



Pelistriimaus elinkeinona

Valtteri Iso-Hirvelä

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Tietojenkäsittelyn tradenomi

Opinnäytetyö

2024

Tiivistelmä

Tekijä(t) Valtteri Iso-Hirvelä
Tutkinto Tradenomi
Raportin/Opinnäytetyön nimi Pelistriimaus elinkeinona
Sivu- ja liitesivumäärä 25 + 7
<p>Pelistriimauksen suosio on ollut jyrkässä kasvussa jo vuosien ajan. Suosio on kasvanut niin isoksi, että nykyään Livestriimauksen alle kategoriana kuuluvasta pelistriimauksesta on mahdollista tehdä elinkeino. Tämän työn tavoitteena on selvittää kuinka pelistriimauksesta voi tehdä elinkeinon. Pelistriimaajia on nykyään enemmän kuin ikinä ja oman kanavan ja suosion kasvataminen massassa voi olla haastavaa.</p> <p>Työn teoriaosuudessa käydään läpi asioita mitä tarvitaan pelistriimauksen aloittamiseen, mitä eri striimausalustoja on, mitä eri tulonlähteitä pelistriimaajalla ja pelistriimauksessa on ja mitä täytyy tehdä, jotta omalle kanavalle saadaan mahdollisimman hyvä kasvu.</p> <p>Työn tutkimusosassa haastellaan neljää eri suomalaista pelistriimaajaa, jotka ovat onnistuneet tekemään pelistriimauksesta elinkeinon. Haastattelut tukevat myös teoriaosuutta.</p> <p>Haastatteluiden vastauksista koottiin yhteenveto, jota verrattiin teoriaosuuteen. Selville saatiin kuinka kauan pitää striimata ennen, kun saa striimaamisesta tuloja, millaisia eri tuloja striimaajalla on, mitä striimausalustoja striimaajat käyttävät, mitä striimaajat pelaavat ja kuinka henkilöbrändi ja yhteisö vaikuttavat striimaamiseen.</p>
Asiasanat Pelistriimaus, Livestriimaus, Striimaaja, Henkilöbrändi, Striimausalusta, Sosiaalinen media

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Sanasto	2
3	Pelistriimauksen aloittaminen	3
3.1	Riittävän hyvä internetyhteys.....	3
3.2	Suosituimmat striimausalustat.....	3
3.2.1	Twitch	3
3.2.2	Youtube Gaming Live	5
3.2.3	Kick.....	6
4	Pelistriimaajan tulonlähteet.....	8
4.1	Lahjoitukset.....	8
4.2	Yhteistyöt.....	8
4.3	Sponsorit.....	8
4.3.1	Sponsorointi ennen livestriimiä.....	8
4.3.2	Striimin aikana tapahtuma sponsorointi.....	9
4.3.3	Maininnat	9
4.3.4	Affiliate-sponsorointi.....	9
4.3.5	Tuotesponsorointi	9
4.4	Fanituotteet	9
5	Tulonlähteet striimausalustoilla.....	10
5.1	Twitch tulonlähteet	10
5.2	Youtube Gaming Live tulonlähteet.....	11
5.3	Kick tulonlähteet.....	12
5.4	Striimausalustojen tulonlähteiden erot.....	13
6	Henkilöbrändi	15
7	Kanavan ja katsojamäärän kasvattaminen	16
7.1	Sosiaalisen median käyttö kanavan kasvattamiseen	16
7.2	Kanavan kasvattaminen striimausalustalla	17
7.2.1	Striimien sisältö.....	17
7.2.2	Mitä pelejä kannattaa striimata.....	18
8	Tutkimuksen toteutus	20
9	Tutkimuksen tulos	21
9.1	Tulojen saaminen.....	21
9.2	Striimausalustan valinta	21
9.3	Striimaamisen tulonlähteet ja sponsorisopimukset	21
9.4	Henkilöbrändi striimaamisessa.....	22

9.5 Katsojat ja yhteisö	22
9.6 Kanavan kasvatus	22
9.7 Pelatut pelit	22
10 Pohdinta	24
Lähteet.....	26
Liitteet	29
Liite 1. Haastattelu henkilölle A.....	29
Liite 2. Haastattelu henkilölle B.....	30
Liite 3. Haastattelu henkilölle C	31
Liite 4. Haastattelu henkilölle D	32

1 Johdanto

Pelistriimaus ja pelistriimien katsominen on viimevuosina kasvanut hurjaa vauhtia. (Twitchtracker 2024) Vielä 10–15 vuotta sitten kun joku satunnaisesti päätti kokeilla livestriimausta huvin vuoksi huoneessaan ei hän varmastikaan ajatellut, että kyseisestä livestriimauksesta voisi tulevaisuudessa tehdä elinkeinon.

Sosiaalinen media on mahdollistanut nykyään sen, että jokaisella, jolla on jokin sosiaalisen median alusta käytössään on mahdollisuus luoda omaa sisältöä, jakaa omaa tai toisen tekemää sisältöä ja pitää yhteyttä toisiin käyttäjiin, joka mahdollistaa sen, että jokaisella käyttäjällä on samat lähtökohdat ruveta luomaan omaa sisältöä ja menestyä siinä. Tämän nostan esille sillä livestriimaus toimii samalla periaatteella, ja jokainen voi aloittaa livestriimauksen koska vain. Livestriimaukseen tarvitsee vain puhelimen.

Livestriimaus nimikkeen alle kuuluu kuitenkin monta eri alalajia ja tässä opinnäytetyössä keskitymme pelistriimaukseen. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää miten pelistriimauksesta voi tehdä elinkeinon. Tämä työ tarkastelee mitä tarvitaan pelistriimauksen aloittamiseen, mitä eri pelistriimaus alustoja on ja mitä eri tulolähteitä pelistriimaamisessa on.

Työ on toteutettu tutkimustyyppisesti haastatteluilla, haastatellut olivat pelistriimaajia, jotka ovat onnistuneet tekemään pelistriimaamisesta itselleen elinkeinoa. Työssä on myös käytetty netistä löytyviä aiheesta kertovia artikkeleita ja julkaisuja.

