelukanavina Audiomaalla ovat suosituimmat äänikirjapalvelut. (Kauppalehti.fi)

Otava, Karisto, Supla ja Otavan Kirjasäätiö ovat julistaneet kirjoituskilpailun, jossa viihteelliset käsikirjoitukset tuotetaan digitaalisina (Supla, 2021). Tämä saattaa olla yksi mahdollinen tulevaisuuden suuntaus: kirjat suunnitellaan alusta alkaen äänikirjaformaattiin.

6 Johtopäätökset ja yhteenveto

Tässä luvussa esitellään tutkimuksessa esiin tulleita johtopäätöksiä ja tehdään yhteenveto tämän opinnäytetyön valmistumisprosessista. Luvussa on myös pohdintaa tutkimuksen luotettavuudesta ja mahdollisista ongelmista tutkimuksessa.

6.1 Tutkimuksen johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää äänikirjaliiketoiminnan tuottama liikevaihto vuonna 2020. Tiedon saaminen osittain epäonnistui, sillä kuudesta äänikirjapalvelusta vain yksi antoi pyydetyn tiedon. Tutkimuksessa käytetty liikevaihdon määrittäminen perustuu täten verkosta aiheesta löydettyjen tietojen pohjalta tehtyyn arvioon.

Tarkoituksena oli myös saada tietoa liikevaihdon jakautumisesta alan toimijaosapuolten kesken. Kustantamoiden ja kuunteluaikapalveluiden väliset sopimukset ovat luonnollisesti kahden toimijan välisiä salaisuuksia, mutta hinnoittelu voi olla joko aika- tai kappaleperusteista. Kustantamoilta saatiin vertailua painetun ja digitaalisen kirjan tuotosta ja Suomen Kustannusyhdistyksen tilastosta vuoden 2020 äänikirjojen myyntieurot. Tuotantoyhtiöiden osuus laskettiin karkealla keskiarvohinnalla. Saatuja tietoja käyttäen pystyttiin muodostamaan suuntaa antava tulonjako.

Kysymyksiin ansaintalogiikan epäkohdista ja digitalisaation vaikutuksista kirjailijan tuloihin haastateltavilta saadut vastaukset tukivat aihepiiristä löydettyä tietoa. Kirjailijat toivat esille kustantamoiden ja kuunteluaikapalveluiden välisiä epäkohtia. Aineistosta nousi esille myös kirjailijoiden huoli ammattialansa jatkomahdollisuuksista. Myös kustantamopuolella tunnistettiin ongelma kirjailijoille tilitettävien palkkioiden pienuudesta. Osittaiseksi ratkaisuksi ongelmaan tarjottiin kustantamoiden suoramyynnin kasvattamista, jolloin kustantamon kate kasvaisi ja näin myös kirjailijalle tilitettävä osuus. Kuluttajien suosiossa kuitenkin ovat kuukausimaksulliset palvelut. Tämän aineiston perusteella voidaan todeta epäkohtia olevan.

Kysyttäessä alan tulevaisuuden näkymistä aineistosta voitiin havaita kahtiajakaisuutta: Toisaalta kannetaan huolta painetun kirjan tulevaisuudesta, kirjojen myynnin laskusta ja pieniksi jäävistä ansioista. Toisaalta taas koetaan iloa kirjallisuuden löytäneistä uusista kuluttajista ja kirjojen todellisesta kilpailusta muiden vapaa-ajan viettotapojen kanssa. Äänikirjan tarpeellisuus tuotteena tunnustettiin, tosin kaikista kirjoista ei äänikirjaa voida tehdä teosten visuaalisuuden tai muiden seikkojen vuoksi.

Oman toimintansa tueksi opinnäytetyön toimeksiantaja olisi halunnut listauksen kustantamokohtaisesti vuoden 2020 aikana tuotettujen äänikirjojen nimekkeiden kappalemääristä. Kansalliskirjaston tietokannan ja Suomen Kustannusyhdistyksen tilaston kokonaiskappalemäärät poikkesivat huomattavasti toisistaan. Kustantamoilta vastauksia kappalemääriin ei saatu kuin neljältä toimijalta. Tämä olisi vaatinut syvempää perehtymistä toivottujen tietojen saamiseksi.

