

## **Junioriurheiluseurojen varainhankinta sekä RY toiminnan kehittäminen**

Joel Kovamäki



<b>Tekijä(t)</b> Joel Kovamäki	
<b>Koulutusohjelma</b> Finanssi- ja talousasiantuntija	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Junioriturheiluseurojen varainhankinta sekä RY toiminnan kehittäminen	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 25 + 34
<p>Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää miten suomalaisissa juniori urheiluseuroissa toteutetaan varainhankintaa, sekä onko kenties toimintaa mahdollista kehittää seurojen toimiessa rekisteröityinä yhdistyksinä. Varainhankinnan kehittäminen on seuroissa tärkeässä roolissa ja tarpeeksi pitkälle vietyä se voi myös tuoda taloudellista helpotusta vähävaraisemmille perheille, joilla ei välttämättä ole niin paljon varoja laittaa lasten harrastuksiin. Varainhankinnan kehittämisen myötä harrastaminen mahdollistetaan tasapuoliseksi kaikille.</p> <p>Tavoitteena oli keskittyä nimenomaan juniori urheiluseuroihin, jotka toimivat rekisteröityinä yhdistyksinä. Tavoitteena oli selvittää miten seuroissa toteutetaan tällä hetkellä varainhankintaa ja miten sitä mahdollisesti tulevaisuudessa voidaan kehittää eteenpäin. Tavoitteena oli myös selvittää tuoko rekisteröitynä yhdistyksenä toimiminen seuroille haasteita varainhankintaan tai muuten seuran jokapäiväiseen toimintaan.</p> <p>Tutkimus osoitti, että lajista riippumatta varainhankinnan toteuttaminen tapahtuu hyvin samoin keinoin seurojen välillä. Isoja eroavaisuuksia ei varainhankinnan keinojen osalta tullut juurikaan esiin, mutta eriävyyksiä varainhankinnan laajuuden suhteen sen sijaan nousi pinnalle. Jokapäiväisessä arjessa ei löytynyt suurempia haasteita liittyen rekisteröityyn yhdistykseen, vaan toiminta koettiin olevan tasolla, jolla sitä on helppo toteuttaa rekisteröitynä yhdistyksenä.</p> <p>Tulevaisuuden kannalta seurojen tulee keskittyä varainhankinnan laajentamiseen varsinkin niissä seuroissa, joissa kaikkia varainhankinnan keinoja ei ole vielä käytössä. Luovuuden käyttäminen ja uusien kulmien löytäminen päivittäiseen tekemiseen korostuu ja aitojen yhteistyökumppanuuksien merkitys kasvaa. Pitkäkestoiset yhteistyökumppanuudet ovat avainasemassa seuroissa myös varainhankinnan osalta.</p>	
<b>Asiasanat</b> Urheiluseura, rekisteröity yhdistys, varainhankinta	

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Aihe ja tausta .....	1
1.2	Tutkimusongelma ja -kysymykset.....	2
1.3	Työn rajaukset .....	2
1.4	Tutkimusmenetelmä.....	3
2	Yhdistyksistä .....	4
2.1	Rekisteröity yhdistys .....	4
2.2	Yhdistyksen hallitus ja päätösvalta.....	4
2.3	Urheiluseura yhdistyksenä .....	5
2.4	Osakeyhtiö.....	6
3	Varainhankinta .....	7
3.1	Ansaintalogiikka .....	7
3.2	Jäsenmaksut.....	8
3.3	Myyjäiset.....	8
3.4	Arpajaiset.....	8
3.5	Avustukset ja lahjoitukset.....	9
3.6	Yritysyhteistyö ja sponsorointi .....	9
4	Yhdistyksen verotus .....	11
4.1	Elinkeinotulo .....	11
4.2	Kiinteistötulo .....	11
4.3	Henkilökohtaisen tulonlähteen tulo.....	12
4.4	Verohuojennus.....	12
5	Sponsorointiyhteistyö .....	13
5.1	Sponsorointi käsitteenä.....	13
5.2	Sponsoroinnin historia.....	13
5.3	Sponsorointi seuran näkökulmasta .....	14
5.4	Sponsorointi yrityksen näkökulmasta .....	14
5.5	Sponsoroinnin peruselementtejä.....	14
5.6	Sponsorointimenetelmiä.....	15
5.7	Sponsoroinnin kehitys ja tulevaisuus.....	16
6	Tutkimustyö.....	17
6.1	Kysymykset.....	17
6.2	Haastattelu ja haastateltavat .....	17
6.3	Varainhankinnan toteuttaminen.....	18
6.4	Kulurakenne.....	19
6.5	Sponsorointi ja yhteistyökumppanuudet.....	20
6.6	RY toiminnan kehittäminen ja osakeyhtiömuotoon siirtyminen .....	21

6.7	Jatkotutkimus mahdollisuudet .....	22
7	Johtopäätökset.....	23
7.1	Varainhankinta .....	23
7.2	Kulurakenne.....	23
7.3	Sponsorointi ja yhteistyökumppanuudet .....	24
7.4	RY-toiminnan kehittäminen .....	24
8	Työn arviointi.....	25
	Lähteet .....	26
	Liite 1. Haastattelu, Lasse Laakkonen, Puhu Juniorit ry, 7.10.2020 .....	29
	Liite 2. Haastattelu, Jari Oksanen, EräViikingit ry, 14.10.2020 .....	39
	Liite 3. Haastattelu, Petteri Forssell, Korson Palloseura ry, 22.10.2020 .....	51

# 1 Johdanto

Suomessa on varsin paljon historian aikana perustettu urheilu- ja liikuntaseuroja. Viimeisimmän tutkimuksen mukaan seuroja on perustettu yhteensä noin 30 000. Näistä kuitenkin vain noin 14 000 on enää toiminnassa. Tutkimuksen mukaan seurakoko on keskimäärin noin 359 jäsentä. Seurojen koko on pysynyt hyvin samankaltaisena, vaikka paljon uusia seuroja ja lajeja on tullut lisää. (Olympiakomitea 2020a.)

Sponsor Insight järjestää joka vuosi tutkimuksen, jossa selvitetään suomalaisten kiinnostusta urheilulajeja kohtaan. Tutkimus tehtiin tänä vuonna 15. kertaa. Tutkimuksen tuloksena suomalaisten mielestä mielenkiintoisimmat urheilulajit olivat jääkiekko, yleisurheilu, hiihto, ampumahiihto, sekä jalkapallo. Jalkapallo nousi ensimmäistä kertaa ikinä top 5 suosituimman lajin joukkoon. (Sponsor Insight 2020.)

## 1.1 Aihe ja tausta

Valitsin opinnäytetyön aiheen koska itsellä oli palava halu kirjoittaa opinnäytetyö jostakin urheiluun liittyvästä aiheesta. Urheilu on aina ollut itselläni lähellä sydäntä ja oma urheilutausta ja kokemus on tullut juniorivuosina vietetyistä ajoista jalkapallon ja salibandyn parissa. Jalkapallon parissa viihdyin melkein 14 vuotta ja salibandyn parissa tuli hurahdettua aikaa noin kahdeksan vuotta. Kokemusta on siis runsaasti pelaajana junioritasolla. Halusin kuitenkin oppia hieman lisää myös taustoista ja kuinka juniori urheiluseurat toimivat, joten valitsin kohteeksi juuri junioriseurat, jotta pääsen myös itse oppimaan työn tekemisen ohella seuratoiminnan kulisseja.

Aihe on ajankohtainen, sillä monilla junioriseuroilla on paljon kehitettävää varainhankinnan suhteen, jotta harrastamisesta tulisi helpompaa monelle lapsiperheelle. Väistämättä monissa perheissä lasten ja nuorten harrastaminen jää sivu suun perheen taloudellisen tilanteen takia. Monipuolisuus varainhankinnassa ja uusien tulonlähteiden löytäminen auttaa myös seuroja tukemaan vähävaraisempia kotitalouksia. Tällä mahdollistetaan jokaisen lapsen ja nuoren mahdollisuus harrastaa ja kehittyä valitsemassaan urheilulajissa ja varmistetaan myös lapsille ja nuorille terve ympäristö kasvaa.

## 1.2 Tutkimusongelma ja -kysymykset

Tässä opinnäytetyössä tutkimusongelmana on selvittää miten suomalaiset junioriurheiluseurat toteuttavat varainhankintaa ja miten varainhankintaa voidaan kehittää seuran toimiessa rekisteröitynä yhdistyksenä. Tutkimusongelmaa selvitetään muiden muassa seuraavilla kysymyksillä:

- Miten seura toteuttaa varainhankintaa?
- Onko seura tyytyväinen sen toteutukseen varainhankinnan osalta?
- Miten varainhankintaa voitaisiin tulevaisuudessa kehittää?
- Tuoko ry-muoto esteitä yrityksen varainhankinnalle?

Tarkoituksena on löytää uusia keinoja selkeyttää ja edistää seurojen varainhankintaa, jotta mahdollistettaisiin jokaiselle lapselle ja nuorelle mahdollisuus harrastaa ja kilpailla haluamassaan lajissa. Tutkimuksessa myös tarkastellaan hieman vanhempien halukkuutta olla mukana seuran toiminnassa. Vapaaehtoisuus on ollut menneisyydessä iso osa junioriurheilua, mutta lajien kasvaessa ja seurojen kehittyessä toiminnasta on tulossa yhä enemmän ammattimaisempaa.

## 1.3 Työn rajaukset

Työn ohella tutuistuin hieman aiempiin opinnäytetöihin ja etsin mahdollisesti samankaltaisia töitä. Huomasin, että suurimmaksi osaksi varainhankinnan osalta töitä oli tehty tiettyihin seuroihin keskittyen, enkä löytänyt juuri isommassa mittakaavassa tehtyjä töitä. Päätin tehdä työn keskittyen juuri yleisellä tasolla seurojen toimintaan. Rajauksen osalta valitsin juuri juniori urheiluseurat, sillä koen, että siellä toimintaa voidaan kehittää vielä eteenpäin. Aikuistasolla seuratoiminta siirtyy enemmän liiketoiminnallisen tekemisen puolelle ja siellä esimerkiksi isoilla sponsorisopimuksilla on todella iso rahallinen vaikutus seuratoimintaan. Juniori urheiluseurat ovat kuitenkin lähes poikkeuksetta rekisteröityjä yhdistyksiä, ja työssä tarkastellaankin juuri tämän yhdistysmuodon omaavia seuroja. Työhön on sisällytetty myös verotuksellista ja lainsäädännöllistä tutkimusta juuri rekisteröityjen yhdistysten osalta. Lait ja säädökset sääntelevät yhdistyksiä varainhankinnan osalta joten tärkeimpiä seikkoja on teoriaosuudessa avattu lukijalle.

## 1.4 Tutkimusmenetelmä

Tämän työn tutkimus on toteutettu laadullisella tutkimusmenetelmällä, eli kvalitatiivisena tutkimuksena. Kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena on tutkia ja ymmärtää jotakin tiettyä asiaa tai ilmiötä syvemmin, perehtyen sen laatuun, merkitykseen, sekä ominaisuuksiin. Laadullisen tutkimusmenetelmän tarkoituksena on kerätä tutkimusmateriaalia luotettavista lähteistä, joilla on kokemusta tarkasteltavasta tutkimuskohteesta. (Proakatemia 2021.)

Laadullinen analyysi voidaan jakaa kahteen eri vaiheeseen, ensimmäinen on havaintojen pelkistäminen ja toinen on tutkimuskysymyksen ratkaiseminen. Havaintojen pelkistämässä on kaksi eri osaa. Ensimmäisenä aineistoa tutkiessa on tärkeää pohtia mikä on tutkimuskysymyksen kannalta olennaista aineistoa. Näin tehdessä isosta massasta pyritään nostamaan esille tutkimuksen kannalta olennaiset havainnot. Pelkistetyssä toisessa vaiheessa on kyse havaintojen karsimisen yhdistämisellä. Yhdistelyssä on kyse useampien yksittäisten havaintojen yhdistämisestä yhdeksi havainnoksi, tai ainakin pienemmäksi havaintojen ryhmäksi. Tutkimuskysymyksen ratkaiseminen on laadullisen tutkimuksen toinen vaihe. Tätä vaihetta kutsutaan myös toisinaan tulosten tulkinnaksi. Tutkimuskysymyksen ratkaiseminen tarkoittaa sitä, että analyysissä nousseiden johtolankojen ja vihjeiden perusteella tehdään tulkinta tutkittavasta ilmiöstä. (Alasuutari 2001, 39-40, 44.)

Tässä työssä käytin tutkimusmenetelmänä laadullista tutkimusta. Tutkimus toteutettiin yksilohaastatteluiden kautta. Haastattelut toteutettiin syksyn 2020 aikana verkkohaastatteluina Microsoft Teamsin välityksellä. Tutkimuskysymykset olivat muotoiltu mahdollisimman hyvin niin, että niiden avulla saadaan laajempia vastauksia jolloin saadaan enemmän laadukasta dataa tutkimuskysymysten ratkaisemiseksi. Muita aineistonkeruumenetelmiä olivat lukuisat kirja- sekä verkkolähteet, joista etsittiin laadukasta dataa tutkimuksen tukemiseksi.

## **2 Yhdistyksistä**

Suomi on täynnä yhdistyksiä. Suomessa on väkilukuun nähden paljon yhdistyksiä ja patentti- ja rekisterihallituksen mukaan Suomessa on viimeisimmän tiedon mukaan yhteensä noin 106 400 rekisteröityä yhdistystä. Suomen perustuslakiin on kirjattu, että jokaisella suomalaisella on yhdistymisvapaus. Tämä tarkoittaa sitä, että kuka tahansa Suomen kansalainen voi vapaasti perustaa yhdistyksen tai osallistua sellaisen toimintaan. (Patentti ja rekisterihallitus 2020a; Perustuslaki 11.6.1999/731, 13§.)

### **2.1 Rekisteröity yhdistys**

Suomen perustuslain mukaan kansalaisilla on yhdistymisvapaus. Tämä tarkoittaa sitä, että Suomen kansalaisilla on oikeus perustaa yhdistys ilman lupaa, olla sen jäsenenä, tai erota niistä. Yhdistykseen liittymiseen ei voi myöskään pakottaa. Yhdistymisvapautta säädellään yhdistyslaissa, jonka mukaan yhdistyksiä voidaan perustaa vapaasti aatteellisen tarkoituksen toteuttamiseksi, kunhan se ei ole vastoin lakia tai hyviä tapoja. (Perustuslaki, 13§; Yhdistyslaki 26.5.1989/503, 1§.)

Miksi rekisteröityjä yhdistyksiä perustetaan? Rekisteröity yhdistys on oikeustoimikelpoinen. Tämä tarkoittaa sitä, että yhdistys voi tehdä sopimuksia ja kauppvoja, omistaa kiinteää omaisuutta, ottaa vastaan lahjoituksia, olla jäsenenä toisessa yhdistyksessä tai osakkeenomistajan osakeyhtiössä, sekä hoitaa viranomaisasioita. Rekisteröidyssä yhdistyksessä jäsenet eivät joudu henkilökohtaisesti vastuuseen yhdistyksen velvoitteista. (Patentti ja rekisterihallitus 2020b.)

Yhdistyksen perustaminen syntyy jäsenten välisestä sopimuksesta. Yhdistykselle laaditaan säännöt joiden mukaan se tulee toimimaan. Tämän jälkeen yhdistys rekisteröidään, jolloin siitä tulee oikeustoimikelpoinen. Yhdistyksen toiminta tulee olla aatteellista ja yhdistyksen aate tulee tehdä selväksi sitä perustaessa. Yhdistyksen aatteellisuus tarkoittaa toimintaa, jolla ei tähdätä taloudelliseen etuun, vaan kaikki yhdistyksen toiminta edistää yhdistyksen aatetta. (Olympiakomitea 2020b, 1.)

### **2.2 Yhdistyksen hallitus ja päätösvalta**

Yhdistyksellä on oltava hallitus, jonka jäsenenä tulee olla vähintään kolme jäsentä. Hallituksen tulee huolehtia, että yhdistys noudattaa lakia, sääntöjä, sekä hoitaa yhdistyksen asioita huolellisesti niiden mukaan. Hallituksessa tulee olla puheenjohtaja, jonka tulee olla täysivaltainen. Hallituksen puheenjohtaja pitää huolen siitä, että hallituksessa käsiteltävät asiat ovat yhdistyksen kannalta oleellisia ja ne ovat huolellisesti

valmisteltu. Muiden yhdistyksen jäsenien tulee olla vähintään 15 vuotiaita. (Yhdistyslaki, 35§; Perälä & Perälä 2006, 335.)

Yleisesti hallituksen tehtäviin voidaan lukea toiminnan järjestäminen ja johtaminen. Hallitus myös valvoo toiminnan toteuttamista, sekä varainhoitoa. Hallituksen jäsenillä tarvitsee olla tarpeeksi kokemusta ja ammattitaitoa, jotta he suoriutuvat arjen tehtävistä. Hallituksen jäsenien tulisi olla riippumattomia henkilöitä, jotta päätökset ja niiden mukainen toiminta olisi tarpeeksi objektiivista. (Perälä & Perälä 2006, 335.)

Päätösvalta yhdistyksessä on yhdistyksen jäsenillä. Jokaisella 15 vuotta täyttäneellä jäsenellä on äänioikeus, ellei säännöissä toisin määrätä. Päätökseksi tulee se mielipide, joka saa yli puolet annetuista äänistä. Mikäli tilanne on tasan, voimaan astuu se päätös, jota yhdistyksen puheenjohtaja on äänestänyt. Mikäli yhdistyksen sääntöjä muutetaan, tai se puretaan, tarvitaan annetuista äänistä vähintään kolme neljäsosaa annetuista äänistä. (Yhdistyslaki, 25§, 27§.)

### **2.3 Urheiluseura yhdistyksenä**

Suurin osa suomessa toimivista urheiluseuroista on voittoa tavoittelemattomia yleishyödyllisiä rekisteröityjä yhdistyksiä. Suomessa toteutetaan aina kymmenen vuoden välein valtakunnallinen seurantatutkimus. Tutkimusaiheet ovat liittyneet valtakunnallisiin liikunnan teemoihin. Tutkimuksessa on erityisesti tarkasteltu nuorten liikuntaa. Viimeisin tutkimus on toteutettu vuonna 2016, jolloin yhdistysrekisterin mukaan Suomessa oli noin 14 000 toimivaa liikunta- ja urheiluseuraa. Kuitenkin tarkemman arvioinnin mukaan, niitä on oikeasti muutama tuhat vähemmän. (Olympiakomitea 2020a.)

Seuratoiminta on mennyt vuosien saatossa yhä enemmän ammattimaisempaan suuntaan. Tutkimuksessa selvisi, että noin viidesosassa seuroista on vähintään yksi päätoiminen työntekijä. Lisäksi isossa osassa seuroista on osa-aikaisia työntekijöitä. Myös pieniin harrasteseuroihin ollaan alettu palkkaamaan ammattilaisia. Palkallistumisen myötä on noussut esiin ongelmia vapaaehtoisuuteen liittyen. (Olympiakomitea 2020a.)

Pääsääntöisesti urheiluseuroissa toimivat henkilöt tekevät vapaaehtoistyötä. Vapaaehtoiset toimivat seuroissa monissa eri rooleissa. Rooleja voivat olla esimerkiksi valmentajat, huoltajat, seuran hallituksen toimihenkilöt, sekä monia muita rooleja. Vapaaehtoistyö on seuroille elintärkeää, sillä se säästää seuran kustannuksia ja täten jättää seuran varallisuutta muun toiminnan kehittämiseksi. Suuri osa juniori seuroissa toimivista vapaaehtoisista ovat yleisesti ottaen nuorten vanhempia. Vapaaehtoisuus

nostaa kuitenkin esille ongelmia esimerkiksi sitoutumisen kanssa. Suurin osa vanhemmista tekee työtä rakkaudesta lastaan kohti, mutta tämä ei riitä sitouttamaan seuraan. Tästä syystä seuran toimihenkilöiden vaihtuvuus voi olla suurta, etenkin pienemmissä urheiluseuroissa.

## **2.4 Osakeyhtiö**

Osakeyhtiö on Suomen yleisin yritysmuoto. Osakeyhtiö koostuu osakkeista ja yhtiön omistus jakaantuu osakkeiden mukaan. Osakeyhtiö on joko julkinen (Oyj), jolloin kuka tahansa voi ostaa yhtiön osakkeita ja täten tulla omistajaksi. Toinen muoto on yksityinen osakeyhtiö (Oy), jolloin osakkeet eivät ole julkisesti kaupan. (Yritä 2020.)

Osakeyhtiötä perustettaessa omistajat voivat itse määrittää osakkeiden määrän. Perustettaessa yhtiötä yhden osakkeen hinnaksi muodostuu yhtiön sijoitettu kokonaispääoma jaettuna osakkeiden kokonaismäärällä. Osakkeita voi omistaa luonnollinen henkilö tai oikeustoimihenkilö, esimerkiksi toinen osakeyhtiö. (Yritä 2020.)

Osakeyhtiö on itsenäinen oikeustoimihenkilö. Osakeyhtiö voi siis tehdä itsenäisesti sopimuksia, ottaa velkaa tai omistaa asioita. Tämä tarkoittaa sitä, että osakkeenomistajat vastaavat yrityksestä vaan siihen sijoittamallaan pääomalla. Esimerkiksi konkurssitilanteessa osakeyhtiön osakkeenomistajat vastaavat yhtiön veloista vain siihen sijoittamallaan pääomalla. Täten osakeyhtiö on turvallisempi, kuin esimerkiksi henkilöyhtiö, jossa omistajat vastaavat kaikesta henkilökohtaisesti. (Yritä 2020.)

Osakeyhtiötä perustettaessa tulee laatia erillinen perustamissopimus, jonka kaikki yhtiön osakkeenomistajat allekirjoittavat. Jokainen osakkeenomistaja merkitsee perustamissopimukseen omistamiensa osakkeiden määrän. Perustamissopimuksesta käy ilmi muiden muassa sopimuksen allekirjoituspäivämäärä, osakkeenomistajat, osakkeiden määrä ja niiden merkintähinta. (Osakeyhtiölaki 21.7.2006/624, §1 & §2.)

Kun yhtiö on allekirjoittanut perustamissopimuksen, tulee sen rekisteröidä yhtiö kolmen kuukauden sisällä allekirjoituksesta, tai yhtiön perustaminen raukeaa. Rekisteröityessään yhtiön tulee toimittaa viranomaisille tiedot muiden muassa yhtiön toimitusjohtajan ja hallituksen vakuutus, että perustamisessa on noudatettu siihen liittyviä sääntöjä, sekä yhtiön tilintarkastajien todistus. (Osakeyhtiölaki, §8.)