Työtä voi hyödyntää pelistriimauksesta kiinnostuneet oli kiinnostus sitten harrastuspohjalta tai liiketoiminta mielessä. Työtä voivat hyödyntää myös yritykset ja organisaatiot, jotka mahdollisesti harjoittavat yhteistyötä pelistriimaajien kanssa.

Tämä työ ei ole opas siihen, miten pelistriimaamisesta voi tehdä elinkeinon vaan tässä työssä selvitetään mitä asioita kannattaa ottaa huomioon, jos pelistriimaamisesta on tarkoitus yrittää tehdä elinkeino.

2 Sanasto

Striimaaja. On henkilö, joka lähettää videokuvaa verkossa katsojille suoratoistoalustan avulla. (Ganknow 2024)

Livestriikaus. Tarkoittaa sitä, että videokuvaa lähetetään verkossa suorana lähetyksenä katsojalle suoratoistopalvelun kautta. (SolidStream 2024)

Pelistriikaus. Tarkoittaa samaa kuin livestriikaus mutta sillä erolla, että lähetettävä video kuva on videopelistä. (PCMAG 2024)

Henkilöbrändi. Tarkoittaa henkilöön kohdistuvaan maineen ja imagon kokonaisuutta. Voi myös tarkoittaa oman osaamisensa markkinointia. (Sirkiä 2.5.2009)

Striimausalusta. On sovellus tai sivusto, jossa livestriikaus tapahtuu. (VdoCipher 2024)

Sosiaalinen media. Tarkoittaa verkkoviestintäympäristöjä, joissa jokaisella käyttäjällä tai käyttäjäryhmällä on mahdollisuus olla aktiivinen viestijä ja sisällöntuottaja tiedon vastaanottajana olon lisäksi. (Yhdistystoimijat 2024)

3 Pelistriimauksen aloittaminen

Pelistriimauksen aloittamiseen tarvitset ainoastaan kaksi pakollista asiaa, pääsyn internettiin ja laitteen, jolla on pääsy videopeleihin. Laitteen, jolla aiotaan striimata, täytyy kuitenkin olla riittävän tehokas, jotta se jaksaa lähettää kuvan ja äänen striimauspalveluun. Laitteen lisäksi myös internetyhteyden täytyy olla tarpeeksi nopea, jotta ääntä ja kuvaa voidaan lähettää tarpeeksi nopealla nopeudella, jotta striimi ei pätki.

3.1 Riittävän hyvä internetyhteys

Kun mietitään kuinka nopean internetyhteyden tarvitset pelistriimaamiseen, on tärkeää miettiä kuinka laadukasta kuvaa ja ääntä haluat lähettää. Mitä isomman resoluution ja kuvanpäivitysnopeuden haluat sitä nopeamman internetyhteyden tarvitset. Suosituimmat resoluutiot pelistriimaamisessa ovat 720p ja 1080p. (Twitch 2024) 720p resoluutiolla striimaaminen onnistuu melkein pä kuinka nopealla internetyhteydellä vain mutta 1080p tarvitsee jo tasaisemman ja nopean internetyhteyden. (Twitch 2024) Myös ruudunpäivitysnopeus vaikuttaa siihen kuinka nopean internetyhteyden tarvitset mutta resoluutio on näistä kahdesta se, joka yleensä asettaa isomman vaatimuksen internetyhteyden nopeuteen. Ruudunpäivitys nopeuksia on pääasiassa kaksi, 30fps ja 60fps. Muitakin vaihtoehtoja on mutta alemmat nopeudet kuin 30fps ovat jo niin hitaita, että niitä ei periaatteessa kannata edes striimauksessa käyttää. Ruudunpäivitysnopeus tarkoittaa siis sitä, kuinka monta kertaa sekunnissa kuva päivittyy ruudulla. Mitä isompi ruudunpäivitysnopeus sitä sulavampi kuvaa on katsella. (Taitonetti 2021)

Sitten kun laite ja internetyhteys, jolla striimataan ovat kunnossa, on tärkeää valita myös ohjelmisto tai sivusto, jota aikoo käyttää striimaamiseen.

3.2 Suosituimmat striimausalueet

Seuraavaksi käydään läpi yleisimpiä ja suosituimpia striimausalueita ja käydään läpi niiden ominaisuuksia ja eroavaisuuksia, jolla ne erottuvat toisistaan.

3.2.1 Twitch

Twitch on kesäkuussa vuonna 2011 perustettu Amazonin omistama striimausalue. (Ilta-Sanomat 2017) Se tarjoaa striimausalueen tietokone- ja konsolipelaajille. Kuka tahansa Twitchin käyttäjä voi aloittaa palvelun kautta livestriimin, joka näkyy Twitch palvelussa.

Twitch on nimenomaan keskittynyt pelistriimeihin ja pelistriimaamiseen vaikkakin viime vuosina alustalla on myös nähty monia erittäin suosittuja striimaajia, jotka eivät ole pelistriimaajia.

Twitchissä kanavien eli striimaajien seuraaminen ja katseleminen on ilmaista. Käyttäjät voivat halutessaan ostaa Twitch Turbo palvelun, jonka jälkeen käyttäjä saa pieniä ominaisuuksia itselleen. (Twitch 2024) Ominaisuuksiin kuuluu mainosvapaa katselu kaikilla kanavilla, uusia emojeita joita voi käyttää striimien chatissa, käyttäjänimensä viereen pienen Twitch Turbo status kuvakkeen ja käyttäjä voi vaihtaa nimensä tekstin haluamukseen väriin. (Twitch 2024) Tämän palvelun tuotot menevät Twitchille itselleen. (Twitch 2024)

Käyttäjät voivat myös halutessaan tukea katsomaansa striimaajaa tilaamalla tämän kanavan. Tilaaminen on mahdollista ainoastaan kanavilla, jotka ovat vahvistettu Twitchin toimesta. (Twitch 2024) Tilaaminen on kanava kohtaista ja antaa Twitch Turbo palvelusta tutun mainosvapaan katselun kyseiselle kanavalle. Kanavan mukaan kanavan tilaaminen voi antaa myös muita etuja muun muassa erilaisia emojeita ja kuvia, joita käyttävä voi chatissa käyttää. (Twitch 2024) Tämä kuitenkin on kanava kohtaista ja joillakin kanavilla on eri etuja kuin toisilla. Tilaaminen tukee tilattua kanaavaa suoraan ja tilaamisen rahallisesta puolesta puhummekin myöhemmin.