Tästä tutkimuksesta on tarkoituksella rajattu pois Covid-19-pandemian mahdolliset vaikutukset äänikirjojen suosion kehitykseen. Mielenkiintoinen jatkotutkimusidea olisi korona-ajan merkityksen kartoittaminen tähän vapaa-ajan viettomuotoon. Toinen liiketaloudellinen lähestymistapa aiheeseen olisi tehdä kehittämissuunnitelma yksittäisten äänikirjojen markkinointiin.

Tämän opinnäytetyön perusteella saatu tutkimustulos äänikirja-alan liikevaihdosta ei ole täysin luotettava, sillä niin suuri osa perustuu arviointiin. Tutkimuksessa on pyritty käyttämään mahdollisimman luotettavia ja monipuolisia lähteitä. On myös pyritty lähestymään ilmiötä mahdollisimman monelta kannalta. Yksi tutkimuksen ongelma oli tutkimuksen otannan pienuus, mutta haastattelujen tarkoituksena olikin ennen kaikkea tuoda kirjailijoiden oma ääni esille. Aineistosta on kuitenkin havaittavissa kustantamoiden ja kirjailijoiden yhteinen huoli digitaalisesta tuotannosta saatavan ansion pienuudesta.

Toimeksiantajalle on toivottavasti konkreettista hyötyä tilaamastaan opinnäytetyöstä oman toimintansa kehittämisessä, vaikka vastauksia toimeksiannossa olleisiin kysymyksiin ei täysin saatukaan. Toivon tutkimuksen tuovan arvoa toimeksiantajalle tämän oman äänikirjatuotannon suunnittelussa. Useat tahot, joihin tämän tutkimuksen pohjalta tehtiin

yhteydenottoja, osoittivat kiinnostuksensa valmiiseen opinnäytetyöhön, joten uskon alan toimijoiden voivan saada hyötyä tehdystä tiedonkeruusta.

6.2 Yhteenveto opinnäytetyön tekemisestä

Opinnäytetyön tekeminen oli ajoittain todella innostavaa. En kokenut aihetta alkuun mitenkään erityisen läheiseksi, mutta työn edetessä mielenkiinto lisääntyi. Koen onnistuneeni aiheen valinnassa. Tällaisen ajankohtaisen ilmiön tutkiminen osoittautui sopivan haastavaksi.

Työn aiheen etsinnän aloitin tammikuussa 2021 opettajan avustuksella. Hän ehdotti tätä äänikirjoihin suuntautuvaa toimeksiantoa ja pari viikkoa pohdittuani päätin tämän aiheen valita. Helmikuun puolivälissä pidettiin toimeksiantaneen yrityksen kanssa Teams-palaveri, ja sitten aloin keräämään tietoa teoriaosuuteen. Toimeksiantaja toivoi aiheen ajankohtaisuuden takia käytettävän mahdollisimman tuoretta aineistoa, mikä olikin alan voimakkaan kehityksen takia todella järkevää. Teoreettisen viitekehyksen kokoaminen sujui suhteellisen helposti, sillä kirjallista materiaalia digitaalisesta liiketoiminnasta on jonkin verran saatavilla, ja internetistä löytyi paljon äänikirja-alaan liittyviä julkaisuja, uutisia ja sivustoja. Alkuperäisen suunnitelmani mukaan opinnäytetyöni piti valmistua syyskuun loppuun mennessä, mutta uudenlaiset työkuviot vaikuttivat odotettua enemmän jaksamiseeni ja hieman viivästyttivät aikataulua.

Tunnen oppineeni aikatauluttamisen tärkeyttä. Alun reippaan tiedonhaun ja teoriaosuuden kirjoittamisen jälkeen suunniteltua pidemmäksi venähtänyt tauko työn tekemisessä vaati selkeän päivämäärätavoitteen, eli väliseminaariin ilmoittautumisen, että sain itseni kunnolla vauhtiin tutkimuksen valmistumiseksi. Kirjailijoiden haastatteleminen oli ehdottomasti tämän työn hauskin osuus. Tutkimus- ja tulososien kirjoitustyö ja johtopäätösten jäsentely järkeviksi lauseiksi osoittautui juuri niin haasteelliseksi kuin ennako-odotuksissa olikin. Työpäivien jälkeen en useinkaan jaksanut jatkaa kirjoittamista, vaan käytin siihen lähinnä viikonloppuja. Jälkeenpäin ajateltuna olisi pitänyt työstää opinnäytetyötä paljon enemmän alkuvuodesta jolloin ansiotyön puolesta oli kevyempää. Mutta valmistui se lopulta näinkin.