### 3 Varainhankinta

Varainhankinta on jokaisella yhdistyksellä ja yrityksellä yksi tärkeimmistä tekijöistä. Ilman varoja ei yhdistys voi toimia ja kulkea kohti aatettaan. Yhdistyksillä on monia vaihtoehtoja varainhankinnalle, mutta harva niistä hyödyntää useampaa kuin yhtä. Yhdistysten varainhankintaa on säädelty yhdistyslaissa. Yhdistykset eivät saa harjoittaa sellaista elinkeinotoimintaa, josta ei ole erikseen määrätty yhdistyksen säännöissä.

Elinkeinotoiminnan tulee myös olla vähäarvoista, eikä se saa poiketa yhdistyksen toiminnan tarkoituksesta. Suurin osa yhdistyksen varoista koostuu jäsenmaksuista.

Jäsenmaksut maksavat yleensä esimerkiksi seurassa pelaavien junioreiden vanhemmat. (Toimihenkilöjärjestöjen Sivistysliitto 2020.)

#### 3.1 Ansaintalogiikka

Ansaintalogiikka tarkoittaa johdonmukaista tapaa tehdä tuotteista tai palveluista kannattavia. Ansaintalogiikka on osa liiketoimintamallia, joka toimii yrityksen suurempana ohjekirjana. Ansaintalogiikoita pyritään jatkuvasti kehittämään ja uusia keinoja pyritään implementoimaan erityisesti verkkokauppoja käyttävissä yrityksissä. (Nieminen 2009.)

Ansaintalogiikka kuvaa yrityksen tai yhdistyksen tulonlähteitä ja sitä miten liiketoiminta tuottaa voittoa. Ansaintalogiikka avaa myös hinnoittelu- ja kustannusrakenteita. Käytännössä se on verrattavissa liiketoiminnan ymmärtämiseen. Ansaintalogiikka tarjoaa vastauksia kysymyksiin kuten, mistä raha tulee ja mihin se menee, Kuinka voittoa tehdään, sekä mitä asiakkaat haluavat ja kuinka nämä vaatimukset pannaan käytäntöön. (Nieminen 2009.)

Ansaintamalli voi olla esimerkiksi palvelumyynti, jossa yritys myy tietyn palvelun kerta- tai kuukausiluontoista maksua vastaan. Tällaista ansaintamallia kutsutaan tilaajamalliksi. Muita ansaintamalleja ovat esimerkiksi mainosrahoitteinen malli, jossa kolmas osapuoli maksaa yritykselle mainostilan käyttämisestä. Kolmas yleinen ansaintamalli on sponsorirahoittaminen, jossa ansainta koostuu sponsoroinnin tuomista varoista. (Smarteducation 2020.)

### **3.2 Jäsenmaksut**

Merkittävin osa yhdistyksen varainhankinnasta koostuu jäsenmaksuista, joita maksavat yhdistyksen jäsenet. Junioriurheiluseuran tapauksessa jäsenmaksut maksavat yleensä seuran junioreiden vanhemmat. Jäsenmaksujen suuruuden päättää yhdistyksen hallitus. Yleensä jäsenmaksut yleensä määrittävät seuran toiminnan laajuutta ja budjetointia tulevalle vuodelle. Tietysti muillakin keinoilla voidaan tehdä varainhankintaa, mutta prosentuaalisesti jäsenmaksut ovat isoin osa. (Perälä & Perälä 2006, 258-259.)

Jäsenmaksut samalla sitouttavat jäseniä toimintaan ja saavat jäsenille yhteenkuuluvuuden tunnetta rahallisella panoksellaan. Yhdistysrekisteriä on pidettävä ajantasalla ja sieltä on poistettava henkilöt, jotka eivät enää halua olla yhdistyksen toiminnassa mukana. Yhdistyksestä ei kuitenkaan saa koskaan poistaa jäsentä vasten hänen tahtoaan, tästä syystä jokaiseen jäseneseen on oltava yhteydessä ennen jäsenyyden poistamista. (Kansio 2020a.)

### **3.3 Myyjäiset**

Yhdistys voi järjestää myyjäisiä erinäisissä tapahtumissa. Tuloverolain 3 luvun 23§ mukaan verotettavana tulona ei pidetä esimerkiksi urheilutapahtumissa pidettäviä kahvilatoimintaa. Yhdistys voi siis myydä esimerkiksi turnausten ohella kahviloissa virvokkeita ja muita kahvilatuotteita. Näitä ei pidetä veronalaisina tuloina niin kauan kun myynti on pienimuotoista ja se kohdistuu lähinnä yhdistyksen jäsenille. Tällainen kahvilatoiminta onkin hyvin yleistä esimerkiksi junioriurheiluseurojen järjestämissä turnauksissa.

### **3.4 Arpajaiset**

Yhdistys voi myös jäsentapahtumissaan järjestää arpajaisia. Arpajaislain mukaan arpajaisia saa järjestää rekisteröity yhdistys, säätiö, tai muu yleishyödyllinen elin, jonka kotipaikka sijaitsee Suomessa. (Arpajaislaki 23.11.2001/1047, 5§.)

Arpajaiset ovatkin yksi yleisimpiä varainhankinnan keinoja juniori urheiluseurojen tapahtumissa. Arpajaiset voidaan jaotella kolmeen eri ryhmään: miniatyyriarpajaiset, pienarpajaiset, sekä arpajaiset. Näiden kolmen arpajaismuodon välillä on pienimuotoisia eroja niiden säätelyn kannalta. (Kansio 2020b.)

Yhdistys voi järjestää tavara-arpajaiset toimintansa edistämiseksi kunhan arpojen yhteenlaskettu arvo ei ole yli 500€. Miniatyriarpajaisissa jokaisen voiton on oltava vähintään samanhintainen kuin arvan hinta. Yhteenlaskettujen voittojen tulee olla kuitenkin aina vähintään 35% arpojen yhteenlasketusta myyntihinnasta. Arpojen myynnin ja voittojen jaon on tapahduttava samassa tilaisuudessa. (Kansio 2020b.)

Pienarpajaiset toimivat muulla tavoin samalla tyylillä kuin miniatyriarpajaiset, mutta pienarpajaisissa arpojen yhteenlaskettu arvo saa olla enintään 3000€. Tällöin pienarpajaiset voidaan järjestää ilman lupaa. Samat voitonjakosäännöt pätevät sekä miniatyriarpajaisissa, että pienarpajaisissa. Molemmissa arpojen myynnin ja voitonjaon on tapahduttava samassa tilaisuudessa. (Arpajaishallinto 2020a.)

Tavalliset arpajaiset ovat luvanalaista toimintaa ja siihen vaaditaan aina viranomaisen suostumus. Tavara-arpajaisluvut myöntää poliisilaitokset, sekä poliisihallitus. Lupa haetaan aina kirjallisen hakemuksen kautta ja sitä voi anoa enintään vuodeksi. (Arpajaishallinto 2020b.)

### **3.5 Avustukset ja lahjoitukset**

Yhdistys voi vastaanottaa avustuksia usealta eri taholta. Yleisesti ottaen avustuksia antaa kunnalliset tahot. Yleensä näiden avustuksien tarkoituksena on edistää yleishyödyllisen yhdistyksen toimintaa.

Yhdistyksen on myös mahdollista saada lahjoituksia joko kuukausittain tai kertalahjoituksen muodossa. Yleisimpänä muotona toimii kertalahjoitukset, joita yritykset tai yksityishenkilöt lahjoittavat yhdistykselle. Lahjoittaja antaa lahjoituksen odottamatta vastikkeita lahjoitukselle ja yleisimpänä syynä onkin oma tahto tukea yhdistyksen toimintaa. Mikäli samalta lahjoittajalta saatujen lahjoitusten arvo ylittää yhden vuoden aikana yli 1500€, tulee siitä tehdä ilmoitus viranomaisille. (Kansio 2020a.)

### **3.6 Yritysyhteistyö ja sponsorointi**

Yritysyhteistyö on käsitteenä laaja, yleisimmin siinä tarkoitetaan vuorovaikutteista tilannetta, jossa yhdistys tarjoaa omaa osaamistaan, tuontantoja, sekä palveluitaan vastineeksi rahallisesta, tavaroiden, tai palveluiden muodossa tapahtuvasta sijoittamisesta. (Oesch 2002, 21.)

Sponsorointi on käsitteenä laaja, epämääräinen, sekä se on monesti myös väärinymmärretty. Sponsorointi rinnastetaan usein lahjoituksiin ja avustuksiin, ilman mikäänlaista vastinetta. Sponsorointi on kuitenkin alkuperältään vastavuoroista vaikutusta. Yleensä sponsoreina toimivat yritykset saavat rahallisesta tai muussa muodossa tehdystä sijoituksesta vastinetta esimerkiksi näkyvyyden merkeissä. Mikäli yritys antaa seuralle esimerkiksi tuotteitaan käyttöön, voidaan puhua välillisestä sponsoroinnista. (Oesch 2002, 19.)

Urheiluseuroissa sponsorointi tapahtuu yleensä sekä suoran, että välillisen sponsoroinnin kautta. Esimerkiksi salibandyseura saattaa pelata pelkästään Fatpipen mailoilla, sillä heillä on Fatpipen kanssa solmittu sponsorisopimus. Tällöin seura antaa yritykselle näkyvyyttä käyttämällä heidän mailojaan peleissä ja harjoituksissa, vastaisuudessaan yritys tarjoaa seuralle pelivälineet, eli tässä esimerkissä mailat.

Toinen yleinen sponsoroinnin muoto urheiluseuroissa on se, että tietty yritys kustantaa seuran pelipaidat ja saavat näin ollen yrityksensä nimen ja logon printattua pelipaitoihinsa. Tätä sponsoroinnin muotoa käytetään monessa eri urheilulajeissa ja se onkin yksi yleisimmistä urheiluväline sponsorointi muodoista.

## 4 Yhdistyksen verotus

Yhdistyksellä voi olla kolmenlaisia tuloja: elinkeinotuloja, kiinteistötuloja, sekä henkilökohtaisen tulonlähteen tuloja. Yleishyödyllinen yhdistys joutuu maksamaan veroja vain elinkeinotuloista, sekä tietyiltä osin kiinteistön tuottamista tuloista. Mikäli yhdistys ei ole yleishyödyllinen, joutuu se maksamaan 20% veroja kaikista tuloistaan. Yhdistys maksaa tuloveroa 20% elinkeinotuloista. Lisäksi mikäli kiinteistö tai sen osa ei ole yleishyödyllisessä käytössä, niin tällöin yhdistys on kiinteistöstä syntyvistä tuloista verovelvollinen. Vuonna 2020 kiinteistöveron prosentti on 6,43. (Vero 2020.)

### 4.1 Elinkeinotulo

Elinkeinotuloiksi lasketaan sellaiset tulot, jotka ovat peräisin esimerkiksi tuotteiden tai palveluiden myynnistä. Mikäli tällainen myynti viittaa samanlaiseen toimintaan, kuin vastaavilla saman toimialan elinkeinotoiminnan harjoittajilla, niin tämä toimii viittauksena elinkeinotoimintaan. Myös palkattu henkilöstö toimii viittauksena elinkeinotoimintaan. (Vero 2020.)

Elinkeinotoimintana voidaan pitää esimerkiksi koulutustoimintaa, joka järjestetään laajamittaisena, säännöllisesti, sekä sen kohderyhmä on muu kuin yhdistyksen jäsenet tai sen henkilökunta. Elinkeinotoimintaa ei kuitenkaan ole pienimuotoinen tuotteiden tai palveluiden myynti jota harjoitetaan yhdistyksen toiminnan rahoittamiseksi. Kuitenkin mikäli myynti on laajamittaista ja tuotteet ovat tavanomaisia kulutustuotteita, tällöin myyntiä voidaan katsoa elinkeinotoimintana. (Vero 2020.)

### 4.2 Kiinteistötulo

Yleishyödyllisen yhdistyksen kiinteistöstä tai sen osasta saatava tulo on veronalaista, mikäli kiinteistö ei ole yleisessä tai yleishyödyllisessä käytössä. Kiinteistöstä saatavana tulona voidaan pitää vuokratulon lisäksi metsätalouden pääomatuloa, sekä maatalouden tuloa. (Vero 2020.)

Kiinteistön yleishyödyllisenä käyttönä voidaan pitää yhdistyksen itse käyttämä kiinteistön hyödyntäminen sekä se, että yhdistys vuokraa kiinteistöä toiselle yleishyödylliselle yhdistykselle. Yleisenä kiinteistön käyttönä voidaan pitää esimerkiksi sitä, että kiinteistö toimii kouluna, kirjastona, tai sairaalana. Tällaisina tuloina pidetyt kiinteistötulot ovat verovapaita. (Vero 2020.)

### **4.3 Henkilökohtaisen tulonlähteen tulo**

Yhdistykselle verovapaata tuloa ovat henkilökohtaisen tulonlähteen tulot. Tällaisia tuloja ovat esimerkiksi yhdistyksen jäsenmaksut, osinkotulot, korkotulot, sekä osakehuoneiston vuokratulot. Myös avustukset ja lahjoituksen kuuluvat henkilökohtaisen tulonlähteen tuloihin. (Vero 2020.)

### **4.4 Verohuojennus**

Mikäli yhdistys harjoittaa yhteiskunnallisesti merkittävää toimintaa, voi se maksullista hakemusta vastaan hakea vapautuksen tuloveron alaisista tuloista. Verohuojennus voidaan myöntää, jos yhdistys täyttää kirjallisen hakemuksen asiasta ja sen katsotaan tekevän yhteiskunnallisesti merkittävää toimintaa. Verohuojennusta ei voida myöntää muuhun kuin tuloveroihin. Esimerkiksi arvonnisäverot määräytyvät elinkeinotoiminnalla ansaitun liikevaihdon mukaan. (Vero 2020.)

## 5 Sponsorintiyhteistyö

Sanaan sponsorointi liittyy paljon negatiivisia sävyjä. Sanaa käytetään yleensä kuvaamaan kahden eri toimijan välistä markkinointiyhteistyötä. Historiallisesti yhteistyö ei kuitenkaan aina suju niin kuin pitäisi ja tästä syystä toimijat, jotka ovat tyytymättömiä sponsoroinnin tuloksiin mieltävät sen useimmiten enemmänkin avustukseksi tai lahjoituksiksi. (Alaja & Forssell 2004, 21.)

### 5.1 Sponsorointi käsitteenä

Sponsorointi käsitteenä on saanut vuosien varrella monia erilaisia määritelmiä. Vuonna 1996 Roos ja Algotsson määrittelivät sponsoroinnin seuraavasti: ”Sponsorointi on kaupallinen viestintä- ja myyinnedistämiskeino, jonka tavoitteena on lisätä lyhyellä ja pitkällä tähtäimellä myyntiä. Sponsoroinnin pitää hyödyttää kaikkia osapuolia ja antaa etukäteen asetettuja tavoitteita mittaava ja arvioiva tulos.” Vuoden 2003 Image Matchin tekemä määritelmä sponsoroinnista eroaa taas melko paljon Roosin ja Algotssonin määritelmästä. Image Match määrittelee sponsoroinnin seuraavasti: ”Sponsorointi on sijoittamista johonkin yleisesti hyödylliseksi tai myönteiseksi koettuun toimintaan sen kehittämiseksi ja siihen liittyvän kaupallisen arvon hyödyntämiseksi.” Sponsorointi voidaan siis jakaa useampaan eri määritelmään, jotka eroavat toisistaan, kuitenkin sponsoroinnin pääajatuksena on olla vastavuoroista molempia osapuolia hyödyttävää yhteistyötä kahden toimijan välillä. (Alaja & Forssell 2004, 22.)

### 5.2 Sponsoroinnin historia

Sponsoroinnin historia alkoi Suomessa 1960-luvulla, kun yritykset alkoivat käyttää urheilun näkyvyyttä oman tunnettavuutensa parantamiseen. 1970-luvulla sponsorintiyhteistyö alkoi kasvaa vahvasti. Kiinnostusta ja aktiivisia toimijoita oli molempiin suuntiin. Raha vaihtoi tiuhaan tahtiin omistajaa, mutta silti sponsorointi oli enemmän tukitoimintaa ja kokeilumuotoista. 1970-luvulla aktiivisemmin sponsorointiin lähtivät mukaan finanssialan toimijat. (Alaja 2001, 20.)

1980-luvulla sponsorointi alkoi saada enemmän tuulta purjeisiin. Isoksi osaksi tätä sponsorointibuumin alkua tuki median kehitys ja sen mukanaan tuoma näkyvyys. Media näkyvyyden moninkertaistuttua, avautua uusia mahdollisuuksia sponsoroinnille, sekä myös sopimuksille. Sponsoroinnista alkoi muodostua enemmän vastavuoroista jolloin yhteisiä pelisääntöjä alettiin kehittää tarkemmin. Samalla tukemis- /kannatustoiminnasta pyrittiin pääsemään eroon. (Alaja 2001, 20 ; Valanko 2009, 31.)

1990-luvulla sponsoroinnista kehittyi enemmän ammattimaisempi toimi. Yrityksille sponsoroinnista alkoi kasvaa yksi markkinointiviestinnän keino muiden joukossa, tuoden samalla uusia ulottuvuuksia yrityksen näkyvyyteen. Osaaminen kasvoi kovaa vauhtia ja sponsorointiin liittyvä kirjallisuus sekä tehdyt tutkimukset kasvoivat huomattavasti. (Alaja 2001, 20.)

### **5.3 Sponsorointi seuran näkökulmasta**

Sponsoroinnissa kohteet voidaan karkeasti jakaa kolmeen eri ryhmään: urheilu, kulttuuri, sekä muut kohteet. Kohde voi olla erilainen taho, yksilö, ryhmä, tai organisaatio. Kohteet harvoin liittyvät sponsorointiyhteistyössä mukana olevaan yritykseen, vaan ne ovat tunnetumpia vapaa-aikaan liittyvistä assosiaatioista. Kohteiden toiminta onkin usein elämyksellistä, vapaaehtoisuuteen perustuvaa, harrastetoimintaa, tai yleishyödyllistä. Luonteeltaan sponsorointiyhteistyö vaihtelee kohteesta riippuen. Yleisesti sponsoroinnista saatavat rahat ovat merkittäviä jokapäiväisen toiminnan pyörittämiseksi. (Alaja & Forssell, 23-24.)

### **5.4 Sponsorointi yrityksen näkökulmasta**

Yritykselle sponsoroinnissa on kyse näkyvyydestä. Sponsorointi on yksi markkinointiviestinnän keinoista. Sponsorointiyhteistyön perustana toimii yhteistyösopimus. Sopimukseen kirjataan kaikki velvollisuudet ja säännökset, jotka molempien osapuolien tulee täyttää. Yritys saa yhteistyöstä markkinointiviestinnällisiä etuja ja näkyvyyttä ja vastaisuudessaan kompensoi sen kohteen kanssa yhdessä sovitusta korvauksesta, joka voi olla aineellista tai aineetonta. (Alaja & Forssell 2004, 24.)

Sponsorointiyhteistyössä molempien osapuolien tehtävä on noudattaa velvoitettuja sopimusehtoja. Mikäli kohteen puolesta sopimusehdoissa on luvattu mainostilaa, tulee yrityksen itse toimittaa tarvittavat mainosmateriaalit kohteelle. Täten sopimuksessa sovittujen oikeuksien realisoiminen on aina yrityksestä itsestään kiinni. Yrityksen tulee huolehtia itse sponsoriyhteistyön hyödyntäminen. (Alaja & Forssell 2004, 24.)

### **5.5 Sponsoroinnin peruselementtejä**

Perinteitä katsoen sponsorointiyhteistyön määritelmä on perustunut sponsoroivan yrityksen näkökulmaan. Kuitenkin ajan saatossa se on kehittynyt ja nykyaikainen ajattelumalli edellyttää sponsoroinnin käsiteltäväksi tasapuolisesti molempien osapuolien välillä, sekä sponsoroivan yrityksen, että kohteen kannalta. Sponsorointiyhteistyölle on monenlaisia

keinoja ja muotoja, mutta sen peruselementit voidaan kiteyttää seuraaviin seitsemään kohtaan:

1. Sponsorintiyhteistyö on vastavuoroista yhteistyötä sponsoroivan yrityksen ja kohteen välillä.
  2. Yritykselle sponsorintiyhteistyö on yksi markkinointiviestinnän keinoista.
  3. Sponsoroitavalle kohteelle sponsorintiyhteistyö on kilpailukeino joka tarjoaa kilpailuetuja.
  4. Yritys hyödyntää sponsoroitavan kohteen myönteistä mielikuvaa omissa markkinointiviestinnällisissä tarkoituksissaan.
  5. Sponsoroitava kohde saa korvauksen yhteistyöstä joko rahallisena, tai aineellisena.
  6. Sponsorintiyhteistyö hyödyttää tasapuolisesti molempia osapuolia.
  7. Sponsorintiyhteistyö toteutetaan käytännössä eettisesti kestäväällä tavalla.
- (Alaja 2001, 23.)

## 5.6 Sponsorointimenetelmiä

Sponsorointi voi olla hyvinkin monimuotoista ja siitä voi olla useista eri yhdistelmiä. Seuraavaksi esitellään muutamia yleisimpiä sponsorointitapoja.

Pääsponsori on seuralle tai kohteelle aina niin kutsuttu sponsorointijohtaja. Pääsponsori on yleensä yksi tärkeimmistä strategisista kumppaneista ja sen erikoiskohtelu niin sopimuksellisesti, kuin yhteistyöllisesti on tavallista. Pääsponsori saattaa myös kulkea nimellä nimisponsori, mikäli tällaista vaihtoehtoa tarjotaan. Tällaisia pääyhteistyökumppanuuksia voi olla seuralla useampiakin, vaikka voisi kuvitella, että niitä voi olla vain yksi. Seuran tulee tarkoin segmentoida ja suunnitella kaikki yhteistyökumppanuudet ja niiden panokset, sekä suoritteet. Tämä on tärkeää siksi, että myös yhteistyökumppanit ymmärtävät roolin, josta keskustellaan. Hyvin usein syntyy väärinkäsityksiä, joissa yritys kokee olevansa yksi yhteistyökumppani muiden joukossa, vaikka on luullut pääsevänsä pääsponsoriksi. Yritykset puolestaan pyrkivät omimaan kyseistä pääkumppania mahdollisimman paljon. (Valanko 2009, 66-67.)

Sivusponsori, toiselta nimeltään virallinen yhteistyökumppani on yksi sponsori muiden yhteistyökumppaneiden joukossa. Tässä kategoriassa aktiivisuus ratkaisee, kuten sponsoroinnissa yleisestikin. Tarpeet sivusponsoreille kumpuavat yleensä tarpeesta ja perustuvat asetettuihin tavoitteisiin. Sivusponsori kategoriaan luetaan myös yksinoikeudelliset toimitussopimukset eli esimerkiksi tavaroiden tai palveluiden virallinen toimittaja. (Valanko 2009, 67-68.)

Yhteissponsorointi sekä co-branding ovat sivusponsoroinnin muunnelmia.