Twitch palvelua voi käyttää tietokoneella tai mobiililaitteella selaimessa tai ohjelmistona. (Twitch 2024) Twitch palvelussa striimaamiseen voi käyttää tietokonetta tai mobiililaitetta, jossa on mikrofoni ja kamera. (Twitch 2024)

Twitchin käyttöehdot ja säännöt ovat todella tiukat. Twitchiä moderoi henkilöt ja botit ja Twitchin sääntöjen rikkominen johtaa yleensä suoraan rangaistuksiin. Twitch on saanut paljon kritiikkiä sen erittäin tiukista ehdoista ja säännöistä, jotka jollakin tavalla rajoittavat sitä mitä livestriimeissä saa ja ei saa tehdä. Toisaalta tiukat säännöt takaavat sen, että Twitch on turvallinen paikka esimerkiksi lapsille seurata ja katsoa lempistriimaajiaan.

Twitch on kasvanut hurjaa vauhtia jo heti sen perustamisesta lähtien. Twitchissä toimivien striimaajien ja katsojien määrä on kasvanut joka vuosi välillä 2015–2021. (Businessofapps 2024) Twitchin striimaajat ja katsojat ovat vuosina 2022 ja 2023 laskeneet mutta tämä johtunee ainoastaan siitä, että viime vuosina striimausalustoja on tullut lisää ja osa käyttäjistä on siirtynyt muihin striimausalustoille.

Taulukko 1. Twitchin samanaikaisten katsojien määrä vuosittain 2017–2023. (Business Of Apps 2024)

Vuosi	Samanaikainen katsojamäärä (miljoonaa)
2017	0.74
2018	1.07

2019	1.26
2020	2.12
2021	2.78
2022	2.58
2023	2.41

Taulukko 2. Twitchin käyttäjät, jotka striimaavat vähintään kerran kuussa vuosittain 2017–2023.
(Business Of Apps 2024)

Vuosi	Striimaajat (Miljoonaa)
2017	2
2018	3.3
2019	3.6
2020	6.9
2021	9
2022	7.6
2023	7.1

3.2.2 Youtube Gaming Live

Youtube Gaming Live on Youtuben oma striimausalusta. Youtube Gaming Live on perustettu vuonna 2015 ja se on nimenomaan pelistriimaamiseen tarkoitettu striimausalusta. (TechCrunch 2018)

Youtube Gaming Live onkin Twitchin isoin ja suosituin kilpailija nimenomaan pelistriimien ja striimaajien keskuudessa. Se onkin saanut lyhyen elinaikansa aikana huomattavan ison määrän katsojia.

Youtube Gaming Livellä oli oma ohjelmistonsa nimeltä Youtube Gaming mutta se suljettiin vuonna 2018 vähäisen käyttäjämäärän vuoksi. (TechCrunch 2018) Ohjelmiston sulkeuduttua ohjelmiston suosituimmat ominaisuudet siirrettiinkin suoraan Youtuben pääsivulle. (TechCrunch 2018)

Youtube Gaming Live onkin siitä syystä hyvin suosittu sillä jo valmiiksi Youtubeen tekevien henkilöiden on erittäin helppo siirtyä Youtuben striimausalustalle. Striimaus palvelussa tapahtuu samalla käyttäjällä kuin videoiden teko ja julkaisu, joten kanavan valmiiksi tilatut käyttäjät ovatkin jo valmiita katsojia striimejä varten. Youtuben tilaus ominaisuus on erilainen kuin Twitchissä. Tilaaminen on ilmaista ja ainoa hyöty tilaamisesta onkin se, että sinun on helpompi seurata tilaamasi kanavan sisältöä sillä Youtube ilmoittaa sinulle aina kun tilaamasi kanava on julkaissut uutta sisältöä. (Google Support 2024) Kuitenkin Youtube Gaming Liven striimeissä voit tukea myös suoraan striimaajaa, tämä tapahtuu lahjoitus ominaisuuden kautta, tämä ei tarjoa mitään etuja lahjoittaneelle. (Google Support 2024)

Taulukko 3. Youtube Gaming Liven samanaikaisten katsojien määrä kuukausittain helmikuu-elokuu 2024. (TwitchMetrics 2024)

Kuukausi	Samanaikainen katsojamäärä (Miljoonaa)
Helmikuu 2024	1.39
Maaliskuu 2024	1.62
Huhtikuu 2024	1.82
Toukokuu 2024	1.83
Kesäkuu 2024	1.78
Heinäkuu 2024	1.38
Elokuu 2024	1.53

3.2.3 Kick

Kick on joulukuussa 2022 perustettu striimauspalvelu, jonka on tarkoitus haastaa suoraan Twitchiä. (Chillingworth 2023)

Kick palvelua mainostetaan huomattavasti laajemmalla sananvapaudella ja erittäin rennolla mode-roinnilla. Se onkin saanut sillä erittäin paljon huomiota, hyvää ja huonoa. Kun Kick julkaistiin muutamia isoja striimaajia, siirtyi suoraan Twitch palvelusta Kick palveluun rennomman ja vapaamman sisällöntuoton perässä.

Kick palvelussa onkin erittäin paljon muita striimaajia kuin pelistriimaajia sillä palvelu on tarkoitettu kokonaisuudessaan livestriimaukseen eikä suoranaisesti pelistriimaamiseen. Kuitenkin palvelussa toimii myös monia isoja pelistriimaajia. (Chillingworth 2023)

Isoin ero Kickin ja Twitchin välillä on se, että se antaa suoraan enemmän rahaa striimaajilleen kuin Twitch. (Chillingworth 2023) Tämä on myös herättänyt kysymyksiä siitä, että osa striimaajista on siirtynyt Kickiin pelkästään rahan perässä.