Lähteet

Book Garden. (2019). *Book Garden*. <https://www.bookgarden.fi/>

Celia. (2019). *Talvisota toi äänikirjat Suomeen, katso mitkä kirjat julkaistiin ensin*.
<https://www.celia.fi/Blogi/talvisota-toi-aanikirjat-suomeen/>

Celia. (n.d.-a). *Celia asiantuntijana*. Haettu 2.9.2021 osoitteesta <https://www.celia.fi/celia-asiantuntijana/>

Celia. (n.d.-b). *Hyvät käytännöt kustantajien ja Celian yhteistyössä*. Haettu 2.9.2021 osoitteesta
<https://www.celia.fi/celian-kirjat/kirjojen-valintaperusteet/hyvät-kaytannot-kustantajien-ja-celian-yhteistyossa/>

Celia. (n.d.-c). *Tietoa Celiasta*. Haettu 29.5.2021 osoitteesta <https://www.celia.fi/tietoa-celiasta/>

Edilex. (2019). *Kirjojen ja lehtien arvonnäisäverotuksesta*.
https://www.edilex.fi/verohallinnon_ohjeet/2019_0624.html

E-kirjat. (n.d.) *Äänikirjapalvelut – Paras äänikirjapalvelu 2021*. Haettu 17.9.2021 osoitteesta
<https://www.e-kirjat.fi/aanikirjapalvelut/>

Ekholm, K. & Repo, Y. (2010). *Kirja tienhaarassa vuonna 2020*. Gaudeamus Helsinki University Press.

Elisa. (2020). *Elisan tutkimus: Miljoonan rajapyykki rikki digikirjojen käytössä.*

<https://elisa.fi/yhtiotieto/uutishuone/tiedotteet/elisan-tutkimus:-miljoonan-rajapyykki-rikki-digikirjojen-k%C3%A4yt%C3%B6ss%C3%A4/04950322207503/>

Finna.fi (n.d.). <https://www.finna.fi/>

Hänti, S. (2021). *Asiakkaista ansaintaan: Asiakaskeskeinen liiketoimintamalli.* Alma Talent.

Kainulainen, J. (21.10.2011). Äänikirjan tekeminen on kuin palapelin kasaamista. *Lukulampun valossa.* <https://lukulampunvalossa.wordpress.com/2011/10/21/aanikirjan-tekeminen-on-kuin-palapelin-kasaamista/>

Kansalliskirjasto. (n.d.). *Kansalliskirjaston hakupalvelu.* <https://kansalliskirjasto.finna.fi/>

Kauppalehti. (2020). *Uusi kotimainen kustantamo keskittyy audiotuotteiden kehittämiseen - Jos äänikirja on suosittu, siitä voidaan painaa kirja.* <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/uusi-kotimainen-kustantamo-keskittyy-audiotuotteiden-kehittamiseen-jos-aanikirja-on-suosittu-siita-voidaan-painaa-kirja/10fba63b-271d-4ae4-bb7e-fa377256a046>

Kauppalehti. (2021). *Kirjabisneksen käänne on nyt totta: yli 40 prosenttia kustantajien tuloista tulee digitaalisista julkaisuista – "Voi kysyä, miksei Suomesta ole löytynyt tämän enempää halua investoida alaan".* <https://www-kauppalehti-fi.ezproxy.hamk.fi/uutiset/kirjabisneksen-kaanne-on-nyt-totta-yli-40-prosenttia-kustantajien-tuloista-tulee-digitaalisista-julkaisuista-voi-kysya-miksei-suomesta-ole-loytynyt-taman-enempaa-halua-investoida-alaan/85489e24-541f-4196-8cc0-ff49a1b2ef9f>

Kauppalehti. (2021). *Yrityshaku*.