Yhteissponsorointi on useamman yrityksen tasapuolista sponsorointia yhteisellä sopimuksella. Co-brandingissa pääsponsorin ja virallisten yhteistyökumppaneiden

ympärille muodostaa useita pieniä tasavertaisia kumppaneita, jossa yrityksen tukevat toiminnallaan seuraa. (Valanko 2009, 68.)

Projektisponsorointi on tiettyyn projektiin liittyvää yhteistyökumppanuutta, joka kestää projektin ajan. Tällainen sponsorointimuoto on yleistä projekteissa, joiden aikataulu ei välttämättä ole tarkkaan tiedossa, mutta on kuitenkin rajallinen. Esimerkiksi tutkimus- ja rakennusprojektit ovat esimerkki projekteista, joissa solmitaan usein projektisponsorointisopimuksia. (Valanko 2009, 68.)

Mediasponsorointi on sponsoroinnin muoto, jota toteuttavat niin pienet, kuin isotkin kohteet. Mediasponsorointisopimuksia tehdään monella eri tasolla ja useisiin eri tarkoituksiin. Yleisin syy mediasponsoroinnille on kuitenkin näkyvyys ja julkisuus. Mediasponsorointi ei ole pelkästään yritysten tavoittelemaa sponsorointia, vaan media itse pyrkii myös solmimaan sopimuksia esimerkiksi ostamassa oikeuksia isompiin kohteisiin. Mediasponsorointi on erinomainen keino saada myös kansainvälistä näkyvyyttä. (Valanko 2009, 68-69.)

Toiminnallinen sponsorointi voi olla projekti, hanke tai muu yhteistyön muoto joka perustuu luonnolliseen ja järkeenkäyvään toiminnan yhteyteen kumppanien välillä. Yhteistyö liittyy yleensä tuotteisiin, palveluihin tai toimintaan ja siinä korostuu vahvasti paikallistaso. Kohteet ovat usein geografisesti jakautuvia alueita tai yhteisöjä. Toiminnallisen sponsoroinnin tavoitteena seuralla tai muulla kohteella on yleensä kulujen kattaminen. (Valanko 2009, 69.)

## **5.7 Sponsoroinnin kehitys ja tulevaisuus**

Sponsorointi tulee kasvamaan tulevaisuudessa ja uudet sosiaalisen median kanavat tuovat lisää mahdollisuuksia ja näkyvyyttä niin urheilijoille kuin yrityksillekin. Viime vuosien aikana itse urheilu on myös saanut uusia ulottuvuuksia esimerkiksi e-urheilun muodossa. Tämä muutos tuo täysin uuden pelikentän sponsoreille ja monet kansainväliset urheiluseurat ovat jo perustaneet omia e-urheilujoukkueita. Sponsoroinnissa tulee jatkossa korostumaan aidot yhteistyöt ja arvojen kohtaaminen, sillä tarjontaa ja mahdollisuuksia alkaa olla paljon. Täten oikeiden yhteistyökumppaneiden valinta korostuu ja nousee merkittävämpään rooliin.

## 6 Tutkimustyö

Opinnäytetyö toteutettiin laadullisella menetelmällä, eli kvalitatiivisena. Laadullisen tutkimuksen tarkoitus on ymmärtää jotakin tiettyä käsitettä tai menetelmää syvällisemmin ja erityisesti selvittää vastaus kysymyksiin miten ja miksi. Laadullisessa tutkimuksessa toteutetaan yleensä enemmän syvähaastatteluita ja tarkoituksena on, että haastateltavat saavat vapaamuotoisesti vastata esitettyihin kysymyksiin. Tarkoituksena ei siis ole antaa valmista vastauspohjaa, vaan enemmänkin kuulla haastateltavien henkilökohtaisia näkemyksiä ja mielipiteitä. (Tilastokeskus 2021.)

### 6.1 Kysymykset

Tutkimuksissa on yleensä yksi isompi tutkimuskysymys, joka toimii työn ytimenä. Tähän voidaan etsiä vastausta useammalla alakysymyksellä. Opinnäytetyössäni on tutkimuskysymyksenä toimii miten suomalaisissa junioriurheiluseuroissa toteutetaan varainhankintaa ja miten sitä voitaisiin kehittää. Tätä kysymystä tukemaan on nostettu useampi alakysymys, jotka auttavat selvittämään miten ja millaista varainhankintaa seuroissa toteutetaan. Suurin osa junioriurheiluseuroista toimivat rekisteröityinä yhdistyksinä, joten yhdeksi kysymykseksi on myös nostettu ry-muodon mahdolliset esiin tuomat haasteet varainhankinnan osalta.

Lisäksi työssä tarkastellaan seurojen osalta kulurakennetta, sillä se on olennaisesti liitoksissa varainhankintaan ja esimerkiksi määrittää seurojen budjettia jokaisen kauden osalta. Työssä tutkitaan myös sponsorointia muun muassa tarkastelemalla kysymyksiä, miten seurassa hankitaan sponsoreita ja miten sponsorointi yhteistyötä toteutetaan? Sponsorointi on nostettu isommaksi osaksi työhön varainhankinnan osalta, sillä se on yksi suurimpia tulonlähteitä junioriseurojen varainhankinnassa.

### 6.2 Haastattelu ja haastateltavat

Haastattelut toteutettiin syksyn 2020 aikana. Haastateltavia seuroja valittiin kolme, joista kontaktoitiin haastatteluun sopivia toimihenkilöitä seurojen sisältä. Haastattelut toteutettiin poikkeusolosuhteiden takia Microsoft Teamsin välityksellä. Haastatteluun osallistuneet seurat olivat Puhu Juniorit ry, EräViikingit ry, sekä Korson Palloseura ry. Puhu Junioreiden osalta haastatteluun osallistui Lasse Laakkonen, joka toimii seuran hallituksessa ja vastaa sponsoroinnista sekä yhteistyökumppanuuksista. EräViikinkien osalta haastatteluun osallistui seuran toiminnanjohtaja Jari Oksanen, jonka tehtäviin kuuluu seuran yleinen johtaminen, sekä talous ja hallinto. Korson Palloseurasta haastateltiin seuran puheenjohtajaa Petteri Forsselia.

Valitsin opinnäytetyöni tutkimukseen tarkoituksella urheiluseuroja eri urheilulajien parista. Puhu Juniorit ry on koripalloseura, EräViikingit ry puolestaan salibandyseura ja Korson Palloseura ry on jalkapalloseura. Valitsemalla seurat eri urheilulajeista, saadaan työhön ja tutkimukseen lisää laajuutta, eikä tarkastella tutkimuskysymyksiä vain tietyn urheilulajin osalta. Tarkoitus oli tutkia suomalaista junioriurheilua kokonaisuudessaan, eikä vain keskittyä tiettyyn urheilulajiin. Valitsemalla urheiluseurat eri urheilulajien parista mahdollistaa myös eri tutkimuskysymysten tarkastelemisen urheilulajien välillä. Näin pystytään tarkastelemaan esimerkiksi eroaako varainhankintakeinot tai sponsorointiyhteistöiden toteuttaminen lajista riippuen.

### **6.3 Varainhankinnan toteuttaminen**

Haastatteluja toteutettaessa selvisi, että junioriurheiluseurojen osalta tärkein tulonlähde on seurojen jäsenmaksut. Jäsenmaksujen määrä tietysti vaihtelee seurakoosta riippuen, sekä seuran muun varainhankinnan laajuuden mukaan. Tieto ei sinänsä yllätä, vaan enemmänkin tutkimuksen tulos tukee jo kappaleessa kolme käsiteltyä teoriaosiota varainhankinnan osalta. Tietysti seurojen välillä on eroja siitä, kuinka ison osan seuran jäsenmaksut todellisuudessa ovat varainhankinnassa. Petteri Forssell kertoi haastattelussaan, että Korson Palloseurassa jäsenmaksujen ja avustusten osuus varainhankinnasta on kaudesta riippuen noin 90-95%, kun taas esimerkiksi Jari Oksasen mukaan EräViikingeissä jäsenmaksujen osuus varainhankinnasta on noin kolmasosa. Jos EräViikinkien osalta otetaan avustukset mukaan, joka on noin toinen kolmasosa, niin silloin jäsenmaksut ja avustukset olisivat noin 66% varainhankinnasta, joten tästä huomataan eri seurojen välisiä eroja varainhankinnan jakaantumisen osalta.

Muita yleisiä varainhankinnan keinoja ovat erilaiset kaupungin ja yksityisten tahojen avustukset, joita seurojen on mahdollista hakea toiminnan tukemiseen. Lisäksi monet seurat järjestävät turnauksia ja leirejä, joiden kautta kerätään varoja esimerkiksi turnausmaksujen sekä muun turnauksen ohella suoritettavan oheistoiminnan kautta. Oheistoimintana turnauksissa ovat yleensä kahvilatoiminta ja mahdollinen seuran fanitavaran myyminen. Toki on myös yleistä, että seurat hankkivat yhteistyökumppanuuksia turnauksiin, jolloin myös yrityksen puolelta saadaan varoja esimerkiksi turnauksen järjestämiseen meneviin kuluihin. Hyvänä esimerkkinä toimii Lasse Laakkosen mainitsema Ricoh-turnaus, joka on järjestetty jo noin 20 vuoden ajan.

Yhteistyökumppaneilla on myös merkittävä rooli seurojen varainhankinnassa. Yhteistyökumppanuudet eroavat seuratasolla, mutta myöskin seuran sisällä ihan joukkue

tasolla. Jari Oksasen mukaan EräViikingeissä jokaisella joukkueella on oma vastuu halutaanko hommata sponsoreita, tehdä talkootyötä tai esimerkiksi ihan puhtaasti kerätä varat jäsenmaksuilla. Muutenkin haastatteluiden osalta sponsorointi seuroissa junioritasolla tuntuu tapahtuvan enemmänkin joukkueetasolla, kuin seuratasolla. Petteri Forssellin mukaan niin kauan kuin seuralla ei ole edustusjoukkue toimintaa korkealla sarjatasolla, niin on hyvin hankala hankkia seurasponsoreita, vaan sponsorointi tapahtuu enemmänkin joukkueetasolla.

Selkeästi kolme yleisintä varainhankinnan keinoa olivat jäsenmaksut, avustukset, sekä sponsorointi ja yhteistyökumppanuudet. Jakauma riippuu seurasta ja joukkueesta itsestään, mutta ainakin junioritasolla muiden varainhankintakeinojen hyödyntäminen on marginaalista. Tähän voi tietysti vaikuttaa, että junioriurheiluseurat eivät toimi yhtä ammattimaisesti, kuin liigatason seurat ja tällöin eivät välttämättä myöskään saa samanlaista kannatusta ja katsojalukuja.

Kun kysyttiin onko seuroilla tulevaisuutta ajatellen joitakin selkeitä suuntia tai toimintatapoja, miten varainhankintaa lähdettäisiin kehittämään, niin mitään tiettyä varainhankinnan keinoa ei tullut esille, sillä Jari Oksasen sanoin, ”jos mul ois tohon semmonen valmis vastaus niin me oltas sitä jo toteuttamas.” Kuitenkin jokainen haastateltava tiedosti, että varainhankinnan osalta tulee etsiä pidempiaikaisia yhteistyökumppanuuksia ja sitouttaa ne kumppanuudet seuran toimintaan. Tätä varten tulee löytää uusia kulmia joiden kautta voidaan tuoda kumppanuuksiin lisäarvoa. Petteri Forssell mainitsi myös, että seura on pyrkinyt järjestämään lisäliikuntapalveluita, mutta näissäkin on jopa pienemmällä paikkakunnilla todella kova kilpailu.

#### **6.4 Kulurakenne**

Seurojen kulurakenne on haastatteluiden perusteella junioriseuroissa hyvin samankaltainen lajista riippumatta. Yleisimpiä kuluja seuroissa ovat kenttävuokrat, joita maksetaan joko kaupungille tai yksityiselle taholle. Korson Palloseuralla on myös osakeyhtiö, jonka kautta he vuokraavat kenttiään omille, sekä muille joukkueille harjoituskäyttöön. Kenttävuokrien lisäksi seurat maksavat toimitiloistaan, joista yleensä johdetaan seuran päivittäistä toimintaa. Yhä useammalla junioriseuralla on nykyään myös palkattua henkilökuntaa, joiden palkkakulut seuran tulee kattaa. Haastatteluissa kävi ilmi, että jos seura haluaa kasvattaa toimintaansa ja menestyä, on sen tultava hankkimaan itselleen myös ammattivalmentajia ainakin jollakin tasolla. Nykyään vanhemmat valitsevat seuroja lapsilleen myös niillä kriteereillä, että kuinka ammattitasoista valmennusta lapset seurassa saavat. Aikoinaan niin toteutettu talkoo/vapaaehtoistyö on nykypäivänä hyvin

vaikea, sillä työnkuvat ovat muuttuneet ja esimerkiksi viikonloppu ja iltatyö on lisääntynyt, joten vanhemmilla ei välttämättä ole aikaa tulla harjoituksiin valmentamaan. Tällainen taas syö seuran uskottavuutta, jos valmentaja tulee paikalle vain silloin kuin ehtii. Haastatteluun osallistuneet seurat ovatkin jo palkanneet itselleen valmentajia, tai vähintään ruvenneet vakavasti sitä harkitsemaan. Tietysti kuluja menee myös muuhun henkilökuntaan, jotka pyörittävät seuran toimintaa. Junioriurheiluseurat usein myös maksavat varusteistaan, ellei heillä ole niin kutsuttua barter sopimusta jonkun yhteistyökumppanin kanssa. Tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi jokin yritys toimittaa seuralle varusteita vastineeksi näkyvyydestä tai muista sopimuksessa sovituista asioista. Seuroissa koettiin isoimmaksi haasteeksi tällä hetkellä yleisesti vallitseva koronavirus tilanne, joka ajaa seuroja ahdinkoon. Harjoituspaikkojen sulkeminen ja ihmisten varovaisuus osaltaan vähentävät seurojen jäseniä ja ihmisten aktiivisuutta. Monet yksityiset tahot kuitenkin pitävät harjoituspaikat auki, joten silloin kulut näistä kentistä myös maksetaan. Kulurakenteen osalta isoimpana tulevana muutoksena koetaan mahdolliset henkilöstöjen lomautukset ja pahimmassa tapauksessa irtisanomiset, mutta onneksi näiltä on vielä seuroissa vältytty.

## **6.5 Sponsorointi ja yhteistyökumppanuudet**

Sponsoreilla ja yhteistyökumppanuuksilla on merkittävä osa junioriurheiluseuran varainhankinnassa. Näistä saadut edut säästävät seuran budjettia ja mahdollistavat varojen allokoimisen muuhun toimintaan, esimerkiksi jäsenmaksujen pienentämiseen. Sponsoreilta ja kumppaneilta saadut edut ovat yleensä rahallisia, mutta välillä ne voivat olla esimerkiksi myös barter etuja.

Jokaisella seuralla tuntuu olevan perinteisiä sopimuksia, että yritykset saavat näkyvyyttä seuran peliasuihin, kenttien laidalle, sekä omille verkkosivuille. Kumppanuuksia on kuitenkin ajateltu myös pidemmälle ja esimerkiksi Lasse Laakkonen sekä Jari Oksanen mainitsivat haastatteluissaan, että seura pyrkii miettimään miten saadaan rakennettua pitkäkestoisia kumppanuussuhteita, joista molemmat sekä seura, että yritys hyötyy. Lasse Laakkonen mainitsi, että seura pyrkii myös etsimään paikallisia kumppanuuksia ja aina aluksi seura katsoo, että kumppaniyrityksen arvot sopivat seuran omiin arvoihin. Haastatteluissa ilmeni, että EräViikingit ja Puhu Juniorit harjoittavat molemmat hyvin samalla tavalla kumppanuuksien hankintaa. Molemmissa seuroissa on palkattu henkilö, joka vastaa seuran sponsoroinnista ja yhteistöistä. Korson Palloseuralla tähän positioon ei ainakaan haastattelun mukaan ilmennyt olevan tiettyä toimihenkilöä.

Haastatteluissa tuli kuitenkin ilmi, että haastateltavat kokevat sellaisten sopimusten aikakauden olevan ohi, jossa yritys antaa rahaa ja seura laittaa yrityksen logon peliasuihin tai kentänlaitaan, ilman sen syvällisempää yhteistyötä. Tällaiset sopimukset koetaan kovin lyhytnäköisiksi ja ne eivät tuo lisäarvoa kummallekaan osapuolelle. On yhä tärkeämpää, että seura pystyy perustelemaan yritykselle yhteistyöstä saatavat selkeät hyödyt. Tällöin myös yrityksen on helpompi perustella yhteistyön merkitys, kun voidaan näyttää siitä konkreettisesti saatavat hyödyt. Tässä kuitenkin korostuu aiemmin mainittu pitkäjänteisyys. Kuten Jari Oksanenkin mainitsi haastattelussa, että seura pyrkii koko ajan etsimään pidempiaikaisia kumppanuuksia, että ei sovita vain vuoden mittaisia kokeiluja jotta nähdään kuinka homma oikeasti lähtee toimimaan. Yhteistyökumppanuudet vaativat aktiivista huolenpitoa ja seurantaa, sekä aikoinaan myös uudenlaisia kokeiluja. Tästä syystä esimerkiksi vuosikin voi olla todellisuudessa lyhyt aika nähdä, voisiko yhteistyö oikeasti toimia.

## **6.6 RY toiminnan kehittäminen ja osakeyhtiömuotoon siirtyminen**

Haastatteluun osallistuneet seurat eivät kokeneet ry-muodon aiheuttaneen seuran varainhankinnalle haasteita joka päiväisessä arjessa. Seurat eivät olleet lähteneet sen isommin tutkimaan osakeyhtiömuotoon siirtymistä. Seurojen toiminta ry-muotoisena on toiminut hyvin ja osakeyhtiöön siirtyminen koetaan ainakin toistaiseksi kaukaisena. Esimerkiksi Petteri Forssell kertoi haastattelussaan, että mikäli seura siirtyisi osakeyhtiömuotoon, katoaisi toiminnasta tietynlainen yhteisöllisyys. Tämä myöskin herättäisi esimerkiksi kysymyksiä, että kenelle mahdolliset tuotot kuuluisivat ja miksi. Forssell mainitsi myös haastattelussa, että osakeyhtiömuotoa olisi vaikea perustella seuran junioreiden vanhemmille. Toiminnan ollessa suurimmaksi osaksi harrastetoimintaa, on liiketoiminnallisten osien tuonti mukaan isommassa mittakaavassa hankalaa.

Osakeyhtiömuotoa ei koettu tapeeelliseksi niin kauan, kun seurat eivät pelaa liiga-, tai 1. divari tasolla. Osakeyhtiömuoto koetaan enemmän ammattimaisen toiminnan muotona. Verotukselliset tekijät eivät ole niin isossa merkityksessä seurojen jokapäiväisessä toiminnassa, että osakeyhtiön veroeduista koettaisiin olevan hyötyä. Kuten Jari Oksanen haastattelussaan mainitsikin, ei seuran fanituotemyynti ole sillä tasolla, että verovähennysten tai arvonlisäverojen merkitys olisi kovin suuri. Osakeyhtiömuoto koetaan enemmän hyödyllisenä siinä kohtaa, kun fanituotemyynti on merkittävää ja oikeasti iso osuus varainhankintaa, sekä seuran yleinen toiminta ammattiuurheilijamaisemalla tasolla. Tietysti näissäkin todettiin seuran sisällä joukkuekohtaisia eroja, mutta seurojen yleisellä tasolla ei koeta vielä olevan tarvetta osakeyhtiölle, ainakaan lähitulevaisuudessa.

## 6.7 Jatkotutkimus mahdollisuudet

Tehty tutkimus antaa hyvän pohjan mahdollisille jatkotutkimuksille junioriurheilusta tai rekisteröidyistä yhdistyksistä. Yhtenä mahdollisena jatkotutkimuksena voisi olla esimerkiksi lähempi tarkastelu siitä missä kohtaa rekisteröidyn yhdistyksen toiminta on tarpeeksi liiketoimintamaista, jotta sen olisi järkevämpää siirtyä osakeyhtiömuotoon esimerkiksi verotuksellisista syistä.

Opinnäytetyössä tehty tutkimus mahdollistaa myös mahdolliset jatkotutkimukset liittyen juniori urheiluseurojen varainhankintaan sekä sponsorointiin. Tutkimuksesta saatu data antaa näkökulmia miten juniori urheiluseuroissa toteutetaan varainhankintaa sekä sponsorointia. Esimerkiksi varainhankinnan laajuutta ja sen merkitystä seuroissa voitaisiin lähteä jatkotutkimaan tämän tutkimuksen perusteella. Yhtenä esimerkkinä kyseiseen aiheeseen liittyen voisi olla esimerkiksi varainhankinnan osa-alueiden merkitys seuroissa. Tutkimus on myös siitä hyvä, että se auttaa tutkimaan kyseisiä aiheita laajemmassa mittakaavassa, sillä haastatteluihin osallistuneet henkilöt ja seurat olivat kaikki eri urheilulajien parista. Täten tutkimus antaa kuvaa tiettyjen urheilulajien ja seurojen toiminnasta, mutta myös koko juniori urheilusta yleisesti.

Tutkimusta voidaan käyttää tukena mahdollisille jatkotutkimuksille myös siitä syystä, että työssä käytetyt lähteet ovat relevantteja ja haastattelut ovat suoritettu yksilöhaastatteluina. Täten ollaan varmistettu, että aiheesta saadaan laadukasta ja luotettavaa dataa. Vaikkakin tutkimus osio jäi työssä hieman laihaksi, on se hyvä yleiskatsaus tutkittavaan aiheeseen ja siitä saatava tieto on hyödyksi myös syvempiin tutkimuskysymyksiin.

## **7 Johtopäätökset**

Tässä osiossa tarkastellaan itselleni heränneitä havaintoja tutkimukseen liittyen, sekä miten seurat voisivat mahdollisesti kehittää toimintaansa jatkossa.

### **7.1 Varainhankinta**

Tutkimuksessa oli mielenkiintoista kuulla varainhankinnan toteutumisesta käytännössä, vaikka mitään selkeitä yllätyksiä tutkimus ei kuitenkaan sen osalta tuonut. Varainhankinta oli jokaisessa seurassa enemmän tai vähemmän teoriaosuuden mukaista yhdistyksen varainhankintaa. Jäsenmaksujen merkitys korostui haastatteluissa entisestään, mutta oli hyvä huomata, että seuroissa pyritään tekemään toimenpiteitä myös laajemman varainhankinnan toteuttamiseksi. Koska juniori urheiluseurat toimivat rekisteröityinä yhdistyksinä, tulee heidän mielestäni hyödyntää mahdollisimman montaa eri varainhankinnan keinoa, sillä saatavat varat ovat kuitenkin huomattavasti pienempiä, kuin esimerkiksi liigatasolla pelaavilla joukkueilla. Muiden muassa Petteri Forsselin mainitsemat liikuntapalvelut tai muut seuran järjestämät tapahtumat ovat seuroille hyviä keinoja kerätä varoja toiminnan tukemiseen. Liikuntapalveluihin tulee kuitenkin löytää jokin seuran identiteettiä tukeva kulma, jotta siihen saadaan myös paikallisten asukkaiden tuki. Mielestäni tällaisissa varainhankinnan keinoissa on hyvin vaikea kasvattaa seuran oman maantieteellisen alueen ulkopuolelle, ilman että seura pelaisi korkealla sarjatasolla tai liigatasolla, jolloin sillä olisi enemmän näkyvyyttä. Tästä syystä tulee keskittyä paikallisiin arvoihin ja koittaa vakiinnuttaa ja kasvattaa tukea oman paikkakunnan lähialueilla.