Kick on kuitenkin myös vihattu sisällöntuottajien keskuudessa. Kick on saanut erittäin paljon kohua sen erittäin rennoista säännöistä. Säännöt ovatkin niin vapaat ja rennot että jotkut käyttävät alustaa tahallisesti levittääkseen sopimatonta sisältöä ympäri striimausalustaa. Tästä huolimatta Kick on niin suosittu alusta pelistriimaajien keskuudessa, että se on pakko mainita tässä työssä. Kick on kuitenkin striimausalustana erinomainen ja tarjoaa kaikki samat ominaisuudet kuin Twitch. Kickin suosiosta myös kertonee se, että kesäkuussa 2023 Twitchin kaikkien aikojen suosituin striimaaja xQc joka sattuu myös olemaan pelistriimaaja siirtyi Twitch alustalta Kick alustalle. (The New York Times 2023) Hän kuitenkin nykyään striimaa molemmilla alustoilla.

Kick palvelun katsojamäärät kokonaisuudessaan ovat reilusti pienemmät kuin Twitchillä ja Youtube Gaming Livellä mutta on alustan kasvu ollut kuitenkin lyhyessä ajassa hurjan nopeaa.

Taulukko 4. Kickin samanaikaisten katsojien määrä kuukausittain helmikuu-elokuu 2024. (Twitch-Metrics 2024)

Kuukausi	Samanaikainen katsojamäärä (miljoonaa)
Helmikuu 2024	0.16
Maaliskuu 2024	0.17
Huhtikuu 2024	0.18
Toukokuu 2024	0.22
Kesäkuu 2024	0.22
Heinäkuu 2024	0.23
Elokuu 2024	0.24

4 Pelistriimaajan tulonlähteet

Pelistriimaajalla on useita eri tulonlähteitä. Yleisimpiä näistä ovat kanavatilaukset ja lahjoitukset. Kanavatilaukset ovat tapa, jolla yhteisösi voi tukea sinua säännöllisesti ja saada tukemisestasi samalla erityisiä etuja. (Twitch 2024) Edut vaihtelevat kanavan ja striimausalustan mukaan.

4.1 Lahjoitukset

Striimaajat voivat saada tuloja lahjoituksilla, useimmat striimausalustat eivät anna suoraa mahdollisuutta katsojille lahjoittaa suoraan rahaa striimaajalle, mutta useimmissa striimausalustoilla on striimaajan mahdollisuus lisätä kanavallensa lahjoitusnappi. Nappien toiminta tapa vaihtelee riippuen siitä, miten ne on asetettu mutta yleensä niissä käytetään jotain ulkopuolista maksupalvelua, jonka avulla katsoja voi siirtää suoraan rahaa striimaajan asettamalle tilille. (PayBee 2023)

4.2 Yhteistyöt

Striimaajan on myös mahdollista tehdä yhteistyötä jonkun yrityksen kanssa. Yksi yleisimmistä tavoista miten striimaajat saavat kumppanuustuloja yritysten kanssa on se, että he lisäävät kanavalleen linkin yrityksen verkkosivuille ja tämän linkin kautta tehdyistä ostosten summasta menee ennalta sovittu prosenttimäärä striimaajalle. Striimaaja voi myös esitellä toisen yrityksen tuotteita striimissään. Yhteistyöt ovat kuitenkin aina striimaaja ja henkilökohtaisia, joten yhteistöiden sisältö ja tapa miten ne toteutetaan vaihtelevat paljon.

4.3 Sponsorit

Striimaajilla on myös hyvin usein jonkinlaisia sponsorisopimuksia. Sponsorisopimuksia on erilaisia ja niiden tyypit vaihtelevat. Usein yritykset itse ottavat yhteyttä striimaajaan, jonka kanssa haluavat tehdä yhteistyötä. Ei kannata kuitenkaan unohtaa, että voit itsekin kysyä yrityksiä tekemään yhteistyötä kanssasi.

4.3.1 Sponsorointi ennen livestriimiä

Tällaiseen sponsorointiin voi kuulua valmiiksi tehtyjä videoita, viestejä ja bannereita. (StreamYard 2024) Sponsoreina näissä tapauksissa toimivat yleensä brändit, joilla on enemmän rajattu budjetti ja jotka haluavat lisätä brändinsä kattavuutta. (StreamYard 2024) Mutta isommatkin brändit voivat käyttää tätä sponsorointi tapaa. (StreamYard 2024) Tässä tavassa on tärkeä huomata, että vaikka brändi saakin kanavalla mainostusta, tapahtuu mainostaminen heti striimin alussa, jolloin katsoja luvut striimillä voivat olla vielä alhaisia sillä katsojakuntaa striimille kertyy vasta hetki striimin aloittamisen jälkeen. (StreamYard 2024)

4.3.2 Striimin aikana tapahtuma sponsorointi

Tämä sponsorointi tapa sisältää mainoksen näyttämisen striimissä kun striimi on päällä. (StreamYard 2024) Striimin aikana tapahtuva sponsorointi on hyvä brändeille, jotka haluavat katsojilta huomiota striimin aikana. (StreamYard 2024) Tällöin striimissä voi olla niin sanottuja mainoskatkoja, jossa esitellään brändiä tai koko striimin ajan voi jossain striimin osassa näkyä brändin mahdollinen mainos. (StreamYard 2024)

4.3.3 Maininnat

Livestriimin aikana tapahtuvat maininnat ovat myös hyvä tapa mainostaa omaa brändiä. Tässä tavassa striimaajaa puhuu striimin aikana brändistä ja sen mahdollisista tuotteista. (StreamYard 2024) Tälle tavalle on tärkeää, että kun striimissä puhutaan brändistä, on ajoituksen oltava oikea, sillä jos aihe vaihtuu yllättäen jostain kiinnostavasta asiasta mainokseen voi se katsojista tuntua ikävältä. (StreamYard 2024)

4.3.4 Affiliate-sponsorointi

Affiliate-sponsorointi tarkoittaa sitä, kun löydät sponsorin ja jaat heidän tuotteisiinsa tai palveluihin koodeja tai linkkejä. (StreamYard 2024) Striimaaja saa palkkion aina, kun katsoja tekee ostoksen koodin tai linkin kautta. (StreamYard 2024) Tämä on erinomainen sponsorointi tapa striimaajille, joilla on pienemmät katsojamäärät, sillä se antaa silti mahdollisuuden ansaita hyviä tuloja. (StreamYard 2024)

4.3.5 Tuotesponsorointi

Tässä tavassa brändi lähettää striimaajalle ilmaisia tuotteita näytettäväksi ja arvioitavaksi striimissään. (StreamYard 2024) Aloittelevat striimaajat käyttävät tätä tapaa paljon sillä se on helppo ja yksinkertainen tapa aloittaa työskentely sponsoreiden parissa.