<https://www.kauppalehti.fi/yritykset/yritys/bookbeat+oy/1655221-3>

Kirjailijaliitto. (2019). *Äänikirja kukoistaa! Mitä jää kirjailijalle viivan alle?*

<https://kirjailijaliitto.fi/kirjailija-lehti-artikkeli/aanikirja-kukoistaa-mita-jaa-kirjailijalle-viivan-alle/>

Kirjailijaliitto. (2020). *Vuosisadan mullistus*. <https://kirjailijaliitto.fi/kirjailija-lehti-artikkeli/vuosisadan-mullistus/>

Kirjailijaliitto. (n.d.-a). *Tilastoja ja tutkimuksia*. Haettu 29.5.2021 osoitteesta

<https://kirjailijaliitto.fi/medialle/tilastoja-ja-tutkimuksia/#toimeentulo>

Kirjailijaliitto. (n.d.-b). *Tulotutkimus 2018*. [kuva] Haettu 29.5.2021 osoitteesta

<https://kirjailijaliitto.fi/medialle/tulotutkimus-2018/>

Kirjailijaliitto. (n.d.-c). *Vuosisadan mullistus*. Haettu 29.5.2021 osoitteesta

<https://kirjailijaliitto.fi/kirjailija-lehti-artikkeli/vuosisadan-mullistus/>

Kirjailijaliitto. (n.d.-d). *Ohjeita kirjailijan työn hinnoitteluun*. Haettu 13.9.2021 osoitteesta

<https://kirjailijaliitto.fi/kirjailijalle/ohjeita-kirjailijan-tyon-hinnoitteluun/>

Kirjasampo. (n.d.). *Kotimaiset kirjallisuuspalkinnot*. Haettu 12.9.2021 osoitteesta

<https://www.kirjasampo.fi/fi/kulsa/saha3%253Au63797305-fff5-49aa-8a96-653c9824503b>

Kirjavinkit. (2012). *Finlandia-palkinto, Tieto-Finlandia ja Finlandia Junior*. [kuva]

<https://www.kirjavinkit.fi/uutiset/finlandia-ehdokkaat-2012/>

Kirjavälitys. (2021). *Digitaaliset palvelut kustantajalle*. <https://www.kirjavalitys.fi/kustantaja/e-palvelut-kustantajalle/ekirja/>

Kirjoittajayhdistys. (n.d.) *Näin tulet menestyneeksi kirjailijaksi Suomessa*.

<http://www.kirjoittajayhdistys.com/>

Koponen, J. (2019). *Alustatalous ja uudet liiketoimintamallit: Kuinka muodonmuutos tehdään*. Alma Talent.

Kustannusalan tilastot. (2021). *Tarkat tiedot. Äänikirjojen myynti*.

<http://tilastointi.kustantajat.fi/vuositilasto/aanikirjojen-myynti/2020>

Mikrobitti. (2020). *BookBeat keräsi Suomessa yli 150 000 maksavaa asiakasta*.

<https://www.mikrobitti.fi/uutiset/bookbeat-kerasi-suomessa-yli-150-000-maksavaa-asiakasta/2acbfd0b-e2a6-4d91-b021-00f142b9fb98>

Määttänen, J. (11.9.2020). Äänikirjojen suosio räjähti, mutta kirjailijoiden tulot jäävät vain murusiksi

– Kari Hotakainenkin jo kiihtyi: "Vaikutukset ovat suuret, kohtalokkaat ja massiiviset". *Helsingin*

Sanomat, kulttuuri. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000006632067.html>

Otava. (2020-a). *Otava ostaa Kariston kustannustoiminnan*. <https://otava.fi/otava-ostaa-kariston-kustannustoiminnan/>

Otava. (2020-b). *Kustannusosakeyhtiö Otava on ostanut Atena Kustannuksen*. <https://otava.fi/kustannusosakeyhtio-otava-on-ostanut-atena-kustannuksen/>

Puusa, A., Juuti, P. & Aaltio, I. (2020). *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*. Gaudeamus.

Ruokonen, M. (2016). *Biteistä bisnestä!: Digitaalisen liiketoiminnan käsikirja*. Docendo.

Ryynänen, J. (25.2.2020). Miten tehdään äänikirja? *Kustannustoimittajan blogi*. <https://reunalla.fi/blogs/kustannustoimittajan-blogi/miten-tehdään-äänikirja>

Saarelainen, E. (2013). *Kohti menestyvää liiketoimintamallia*. Suomen Liikekirjat.