### **7.2 Kulurakenne**

Kulurakenteen osalta seuroissa ei ole kovin paljoa tehtävissä tällä hetkellä. Kulurakenteet pysyvät seuroissa suurin piirtein samoina, jollei varainhankinnassa tapahdu merkittäviä muutoksia. Covid-19 tilanne on tietysti vaikuttanut seuroihin väistämättä ja valitettavat lomautukset tai irtisanomiset saattavat olla seurojen tulevaisuudessa hyvinkin mahdollisia. Tässä kohtaa kulurakenne kevenisi palkkamenojen osalta. Mielestäni Korson Palloseuralla oli hyvä idea ostaa oma kenttä ja vuokrata sitä eteenpäin. Kunhan laina kentästä on maksettu, saa seura siitä tuloja itselleen, eikä sen kulurakenne kenttävuokrien osalta ole enää välttämättä niin raskas.

### **7.3 Sponsorointi ja yhteistyökumppanuudet**

Tulevaisuutta ajatellen seurojen tulee keskittyä yhteistyökumppanuuksien kanssa lisäarvon tuottamiseen ja siihen, että kumppanuudesta löydetään jotain aitoa. Kumppanuuksista voidaan kehittää pitkäkestoisia ja arvokkaita, jos niitä lähdetään toteuttamaan aidosta halusta tehdä yhteistyötä toistensa kanssa, eikä raha tai muut rahanarvoiset edut ole ensisijaisena motivaattorina.

Jari Oksanen mainitsi haastattelussaan seuran tekevän yhteistyötä Inka Paahtimon kanssa. Inka Paahtimo on pienehkö suomalainen kahvipaahtimo, jonka kahvit löytyvät seuran tapahtumista ja hallin kahvilasta. Tällaisten pienten suomalaisten yritysten kanssa solmitut yhteistyöt voivat olla tulevaisuudessa hyvinkin hedelmällisiä. Haastatteluissa kävi ilmi, että seurat pyrkivät etsimään pitkäkestoisia ja lisäarvoa tuottavia yhteistyökumppanuuksia ja tällaisten yhteistöiden kautta ne voivat tulla toteen. Yhteistyö voi aluksi olla hyvinkin pientä pienempien yritysten kanssa, mutta tällaisilla pienemmillä yrityksillä on myös hurjasti kasvupotentiaalia. Yrityksen mahdollisen kasvun myötä myös yhteistyön volyyymi saattaa kasvaa ja näin ollen siitä saatava hyöty. Tässä kohtaa etuna saattaa hyvinkin toimia jo aikaisessa vaiheessa sovittu kumppanuus, joka on tuottanut ajan saatossa molemmille etua ja näin ollen päässyt kasvamaan.

### **7.4 RY-toiminnan kehittäminen**

Useimmat junioriurheiluseurat toimivat tällä hetkellä rekisteröityinä yhdistyksinä, eikä tähän ole tulossa muutosta lähiaikoina. RY-toiminta ei ole tutkimuksen mukaan tuottanut haasteita seurojen varainhankinnan osalta, eikä toiminta ole tarpeeksi laajassa kaavassa ammattimaista, jotta seurojen kannattaisi siirtyä osakeyhtiömuotoon. Tällä hetkellä seurojen on helppo turvautua ry-muodosta syntyvään hyvän mielen henkeen ja toimintaa on helppo tehdä lähes verovapaasti.

## 8 Työn arviointi

Opinnäytetyön tekeminen on ollut pitkä prosessi. Työn ideointi aloitettiin jo Tammikuussa 2020. Opinnäytetyön on siis ollut jo pitkään työn alla, mutta tästä ajasta aktiivisesti sitä on kuitenkin tehty vain murto osa. Kiinnostus aiheeseen heräsi oman junioriurheilu-uran takia. Kiinnostus urheilua kohtaan on jatkunut vuosien mittaan ja siirtynyt enemmän pelaajapuolelta liiketoiminnan puolelle. Suurin osa työn alkupuolesta oli niin sanottua ajatustyötä. Aiheen raamit olivat selkeät heti alusta, mutta tarkemman aiheen valinta vaati hieman tarkempaa pohdintaa.

Työn teko aloitettiin suunnittelemalla selvitettävää tutkimuskysymystä ja alakysymyksiä. Niiden jälkeen pohdittiin miltä itse sisällysluettelo tulee näyttämään. Tutkimuksen pääaiheita selvitettiin useista lähteistä ja edellisistä opinnäytetöistä otettiin myös inspiraatiota työtä tehdessä. Itse kirjoitustyö aloitettiin loppukevästä 2020 teoriaosuuden merkeissä. Itse kirjoitustyö sujui hieman hitaammin ja vakituisen työn aloittaminen Kesäkuussa 2020 ei edistänyt kirjoittamista juurikaan. Syksyllä 2020 tehtiin työn tutkimusosuuteen vaadittavat haastattelut ja niiden saamisessa koen onnistuneeni hyvin. Haastattelut sujuivat hyvin ja jokainen vastaus oli laaja ja vastasi kysymykseen tarkemmin kuin olin ajatellut.

Isoimmaksi haasteeksi työn kannalta osoittautui vakituinen työsopimus. Tämä tarkoitti sitä, että opinnäytetyötä oli tehtävä käytännössä arki-iltaisain tai viikonloppuisin. Tästä syystä itse kirjoitustyö venyi niinkin paljon, sillä energiatasot arkisin työpäivän jälkeen eivät olleet optimaaliset työn tekemiselle. Myöskin vallitseva tilanne Covid-19 viruksen kanssa vaikeutti työolosuhteisiin, sillä työskentely ympäristöön ei saanut vaihtelua juuri ollenkaan vallitsevasta tilanteesta johtuen. Kotikonttorilla työskentely ja siihen päälle opiskelu olivat puuduttava yhdistelmä.

Jos pitäisi jotain parannettavaa itse työstä nostaa, niin tutkimus olisi voinut olla hieman laajeempi. Omasta mielestä vaikka kaikkeen tarpeelliseen saatiinkin vastaus, niin itse tutkimustyö jäi hieman laihaksi. Tutkimuksesta voisi esimerkiksi tehdä tulevaisuudessa jatkokysymyksiä muiden muassa siitä, että missä kohtaa yhdistysten on järkevä siirtyä osakeyhtiömuotoon verotuksellisten etujen vuoksi. Toinen vaihtoehto olisi esimerkiksi tarkastella tarkemmin junioriurheiluseurojen sponsorointia ja sen merkitystä seuran varainhankintaan.

## Lähteet

Alaja 2001.

Alaja, E. 2001. Sponsorointiyhteistyön käsikirja. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Alaja & Forssell 2004.

Alaja, E. & Forssell, C. 2004. Sponsorin käsikirja. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Alasuutari 2001.

Alasuutari, P. 2001. Laadullinen tutkimus. 3. Uudistettu painos. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Arpajaishallinto 2020a.

[https://www.arpajaishallinto.fi/tilitysvolvollisuus/lupa\\_ukk/pienarpajaiset](https://www.arpajaishallinto.fi/tilitysvolvollisuus/lupa_ukk/pienarpajaiset). Luettu: 20.9.2020.

Arpajaishallinto 2020b.

[https://www.arpajaishallinto.fi/tavara\\_arpajaiset\\_bingo/tavara\\_arpajaisluvat](https://www.arpajaishallinto.fi/tavara_arpajaiset_bingo/tavara_arpajaisluvat). Luettu: 20.9.2020.

Arpajaislaki 23.11.2001/1047. Luettavissa:

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2001/20011047>. Luettu: 7.11.2020

Kansio 2020a. Järjestötoiminnan käsikirja.

<https://jarjestotoiminta.kansio.fi/varainhankintakeinot>. Luettu: 7.11.2020

Kansio 2020b. Järjestötoiminnan käsikirja.

<https://jarjestotoiminta.kansio.fi/arpajaiset>. Luettu: 20.9.2020

Nieminen 2009. Ansaintalogiikat

<http://www2.uiah.fi/~mmaenpaa/lectures/Ansaintalogiikat09.pdf>. Luettu: 10.10.2020

OESCH 2002. Kulttuurin sponsorointi ja yritys yhteistyö. Taiteen keskustoimikunta.

Helsinki. Luettavissa:

[https://www.taike.fi/documents/10162/31519/Sponsorointi\\_v5\\_%28EDM\\_14\\_1434\\_1920%29.pdf](https://www.taike.fi/documents/10162/31519/Sponsorointi_v5_%28EDM_14_1434_1920%29.pdf). Luettu: 7.11.2020.

Olympiakomitea 2020a. Urheiluseurojen tunnuslukuja.

<https://www.olympiakomitea.fi/2018/10/10/urheiluseurojen-tunnuslukuja/> Luettu: 2.9.2020

Olympiakomitea 2020b. Ohjeet seuran perustamiseen.

[https://www.olympiakomitea.fi/uploads/2016/12/ohjeet\\_seuran\\_perustamiseen.pdf](https://www.olympiakomitea.fi/uploads/2016/12/ohjeet_seuran_perustamiseen.pdf). Luettu: 2.9.2020

Osakeyhtiölaki 21.7.2006/624. Luettavissa:

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060624>. Luettu: 3.10.2020

Patentti ja rekisterihallitus 2020a. Yhdistysrekisteri. Luettavissa:

<https://www.prh.fi/fi/yhdistysrekisteri/yhdistysrekisterintilastoja/lukumaaratyhdistysrekisteri-ssajauskonnollistenyhdyskuntienrekisterissa.html>. Luettu: 2.9.2020.

Patentti ja rekisterihallitus 2020b. Yhdistysrekisterin esittely. Luettavissa:

[https://www.prh.fi/fi/yhdistysrekisteri/yhdistysrekisterin\\_esittely.html](https://www.prh.fi/fi/yhdistysrekisteri/yhdistysrekisterin_esittely.html). Luettu: 2.9.2020.

Perustuslaki 11.6.1999/731, Luettavissa:

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990731#L2P13>. Luettu: 2.9.2020

Perälä, S. & Perälä, J. 2006. Yhdistyksen ja säätiön talous, kirjanpito ja verotus. 3.

Uudistettu painos. WSOY. Helsinki.

Proakatemia 2021. Kvalitatiivinen tutkimus. Luettu 27.2.2021. Luettavissa:

<https://esseepankki.proakatemia.fi/soluessee-kvalitatiivinen-tutkimus-2/>

Smarteducation 2020, Liiketoiminnalliset tekijät.

<http://smarteducation.jyu.fi/projektit/systech/Periaatteet/suunnittelun-periaatteet/konseptointi/muotoilu/liiketoiminnalliset-tekijat>. Luettu: 10.10.2020

Sponsor Insight 2020, Lehdistöiedote

[http://www.sponsorinsight.fi/uploads/1/1/1/0/11102604/sponsor\\_insight\\_lehdisto%CC%88tiedote\\_17\\_03\\_2020\\_urheilulajit.pdf](http://www.sponsorinsight.fi/uploads/1/1/1/0/11102604/sponsor_insight_lehdisto%CC%88tiedote_17_03_2020_urheilulajit.pdf). Luettu 9.12.2020

Tilastokeskus 2021, Käsitteet, Kvalitatiivinen tutkimus

[https://www.stat.fi/meta/kas/kvalit\\_tutkimus.html](https://www.stat.fi/meta/kas/kvalit_tutkimus.html) . Luettu 17.1.2021

Toimihenkilöjärjestöjen Sivistysliitto 2020. Opas yhdistyksille, varainhankinta.  
<https://www.tjs-opintokeskus.fi/opas-yhdistyksille/toiminnan-saately/talous/varainhankinta>  
Luettu: 16.9.2020

<https://jarjestotoiminta.kansio.fi/varainhankintakeinot-erittely/> (järjestötoiminta, varainhankintakeinot)

Tuloverolaki 30.12.1992/1535, Luettavissa:  
<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1992/19921535#O2L3P23>. Luettu: 7.11.2020.

Valanko 2009. Sponsorointi, Yhteistyökumppanuus strategisena voimana. Talentum Media Oy. Hämeenlinna.

Vero 2020. Yhdistyksen ja säätiön tuloverotus. Luettavissa:  
<https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/tietoa-yritysverotuksesta/tuloverotus/yhdistys-ja-saatio/verovuosi-2020>. Luettu: 3.10.2020

Yhdistyslaki 26.5.1989/503, Luettavissa:  
<https://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1989/19890503> Luettu: 7.11.2020

Yritä 2020. Osakeyhtiö lyhyesti.  
<https://yritä.fi/osakeyhtio>. Luettu: 3.10.2020

## Liite 1. Haastattelu, Lasse Laakkonen, Puhu Juniorit ry, 7.10.2020

Joel Kovamäki: Moikka! Eli tosiaan ajattelin et voitais ensin tehdä pienet esittäytymiset. Eli voisin ekaks kertoa vähän kuka mä oon, sit jos kerrot vähän kuka sä oot ja mitä sä siellä Puhu Junioreissa teet ja sit tosiaan mulla on tossa muutamia kysymyksiä. Opinnäytetyön aihe on junioriurheiluseurojen varainhankinta ja ry-toiminnan kehittäminen. Mulla on itellä kans tosi pitkä urheilutausta ni tuli sit oikeestaan luonnostaan, että halus lähteä tekee jotain urheilun kannalta. Tarkotus ois kuitenkin käydä avointa keskustelua niiden kysymysten kautta, että sana on oikeestaan vapaa ja jos jostain herää enemmän keskustelua niin voidaan sitä käydä enemmän.

Lasse Laakkonen: Sopii hyvin.

Joel Kovamäki: Tosiaan nimi on Joel Kovamäki ja mä oon tossa Pasilan Haaga-Heliassa nyt kolmatta vuotta opiskellu finanssi- ja talousasiantuntijan tutkintoa ja oon nyt tätä opinnäytetyötä vailla valmis. Itellä vapaa-aika menee kuntosalilla ja kouluhommissa. Teen myös ihan vakituisesti töitä pankissa. Urheilutaustaa itellä reilu 14 vuotta fudiksesta ja salibandyn puolella 8 vuotta junnuaikoina. Nykyään menee salilla ja korista pelaillaan kavereiden kanssa, mutta nivelsiteet meni kaks kertaa keväällä nilkasta, joten nyt on hiljaiseloo sen suhteen sitten.

Lasse Laakkonen: Se on hyvin tuttu ja tämmönen yleinen vamma ton koripallon suhteen.

Joel Kovamäki: Joo se ei oo ihan nopeesti kyl parantunu ku kaks kertaa meni samasta nilkasta.

Lasse Laakkonen: Joo totta, mitähän mä oon ite pelannu 20 vuotta yli. Niin tota oli monta vuotta, että ei voinu mennä ku nilkkatuen kanssa ja nyt on omalla tyttärellä sama, että sillä mennyt nyt jo tänä kautena mikä vasta alkanu, niin kaks kertaa. Hän joutuu myös pelaa nilkkatuen kanssa, eli tuttua hommaa ja sormet on kans ihan sökönä.

Joel Kovamäki: Joo mut se on kyl et ku se menee kerran ni menee sit myös tosi helposti uudestaan.

Lasse Laakkonen: Joo just näin. Tota no sä haluat varmaan tietää et kuka mä oon ja mitä mä teen?

Joel Kovamäki: Joo eli jos voit jonkun pienen esittelyn tehdä tohon.

Lasse Laakkonen: Joo eli tota Laakkosen Lasse on nimi ja tossa Puhussa mun rooli on olla hallituksessa ja vastaan yhteistyökumppanuuksista ja sponsoroinneista ja tavallaan se miks se tuli mun rooliin niin oli se että mul on media-alan kokemusta kohta 21-vuotta myynnin ja markkinoinnin puolelta. Eli sit mä oon niinku istunu niissä pöydissä missä Puhunkin kanssa istutaan niin aika monta vuotta. Tavallaan se verkosto tuli sitten mulle sitä kautta hyvin luontaisesti tohon. Ja niinkun mainitsin tossa niin koripalloa ite 20 vuotta pelannu ja seurannu aika tarkkaan ja sit on vielä tämmönen yhtiökumppani jonka kanssa urheilumanageriyritys ja meil on siinä kaks koripalloilijaa ja yks kestävyysjuoksija. Eli sit vähän niinku erilaista kulmaa siihenki puoleen, että tämmösellä taustalla ollaan liikkeellä.

Joel Kovamäki: Noni, toi kuulostaa tosi mielenkiintoselta. Saanks mä kysyy et mikä sen yrityksen nimi on mikä teil on?

Lasse Laakkonen: Aitio Sports. Siin on tota, no Ricky Waxlax, joka pelaa nytte tuol Lahti Basketballis, lähti Seagullisista sinne nyt täks kaudeks. Sitte tota Sara Rokkanen, joka pelaa Espanjassa ammatikseen koripalloa ja naisten maajoukkueessa Susi Ladiesissa pelaa. Sitten toi Mustafe Muuse, joka on tämmönen parikymppinen nuori kestävyysjuoksijalupaus tuolta turusta. Et siel on hyvin potentiaalinen ja vahva tulevaisuuden näkymä tos suomalaisessa kestävyysjuoksussa. Tavote hänellä tossa 2028 olympialaisissa olla huipulla, että siihen suuntaan niinku mennään. Treenaa samassa paikassa Makwan Amirkhanin kanssa siel samalla SSL Sport Laboratoriossa. Siel on hyvät fysiikkavalmennukset ja näin, että luulen et siitä kaverista kuullaan viel aika paljon.

Joel Kovamäki: Noni, pitää pitää korvat ja silmät auki sitte. Jes, mut hei tota voitais hyppää ihan suoraan asiaan. Eli oikeestaan tossa muutamii noita varainhankinnan juttui ja tota kulurakennetta ja sit on kans tohon sponsorointiin liittyvää, ku se nyt tos junioriurheilus tuntuu olevan aika iso osa. Mut alotetaan ihan tosta ekast kysymyksestä, eli jos sä voisit vähän avata sitä et mistä toi teidän seuran ansainta koostuu. Mistä niit tuloi sinne seuraan sit tulee?

Lasse Laakkonen: No yks isoin ja tärkein niinku jokasella muullakin seuralla niin on seurojen toimintamaksut. Et sehän on kun jäsenmäärä on iso, niin tottakai sillonkin sitä rahaa tulee sieltä aika paljon. Se on ehdottomasti se kaikkein tärkein, et ilman niit toimintamaksuja ykskään tommonen, noh amatööriseura niin sanotusti, niin ei tuu pyörimään suomessa, tai ainakin se on äärettömän hankalaa. Sillon se jäsenmääräkään ei voi olla kovin iso, koska se sit aiheuttaa paljon kuluja, kun on paljon jäseniä. Saleja tarvitaan paljon enemmän, kaikkii varusteita tarvitaan paljon enemmän. Tiettyyn

ikäluokkaan asti ni seura maksaa ne varusteet. Sit ku mennään ylemmäs ku alkaa tulee näit niin sanottuja personoituja varusteita, elikkä pelipaidat mis lukee nimi selässä tai lämmittelypaidat mis lukee nimi selässä, niin se on sitte jokaisen urheilijan ite hankittava, koska niit ei voi sit enää seurakaan antaa tavallaan seuraavalle ikäluokalle käytettöön. Jollei siel satu sit olee toista samannimistä sitte ja samankokosta. Niin se on yks isoin ja sit on tietenkin yhteistyökumppanuudet ja niiden kanssa pelaaminen. Eli sieltä tulee sitte tietty summa ja se aina vuosittain saattaa vaihella. Sieltä aina joku jää pois ja toinen saattaa tulla tilalle. Esimerkiks viime kaudelle meille tuli kokonaan uus yhteistyökumppani siihen rahallisesti mukaan, mikä aikasemmin on ollu meillä vaan niinku varustepuolella tämmösenä hankintapaikkana, mut nyt se lähti sitte vähän isommin mukaan ja on sitte taas semmosia, jotka on ollu tossa jo monta vuotta mukana. Et se on vähän niinkun, no mitä isompi seura ni sitä enemmän ne tarvii, mut mitä pienempi seura ni se lokaali juttu merkitsee paljon enemmän. Sillon ne lähiyritykset on paljon kiinnostuneempii ku se on paljon kompaktimpimpi, eikä hirveen ameebamainen yhteisö, josta ei saa oikeen kiinni. No sit näiden kahen lisäksi niin yks merkittävä tulonlähde on myös, et jos on esimerkiks turnauksia seuroilla. Esimerkiks meil on ollu tää RICOH-turnaus nyt 20 vuotta. Se on tietysti yks tulonlähde, et tottakai siin on myös kustannuksii mut sit esimerkiks paikanpäällä tapahtuva buffet myynti ja kaikki tämmöset kahvit sun muut ja osallistumismaksut niin se on yks tulonlähde ehdottomasti. Toki sinne saadaan sit myös yhteistyökumppaneita, jotka omistaa ikään kuin tämmösen ottelupaikan ja yhen sarjan, se nimetään aina yhteistyökumppanin mukaan ja nyt se Ricoh on ollut siinä pääyhteistyökumppanina sit niinku kattotasolla siinä turnauksessa, et seki tuo sit vähän euroja sisään. Mut et tos on ehkä niinku kolme semmosta isointa, sit tulee tommosii pienii puroja. Tai ehkä se menee enemmän tommoselle joukkueetasolle, et joku joukkue käy tekee jotain talkoo hommaa. Yhtenä vuonna tai itseasias parina vuonna vanhemman tytön joukkue kävi Martinlaakson koululla vaihtamassa pulpetteja ja keräämässä pois ylioppilas kirjoitusten alta, tai ainaku tuli ni siit sai sit joukkue rahaa. Ni sit ku lähti jonneki turnaukseen ni sit ei tarttenukkaa vanhempien laittaa sitä fyrkkaa niin paljoo, vaan sieltä tultiin vastaan niillä tuloilla mitä oltiin saatu siitä. Sit pienii puroja voi olla jos on joku muu tapahtuma ja siel on jotai oheismyyntii ja tottakai meil on sit tämmönen oma Puhun vaatekauppa, se nyt on täl hetkellä vielä aika marginaalista, mutta vähäsen sieltäkin tulee. Mut ehkä noi on niitä isoimpia, mitä täl hetkel on ja tää on aikalail monistettavissa aika moneen seuraan.