4.4 Fanituotteet

Useat suositut striimaajat ovat myös itse tehneet fanituote kauppoja, joista on mahdollisuus ostaa erilaista tavaraa, joka liittyy striimaajaan. Useimmiten näissä kaupoissa myydään vaatteita ja mukeja, joissa on striimaajan kanavalta tuttu logo tai värit. Striimaaja yleensä käyttää kaupan ylläpitoon ja tuotteiden tekemiseen ja suunniteluun ulkopuolista palvelua. Kauppa saattaakin nopeasti käydä kalliiksi, joten on suotuisaa, että striimaaja perustaa kaupan vasta kun on saanut näkyvyyttä kanavalleen.

5 Tulonlähteet striimausalustoilla

Aiemmin mainittujen tulonlähteiden lisäksi saavat striimaajat myös tuloja riippuen siitä mitä striimausalustaa he käyttävät. Striimausalustojen tulonlähteissä on suuria eroja ja striimausalustan valinta voikin vaikuttaa suoraan siihen, kuinka paljon ja millä tavalla striimaaja voi tuloja voi saada.

5.1 Twitch tulonlähteet

Twitchissä Striimaaja voi saada tuloa kanavatilauksien ja mainosten avulla, kuitenkin ennen kuin striimaajan kanavaa on mahdollista tilata ja jotta hän saisi mainostuloja on hänellä oltava Twitch Affiliate kumppanuus. Jotta Affiliate kumppanuuden saa Twitchiin on täytettävä seuraavat vaatimukset, omalle kanavalle on saatava 50 seuraajaa, striimattava vähintään 8 tuntia, striimattava vähintään 7 eri päivänä ja saatava keskiarvolta vähintään 3 katsojaa striimeihin. (Twitch 2024)

Kun Affiliate kumppanuus on saatu, on katsojilla mahdollisuus tilata striimaajan kanava. Tilauksia on saatavilla kolmea eri tasoa, hinnat tilauksilla ovat 4,99 €, 9,99 € ja 24,99 €. Tilauksen hinnasta puolet menee striimaajalle ja puolet Twitchille. (Twitch 2024)

Twitchissä on myös ominaisuus antaa lahjatilauksia, lahjatilaukset ovat täysin samanlaisia kuin normaalit tilaukset, mutta ostaessasi lahjatilauksen menee tilaus jollekin muulle kanavan katsojalle. (Twitch 2024)

Amazonilla on olemassa myös palvelu Prime Gaming. Prime Gaming palvelun tilaajat saavat yhden ilmaisen tilauksen kuukaudessa, jonka he voivat käyttää halutessaan valitsemalleen kanavalle. Tilaus on samanlainen kuin muutkin tilaukset mutta erona on se, että tilaaja ei maksa tilauksen hintaa vaan se kuuluu osaksi Prime Gaming palvelua.

Twitchissä on olemassa vielä yksi ominaisuus nimeltä Bitit. Bitit ovat virtuaalisia hyödykkeitä, joita katsojat voivat käyttää chatissa hurraamiseen tukeakseen kanavaa, juhlistaakseen tiettyä hetkeä tai tuodakseen viestinsä paremmin näkyviin. (Twitch 2024) Striimaaja saa 0,01 € jokaisesta chatissa käytettävästä bitistä. (Twitch 2024)

Striimaajat saavat rahaa Twitchissä myös mainoksista. Twitchissä mainoskatkot kestävät 30–300 sekuntia, striimaaja saa itse päättää kuinka pitkiä mainoskatkoja striimissä on. Sillä onko striimissä 3 tai 100 katsojaa ei ole vaikutusta siihen kuinka paljon rahaa striimaaja saa mainoksilla. Kuitenkin jos katsojia on erittäin paljon antaa Twitch tällöin mainoskatkoista enemmän rahaa striimaajalle. (Twitch 2024)

5.2 Youtube Gaming Live tulonlähteet

Saadakseen rahaa Youtube Gaming Live palvelussa on striimaajan saatava itselleen Youtube partner kumppanuus. Partner kumppanuuden saat, kun seuraavat ehdot täyttyvät, noudatat youtube kanavien kaupallistamiskäytäntöjä, youtube kumppaniohjelma on saatavilla maassasi, kanavallasi ei ole voimassa olevia varoituksia tai jäähyjä sääntöjen rikkomisesta, kaksivaiheinen tunnistus on päällä google tililläsi, sinulla on pääsy youtuben lisäominaisuuksiin ja sinulla on aktiivinen AdSense Youtube tili, joka on linkitetty kanavaasi. (Google Support 2024) Nämä kaikki ehdot täyttyvät suomessa.

Kun sinulla on aiemmat ehdot kunnossa, täytyy kanavasi vielä täyttää loput ehdot joko lyhytvideoilla tai pitkillä videoilla. Ehdot ovat seuraavat, sinulla on 1000 tilaajaa sekä 12 kuukauden aikana 4000 julkista katselutuntia videoillasi tai sinulla on 1000 tilaajaa sekä 90 päivän aikana 10 miljoonaa julkista katselukertaa lyhytvideoillasi. (Google Support 2024) Tämän jälkeen olet virallisesti Youtube Partner kumppani.