Suomen Kirjankustantajat. (2019). *Kuinka käsikirjoituksesta syntyy kirja*. <http://www.suomenkirjankustantajat.fi/kuinka-kasikirjoituksesta-syntyy-kirja/>

Suomen Kustannusyhdistys. (2021). *Bestsellerit*. <https://kustantajat.fi/tilastot/bestsellerit>

Suomen Kustannusyhdistys. (2021). *Bestsellerit* [kuva]. <https://kustantajat.fi/tilastot/bestsellerit>

Suomen Kustannusyhdistys. (2021). *Julkaistut uutuudet, sähköiset julkaisut*.
<http://tilastointi.kustantajat.fi/vuositilasto/sahkoiset-julkaistut-uutuudet/2020>

Suomen Kustannusyhdistys. (2021). *Muutostrendi. Äänikirjojen myynti 2016-2020* [kuva].
<http://tilastointi.kustantajat.fi/vuositilasto/aanikirjojen-myynti/2020>

Suomen Kustannusyhdistys. (2021). *Myydyimmät äänikirjat 2020* [kuva].
<https://www.kustantajat.fi/media/bestsellerit-verkkoon-2020-korjattu.pdf>

Suomen Kustannusyhdistys. (2021). *Vuosikohtainen jakauma. Äänikirjojen myynti 2020* [kuva].
<http://tilastointi.kustantajat.fi/vuositilasto/aanikirjojen-myynti/2020>

Suomen Kuvalehti. (9.6.2019). *Äänikirjapalvelut toivat kirjallisuuden suomalaisten autoihin, keittiöihin ja lenkeille – Vuodessa ostettiin jo 2,3 miljoonaa teosta*.
<https://suomenkuvalehti.fi/jutut/kulttuuri/kirjat/aanikirjapalvelut-toivat-kirjallisuuden-suomalaisten-autoihin-keittioihin-ja-lenkeille-vuodessa-ostettiin-jo-23-miljoonaa-teosta/>

Supla. (2021). *Oletko aina halunnut viihdekirjailijaksi?*
<https://kampanjat.supla.fi/haluatkokirjailijaksi>

Taiteen edistämiskeskus. (n.d.). *Apurahat ja avustukset*. Haettu 12.9.2021 osoitteesta
<https://www.taike.fi/fi/apurahat-ja-avustukset>

Taloustaito. (2019). *Oliskiko kirjojen Netflix hyvä sijoitus?* <https://www.taloustaito.fi/Rahat/olisiko-kirjojen-netflix-hyva-sijoitus/#f3ea1ce4>

Theseus. (n.d.). <https://www.theseus.fi/>

Tiedonjulkistamisen neuvottelukunta. (n.d.). *Vähälevikkisen laatukirjallisuuden ostotuki*. Haettu 12.9.2021 osoitteesta <https://tjnk.fi/fi/ostotuki>

Tilastokeskus. (2020). *Liitetaulukko 23. Internetin käyttö musiikin, podcastien ja äänikirjojen kuunteluun 2020, %-osuus väestöstä*. https://www.stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi_2020_2020-11-10_tau_023_fi.html

Liite 1: Kirjailijoille esitetyt kysymykset

1. Kuinka suuri osuus vuonna 2020 saamistasi kirjailijan tuloista tuli äänikirjoista?
2. Tiedätkö miten äänikirjoista saatava tulo määräytyy?
3. Onko ansaintalogiikassa mielestäsi epäkohtia?
4. Millaisena näet äänikirja-alan tulevaisuuden kirjailijoiden kannalta?

Liite 2 Kustantamoille esitetyt kysymykset

1. Miten äänikirjoista saatava tulo määräytyy? Onko se esimerkiksi jokin euromääräinen summa per kuunneltu äänikirja kuunteluaikapalvelussa?
2. Myyttekö äänikirjoja kappaleittain suoraan kuluttajille?
3. Näettekö nykyisessä äänikirjoja koskevassa ansaintalogiikassa epäkohtia?
4. Millaisena näette äänikirja-alan tulevaisuuden kustannusyhtiöiden kannalta?