Joel Kovamäki: Joo kyl se. Mäki oon huomannu et kyl ne tuntuu noi jäsenmaksut tulee olee aina se isoin ja tärkein. Tosissaan se seuraava kysymys ois olluki et miten se ansainta sit jakaantuu näitten eri tekijöiden välille? Et luonnollisesti se jäsenmaksut on sit varmaan isoimmas osassa, mut onks noi kolme tekijää, ne jäsenmaksut, sit se

sponsorointi ja sit noi turnaukset ni onks ne niinku selkeesti isoimmat ja sit ne on ihan vaan marginaalinen osuus noi muut?

Lasse Laakkonen: No kyl se niinku aikalaila on. Toki sit ku tää ei oo joka vuotista, mut joskus on jotain tämmösiä hankkeita esimerkiks kaupungilla. Jos esimerkiks Vantaan kaupungilla on joku nuorisotyöhön osotettu määräraha ja sit ne hakee tai sielt urheiluseurat voi hakee jos ne pystyy osottamaan, et tällä ja tällä tekemisellä autetaan esimerkiks syrjäytyneitä nuoria, tai vähennetään sitä syrjäytymisen vaaraa. Ni tämmösiin voi hakea tukea, ni silloin tällön saattaa aina tulla, et joku vuosi se voi sitte olla yhtä iso ku esimerkiks yhteistyökumppaneiden tuoma raha. Mut ku se ei oo jokavuotista, niin se on aina vähän case by case. Mut jos mietitään jokavuotisia asioita ni noi kolme on oikeestaan niitä, mitkä tapahtuu joka vuosi meidän seurassa ja sitte sielt saattaa tulla jokunen euro sitte kaupungilta tai tämmöstä niinku tukea johonkin tiettyyn toimintaan. On jotain koripallokerhoja tai muita vastaavia sen tyypisiä juttuja.

Joel Kovamäki: Joo. Mites sitte tota toi seuraava, miten sä koet täl hetkel, et teidän seura toteuttaa tota varainhankintaa ja onks tullu esiin et tuottaaks toi ry- muoto teidän seuralle jonkun näkösiä haasteit sit ton varainhankinnan suhteen et onks tullu niinku jokapäiväses elämäs esiin haasteit sit sen suhteen?

Lasse Laakkonen: No emmä sanoin et toi ry niinkun sinänsä, tai sanotaanko et mä en oo törmänny sen tuomiin haasteisiin. Et enemmänki jos aattelee tän kauden ongelmia tai alkavan kauden, joka ens viikolla alkaa edustusjoukkueiden osalta, nuorempien osaltahan se on alkanu jo niin on ollu toi korona. Et tottakai kun ne yritykset kenen kanssa me ollaan aikasemmin keskusteltu ni niilläkään ei ole se tilanne ihan sama, kun mitä se oli esimerkiks viimekaudella. Päätöksenteko on selkeesti viivästyny et viimevuonna tähän aikaan oltiin jo parin yhteistyökumppanin kanssa signattu kaikki, nyt joudutaan oottaa vielä jonkun aikaa, kun he ei oo saanu sitä omaa pesää vielä ihan selväks, et mitä kaikkee tehään ja mikä se heidän tekijänsä on sit näiden sponsorointikumppaneiden suhteen. Jotkut karsii vähän niit pois, jotkut jopa vähän lisää, se riippuu aina vähän siit heidän omasta toimialasta.

Joel Kovamäki: Joo, toi on nyt tullu vähän oikeestaa tähän ihan kaikkeen mukaa toi korona et sekottaa pakkaa nii urheilussa, ku ihan normaalissaki elämässä. Mites tota, miten sä koet et miten teidän seura vois tulevaisuudessa kehittää tota varainhankintaa, et onks jotai sellasii selkeit suuntii mitä te voisitte lähtee sit viel tos niinku aukoo, et jotai tiettyy suuntaa?

Lasse Laakkonen: No ainahan sitä pohjaa voi laajentaa, et tottakai mitä useamman instanssin kanssa keskustele ni sen isompi mahdollisuushan sulla on saada sitä rahaakin enemmän ku sillon sitä rahaa tulee sillon useemmista eri paikoista. Mut se pitää jotenki saada sil taval, et ku mä nään et se on hyvin lyhytnäköstä, et me sanotaan et jos pistätte nimenne meijän paitaan ja päätymainokseen ni se maksaa ton verran. Ni millä sä perustelet sen sille yritykselle, et mitä hyötyy siit sille on. Okei näinä kausina on tullu mukaan yhel kaudel oli Elisa joka televisio meijän kaikki edustusjoukkueiden pelit, nyt televisioi Ruutu. Siinä tottakai on yks lisäelementti mikä on sitte tämmöselle yritykselle, millä on toimipaikkoja kenties jossai muuallaki ku Suomessa. Et jos ajatellaan, et sielt tulee vastaan vaik tamperelainen joukkue, ni eihän se yrityksen nimi näy vaan Vantaalla oleville ihmisille, vaan se näkyy myös siel Tampereel oleville ihmisille. Et jos aatellaan et heillä on toimintaa ympäri suomee ni tottakai se hyödyttää sillon sitäki. Et niinku se mikä siin pitäs kehittää olis et etsii niit kulmii mikä hyötyy siitä on sille yritykselle. Et tottakai sit on joku firma joka laittaa sen 500 euroo, ni sil ei nyt käytännös, et sä pysty hirveen tekevät liikkeit heille rakentaa sillä rahalla vaan se on sit ehkä enemmän tällast lainausmerkeis kannatustukemista oman kylän pojille ja tytöille niin sanotusti. Mut sen tuotteistamisen puolelta sen pitää mun mielestä löytyy, et mä itte niinku yritän kokoajan ettii niitä keinoja ja miettii sitte taas, ehkä vähä sparrailla ton oman verkoston kanssa. Kun sitä niinku työkseen tekee toisen yrityksen nimiin ni et minkälaisia, et ku heitä lähestytään kokoajan niinku tämmösissä samanlaisissa asioissa ni vähän kysyy fiiliksi et hei mitä sä oot ajatellu siitä ja mikä sun mielestä on hyvä juttu, mikä sun mielestä on huono juttu. Et mul on semmonen esim Stadium on siviilityössä mun asiakas ja heil on iso yhteistyö HJK:n kanssa, itseasias just eilen juttelin heidän maajohtajan kanssa vähän puhelimesta et mikä se heidän mekaniikka siin on et mitä he niinku hakee siinä ja mitä hyötyy siitä on. Tottakai jalkapallo on Stadiumin tuotevalikoimassa aika isosti. Sama jonkun XXL:n kanssa, joka on muuten myös mun asiakkuus, mut en tietenkään keskustele heidän asioistaan keskenään, mut et se pitää löytää se kulma mikä siel on. Et sit jos se on joku sähköenergia yhtiö, ni sit se pitää olla se joku lokaali kulma siihen taas. Ku taas Stadium, ni semmonenhan on hyvin laaja ku heil on sit taas toimintaa ympäri Suomen ja niinku tätä kautta mä niinku yrittäsin sitä tota rakentaa. Tää on silleen hyvä ku mä mietin näit asioita ni nää menee myös siihen oman yrityksen puolelle, et ku meijän pitää tuotteistaa se urheilija ni me vähän skaalataan sitä vähän pienemmäks. Et mä niinku hyödyn täst omasta pohdinnasta kahessa eri paikassa hyvin. Et toi on jotenki niinku se suunta, mä en tiä et saiks sä kiinni siit et mihin pitäs lähtee ja mitä pitäs parantaa. Et sen aika on niinku ohi et soitetaan läheiseen K-kauppaan, et haluuteks te laittaa logonne meijän päätymainokseen, kyllä vai ei. Osa haluu ja osalle sil ei oo mitää merkitystä.

Joel Kovamäki: Joo nii ei se sinällää tuo sellast nii isoo vastavuorosuut sit siihen, et jos läpsästään se yks mainos sinne jonneki kentän kulmaan. Jes tota mites sitte niin miltä toi teijän seuran kulurakenne näyttää tällä hetkel, et mihin noi rahat sit pääsääntöisesti menee?

Lasse Laakkonen: No toiminnan pyörittämiseen tietenkin on tota et, Vantaan kaupungille pitää maksaa noista saleista, niitä ei saa ilmaseks käyttöön. Helsingis oli mun mielestä jossakin vaiheessa silleen et sit ne sai ilmatteeks salit käyttöön, mut me ei saada. Sitten meillähän on palkattuu henkilökuntaa, meil on osa ammattivalmentajii. Esimerkiks miesten edustusjoukkueen Mikko Larkas, joka on siis Susijengin apuvalmentaja ni hän on myös meijän urheilutoimenjohtaja, ni hän on palkkahenkilökuntaa. No Pere ei oo, Karipekka Klinga ei oo täyspäiväsenä, mut palkkaa kuitenkin saa. Toimiston puolen työntekijöitä ja sit meijän valmentajat on kaikki sopimussuhteessa meille, et meil ei semmost niinkun talkootyöporukkaa ei oo. Et kaikil on jonkinlainen sopimus mikä on siinä mieles hyvä et siin on myös velvotteita sillon, et sillon joku joku joukkue mis on valmentajat sopimussuhteessa ni ne tiedetään ne saa tietyn standardin mukaan niitä valmentajapalveluita sieltä myös. Et se ei oo silleen, että Timppa tulee paikalle jos Timpal ei oo mitään muuta ja jos ei ni sit joku vanhemmista vetää treenit. Tai jotenkin näitäki seuroja valitettavasti edelleen löytyy, että tota se on silleen et jos sulla on se diili ni siin on kompensatio, mut sitä kompensatiota vasten on tarkkaan määritelty, et mitä sun pitää tehdä. Joskus on jopa tehty niin, kun on huomattu, et ehkä tää ei oookkaan nyt se paras ratkasu, ni vaik ois kuinka innokas koutsu, ni me ei oteta sitä sinne ku me tiedetään, että se ei tuu toimimaan se kokonaispaketti ja siitä ei saa kärsiä sitte se joukkue. Se pitää olla sit oikeesti sitoutunu siihen hommaan ja tää sopimus auttaa siinä kohtaa, että sitä sitoutumisen astetta on. Tilavuokria meil ei hirveesti, meil on toimisto, mut siin ei oo kauheen iso vuokra, et se on niinku ihan ok. Varusteista tulee tottakai kuluja, kun niitä pitää hankkii. Mitäs muita semmosii merkittävii, no ehkä tos nyt on ne merkittävimmät kulut. Et sit voi olla jotain pienempii, jos on loukkaantumisii, ni sit tietenkin terveydenhuoltokulut niinku vakuutusten ohella on jonkun verran. Niit nyt ei onneks oo kauheesti, mut sitte taas ku nuoremmissa ikäluokissa, kun ostavat lisenssin kanssa vakuutuksen ni se menee sitten sieltä. Et enemmänin nää edareiden, edustusjoukkueiden terveydenhuoltokulut on sit ehkä niitä mitkä näkyy siellä niinkun kirjanpidossa. Sit ulkomaalaisii pelaajii meil ei oo ni ei oo tavallaan palkkakuluja pelaajien suuntaan siinä mielessä että sekään ei oo menoerä. Mitähän muita, tos ehkä nyt on taas niit isoimpii semmosii menoeriä.

Joel Kovamäki: Joo. Tos heräs ihan mielenkiinnosta tehtiä tos koulus joku reilu vuos sitte tos Hongan kaa semmonen, tai Hongasta semmonen projekti. Siel kävi ilmi et tavallaan

noi junioriseurat, ni niitten varainhankinta vähän niinku tukee sitä niitten edustusjoukkueen toimintaa, et tavallaan sieltä junnupuolelta syynätään rahaa sinne tota siihe edarijoukkueeseen. Tapahtuoks tätä teijän seuras et meneeks sielt rahaa siihen edustusjoukkueeseen?

Lasse Laakkonen: Joo no se menee oikeestaan sillee että junnupuoli ei kerää sitä rahaa joka menee sitte, vaan jos ne kerää jotain ni ne saa ne kyl sitte omaan käyttöön. Sitte taas yhteistyökumppaneiden eurot, ni sieltä menee sitte taas sitä siihen, koska se on taas sitte tärkeä sen junioritoiminnan kannalta että on uskottava edustusjoukkue mahdollisimman korkealla sarjatasolla. Jokasella pitää olla se polku, kun hän tulee seuraan ja on tavoitteinen urheilija, ni sul pitää et sä näät sen et ku mä pysyn täs ja mä jatkan tekemistä, ni mä pystyn pääsemään tonne huipulle asti. Ihannetilannehan ois että meil ois joukkue korisliigassa miehissä ja naisissa. Mut täl hetkel, aikasemmin on ollut, mut täl hetkel ei oo. Ja ei ehkä ihan heti vielä, ku se on taas taloudellisesti ihan eri peli mitä tota pitää pelata. Mut kyl joo, ne yhteistyökumppaneiden eurot ni sieltä menee nimenomaan edustusjoukkueelle, et saadaan pyöritetty tämmönen uskottava kokonaisuus alhaalta ylös asti ja jokasella on semmonen tavote ja tähtäin siel ylhääl.

Joel Kovamäki: Jes, mites sit tossa vähän käytiin sitä kulurakennetta, ni mites uskotsä et lähitulevaisuudes tai tulevaisuudes ni tuleeks toi kulurakenne jotenki muuttuu jossai kohtaa? Vai tuleeks, onks niinku aikalail samat sitte nyt ku puhuttii tost et toi toiminta et miten se vois kehitty ja muuta ni uskotsä et se kulurakenne tulee siit sit muuttuu sen myötä?

Lasse Laakkonen: Noo, emmä usko et kulupuolella, että tota tulis yhtäkkii semmosii isoja tota pysyviä menoeriä. Et ku meil ei oo tavallaan investoitavia kohteita, et mitä meijän pitäs sit tehdä. Et me ei olla tekemäs omaa hallia, tätäkin on selvitetty. Täl hetkel se tilanne on se et meijän kannattaa olla täs mis me nyt ollaan, jos ei Vantaan kaupunki nyt jotain ihan häiriintyneitä tilavuokria rupee yhtäkkii repimään, niin se ois yks semmonen iso. Mutta kulupuolella ni en usko, että mitään tulee tapahtumaan. Mut sit taas sisään tulevan rahan puolella, niin meijän tavote on saada tottakai kasvatettuu jäsenmäärää ja sehän ei tapahdu silleen, et nyt päätettään et ens vuon meil on tuhat jäsentä, vaan sen eteen pitää tehdä töitä. Yks merkittävä tekijä siihen on et meijän pitää pystyy tarjoamaan kilpailukykyistä valmennusta. Tää itseasias muutamassakin uutismediassa on tälle kaudelle puhuttu, et Puhulla on Suomen paras kombinaatio valmentajia. Et jos ajatellaan, et meijän poikien -11 syntyneiden valmentaja on Eero Nikkarinen, mä en tiää sanooks se nimi mitään sulle, mut jos sä googletat sen ni näät mitä se on voittanu valmentaja, ni siel on aika iso liuta niitä. Niin tää kertoo vähän siitä, et sit naisten edustusjoukkueen

valmentaja on Karipekka Klinga et niinku ylhäältä alas, ni on aika kovatasosta jengii. Miehissä on Mikko Larkas, jonka meriitis on tottakai Seagullssissa Suomen mestaruuksia ja Susijengissä mukana edelleen ja näin pois päin. Et se on niinku se mihin pitäis panostaa, jotta se jäsenmäärän kasvaa. Se on sitte taas se et siin saattaa jonkun verran kulut muuttuu. Mut niin kauan ku nää on ota-hommina osa, niin se ei kasva räjähdysmäisesti. Ei meijän oo tarkotuskaan jokaseen joukkueeseen saada semmosta ammattivalmentajaa, joka ei tee mitään muuta ku valmenna Puhussa, vaan pyritään löytää semmosii sopivii kombinaatioita. Tulopuolella sitte taas se, että jos jäsenmäärä kasvaa ni sitte tottakai tulotki kasvaa sitä kautta, ku niitä toimintamaksuja tulee enemmän. Sit jos nää jäsenmäärät kasvaa, valmennus paranee entisestään, olosuhteet, joo no koulujen kanssa joudutaan pelaamaan tiettyä peliä niin sithän se houkuttelee se paketti myös yhteistyökumppaneita. Eli sitte se ku mä tossa aikasemmin sanoin, että pitää tuotteistaa se, ni silloin se tuotekin näyttäytyy paljon paremmassa valossa ja on mielenkiintoisempi niille yrityksille, ketä me lähestytään. Ja voi olla, että löytyy ihan semmosii uusia toimialoja mistä aikasemmin ei olla ees kiinnostuttu, ku ei oo löytyny sitä linkkiä siihen tekemiseen. Tänä päivänä se ei mee enää sillä mitä se on ennen menny, että ku joku tuntee jonkun ni sitä yhteistyökumppanikauppaa käydään myös sil tavalla, että ku mä tunnen ton ja Reiska on aina ollu mun kalakaveri ni se laittaa nyt tohon noin ja sitte ollaan hyvii kavereita sen kanssa. Et sekää ei niiku enää toimi, vaan nyt se pitää oikeesti olla se pohja tehtynä, et minkä takia ja nää on tärkeitä siihen nää jäsenmäärät, uskottava valmennus ja olosuhteet. Itseasias olosuhteet ja valmennus kulkee tietyl tapaa käsikädessä, et se tarkoittaa myös sitä, et sillä pelaajalla, on parhaat mahdolliset olosuhteet kehittyä ja siin on tottakai pelipaikka ja valmennus hyvin tärkeitä. Ehkä tol, et kulurakenne joo voi muuttuu, mut se tarkoittaa myös silloin sitä, et se tulo rakenne muuttuu, eli tuloja kun tulee lisää. Se on vähän kahta peliä.

Joel Kovamäki: Tost tuliki ihan hyvää aasinsiltaa tohon seuraavaan kysymykseen, et seuraavaks mä oisin kysyny et miten teijän seura toteuttaa tota sponsorointiyhteistyötä ja mitä te katotte siinä yrityksessä ku te lähette hakee niitä uusii yhteistyökumppanuuksii?

Lasse Laakkonen: No siis ihan ensimmäisenä, vaikka kaikki ei sitä myönnä, ni mä ainaki katon sitä, että miten se sopii meijän niinku omiin arvoihin. Elikkä vaikee olis kuvitella, että mä jotain aseliikettä lähestyisin tuolla, tai vaikka aikuisviihdeyritystä pääsponsoriks, et tottakai se on yks semmonen tärkeä. Ehkä joku linkki, no välil se on vähä vahvempi ja välil vähä heikompi, ni pitäis olla tohon Vantaaseen. Et se on kuitenkin se pesäpaikka Puhulla, vaikka puhutaankin valtakunnallisesta tekemisestä noin niinkun edustusjoukkueiden suhteen, että käyvät ties missä pelaamassa. Mut kuitenkin se jonkinnäkönen linkki sinne ois hyvä olla. No se sitte ku löytyy ja päästään keskusteluis eteenpäin, ni se mitä me

tarjotaan on tietenkin näkyvyydet, myös meidän omilla kanavilla meidän omille jäsenille pystytään niinku tarjoomaan. Sit siel oli eräs pankki asiakkaina tässä, niin tarjottiin niinku eksklusiivisesti meidän jäsenille etuja luottokorteista tai jos halua vaihtaa pankkia ni siin on etuja, tai asuntolainatarjouksista saa vähän etuja, mut se oli suunnattu vaan niille. Se ei näkyny missään ulkopuolella vaan se meni meidän sisästen kanavien kautta sinne. Sit otteluiden ennakkomarkkinoinnissa tulee, meil oli Vantaan Energia viimekaudella ja sit oli tämmönen roskaton päivä. Ne oli sillon mukana ja meil oli juniorijoukkueet keräämäs roskia Martinlaakson koulun ympäriltä, mikä on se niinku pääpelipaikka noilla edustusjoukkueilla. Sieltä ja siitä tehtiin sitte somepostauksia ja yhteistyössä Vantaan Energian kanssa. Sitte meil oli tämmönen super sunnuntai, missä molemmat edustusjoukkueet pelas niinku peräkkäin kotipelinsä. Eli se oli useemman tunnin setti, ni siel oli Vantaan Energian tämmönen roskapoliisi paikan päällä omalla standilla ja kerto vantaalaisille, että mitä kaikkee roskattomaan kaupunkiin kuuluu ja en ihan muistakkaan mitä kaikkee siin oli, mut niinku tämmösii. Tottakai peliasuihin sitte tulee luonnollisesti logot ja ottelupaikalla on yritysten logot siellä seinillä. Sit se tv näkyvyys, eli se pitää niinku puristaa silleen hyvin kompaktin näköseks, mut sit ku sä avaat sen ihmiselle, ni sit se pitää puhuu auki. Et ei voi laittaa semmosta tarjousta, missä sulla on 18 slaidia avattuna jokainen asia nippeliin vaan se pitää olla niinku punch line ja sit se käydään läpi. Mut pääjutut on ottelutapahtumat, niissä tapahtuvat kuulutukset, mahdolliset edut mitä he haluavat tuoda. Joihinkin kumppanuuksiin on tarjottu myös sitä, että me voidaan joukkueesta valjastaa x pelaajat tai valmentajat esimerkiksi heidän omaan tyhy-päivään tai johonkin muuhun tämmöseen. Jotkut halua omaan asiakaslehteensä kirjoittaa juttua tota Puhusta ja pelaajista tai valmennuksesta. Sit jos on joku tämmönen tempaus ni sen some näkyvyydet ynnä muut tommoset ni se on oikeestaan se semmonen paletti mil pelataan. Se aina riippuu vähän siit kumppanista, että mistä summista puhutaan, ni sit skaalataan vähän sitä, et kaikki ei saa kaikkee tietenkään. Jos heil on joku tapahtuma ni mahdollisuuksien mukaan, niin sinnekin voi yrittää meiltä saada jonkun, esim Mikko Larkaksen puhumaan tai Peren täl tuleval kaudella varmasti juttuu riittää koripallosta. Aika moni tuntee Karipekka Kligan nimeltä niin tota seki on yks hyvä valttikortti tähän kauteen.

Joel Kovamäki: Joo kuulosti hyvältä. Tossa oikeestaan vähän vastasitki jo tohon viimeeseen kysymykseen mitä tuol oli. Eli oisin tosiaan kysyny siitä, et miten toi vastavuoroisuus näkyy siin sponsoroinnissa, et mitä te ite seurana saatte ja mitä se yritys sit saa, mut sä tossa vastasitki jo aika hyvin siihen. Tota tos oli oikeestaa kaikki mitä mä tässä tällä erää halusin tietää, ni tota tarkoitus ois tässä vielä saada tää pakettiin tässä syksyn aikana, et toivottavasti tulee. Mul on täs pari kuukautta aikaa, ni mä tähtään siihen et mä oon jouluna valmis, mutta jos jotain haavereita sattuu ni sit se venyy varmaan joulun jälkeen. Mut mä laitan ehottomasti sulle sen valmiin työn sit vielä tosta tulemaan

kuhan se on valmis ja hyväksytty. Mutta hei oikeen paljon kiitoksia ja arvostan erittäin paljon, että löyty aikaa auttaa.