Youtube Gaming Liven ensimmäinen ansaintatapa on mainostulot. Youtube itse määrittää mainokset ja niiden pituuden kanavallesi videoillesi ja striimillesi. (Google Support 2024) Mitä enemmän katsojia videoillasi tai striimilläsi on sitä enemmän Youtube maksaa sinulle mainoksista. (Google Support 2024)

Youtubessa on ominaisuus nimeltä Shopping. Tämä toimii siten että laitat linkin kanavallesi johonkin tuotteeseen ja jos katsoja tilaa tuotteen linkkisi kautta saat tästä provision. (Google Support 2024)

Youtubella on oma palvelu nimeltä Youtube Premium. Se muistuttaa Twitchin Turbo palvelua ja onkin hyvin samankaltainen ominaisuuksiltaan. Palvelun tilaaja saa mainosvapaan katselun youtubeen ja jos tämän palvelun tilaaja katsoo striimiäsi tai videoitasi saat siitä rahaa. (Google Support 2024)

Youtubessa voi myös normaalin ilmaisen tilauksen lisäksi maksaa tilauksesta, joka toimii myös samalla tavalla Twitchin kanavatilaus. Puolet tästä tilausmaksusta menee striimaajalle. (Google Support 2024)

Katsojat voivat myös superkiitos palvelulla ostaa chatiin käytettäväksi isoja animoituja emojeita ja ominaisuuden, jossa heidän viestinsä chatissa näkyy korostettuna. (Google Support 2024) Tästä kaikki raha menee striimaajalle. (Google Support 2024)

Youtuben jokaiselle ansaintatavoille on olemassa omat erittäin pitkät ehdot, jotka pitää täyttää, jotta rahaa voi kyseisellä keinolla saada. Ehdot ovat niin pitkät, että tähän työhön niitä on mahdoton sisältää mutta kokonaisuudessaan jos täytät Youtuber partner kumppanuuden ehdot ja olet lisäksi 18-vuotias pitäisi kaikki näistä pitkistä ehdoista täytyä ongelmitta.

Youtubessa on myös mahdollisuus katsojan lahjoittaa rahaa striimaajalle. Youtube Gaming Live on niitä yksiä harvoja striimausalueita, jossa lahjoitus ominaisuus löytyy valmiina. Striimaajan täytyy ainoastaan lisätä tilitietonsa youtubeen ja sen jälkeen katsojat voivat lahjoittaa hänelle suoraan rahaa. (Google Support 2024)

Lopuksi vielä huomio, että meneillään olevan Ukrainan sodan vuoksi Youtube on lopettanut kaiken kaupallistamisen Venäjän alueilla. Tämän vuoksi kaikilla Youtube kanavilla, jotka on linkitetty Venäjällä oleviin AdSense Youtube tileihin on mahdotonta saada tuloja Youtuben kautta. (Google Support 2024)

5.3 Kick tulonlähteet

Kick on siitä erilaisempi kuin Twitch ja Youtube että se ei vaadi striimaajalta minkäänlaista kumppanuutta. Striimaaja voi siis heti aloittaessaan jo saada rahaa Kickissä striimaamisesta.

Ensimmäinen tulonlähde on kanavatilaukset, jotka toimivat aivan samalla tavalla kuin Twitchissä. Eroa Twitchiin on se, että Kickissä ei ole tilauksilla tasoja ja tilauksia on ainoastaan yhtä tasoa. Tilauksesta 95 % rahasta menee striimaajalle ja vain 5 % Kickille. (Kick 2024)

Kickissä on myös mahdollisuus lisätä lahjoitus nappi kanavalle, jonka avulla katsojat voivat suoraan lahjoittaa rahaa striimaajalle.

Kickissä on erinomainen ominaisuus, joka mahdollistaa sen, että striimaaja voi sivulla esitellä ja myydä fanituotteitaan. Tämä on hyvä ominaisuus sillä striimaajan ei tarvitse itse pystyttää netti-kauppaa fanituotteita varten vaan voi myydä niitä suoraan Kickissä.

Jos sinulla on merkittävän paljon katsojia Kickissä on sinulla mahdollisuus saada Affiliate status ja sponsori sopimuksia Stake yritykseltä. (Spilled 2024) Stake on kasino yritys, joka omistaa Kick striimausalueen. On kuitenkin tärkeää huomata, että yleensä Stake tekee vain sponsorisopimuksia kasinostriimaajien kanssa mutta pelistriimaajien on myös mahdollista saada näitä sopimuksia, jos vain katselijoita on tarpeeksi.

Sitten kun kanavallasi on tarpeeksi katsojia ja tilaajia voit hakea Kick Creator Incentive ohjelmaan. Jos sinut hyväksytään ohjelmaan, saat Kick Elite kumppanuuden. Sen avulla saat enemmän näkyvyyttä sivustolla ja enemmän rahaa striimaamisesta. Ehdot ohjelmaan pääsyyn ovat seuraavat,

sinulla täytyy olla keskiarvolta 100 katsojaa striimeilläsi kuukauden ajan, sinun on striimattava yhteensä 50 tuntia kuukaudessa, sinulla täytyy olla 25 aktiivista tilaajaa, sinun täytyy vastata chatisasi 500 eri katsojalle kuukaudessa, sinun täytyy ladata 3 videokoostetta striimeistäsi kanavallesi kuukaudessa ja sinulla täytyy olla vähintään 1500 seuraajaa. (Kick Community 2024)

Youtubesta ja Twitchistä poiketen Kick sivustolla ei ole lainkaan mainoksia. (Kick 2024)

5.4 Striimauspalvelujen tulonlähteiden erot

Striimauspalveluilla on hyvin erilaiset tulonlähteet, tulonlähteitä kannattaakin miettiä lopullista striimauspalvelua valittaessa. Kannattaa kuitenkin muistaa, että striimaaja voi halutessaan striimata monella alustalla samaan aikaan. Tämä voi kuitenkin olla hankalaa sillä striimaaja harvemmin pystyy juttelemaan ja reagoimaan monen striimauspalvelun chatin kanssa samaan aikaan. Lopuksi vielä taulukko kuvastaen eri striimauspalvelujen tulonlähteitä.

	Twitch	Youtube	Kick
Tilaukset	Kyllä	Kyllä	Kyllä
Lahjatilaukset	Kyllä	Ei	Ei
Mainokset	Kyllä	Kyllä	Ei
Lahjoitukset suoraan striimauspalvelun kautta	Ei	Kyllä	Kyllä
Bitit	Kyllä		
Striimauspalvelun oma tilauspalvelu, josta osa tuotoista menee striimaajalle	Ei	Kyllä	Ei
Shopping ominaisuus	Ei	Kyllä	Ei
Chattiin kohdistuvat ostokset	Ei	Kyllä	Ei
Fanituotteiden myynti	Ei	Ei	Kyllä

Sponsorisopimus strii- mausaluстан kanssa	Kyllä	Kyllä	Kyllä
--	-------	-------	-------

6 Henkilöbrändi

Jokaisella striimaajalla ja sisällöntuottajalla on oma henkilöbrändi. Henkilöbrändi kuvastaa mielikuvaa henkilöstä. Henkilöbrändi voisi siis kuvailla siten että se kuvaa henkilön mainetta. Henkilöbrändäyksellä tarkoitetaan osaamisensa markkinointia ja itsensä erottautumista massasta. (Sirkiä 2.5.2009) Henkilöbrändi voi syntyä itsestään tai sitä voidaan työstää ja rakentaa tarkasti. Yleensä henkilöillä henkilöbrändin pohja koostuu omasta persoonasta ja luonteesta tai sitten persoona ja luonne henkilöbrändille on rakennettu tai keksitty. Jokaisella henkilöllä on henkilöbrändi.

Henkilöbrändi on tärkeä rakentaa huolellisesti ja sitä miettien mitä haluaa edustaa. Henkilöbrändiä on erittäin vaikea vaihtaa jälkikäteen, sillä yleensä ihmisille on jäänyt jo kuva brändistäsi ja tuota kuvaa on erittäin vaikea vaihtaa jälkikäteen.

Henkilöbrändi on striimaajalle erittäin tärkeä. Hyvällä henkilöbrändillä on suora yhteys siihen ketkä striimiäsi seuraavat ja kuinka nopeasti kanavasi lähtee kasvuun. Striimaajana on tärkeä siis miettiä millaisen brändin ja katsojakunnan haluat kanavallesi. (inStreamly 2021)

Henkilöbrändillä on suuri vaikutus striimaajan kasvuun ja mahdollisiin tapoihin saada elinkeinoa. Striimaaja voi hyötyä brändistään esimerkiksi siten että brändiä voi käyttää hyödyksi erilaisissa sponsori ja yhteistyö neuvotteluissa.

Nykymaailmassa kanavan räjähdysmainen kasvu on mahdollista ja omasta brändistä voi tällaisissa tilanteissa olla paljonkin hyötyä. Tällaisen räjähdysmaisen kasvun voi aiheuttaa esimerkiksi se, että alat striimaamaan jotain uutta suosittua peliä. Uudet pelit ovatkin yleisin tapa, jolla kanavat saavat yllättäen paljon uusia seuraajia. Tosin kannattaa pitää mielessä, että jos nopea kasvu on mahdollisuus niin on nopea laskukin. Jos striimeissä tekee tai sanoo jotain asiatonta, on sillä heti vaikutusta brändiisi ja kanavaasi. Monet suositut striimaajat ovatkin joutuneet puolustelemaan itseään sanottuaan jotain hyvin mielipiteitä herättävää tai pahimmissa tapauksissa jotkut ovat lopettaneet striimaamisen. Kannattaa kuitenkin muistaa, että brändiä on kuitenkin mahdollista korjata ja tämä voi myös joskus kasvattaa kanavaa entisestään.

7 Kanavan ja katsojamäärän kasvattaminen

Kanavan kasvattamisessa on kaksi päätapaa, sen kasvattaminen markkinoinnilla ja mainostamalla ja sen kasvattaminen striimaamalla. Kumpikin ovat tärkeitä, jotta kanavalle saadaan paras mahdollinen kasvu.

7.1 Sosiaalisen median käyttö kanavan kasvattamiseen

Pelistriimaajan kannattaa ehdottomasti käyttää sosiaalista mediaa. Vaikka striimaajaan isoin ja tärkein työkalu onkin valitsemansa striimausalusta, on striimaajan myös tärkeää käyttää muita sosiaalisen median alustoja. (Viewed 2021) Tallaisia ovat muun muassa Twitter, Instagram ja TikTok. Sosiaalisessa mediassa voi helposti hoitaa asioiden päivittämistä sekä mainostaa kanavaansa ja henkilöbrändiä. (Viewed 2021)

Sosiaalisessa mediassa on myös parempi mahdollisuus saada lisää kasvua kanavallesi silloin kun et ole striimaamassa. Striimausalustoilla kun yleensä kaikki markkinointi ja kasvu tapahtuu striimin ollessa päällä, niin muissa sosiaalisissa medioissa on helpompi mainostaa ja kasvattaa kanavaa silloin kun ei ole striimaamassa. Päivityksesi muissa sosiaalisissa medioissa voivat helpostikin tavoittaa uusia ihmisiä, jotka kiinnostuvat kanavastasi. (Viewed 2021) Sosiaalinen media on muutenkin parempi paikka mainostaa kanavaasi kuin striimausalusta sillä striimausalustat eivät oikeastaan tarjoa minkäänlaista markkinointi mahdollisuutta. Sosiaaliseen mediaan on myös kätevä paikka päivittää ja ilmoittaa asioita itseesi ja kanavaasi liittyen.

Pelistriimaajan on tärkeää pitää siis muita sosiaalisia medioita ajan tasalla ja käyttää niitä aktiivisesti. Yleensä myös striimin katsojat keskustelevatkin striimaajan kanssa sosiaalisessa mediassa silloin kun striimi ei ole päällä. Sosiaalinen media on oiva keino pitää yhteyttä katsojiin silloin kun ei ole itse striimaamassa.