Lasse Laakkonen: Ei mitään, tää on erittäin hyvä asia ja toivotaan, et saat homman pakettiin ja hyvät arvosanat siitä niin tota ei mitään. Tsemppii siitä ja hyvää syksyy.

Joel Kovamäki: Jes hei kiitos paljon ja kiitos samoin. Moikka!

Lasse Laakkonen: Moro!

## Liite 2. Haastattelu, Jari Oksanen, EräViikingit ry, 14.10.2020

Joel Kovamäki: Jes eli tosissaan voisin alkuun esitellä kuka mä oon ja mist täs on kyse. Jos sen jälkeen voisit sit kertoo kuka sä oot ja mikä se sun toimenkuva siel EräViikingeis on. Sit mul on tos muutamii kysymyksii mitä voitaa käydä läpi ihan semmosen keskustelun kannalta.

Jari Oksanen: Joo voidaan edetä tälleen. Mä oon täs toimistolla, et jos tonne mun oveen joku koputtelee ni mä käyn sit huikkaamassa siellä et mul on palaveri kesken, et mulla ei oo tossa ovesta mitään lappuu ni älä ihmettele jos tulee joku keskeytys. Meil on täällä syyslomaleiri just pyörimässä, sanoin kyllä et mulla alkaa palaveri ni toivotaan et kukaan ei häiritse.

Joel Kovamäki: Jees. Mut tosiaan mun nimi on Joel Kovamäki ja mä oon tossa vähä reilu kolme vuotta ollu tossa Haaga-Helian ammattikorkeakoulussa. Mä opiskelen finanssi- ja talousasiantuntijalinjalla ja nyt on opparii vaille valmis opinnot. Päätin ottaa aiheeks ton junioriurheiluseuran varainhankinnan ja ry-toiminnan kehittämisen. Itellä on aika paljon lajitaustaa, futiksessa melkeen 14 vuotta ja salibandya tuli kans pelailtuu joku seittemän vuotta, ni halusin sit ottaa jotenkin sen urheilunäkökulman siihen myös mukaan. Nykyään sit vapaa-aika menee sporttailles ja päivät menee muuten duunis et ihan vakkari duunissa työelämään siirtyneenä. Jes, mut jos voisit vähän kertoo et kuka sä oot ja mikä se sun toimenkuva on siel EräViikingeis?

Jari Oksanen: Joo. Tosiaan Jari Oksanen ja EräViikingien toiminnanjohtaja. EräViikingithän on nyt seurana toiminu 2016 keväällä perustettiin tää seura fuusion myötä ja oon siitä alkaen ollu toiminnanjohtaja, et tää on nyt neljä ja puol vuotta toiminu tässä tää seura. Mut oikeestaan sitä ennen mun tausta on ollu Tapanilan Erän vastaavasta roolista, et nimike ei kylläkään ollu toiminnanjohtaja, koska Tapanilan Erässä oli koko seuralla toiminnanjohtaja ja sitte eri jaostoilla oli tietynlailla samassa asemassa niinkun lajin asioita hoitavia, ni oon siellä samoja tehtäviä tehny jo monta vuotta tätä ennen eli pitkä tausta. Nyt oikeestaan EräViikingeisissä meillä henkilökuntaa on enemmän ni mun vastuulla on tietysti sellanen yleinen seuran johtaminen, hallinto ja talous. Ne on käytännössä ne mistä mä vastaan. Meil on sit meijän tavallaan niinku johtoryhmä koostuu kolmesta henkilöstä et siis hallitus on toki niinku kaikkien yläpuolella, mut niinku johtoryhmä on meillä siinä urheilujohtaja Joonas Naava, joka vastaa meil sit niinku urheilu ja valmennuspuolesta et on sen puolen osaja. Et mun ei tarvii niitä miettii, et vaikka laji-ihminen oonki mut tietynlailla laji ja valmennusosaamista hoitaa omat valmennuspäälliköt hänen

alaisuudessaan. Sit meil on Olli Lähdesmäki joka on meidän markkinointi johtaja nimikkeellä, mutta vastaa niinku markkinoinnista, myynnistä ja viestinnästä. Et tää on niinku meidän kolmen johtoryhmä. Mun vastuulla on tosiaan tää hallinto ja talous, et ku on niin iso seura ni se on aika iso kakku. Et kylhän niinku käytännös oon seuras sit tekemisissä niin liigajoukkueiden, juniorijoukkueiden, kuin myös harrastepuolen kanssa, et tietynlailla ehkä pitää niinku lankoja joka suuntaan käsissä. Sit tietysti meidän henkilökunta kun muodostuu, niin ne on valmennuspäälliköitä jotka on urheilujohtajan alaisuudessa. Mut sit meil on oppisopimus opiskelijoita, seuratyöntekijä, jotka on sit taas mun alaisuudessa kun mä vastaan meidän henkilöstöhallinnasta osana tätä koko hallinnan kokonaisuutta. Siinä tommonen nopee tiivistys et mitä toi oma roolini tos meidän seuras on.

Joel Kovamäki: Kuulostaa kyl siltä et teil on tosi laajasti tota toimihenkilökuntaa, et ei oo mikää ihan pikku seura kyseessä. Mä oon kyl itseasias aikasemmin tullu itellä pelailtu Tapanilan Erää vastaan, et oli ihan hauska sillon ku yhdisty noi molemmat et tuli sit yks vähän isompi seura sitte.

Jari Oksanen: Joo, meil on ollu jäsenmäärä nyt siit 2016 ku perustettiin, ni pyörinyt siinä 2000 paikkeilla. Se oli jonkun kauden vähä ylikin, tais olla 2100 parhaimmillaan ja viimekauden oli 1975, et se on kokoajan pyöriny siinä 2000 ympärillä. Tietynlailla meidän strategiassakin on, et haluttas vakiinnuttaa se noin 2000 jäsenmäärä, et ei oo semmosta et haettas erityisesti sitä kasvua. Et salibandyssahan me ollaan oltu nää vuodet niinku suurin, Oilers tais olla 1500 toissa vuonna siinä lähimpänä. Mut nyt tää korona on täs iskeny silleen et kaikilla seuroillahan jäsenmäärät on tippunu ja mihin se meillä tulee tän kauden aikana asettuu, ni sen näkee sit tän kauden mittaan. Isoin iskuhan on tuol harrastepuolella, et joukkuepuolella ei niin isoa pudotusta oo jäsenmäärissä, mut sit harrastepuolella se on jopa 30-40% jäsenmäärä. Mut tietysti mitä on jutellu niin on muilla seuroilla sama tilanne. Mut et nyt ku tietysti iso seura ollaan, ni henkilökuntaa tarvitaan et halutaan tietysti ammattitaitosesti pyörittää tota seuran toimintaa ja sillon tietyille osa-alueille on haettu alan ammattilaisia ketkä tekee sitä sitte päätoimena. Meil on päätoimisia nopeesti laskettuna kuitenkin 10-15 välissä, et taitaa olla melkeen se 15 ja sit on muutamia osa-aikasia valmentajia, jotka tekee niinku osa-aikatyönä valmennusta.

Joel Kovamäki: Okei. Mut hei voitaa hyppää noihin kysymyksiin seuraavaks ni tossa ihan ekana kysymyksenä ois se et mistä se teidän seuran ansainta koostuu, et mitä reittei niit varoja sit hankitaan?

Jari Oksanen: No silleen ehkä alkuun lyhyesti et miten se rakenne meillä menee, ni jokasella meidän seuralla on oma budjetti. Et tietysti ku meil on se 30 joukkuetta ja harrastetoimintaa ja erilaisii muita toimintoja, leirejä ja turnauksiaa. Ni siel on jokasella oma budjettinsa ja tietysti siel on sit eroja et miten joku joukkue tekee varainhankintaa. Mut jos ajatellaan koko seuran näkökulmasta ni se suurin tulonlähde on sit ne jäsenmaksut. Joka vuosi kerätään kausimaksuina ja sit seura kerää vuosittaisen jäsenmaksun, joka tulee tähän seuran yleishallinnon toimintaan. Et ne on tietysti tottakai se isoin mistä sitä rahaa tulee on jäsenet. Yhteistyökumppanit ja sponsorit on yksi iso tekijä kulujen kattamiseksi ja tietysti näin ku yhdistyksenä toimitaan niin käytännössä mitään voittoahan ei tavoitella. Et jos ajatellaan että lätkäliigassa on vaikka osakeyhtiö ni ne toki pyrkii et ne sais voittoakin siellä, mut meillä käytännössä sitä rahaa pyritään keräämään tottakai niin, että saadaan ne kulut katettua ja tottakai joskus jos saadaan ylijäämää niin voidaan sit seuraavaan kauteen panostaa sit siinä kohtaa. Mut tosiaan nää yhteistyökumppanit on siellä niinku liigatasolla se isoin tuloerä ja sit tietysti pääsylipputulot, sanotaan et miesten liigassa sillä on tietynlailla taloudellinen merkitys, että naistenliigassa ja muissa mahdollisissa sarjoissa joissa pääsymaksuja on kerätty, niin se on aika marginaalinen sen pääsylippujen tulot. Tän kauden osaltahan se sitte näyttää että kuinka haasteelliseksi se tulee, että yleisömäärät on vaikka ne vaatimattomia salibandyssa on muutenkin, ni nyt ne on sitte vielä vaatimattomampia, että kyllä se yhtälailla meihin iskee. Ei ehkä yhtä isosti ku lätkään ja fudikseen, mutta kuitenkin omalla tavallaan tuntuu. Sit tietysti mistä sitä rahaa tulee, niin yks tärkeä on seuran tapahtumat millä sitä varainhankintaa tehdään, eli käytännössä nyt meil oli turnauskonseptina KWMC, eli lyhenne tulee Kirsi Westerlund Memorial Cup, kun meidän hallituksen jäsenen, yhden seuran perustajan Kurren vaimo menehty alkukesästä, ni sitte järjestettiin tämmönen memorial cup sitten hänen vaimon muistolle, et tottakai se toimi sitte myös varainhankintakanavana. Osittain toki myös hyväntekeväisyytenä, mutta toki myös seuran suuntaan. Järjestetään näitä leirejä ja muuta harrastetoimintaa, niin niistä kerätään sitte sitä tulovirtaa esimerkiksi siihen, että pystytään pitämään palkattuja ihmisiä. Tos on nyt tollanen nopee tiivistys, et sit voi tietysti mennä yksityiskohtasemmin jos näin totee, että vaikka juniorijoukkueilla voi olla isojakin eroja. Joku juniorijoukkue voi hommata sponsoreita itse enemmänkin, että juniorijoukkueessa se on sit jokasen joukkueen oma vastuu, että haluaako hommata sponsoreita, haluaako tehdä talkookeikkaa, haluaako tehdä muut, vaiko kerääkö sitten puhtaasti kausimaksuilla sitten ne tulot joukkueelle. Et niissä on jo toki joukkuekohtaisesti isoja eroja ja jos sitte haluat kuulla ni voidaan sitte käydä jotain esimerkkejä niistäkin tässä.

Joel Kovamäki: Jees. Aika samaa mitä tossa nyt iteki kun on tutkinu ni aika samaa, just ne jäsenmaksut ja yritys yhteistyöt niit isoimpi. Mut miten sä sanoisit et se ansainta jakaantuu

noitten kaikkien tekijöitten välille. Et onks se ihan selkeesti, et jotkut jäsenmaksut on vaik joku 50% varainhankinnasta vai miten se suurinpiirtein jakaantuu siel?

Jari Oksanen: Joo no itseasias mä vastaan tohon, mä sanon yhen tohon mikä jäi viel seuran osalta sanomatta tohon äsken ku tuli monta asiaa lueteltuu. Mut tottakai kaupunki on sit viel yks, et tottakai kaupungin avustukset on sit yks seuran suuntaan yks tuloerä. Sieltä tulee sit kuitenkin ihan tärkeä raha kaupungiltakin ja muutenkin avustukset, et jos on erilaisia avustuksia urheiluseuroille, niin tottakai me pyritään niitä aktiivisesti hakemaan. Et tottakai se on yks tärkeä tuloerä siihen äskeseen kohtaan lisätynä. Mut sit siitä suhteesta et miten se jakaantuu, niin jos puhutaan seuran tasolla niin kylhän se jäsen kausimaksut on se merkittävästi isoin. Jos aatellaan nyt ihan seuran rahotusta, ei lasketa niinkun joukkueetasolla mukaan, ni sanoisin karkea jako. No mä itseasias otan tosta, mul on muistitikulla, ni pystyn sanoo viimekauden jakauman ni ei tarvii heittää lonkalta. Pystyn heittää tosta tosi nopeesti koneelta esimerkin ni saa sit aika tarkastikin tosta sanottua. Eli tota seuratasolla jäsenmaksujen osuus on aikalailla kolmasosa, avustuksia ja erilaisia muita tukia kolmasosa ja sit tietynlailla muuta varainhankintaa sitten se kolmasosa. Et siinä oikeestaan karkeesti, et tietysti siinä vähän kausikohtasii eroja voi olla ja täs mä puhun nyt nimenomaan siitä seuratasosta. Sitte en ota tässä nyt edustusjoukkueita et en puhunu yhteistyökumppaneista ni tää on ihan puhtaasti se ihan seuran hallinnon toiminta joka käytännös tarkoittaa et meil on palkattuja ihmisiä ja me pyöritetään tätä seuran toimintaa. Mut sitte ku otetaan tietyl tapaa edustusjoukkueita siihen mukaan niin tottakai siihen tulee sit se yhteistyökumppaneiden osuus merkittävänä.

Joel Kovamäki: Noni. Miten sä koet et toi teidän seura toteuttaa täl hetkel tota varainhankintaa ja ooks sä huomannu, että onks toi ry-muoto tuono teidän seuralle sit jotain haasteita ton varainhankinnan suhteen?

Jari Oksanen: No tota ry/oy suhdetta ei oo niin isosti lähdetty meillä tutkimaan. Et kyl mä siitä tiiän ja oon vuosien varrella keskustellu seurojen kanssa, joilla on vaikka osakeyhtiö, niin en mä usko et se meille haasteita on tuonu. Oikeestaan siinä kohtaa kun yhteistyökumppanuuksii tehdään ni se tulee siinä selväks et oikeestaan me toimitaan verottomasti, jollonka sitte tietysti summat mitkä liikkuu niin on arvolisäverottomia. Mutta et tietysti ei pystytä, jos on niinku kuluja niin käytännössä ei voida arvolisäveroja vähentää, mut sit tietynlailla myöskään omassa laskutuksessa ei arvolisäveroo oo. Et ei sellasta semmosta laskelmaa olla tehty, että jos olis oy ja pystys näitä verovähennyksii tekemään niin kuinka paljon hyötyjä siitä tulis. Tohon en osaa silleen vastaan, että onko sillä iso merkitys, että ry muotosena toimitaan. Toki kun ei olla lähetty mitään muuta vaihtoehtoo toistaseks lähetty miettimään, niin kyllä tässä semmonen näppituntuma on,

että ei täs nyt ainakaan häviäjiä olla tällä ry-mallilla ainakaan tällä hetkellä. Sit ehkä viel otan sen esille, että tämmönen niinkun fanituote myynti, joka jäi tos äsken sanomatta yhtenä varainhankintakanavana. Et tottakai meil on myös fanituotemyyntiä, ni sen osuus on viel niin pieni. Ehkä jos sen osuus kasvaa niin ehkä tämmöset verovähennysten ja arvolisäverojen merkitys kasvaa siinä kohtaa.

Joel Kovamäki: Jees. Mites sitte onks sul jotain sellasta selkeetä semmosta mitä pystysit sanomaan, että miten teijän seura pystys tulevaisuudessa kehittämään tota varainhankintaa?

Jari Oksanen: No toi on semmonen tosi hyvä kysymys. Et jos mul ois tohon semmonen valmis vastaus niin me oltas sitä jo toteuttamas. Et kylhän täs joudutaan kokoajan miettimään sitä esimerkiks tos ku mainitsin tost mejän henkilökunnasta Olli Lähdesmäki, joka tätä mejän markkinointii ja myyntii kanssa vahvasti tekee ja tuli tossa kolme vuotta sitten tohon rooliin. Niin tietynlailla kun näkee, että tämmöset perinteiset yhteistyökumppanuudet, että haetaan yritys kumppaniks ja sille annetaan näkyvyyttä ja annetaan jotain tiloi seuran kautta, markkinointikanavia, jäsenille viestintää, somemarkkinointii, tämmöstä ja sit yritys maksaa siitä meille jonkun rahan tai kompensaaion. Niin kylhän niiden löytäminen on nykypäivänä aina vaan vaikeempaa. Ollaan ihan hyvii tuloksii saatu siihen nähden ku sanon et se on haastavaa, mutta tietynlailla sen kasvattaminen on kokoajan vähän semmosta kivireen vetämistä. Että siinä vaiheessa kun saadaan joku mukaan joku uus, ni samalla joku toinen totee, että ehkä tää ei nyt heille tuo lisäarvo. Ehkä se johtuu tietynlailla siitä et salibandyssakin nää yhteistyökumppanuudet, siin ei puhuta mistään kymmenien ja satojen tuhansien eurojen panostuksesta yrityksiltä, vaan ne on aika kuitenkin sen yrityksen mittapuus pienii. Sillon ne saattaa helposti todeta, et tää oli kokeilu ja ei tuonu heille ehkä riittävästi lisäarvo tai näkyvyyttä, et se on helppo jättää heillä pois. Vähän samaan aikaan ku saat jotain uusii ni voi sanoo et perälauta vuotaa samaa aikaa. Se on semmosta kierrettä, et sen koko potin kasvattaminen on äärimmäisen vaikeeta. Tästä tullaan siihen et sit pitäs löytää niit uusii keinoi, että minkälaisii kumppanuuksii sitte olis, että oikeesti se yritys kokis siitä sellasta hyötyy ettei se kato sitä juttuu 2-3 vuotta ja sit totee et ei tää antanu tarpeeks lisäarvo. Et mikä se vois olla, et se on enemmän toiminnallinen yhteistyö, et voitaa antaa pelkän näkyvyyden lisäks antamaan jotain konkreettista lisäarvo sille yritykselle. Otan esimerkin vaikka täst hyvin läheltä, me toimitaan harjotuspaikkana Tapanilan urheilukeskuksessa vahvasti. Viimekaudella tehtiin heidän kanssa, vaikka ollaan toimittu heidän kanssa monta vuotta, niin tämmönen markkinointiyhteistyö. Heillä on täällä paljon eri lajeja ja toimintoja täällä urheilukeskuksessa, niin tehtiin tietyllä tapaa meidän seuran osalta autettiin heidän muiden toimintojen markkinointia. Esimerkiks et pystyy yrityksille suuntaamaan, että täällä

on jousiammuntaa ja on erilaisia lajeja, biljardii, veitsenheitto, keilailu. Me tehtiin tietynlaisia tämmösiä videoklippejä ja markkinoitiin heidän toimintoi. Tietysti he makso meille siitä korvausta. Tämmösiä muunlaisia toiminnallisia yhteistöitä tai sitä et me pystyttäis tarjota omia palveluja jollekin yritykselle. Esimerkiksi et meiltä tulee liigapelaajat vetää jotain treenejä tai ammattivalmentajia, ni joku tämmösiä pitäis pystyy enemmän löytämään. Mut täs tulee tietysti se, että tää korona-aika luo erittäin ison haasteen sille, et yritykset vetää myös niissä hyvin matalaa profiilia. Tietynlailla kaikenlainen toiminnallinen yhteistyöki, niin senkin käynnistäminen on haastavaa. Yhtäläillä vaik mennään korona-ajan ulkopuolelle niinku ennen sitä niin kylhän näit palvelutarjoajia erilaisista yritystapahtumista on liikunta-alalla paljon. Et onhan seki kilpailtu toimiala, et mikä on se tapa millä erottua siellä on ehkä se mitä mekin ollaan paljon pohdittu. Meillä varmasti on hyviä tekijöitä, pystytään tarjoamaan toiminnallisesti liikuntapalveluita, urheilupalveluja, ei pelkästään salibandyä. Meil on kuitenkin niin sanotusti liikunta-alan osaajia. Tai sitä markkinoinnillisesti pystytään tuottaa videomateriaalia yritykselle ja tää tyyppisiä palveluita, mut millä me pystytään erottua niin sen ku löytää, ni se on kans iso haaste. Mut sitä tohon kysymykseen vielä se lopullinen vastaus ni pitäis pystyy keksii erilaisia uusia keinoja erottua jotta sitä kumppanuusverkostoa pystys kasvattamaan.

Joel Kovamäki: Jees. Onhan ton nyt huomannu, et toi koronahan on tullu täs vähän kaiken elämän tielle. Mut erityisesti huomannu just et tuol urheilumaailmas se näkyy aika selkeesti ja varsinki tollases harrastetoiminnas aika paljon. Mut mites sitä hei miltä toi teidän seuran kulurakenne näyttää, et mihin ne varat sitä menee?

Jari Oksanen: No periaatteessa suurimmat kuluerät, tai kaks suurinta kuluerää meil on tilavuokrat ja sitte henkilöstö tai ihmiset. Tai puhutaan ei pelkästään henkilöstö vaan ihmiset ketä seurassa toimii, on ne sitte palkattuu henkilökuntaa tai valmentajia, jotka saa korvausta. Tilavuokrat käytännös tarkoittaa niit salivuokriä mitä joukkueen toiminnassa on ja tietysti meidän muut toimitilat laskettuna, ni se on selkeesti se meidän isoin potti. Sitten henkilöstö, eli palkatut työntekijät ja joukkueessa korvausta saavat valmentajat. Kaiken kaikkiaan nyt me puhutaan sitä niinku ihan koko seurasta laskettuna kaikki joukkueet yhteen ni ne on ne kaks suurinta kuluerää. Tietynlailla me ollaan myöskin strategisesti tehty se valinta, et se henkilöstöpuoli, ne ihmiset niin me ei haluta siitä tinkiä. Me halutaan et meidän seuras on ammattilaisii, meil on hyviä valmentajia, joille maksetaan myöskin sitten korvausta siitä. Niinkun totesin tossa aikasemmin et meil on ihan ammattivalmentajia muutamia, jotka tekee sitä ihan kokonaan pelkkää valmentamista kokopäivätyökseen ja sitä on semmosia, jotka tekee sitä ehkä vähän puolipäivä tyyppisesti ja saavat siitä sitä ihan kohtuullisen korvauksen. Tietysti koko potti kun lasketaan, kaikki nää ja sitte mahdolliset talkoovalmentajat, jotka saa kulukorvauksia siitä, niin kaikki nää ku laskee yhteen niin

vuokrien jälkeen on sit toisiks isoin potti. Se on semmonen mistä ei missään nimessä haluta tinkii. Tietysti tää olosuhdepuoli, salivuokrat ni siitä ei voida tinkii myöskään koska joukkueiden halutaan toimivan laadukkaassa ympäristössä. Et ei haluta ettii mitään mahdollisimman edullisii tiloja, koska käytännös ne on sit koulujen saleja, pienii tiloja, jotka ei sit käytännössä tämmösille joukkueille jotka tavoitteellisesti toimii niin sovellu.

Joel Kovamäki: Joo, mut siin oli sit ne pari suurinta mihin ne menee. Mites sit tietysti varmaan varainhankintaki pitäs jotenki muuttuu, että toi kulurakenne muuttuis. Mutta näätkö, että muutuisko teillä toi kulurakenne johonkin suuntaan tulevaisuudes? Vaikuttaaks esimerkiks toi korona jotenki siihen et siel vois tulla jotain muutoksii?

Jari Oksanen: No kulurakenteen osalta, korona voi tietysti vaikuttaa. Joudutaanko henkilöstöä esimerkiks leikkaamaan jossain kohtaa jos tietynlailla esimerkiks jos jäsenmäärä laskee merkittävästi, jos joitain ryhmiä joudutaan lakkauttaa niin sit se näkyy siel henkilöstöpuolel et sit joudutaan siel leikkaamaan. En sano suoraan et jouduttais irtisanoo suoraan työntekijöitä, sekin on tottakai sit jossain kohtaa voi olla se et jos tietynlailla dramaattisesti määrät vähenee. Mut tietynlailla miten se näkyy siinä on se, et tarvitaan esimerkiks vähemmän tuntiohjaajii ja valmentajii vähemmän jos on vähemmän ryhmiä ja joukkueita. Et siellä se toki näkyy ihan suoraan et se korona voi vaikuttaa siihen jäsenmäärään. Muita syitä meillä ei oo leikata henkilöstöpuolelta. Tietynlailla me ollaan löydetty se, puhuin siitä aikasemmin 2000 jäsenen määrään ollaan saatu vakiinnettu. Ni me ollaan löydetty stabiili rakenne et pystytään rahottaa se henkilöstö, et ei sillä et palkataan hulluna ihmisiä ja sit mietitään mistä se raha saadaan. Vaan ensin mietitään, että millä me rahoitetaan jos meil tulee, sanon hyvän esimerkin, meil on tullu valmennuspäälliköitä. Meil on tällä hetkellä neljä täyspäivästä valmennuspäällikköä, jotka menee silleen et poikapuolel on a/b, c/d ja sit on e ja nuoremmat ja sit tyttöpuolel on yks. Et siin on neljä valmennuspäällikköä, et ku esimerkiks palkattiin nyt uus valmennuspäällikkö tälle kaudelle ni se menee silleen et mietittiin et mistä me saadaan se rahoitus hänen palkkaamiseen. Käydään se läpi huolel, ennen ku se palkkaus tehdään, eikä niin et tarvetta on ja myöhemmin mietitään miten se rahoitus saadaan. Urheiluseurat voi todeta et tarvetta tekijöille on aina. Kyl nykypäivänä voi ajatella et pääkaupunkiseudulla tämmönen talkoo henki ja ihmisten vapaaehtoistekeminen vähenee kokoajan. Kyl mä voisin keksii vaik kuinka monta työtehtävää mihin mä voisin palkkaa ihmisiä, mut tietynlail siin täytyy olla myös sit se rahoituspuoli kunnossa. Ni kyl meil tietynlail on se siin stabiilis tilantees ku puhutaan siitä noin 2000 jäsenen seurasta. Ollaan tavallaan löydetty se tilanne, et meillä on se rahoitus kaikkiin niihin ihmisiin. Tottakai sit tämmöset isot muutokset, jos jäsenmäärät vähenee koronan takii ni se voi vaikuttaa siihen. Taas siihen olosuhdepuoleen, voiko siihen tulla muutoksii. Jos ryhmämäärä,

joukkumäärä on sama, niin sekin pysyy aika samoissa. Tiettyi strategisii muutoksii voi tulla toki sinnekin. Esimerkiks tälle kaudelle me vaihdettiin, meil on kaks pääharjotuspaikkaa ollu lähinnä täällä Pohjois-Helsingissä ollu ja toinen enemmän sit Itä-Helsingissä. Meil on ollu täällä tää Tapanilan urheilukeskus pohjosessa ja idässä sitten oli Arena Center Myllypuro, niin meillä vaihtu nytte tää Arena Centerin harjotuspaikka Campo Centeriin. Siinä oli montakin syytä, mut yks oli et saatiin vuoroja halvemmalla. Jollonka jos aatellaan et se on tästä kaudesta alkaen, et jos katotaan viime kauden tilinpäätöstä ja sitte tän kauden jälkeen, niin meillä pitäs jonkun verran olosuhdekulut tippua, koska muutos oli kuitenkin alaspäin vuokrissa. Se on toki yks mikä voi vaikuttaa, et jos löydetään joku kumppani joka tavallaan tarjoo meille tilat halvemmalla. Ylipäätään tää olosuhdepuoli et kyl me kokoajan pääkaupunkiseudul mietitään, tai Helsingis oikeestaan, et tulisiko jotain uusii olosuhteita mihin me lähetään mukaan ja mikä kustannus niistä on. Tällaset olosuhde paikkavalinnat voi vaikuttaa siihen meidän kokonaispottiin ja sit mitä kuluja menee olosuhteisiin.

Joel Kovamäki: Okei. Hei mul on täs viel oikeestaa ihan muutamat kysymykset vielä jäljellä, niin hypättäs vähän tohon yritysysteistyön puolelle. Niin miten teidän seuras toteutetaan tota sponsorointii ja miten niin mahdollisii yhteistyökumppaneit sit hankintaan?

Jari Oksanen: Joo eli käytännös noista meil vastaa meidän markkinointijohtaja Olli Lähdesmäki, et käytännös me hänet kolme vuotta sitten palkattiin siihen rooliin. Me tiedetään, että kumppanuusii ku tehdään ni se ei oo vaan sitä et löydetään yritys, tehdään sopimus, sovitaan asiat paperille ja sit se on siinä. Vaan se kumppanuus vaatii kokoajan aktiivista työntekoo meiltä sen kumppanin suuntaa just sen takii et me saadaan ne pidetty pitkäjänteisesti mukana, et ei tuu sitä aikasemmin viittaamaani perälaudan vuotamista. Olli meillä vastaa siitä ja käytännös kyl niihin kaikkiin kumppanuuksiin mitä meil on täl hetkel ni on pyritty rakentamaan niin et se ei perustu vaan siihen et joku yritys ostaa logo näkyvyyden ja maksaa siitä x summan, et sinne niit toiminnallisuusii pyritään löytää. Kylhän se sit aina liittyy siihen yritykseen, että ei oo semmosta valmista sapluuna, et tää on se millä mennään, vaan jokainen yhteistyökumppanuus neuvotellaan sen yrityksen kanssa et millä tavalla me voidaan vakuuttaa et se yritys halua meidän kanssa tehdä pitkäjänteisempää työtä. Mä otan esimerkkinä meilt yhen, sitä ei oo viel julkistettu meilt tulee yks uus kumppani. Tai oikeestaan se on yks meidän vanha kumppani, jonka yhteistyö nyt vähän laajenee, et tossa pari viikkoo sit saatiin se sopimus tehty. Siin on esimerkiks tämmönen toiminnallinen juttu et meil esimerkiks a-junioreita, akatemiapelaajii, ehkä joitai liigapelaajiki menee sen yrityksen varastolle töihin aina määrääjaks. Et ne joko tekee keikkaduunii tai sitte vähän enemmän jotai tiettyi tuntimäärii viikossa, tietyllail se yritys hyötyy siitä et ne saa meiltä työvoimaa. Se on tämmönen, mut se oli esimerkki

yhestä ratkasusta. Olli meillä vastaa niistä, mut pointti on siinä, että se sopimus mihin muotoon se sit meneekin minkä yrityksen kanssa, niin kyl Olli vastaa meillä koko kauden siitä et se yhteydenpito on koko kauden aktiivista. Kaikki asiat mitä siel on ni me pyritään toteuttaa. Toki siinä on se et jos yrityksen resurssit ei riitä, niin on niitäki tapauksii et on tietyt asiat sovittu, sopimukset toteutetaan, mut ei ne kaikki aina toteudu, jos sen yrityksen resurssit ei sit jostain syystä riitä kohtaamaan. Viime kaudel oli esimerkiks tällanen yhteistyö yhden yrityksen kanssa, jossa pyrittiin myös tietynlailla heidän asiakkuuksii lisäämään ja me yritettiin olla aktiivisii, mut sitte sillä yrityksellä tuli omia kiireitä eikä he ehtinyt sitä ylläpitää riittävän hyvin ni se toiminnallisuus ei toteutunu toivotulla tavalla. Yhteenvetona just se et meil on ihminen ja resurssi osottaa just näihin kaikkiin kumppanuuksiin, joka tavallaan toteuttaa meidän seurana puolesta sitä ja varmistaa et kaikki sovitut näkyvyydet, on ne peliasuissa, someissa, nettisivuilla, jäsenkirjeissa ja muissa ni tulee toteutumaan sen kauden aikana.

Joel Kovamäki: Joo. Tossa oikeestaan vähän vastailitki jo hieman tohon viimeeseen kysymykseen, et se ois ollu se, että miten tavallaan toi vastavuorosuus näkyy tos sponsoroinnissa? Et mitä te seurana saatte siit sponsoroinnista ja mitä vastasuudessa se yritys saa. Et oliks siel jotain muuta, tota näkyvyyttä nyt tietysti aina, mut sit sanoit et tos ton uuden yhteistyökumppanin kans sitä mahdollista työvoimaa. Mut onks teil sit minkälaisi vastavuorosuut et minkälaisii sopimuksii siel tehään?

Jari Oksanen: Joo no mä kerron ensin tän meille päin et mitä me saadaan yritykseltä. Niin tietysti perinteinen et tottakai yleisin on se et se yritys maksaa meille jonkun korvauksen, et on määritelty jokin kiinteä korvaus. Sen lisäksi siel voi olla esimerkiks näis liigasopimuksis joku menestykseen perustuva, et miten pitkälle joukkue menee ni näkyvyys tietysti sillon kasvaa, et se voi tuoda siihen lisäarvoa. Sen lisäksi siel voi olla esimerkiks jotain kiinteitä rahaa. Voi olla esimerkiks jotain bonuksii liittyen siihen yhteistyön mittareihin, et mitä ne mittarit on ni se riippuu aina siitä yhteistyöstä. Otan vaikka esimerkin yhteistyöstä, joka meillä on tällä hetkellä edelleen voimassa sopimus mutta jossa ei pystytä mittareita hirveesti kasvattaa. Eli Viking Line, tietää et laivat ei hirveesti liiku ja meidän joukkueet ei reissaa laivalla ulkomaille. Viking Linen kanssa on yhteistyösopimus, jossa taas mittarina on se kuinka paljon meidän joukkueet käyttää Viking Linne palveluita, ni sitä kautta sit he maksais siitä meille korvausta seurana enemmän. Siin on semmonen mihin tää korona vaikuttaa suoraan, et käytännös ei pystytä sinne tuomaan sitä asiakkuutta tai tulovirtaa toivotulla tavalla, mut he nyt tietysti ymmärtää sen ja me ymmärretään heidän tilanne. Mut sit on tietysti muita kumppanuuksii, vaikka Intersport Tammisto, joka on meidän uus jälleenmyyjä/urheiluvälineliike tälle kaudelle. Siinä tehtiin pitkä 5-vuotinen sopimus, niin yhtäläillä siellä mitataan vähän sitä et kuinka

paljon me pystytään meidän jäsenistöön ohjaamaan sinne Intersportiin ja näyttämään jäsenkorttia, tai ostamaan heidän verkkokaupasta jollonka ne kirjautuu sinne heidän järjestelmiin ja pystytään seuraamaan että kuinka paljon he hyötyvät meidän jäsenistön ostoista. Jollonka sit mitä enemmän meidän jäsenistö ostaa, saa tietysti jäsen itse alennuksii, mut sitä kautta he sit myöskin tukee meitä enemmän. Kylhän se tietyllail motivoi meitä ohjaamaan jäsenistöön sinne, et eihän me voida ketään pakottaa. Jokainen tekee ostoksensa mistä haluaa, mut tietynlailla yritetään korostaa sitä et tehkää ostoksenne sieltä, saat itse alennusta ja seura hyötyy siitä, ni tämmösii mittareita siel toki on. Sit lisäksi on myös sopimuksii missä voi olla niin sanottua barteria, että se et ei liiku rahaa, vaan me saadaan yritykseltä barter hyötyä. Tämmösii voi olla esimerkiks asustepuolella, saadaan asusteita, saadaan mailloja, saadaan liikennöintipalveluita, oli se sit Viking Line tai bussiyhtiö. Saadaan tietynlailla taloudellista hyötyä siinä et saadaan jotain palveluja halvemmalla tai velotuksetta, jollonka se on meille rahan arvosta hyötyä et jokainen sopimus on sit omanlaisensa. Nii ja viel tähän barterista mikä on merkittävä mikä ei välttämät suoraan sit näy seuran kassassa, on vaikka tämmönen meil on Vantaan Sanomien ja Helsingin uutisten, Etelä-Suomen Media on se mediatalo siinä ni on yhteistyö heidän kanssa. Saadaan mainostilaa heiltä. Eihän se suoraan et saadaan mainostilaa halvalla tai ilmaseks niin tarkota et me saadaan siitä suoraan rahallisesti hyötyä. Toki hyödytään sillä tavalla rahallisesti et meidän ei tarvii ostaa sitä mainosta, mut tavotehan siinä on se et jos me mainostetaan meidän liigapelia tai mainostetaan meidän liigapeliä, et sitten niiden toimintojen kautta tulee enemmän yleisöä ja enemmän jäsenii toimintaan. Oli ne sit meidän leirille tai harrasteryhmiin, niin tietynlailla välillisesti hyödytään siitä yhteistyöstä, et saadaan levitetty sanaa meidän toiminnasta. Sitä kautta tulee sit enemmän katsojia tai enemmän jäseniä meidän toimintaan, että toki tässä voin sanoa suoraan et toki tää korona-aika rajoittaa, et yleisöä varmaan tulee aika niukasti joka tapauksessa tulemaan. Vähän on sellanen fiilis itellä et tämmönen liigaotteluiden mainostaminen menee vähän harakoille tässä vaiheessa, et vaikka kuinka paljon löis mainosta kehiin, niin ihmiset on erittäin varovaisii lähtee mihinkään. Varsinkin jos ajatellaan et salibandyssa nyt f-liiga uutena liigatuotteena, ni jos puhutaan et liigan keskiarvot on jotain 600 paikkeilla viime vuodet, et se ei oo mikään monien tuhansien keskiarvo. Niin tietynlailla väitän et ihmiset ketkä salibandypeleissä käy, niin kyl ne täs vaihees helposti totee et ehkä tää on semmonen et jätetään tää nyt väliin kun on tää korona-aika. Kylhän se meilläki jos aatellaan et vaikka olis 200 maksanutta katsojaa pelissä, et jos siellä käy 50 maksavaa katsojaa niin siin voi nopeesti laskee reilu kymppin lipun hinnalla et kyllähän sekin tuntuu. Et vaikka ne summat on tietyl tavalla pienii verrataan johonkin lätkäliigaan, mut yhtälail meidän budjetitki on pienempii, et kyl se yhtälail meillä tuntuu.

Joel Kovamäki: Jees. Mut hei tos tuli kyl tosi hyvin käytyy kaikkii noit seikkoi läpi mitä mul tos oli. Tuli ainaki itelle sellanen fiilis et te ootte aika hyvin myös miettiny noit sponsoriyhteistöit, et se ei oikeesti oo vaan semmonen et seura antaa rahaa ja lyyään mainos paitaan, vaan siel oikeesti haetaan sellasta pitkäaikasta kumppanuutta ja oikeesti mietitään et mitä lisäarvo pystytään myös sinne yrityksen suuntaan antaa. Oli kyl tosi kiva kuulla tost.

Jari Oksanen: Joo, tohon viel kommenttina just et hyvä pointti mitä sanoit, et me pyritään hakee pitkäjänteisyyttä. Et kokoajan yritetään tehdä sopimuksista niin, että ne on aina pidempiä, et ei lähetä vaan vuodeks kokeilemaan. Jos me yrityksen kans lähetään tekee, niin kyl sen yrityksenki pitää olla vakuuttunu, et pitää pidemmän aikaa katsoo miten se homma toimii. Niinku tää Intersport yhteistyö hyvä esimerkki viis vuotta, niin siin ei todellakaan katella vaan vuosi vaan luotetaan et tää homma menee molempien suunnalta hyvään suuntaan. Otan vielä yhen hyvän esimerkin tohon et esimerkiks näit toiminnallisii juttui tuli mieleen tässä. Tehtiin tommosen pienen paahtimon ku Inka paahtimon kanssa yhteistyö tälle kaudelle uutena. Eli kahvipaahtimo ja tietyllaila voi sanoo et se on aika pienimuotonen, mut se perustuu just tähän toiminnallisuuteen, et he teki meille tavallaan brändätyn EräViikingit x Inka paahtimo kahvin. Tämmösii kahvipusseja, me myydään niitä ja saadaan siitä sitte rahaa. Toki he saavat siitä oman osuutensa, et on sovittu et mikä se jako on. Et jos on sovittu et me myydään Inka paahtimo kahveja, niin meille jää sit tietty osa ja heille tietty osa ja molemmat hyötyy siitä. Vaikka se ei alkuun oo välttämättä mikään tuhansien eurojen yhteistyö niin sitä pystyy kasvattamaan, et kyl se on niinku positiivisesti otettu meillä vastaan. Moni on kokenu et on kiva uudenlainen ja erilainen yhteistyö. Tottakai se näkyy sit meillä, ei ehkä niin isosti koska tää on tämmönen aika pienimuotonen yhteistyö alkuun, mut näkyy sit jossain kaukalon laidassa ja jonkun pelaajan peliasussa. Sit liigapeleissä meil jaetaan parhaille pelaajille Inka paahtimon kahvit ja ku meil on Mosa hallilla tää Tapanilassa seura pyörittää tota meidän kahvilaa, niin siinä myydään sit Inka paahtimon kahvia. Tää on kans tämmönen et jos se tosta lähtee kasvaa, niin kyllä siinä voi sit olla taloudellinenkin merkitys meille ihan hyvä. Mut tää lähtee ihan sen toiminnallisuuden kautta.

Joel Kovamäki: Joo toihan kuulostaa hyvältä. Pitää käyä kans ite googlaa et en oo ennen kuullu aikasemmin tommosesta. Mut tosissaan hei oikeen paljon kiitoksii ajasta, et autto tosi paljon et löyty aikaa jeesaa. Tosiaan ois tarkoitus saada tossa jouluks valmiiks, mut jos jotain kompastuskivii tulee niin menee sit varmaan alku kevääseen. Laitan kyl ehottomasti sit teijänki suuntaan sen valmiin työn sitten kun se valmiiks tulee.

Jari Oksanen: Joo hyvä juttu, pistä tulemaan. Kyl ihan mielenkiinnolla sit luen. Noit on täs vuosienkin varrella jotain vastaavia olluki ja on aina kiva nähdäkin se lopputulos et mitä siel sit tulee.

Joel Kovamäki: Joo, no mut hei mun puolesta täs kohtaa oikein paljon kiitoksia ajasta ja oikein mukavaa päivän jatkoa sulle.

Jari Oksanen: Joo hei kiitos samoin ja tsemppii työn tekemiseen. Moikka!

Joel Kovamäki: Jes kiitos, Moi moi!

### **Liite 3. Haastattelu, Petteri Forssell, Korson Palloseura ry, 22.10.2020**

Joel Kovamäki: Eli tosissaan mä aattelin et voisin ensiks kertoa vähän kuka mä oon ja sit jos sä voisit esittäytyä. Sit tosissaa mul on tos vähän kysymyksii valmiina ja aattelin, et voitais käydä niit sit läpi mut ihan sillee tomosen keskustelun kautta, et ei oo tarkoitus tehdä sellasta kyllä/ei haastattelua. Jos tulee jostai asiast vähän enemmän keskustelua ni voidaan siit sit jatkaa. Mut tosiaan mun Nimi on Joel Kovamäki ja tossa kolme vuotta reilut on menny Haaga-Helian ammattikorkeakoulussa. Mä oon tossa finanssi- ja talousasiantuntija linjalla ja nyt oon sit tätä opinnäytetyötä vaille valmis. Itellä aina ollu toi urheilu lähellä sydäntä ni sit halus jotenki yhdistää sen tähän opinnäytetyöhön. Itel on urheilutaustaa reilu 14-vuotta fudiksesta ja itseasias joku 7-8 vuotta tuli pelattua Kopsessa, silloin ihan juniorivuosina.

Petteri Forssell: Oho, okei. Mitä ikäluokkaa sä oot?

Joel Kovamäki: Mä oon -96. Mä pelasin alkuun silloisissa Kopse Kovissa Pojissa, se oli -95 vuosiluokkaa ja sit siirryin siihen vuoden alempaan siihen omaan vuosiluokkaan sit jonkun ehkä 4-5 vuoden jälkeen ja siin tuli sit pelattua viel joku reilu 3 vuotta. Sit tosiaan salibandyä on tullu aikoinaan pelattua joku kaheksan vuotta junnuna. Nykyään vapaa-aika menee salin puolella ja sitten nää opinnot pitäis saada loppuun. Töitä tietysti nyt, oon jo siirtyny tohon työelämään, et oon ihan vakituisesti töissä. Siihen se aika sitten itellä menee.

Petteri Forssell: Okei hienoo.

Joel Kovamäki: Jees, mut jos voisit viel kertoa vähän et kuka sä oot ja mitä sä siel Kopsen puolel teet, ni saadaan sit vähän semmost kuvaa siit.

Petteri Forssell: Joo, no Forsselin Petteri. Korson Palloseuran puheenjohtaja ollu nyt neljä vuotta kohta puheenjohtajana ja toiminu erilaisissa rooleissa nois joukkueissa. Ollu omien lasten kautta eri harrastuksissa myöskin niinkun muiden lajien seurojen hallituksessa, tällänen aktiivitoimijana. Mitähän mä sanoisin, oman aktiivisen urheilun jälkeen varmaan tommonen 20-vuotta ollu mukana nyt tässä junioriurheilussa erilaisissa rooleissa.

Joel Kovamäki: Jes, kuulostaa hyvältä. Tosissaa mul on tossa alta 10 kysymystä, mut voitas käydä niit ihan tos vaa läpi ja jos tulee jotai semmost keskusteluu tai muuta niistä ni voi sit ihan vapaasti, tai jos tulee vaik ihan kysymyksii mulle ni voit ihan vapaasti sieltä esittää. Mut ihan ensimmäisenä mul ois tossa listal se et jos voisit ihan ensimmäisenä kertoo et mistä se teijän seuran ansainta koostuu, et miten niit varoja kerätään?

Petteri Forssell: No jäsenmaksut on tää yks merkittävin rooli, millä sitten katetaan seuran juoksevia kuluja, sekä sitten osittain tai aika pitkältikin meijän palkatun henkilökunnan kulut. Sit sen lisäksi vuosittain haetaan erilaisia avustuksia, mitä junioriurheiluseuran voi saada. Sit on vielä, kaupungilta saa tällä hetkellä toimintatukee ja sit saa tota vuokratukea. Sen lisäksi järjestetään erilaisia tapahtumia seurana, mistä sitten tulee voittoa. Seuran omistama yhtiö myy sitte kenttävuokria, niinku omalle seuralle ja parille muulle seuralle. Mut ne menee sit niinku sinne osakeyhtiön tuloihin. Kylhän se niinku, meil on viel vuoden, ehkä kaks maksetaan vielä pankkilainoja vähän siitä tekonurmiosakeyhtiöstä, mut sit se alkaa tuottaa voittoa. Sit pienempiä puroja mistä rahaa tulee, niin on erilaiset leirit, mut ehkä niis leireissä se suurin niinku idea on se et saadaan semmosta hyvää toimintaa järjestettyä oman seuran junioreille, kun se, että se ois varsinaisesti varainhankintaa. Sit myydään niinku osan meijän fanitavarasta, mitä myydään, mut puhutaan et se on satasia kuussa tai satasia vuodessa, mutta tämmöset fanituotteet, kaulaliinat, pipot, ni ne on aika pientä mitä tulee. Mut vähän niinku vuodesta vaihtelee, et mistä niitä rahoja tulee. Et joskus niinku jotkut leirit, et jos leirille tulee paljon lapsia, ni tottakai sen leirin tuottokin on paljon isompi. Mut sit jos se niinku vähän vaihtelee vuosittain tosi paljon, mistä sitä saa ja sit on yksittäisiä henkilöitä jotka joskus sponsoroi huomattavilla summilla seuraa. Tai siis sillain ne ei välttämättä halua ees näkyvyyttä, vaan se on sitte enemmän et pyytävät tilinumeron ja sanovat, että täs on rahaa olkaa hyvät.

Joel Kovamäki: Nii just, et se on sit enemmän semmost avustustyyppistä.

Petteri Forssell: Nii avustustyyppistä kyllä, mutta niinku tossa ne melkeen ne suurimmat on.

Joel Kovamäki: Jees. Mites tota sä sanoisit et toi ansainta jakaantuu noiden eri tekijöiden välille. Tietysti varmaan niin jäsenmaksut oletettavasti on se suurin osuus,

mutta koostuuks niistä niinku kuinka iso prosentti teijän tuloista. Et miten onks ne jäsenmaksut ja avustukset sit ne isoimmat ja onks se sit iha marginaalista muuten?

Petteri Forssell: On joo, et se on varmaa niinku 90-95% riippuu niinku vuodesta.

Joel Kovamäki: Joo, eli se muu varainhankinta on sit aika semmosta marginaalista?

Petteri Forssell: On joo kyllä. Et ollaan jo sen verran iso toimi, et kyl täytyy olla aika hyvin noi erilaiset avustustoiminnat hallussa.

Joel Kovamäki: Joo. Miten tota tossa niin, mikä sun henkilökohtanen näkemys on et miten teijän seura täl hetkel toteuttaa tota varainhankintaa ja sit onks tuonu toi ry-muoto teijän seuralle jonkinnäkösii haasteita ton varainhankinnan suhteen?

Petteri Forssell: No kyl se ry, tai nykyäänkin tai nykyään ihmiset on säikähtäny ku 10 vuotta sitte oli erilaisia uutisia näistä yhdistykset joutu niinku miten vois sanoo pää vadille, kun se olikin jo liiketoimintamaista se varainhankinta. Et tota aika varovaisii ihmiset on ja liikaa. Tai se on enemmänki joukkue, et ku joukkueetasolla mennään et yhdistyksen alaista toimintaa, mutta on liikaa samanlaisia tuotteita mitä myydään tai niinku millä koitetaan sitä varaa hankkia, ni se on tosi haastava et sä löydät tai siis et joukkue löytää hyvän tuotteen myytäväksi, mil sitä varainhankintaa on tehty. Et ei nää tämmöset limudiskot mitä on ehkä sillon ollu ku sä oot ollu pikkukundi, ni ei enää oo semmonen 'wau' hittituote. Et se on haasteellista nykyään ja sit jos sä paat jotai karkkirasioit tai keksejä myyntiin et samoja rasijoita myy niinku tosi moni.

Joel Kovamäki: Joo. Mites koet sä ite et teil ois jossain kohtaa sit aika siirtyy siit ry-muodost iha täysin osakeyhtiöks?

Petteri Forssell: Ei, emmä usko. Sit siit tiäks sä hävii semmonen yhteisöllisyys ja se on vanhemmille vaikee myydä tää osakeyhtiömäisyys. Sit siihen tulee nää et pitää alkaa maksaa veroa 10% ku se on tota liikuntatoimee. Sit alkaa jo nousee ne hinnat ja sit alkaa se et kuka tän voiton saa ja miks näin, et se on tosi vaikee. Siit hävii se tavallaan, nuori Suomi henki, mitä varten lapsetki tulee. Muissa lajeissa, missä omatki lapset on ollu, ni on ollu sit ihan noita maajoukkueason toimintaa monessa ikäluokassa ihan niinku yhdistystason toimintana. Et se niinku osakeyhtiömäisyys niin siitä hävii se semmonen fanittaminen. Jos joskus kuvitellaan et Kopse ois vaik Suomen suurin jalkapallojoukkue, ni mä en usko et vaik me oltas Suomen suurin

jalkapalloseura ni mä en usko et kukaan vanhempi tois osakeyhtiö. Sit tulee se et kuka tän omistaa ja mennään niin syviin syövereihin, et ehkä se on se aikuisten edustusjoukkuetoiminta jalkapallossa. Miesten ykkösdivari ja siitä ylöspäin ja naisissa, noh se on niin marginaalista se euromäärä naisjalkapallossa, että en usko et siellä moneen vuoteen siirrytään osakeyhtiömaisyteen.

Joel Kovamäki: Joo. Mites sitte onks sul jonkunnäköstä mielipidettä siitä et miten teijän seura vois kehittää tota varainhankintaa tulevaisuudessa? Onks teil nyt jo jotain semmosii tiettyi linjauksii, mitä te haluisitte lähtee sit tulevaisuudessa kehittää?

Petteri Forssell: No sanotaan et varainhankinta tai tämmönen lisäliikuntapalvelut. Et meil oli joskus tämmöstä aikuisten fudiskoulua. Sit oli 3-4 vuotta, ku ei tullu enää. Koettiin, et oltiin koko Korso koluttu jo läpi, et ei ollu enää uusia asiakkaita. Et täytyy jotain vastinetta sille rahalle saada, et jos sä keksit jonkun hyvän tuotteen, ni ihmiset on valmiita maksamaan siitä aika paljonkin. Sit ku tiedetään et se on yhdistyksen järjestämää toimintaa, niin tiedetään et se raha tulee loppupeleis päätymään lasten harrastuksen edullisuuteen. Et tässä nyt muutama vuosi sitten haettiin uutta toiminnanjohtajaa, ni oli parin eri seuran, siis oli yleisurheiluseuraa ja jätän mainitsematta ku oli niin marginaalinen laji. Mut oli sitten niinku ihan jalkapallon ulkopuolelta pari toiminnanjohtajaa, niin kuultiin ihan hyviä esimerkkejä, et miten muissa lajeissa kerätään rahaa. Et tämmönen aikuisten harrasteliikuntatoiminta on aika isoa varainhankintaa aika monessa lajissa. Et se on ehkä semmonen mitä pitää kehittää, mut miten meijän pitäis alkaa järjestää jotain aikuisten jumppia. Mutta Korsossakin on tällä hetkellä 3 punttisalia ja yks crossfit sali, että mistä me löydetään se markkinarako.

Joel Kovamäki: Nii ei se kyllä mikään nii iso paikkakunta on et sielt välttämättä ihan jokaselle löytys niitä asiakkaita. Mäki siellä melkeen 20-vuotta asuin, niin siin tuli Korso Gymillä iteki treenit tehtyy.

Petteri Forssell: Joo ja sit korsossa on niinku tiiät ni Korson Veto, Kaiku, ja Kunto. Tääl on niin paljon tällasii perinteisii seuroi, jotka järjestää jo aikuisten harrasteliikuntatoimee. Mut joillain tässä ihan yllättävän lähelläkin niin on mahdollisuus järjestää sellasta aikuisten harrasteliikuntatoimintaa, josta ne saa sit ihan huomattavia rahasummia järjestetty siihen junioritoimintaan ja näihin palkatun henkilökunnan kuluihin. Se on semmonen, mitä meidän täytyy kehittää ja sit ois kiva jos pystyis järjestämään jotain tämmösii omia jalkapallosturnauksia, tämmösii seuran järjestämiä.

Se tuotto tulis sit seuralle, mut niis on aina tosi iso järjestäminen. Mitä isomman tapahtuman järjestät, ni sitä enemmän tarvit käsipareja ja tää talkoisiin innostuminen on nykyään aika haasteellista.

Joel Kovamäki: Joo hei tohon voisin oikeestaan kysyy et miten teillä, tai teidän seurassa näkyy se, et onks se viel enemmän sellasta vapaaehtoistyötä, mitä se oli viel ehkä sillon ku mä pelasin junnuja ku valmentajat ja kaikki tuntu olevan vähä enemmän kaikkia isijä ja setijä, vai onks teil sit enemmän siirrytty siihen palkatun henkilökunnan puolelle?

Petteri Forssell: No kyl me joudutaan siirtyä siihen palkattuun henkilökuntaan, tai ainakin niin et se vastuupalmentaja ois. Tai ei olla vielä siirrytty, mut ollaan puhuttu, että on siirryttävä. Nykyään tää ihmisten työelämä, se on niin pirstaloitunutta ni on vaikee sitoutuu. Meil on paljon hyviä isä valmentajia, mutta ei ne pysty ottaa sitä vastuupalmentajuutta, kun työajat on nykyään niin sellasii et pitää olla milloin iltaa ja milloin viikonloppua ja sillon ne lasten harjotukset on. Se tuo sit semmost tietty uskottavuutta, kun nykyään aika herkästi perheet vertaa et onks seuralla ammattivalmentajaa vai esimerkiks osa-aikainen, et tää on menny semmoseks vähän kilpavarusteluks.

Joel Kovamäki: Jes, mites tota tää oikeestaan vähän samoil linjoil, ku toi varainhankinnan kehittäminen. Mut onks teil tullu tietoon tai onks tiedos jotain uusii ansaintamallei, mitä voisitte lähtee tulevaisuudes kehittää. Et vaik ois ihan alkuvaiheis nytte, mut onks mitään semmosii mietittynä mitään uusii ansaintamallei, joita voitais sit tuua siihen nykyisen lisäksi?

Petteri Forssell: No ainut on niinku nää tämmöset omat turnaukset. Ei niinku tämmöst liiketoimintaa oo, et pitäs olla niin paljon enemmän niit jäseniä, et tulis niitä perheitä mukaan. Et sit voitais alkaa miettii, että mitä nytte, et mistä järjestää lisää liiketointa. Pitäs olla sitä omaa henkilökuntaa et ne pystys tekemään sitä juttua. Ainut ei se oikeestaan liiketointa oo mutta et sais, kun siirrytään jossain vaiheessa tähän lähes kokopäiväsiin valmentajiin, niin tarvitaan niille päivä ja iltapäivä tunneille jotain työtä. No mitä se on, onko se jonkun koulun tämmöst iltapäiväkerhotoimintaa, vai mitä se on. Mut vaikee sanoo tällä hetkel mistä niitä tuntei sais. Et tämmösii yhteistyökerhoja ja projekteja meil Vantaan kaupungin kans on mistä me saadaan meijän henkilökunnalle lisää tunteja ja saadaan osa niitten palkkakuluista katettua. Ei sellasta varsinaista liiketointa oo, vaan sillä katetaan noita syntyneitä kuluja sitte.

Joel Kovamäki: Joo. Mites tota sit vähän tosta kulurakenteesta, et jos voisit vähän kertoo mihin teillä täl hetkel ne hankitut varat menee? Et tietysti varmaan se palkattu henkilökunta, mut mihin muuhun teil sit menee niitä varoja?

Petteri Forssell: No sit on näit taloushallinto, se on aika kallista yhdistyksissä. Et ihan se et on asialliset laskutusohjelmat ja niinku pankkikulut ni niihin menee monta tonnia vuodessa. Ei noi erilaiset jäsenmaksut niinku palloliitto ni ne on aika marginaalisia. Mut toi on niinku oikeestaan ne suurimmat et henkilöstökulut ja sitte tietenki joku 5-6 tonnia menee yhdistyksen vuokriin vuodessa. Et meil on pieni toimisto ja varasto et sen vuokratulot on tota luokkaa sähköineen kaikkineen.

Joel Kovamäki: Mites maksoitteko sit niistä kentistä mil te pelaatte?

Petteri Forssell: No se on niinku läpilaskutusta joukkueelta, et ei siitä oikeen jää.

Joel Kovamäki: Joo. Mites hei pelaatteks te nykyään sil Sokevan tekonurmel vai mil kentäl teil on täl hetkel pelit?

Petteri Forssell: Joo just siinä Sokevan tekonurmel ja sit meil on oma tekonurmi. Mehän tehtiin tohon Jokivarren koulun kentälle tekonurmikenttä neljä vuotta sitten.

Joel Kovamäki: Okei. No mä en oo siel pitkään aikaan käyny. Mä oon vaa käyny siin mitä me sanottii aina Korson betoniks se Korson koulun kenttä mis on se hiekka ja sit oon mä siit Sokevan ohi pari kertaa menny. Mut joo tosissaan sit voisin tos viel ihan muutamii juttui kysellä, ni miten teil Kopses toteutetaan tota sponsorointiyhteistyötä ja miten te hankitte niit sponsoreit, et mitä te katotte siin yhteistyössä?

Petteri Forssell: No kyl nää viimeset pari vuotta, vaik on sanottu et Suomen taloudel menee kovaa, ni kyl se täs sponsorihankinnas näkyy et kyl tää on tosi vaikeeta. Kyl noi sponsorit sponsoroi suoraan joukkuet, et on siinä välillisesti seura sponsorointiaki. Et mitä enemmän saadaan joukkueelle sponsoreita ni se harrastamisen kulurakenne säilyy sellasis järkevis mittapuissa. Sellasii seuran omia sponsoreita on aika vaikee saada, niin kauan kunnes pelataan alle kakkosdivaria. Mitä oon jutellu näitten seurojen kans ketkä pelaa kolmos- ja kakkosdivaria ni se sponsorin saanti on tosi vaikeeta. Et Korsossa ku ei oo yhtään sellasta selkeetä ykköslajii, et ku meil on tää lentopallo. Pelaaks ne nyt täl hetkel mestaruussarjaa, meil on maastopyörä, mikä on

tosi suosittua. Korsossa on tosi paljon näin pieneks paikkakunnaks aika korkeetasosta urheiluu, muuta kun jalkapallo. Kyllä toi Korson Veto on aika hyvin saanu noi parhaat sponsorit pummittua ittelleen.

Joel Kovamäki: Joo, mites sitte yritätteks te kuitenkin aktiivisesti hankkii niit sponsoreita?

Petteri Forssell: No kyl niit etitään, mut sanotaan et niin kauan ku ei oo semmosta aikuisten edustustoimintaa niin mä kutsun edustusjoukkueeks sitä et se on kolmosdivarin kärkijoukkue miesten puolella ja sit sen pitää olla naisten puolella kakkosdivari. Niin nii kauan ku ei oo sitä, ni on aika vaikeeta saada seuralle sponsoria. Kuullu ihan myös muista seuroista. Tottakai sit tulee ihan semmosii yksittäisii sponsoreita et hei minä voin sponsoroida seuraa tai tämmösii. Ei oikeen semmosii suorii seurasponsoreit oo, et kyl meil on semmosii yksittäisii nimeltä ja summalta mainitsemattomia sponsoreita, mut noin niinku yritykset halua nimensä julkisuuteen. Et sit on oven takana heti ihmisii et hei meki halutaan.

Joel Kovamäki: Jees. Mites tossa sitte se vastavuorosuus näkyy siin sponsoroinnis, et mitä se seura saa ja mitä se yritys saa? Et nyt tuli itel ehkä vähä semmonen kuva et se on enemmän kuitenkin semmosta tavallaan et sponsori antaa teille rahaa ja laitatteks te sit jonku mainoksen pelipaitaan vai?

Petteri Forssell: No siis se menee niinku joukkueetasolla, et sit se on mainos joukkueen pelipaidassa tai shortseissa tai toimihenkilöiden vaatteissa. Tai sit esimerkiks joukkueen omalla nettisivulla, et muutamal joukkueel on omalla nettisivulla mainos. Sit on myyty yksittäisiä paikkoja oman kentän aitaan, semmosii lakanoita, et anna rahaa ja sit saa sitä kautta näkyvyyttä. Et siinä on pari paikallista toimijaa ja yks lahtelainen toimija. Sit Aktia pankki on antanu pikkasen sponsorointia et siel on tosi pieni heidän lakana.

Joel Kovamäki: Joo. Teetteks te minkäänlaist muuta yhteistyötä noiden sponsoreiden kanssa vai onks se vaan tommost mainostilaa?

Petteri Forssell: No se on tommost mainostilaa, sitte yksittäiset joukkueet on järjestäny jolleki yritykselle tämmösen oman jalkapalloturnauksen, et ne on sitte myyny sen 1000-5000e kentän. Joukkue on saanu sit siitä turnauksesta rahat, et ei me olla semmoses tapaukses velotettu sit sitä kenttävuokraa. Tuotto on menny

suoraan sille ikäluokalle, et ollaan aateltu et tää on sit taas sen osakeyhtiön kautta, et jätetään laskuttamatta se kenttävuokra, et se ikäluokka saa sitä rahaa. On monia tapoja, ollaan päästy seurana, tai joukkueena päästy tekemään talkoita yrityksiin. Et tämmöstä helppoo sisätyötä, tarvittu älyttömästi käsipareja tekemään yheks tai kaheks illaks jotain, niinku tämmöstä simppeliä jokamiehen työtä. Niistä on sit maksettu ihan asiallinen korvaus. Niin kauan kunnes ei olla semmosta pääsarjatason toimintaa niin aika vaikee saada tiedäksä. Et oma poika kun pelas jääkiekkoo, niin se on taas tunnetusti sosioekonomisesti vähän varakkaampaa porukkaa, niin siellä puhuttiin vähän eri sponsorisummista joka joukkueessa, ikään kuin seuratasolla. Et siellä ne eurosummat on ihan älyttömiä mitä jokainen ikäluokka sai kerättyä vuosittain.

Joel Kovamäki: Okei. Tosissaan huomasin tossa, et yks kysymys jäiki tosta välistä siihen kulurakenteeseen liittyen. Niin tietysti varmaan edellyttäis osittain sitä et siin varainhankinnassa tapahtuis jotain muutoksii, mut ooks sä näkemäs et onks seuralla tulossa kulurakenteeseen jotain muutoksii ja esimerkiks vaikuttaaks tää tämänhetkinen yleinen tilanne tän koronan kanssa jotenkin asiaan?

Petteri Forssell: No kyllä joo, et kulu ja tuotto. Kyl jos tässä tulee jonkinäkönen lockdown tulee niin kyl täs sit joutuu miettii. Et jos jotkut ryhmät ei saa harjotella, nii kyllä me joudutaan sit varmaan lomauttaa meidän henkilökuntaa, et ihan yhtälailta tää on sellasta miten sanoisin tylyä liiketoimintaa. Et toivottavasti ei tarvitse mennä siihen lomauttamiseen ja tota toivotaan, et säilytään kuivin jaloin. Et se kulu-/tuottorakenne niin siinä ollaan herkillä ja sen takii tästä koronatilanteesta kirjojetaan niin paljon lehdissä. Et tää aiheuttaa tosi paljon harmaita hiuksia jokaisessa yhdistyksessä, et mitäs me nyt tehään et tuli lockdown et saadaanko me harjotella ja sit jotkut yksityiset hallit niin kun valtiovallalla ei oo oikeutta sulkea jotain hallia. Ainoa kenel on oikeus sulkee jotain yksityistä liikuntahallia ni on kunnan tartuntatautilääkäri ni ei sekään sulje sitä vaan huvikseen vaan et jollain ei juokse kulut, et kyl siihen tarvii olla lääketieteellinen syy. Mä en tiä ymmärätkö mitä selitän mut tämmöset on tosi vaikeita asioita, et jos tulee tää lockdown ni sit joudutaan miettii et mistä me saadaan tuotto et selvittää kuivin jaloin.

Joel Kovamäki: Joo ihan ymmärrettävää ja aika samaa mitä oon tossa muutaman muun seuran kanssa kans jutellu, et samoi kysymyksii joka paikas ton tilanteen suhteen.

Petteri Forssell: Joo et tottakai se pitää ymmärtää et valtion kassa ei oo mikään pohjaton et ei valtio voi ottaa velkaa sen takii et yhdistykset pyörii, et toivoisin itse et jos tulee tämmönen lockdown et sit pantais jollain yleisellä päätöksellä kunnan tartuntatautilääkärin toimesta yksityiset hallit kiinni. Et se oli keväällä niinku virhe et ei ollu sellasta, ymmärrän et ei ollu aikaakaan jollain tartuntatautilääkärillä tämmösiä asioita mieltii, mutta kyl se aiheutti tosi isolla osalla seuroista isoja haasteita et miten me selvittää näistä. Kyllä mekin jouduttiin juristin palveluita käyttää, joidenkin yksityisten hallien kanssa käyttää, et miten me selvittää tästä kuivin jaloin.

Joel Kovamäki: Jees. Hei tosissaan tos oli noi kaikki kysymykset mitä mul oli tohon haastatteluun liittyen. Tarkotus ois saada mahdollisimman nopeesti toi oppari kasaan, mut voi olla et se ton joulun yli venähtää. Laitan kuitenkin teilleki sitte ton valmiin työn tulemaan jos vaan haluutte.

Petteri Forssell: Joo laita vaan. On nää aina ihan mielenkiintosa lukee.

Joel Kovamäki: Jes mut hei oikein paljon kiitoksii sulle ja mun puolesta mukavaa viikonloppua! Moi moi.

Petteri Forssell: Joo hei kiitos samoin. Tsemppiä. Moikka!