Sosiaalinen media on myös mahtava paikka kasvattaa kanavaasi erilaisilla kuvilla ja videoilla. Sen lisäksi että lataat sosiaaliseen mediaan itsestäsi ja omasta elämästäsi kuvia ja videoita on se myös mahtava paikka tehdä erilaisia suosittuja haaste, aihe tai pelivideoita. Usein suositut videohaasteet tai aiheet voivatkin lisätä kanavan suosiota räjähdysmäisesti. Siksi onkin hyvä pysyä perässä siitä mikä on suosittua missäkin sosiaalisessa mediassa ja mahdollisesti lähteä tekemään videoita siitä suositusta aiheesta tai jutusta. Striimausalustan jälkeen suosituin ja yleisin tapa striimaajilla jakaa sisältöään onkin Youtube josta puhuimme jo aiemmin kun esittelimme striimausalustoja. Melkeinpä kaikki striimaajat lataavat Youtubeen koostevideoita striimeistään jota ihmiset jotka eivät pääse striimeihin mukaan sitten katsovat. Tämä on myös mahtava tapa tallettaa mahdolliset hauskat,

hyvät ja mielenkiintoiset hetket striimeistäsi ja julkaista ne kaikille nähtäväksi. Koostevideot ovatkin yleensä tosi suosittuja.

Ei pidä myöskään unohtaa, että sosiaalinen media voi toimia myös striimaajan tulonlähteenä. Kun kanava ja katsojaluku kasvaa on hyvinkin mahdollista, että striimaaja voi ruveta saamaan tuloja myös sosiaalisen median puolelta. Yleisimpiä keinoja elinkeinon saamiseen sosiaalisesta mediasta onkin, että esittelet videossa tai kuvassa jotakin tuotetta.

7.2 Kanavan kasvattaminen striimausalustalla

Seuraavaksi käydään läpi asioita, joita striimausalustalla voidaan tehdä, jotta sieltä saadaan kanavalle kasvua. Striimaajalle harvemmin riittää se laittaa striimin päälle ja odottaa että katsojat löytävät kanavasi. Kanavalle onkin tärkeää rakentaa yhteisö ja tämä vaihe monelta striimaajalta jää tekemättä.

Yksi mahdollinen tapa kasvattaa kanavaa on asettaa tavoitteita. (Gleam 2018) Tavoitteita voivat olla muun muassa tietty määrä katsojia, seuraajia, tilauksia tai striimejä tiettyyn päivään tai kuukauden mennessä. Aloittavilla striimaajille realistisia tavoitteita voisivat olla tietty striimi tai seuraaja määrä tiettyyn päivämäärään mennessä, sillä yleensä aloittelevat striimaajat eivät saa kanavalleen heti paljoa tilaajia. On kuitenkin hyvä muistaa, että katsoja ja striimauskertojen määriin on helpompi itse vaikuttaa kuin tilaajien määriin. Tämä siksi että yleensä kanava saa ensin katsojia sitten seuraajia ja lopuksi vasta tilaajia. Järjestys perustuu siihen, että kun alat tekemään sisältöä aloitat nolalla seuraajalla. Kun alat saamaan sisällöllesi katsojia osa heistä päättää seurata sinua, kun seuraajia alkaa kertymään voivat heistä muutamat olla valmiita tilaamaan kanavasi ja tukemaan sinua sisällöntuottajana. Onkin siis tärkeää, että striimaaja striimaa usein ja säännöllisesti jotta saa katsoja ja seuraaja lukuaan kasvatettua. (Gleam 2018)

Striimien aikataulu on myös hyvää jakaa mahdollisille katsojille. Hyviä paikkoja tähän ovat joko striimausalustasi profiili tai sosiaalinen media. Tämä mahdollistaa sen, että ihmiset tietävät saapua paikalle silloin kun striimaat. Jos aikatauluun tulee muutoksia, on siitäkin syytä ilmoittaa valitsemasi tavalla joko striimausalustallasi tai sosiaalisessa mediassa jotta ihmiset eivät tule väärään aikaan paikalle.

7.2.1 Striimien sisältö

Striimien sisältö kannattaa yleensä rakentaa sen perusteella millaisen yhteisön haluat kanavallesi. Yhteisö koostuu kanavan ja striimin katsojista, seuraajista, tilaajista, faneista ja muista ihmisistä, jotka ovat kiinnostuneita striimaajasta tai hänen kanavastaan. Yhteisö onkin isoin asia mikä voi

mahdollisesti muuttaa sitä, miten ja millaisia striimejä striimaaja tekee. Yhteisöllä on iso vaikutus siihen kuinka viihtyisäksi striimi voidaan kokea.

Lisäksi on tärkeä miettiä, että mitä juuri sinä tarjoat striimaajana katsojillesi. Striimaajia on nykyään enemmän kuin koskaan ja striimaajien määrä kasvaa koko ajan. Siksi onkin tärkeää pysyä mukana katsojiesi kanssa koko striimin ajan. Monet striimaajat unohtavat keskustella katsojien kanssa ja keskittyvät pelkästään striimissä pelaamiseen. Jotta katsojat pysyvät striimissäsi onkin tärkeää jutella heidän kanssaan säännöllisesti.

Pelistriimaajien mielipiteillä ja arvosanoille on myös paljon arvoa. Jos striimissäsi arvostelet tai puhut jostain pelistä, on sillä hyvin usein vaikutusta siihen mitä katsojasi ajattelevat pelistä. Siksi usein pelistriimaajat pelaavatkin eri pelejä ja heitä pyydetäänkin usein peliyrityksien kautta yhteistyöhön, jossa he pelaavat eri pelejä. Se että suosittu striimaaja pelkästään pelaa jotain peliä striimissään voi lisätä pelin myyntiä räjähdysmäisesti.

Jos olet jossain pelissä keskivertoa parempi, niin sekin on yksi tapa kasvattaa kanavaa. Ihmiset katsovat jatkuvasti striimaajia, jotka ovat hyviä pelaamaan jotain peliä vain siksi että he ovat hyviä siinä. Katsojat yleensä haluavatkin oppia striimaajalta jotain taitoja, joita he voivat itsekään käyttää kehittyäkseen pelissä. Striimaaja voi myös jakaa striimissään neuvoja, miten pelissä voi kehittyä ja tulla paremmaksi. (Gleam 2018)

Viimeisenä on tärkeää, että olet striimissäsi juuri sellainen kuin haluat olla. Useimmat striimaajat striimaavat ihan omina itsenään mutta on olemassa myös striimaajia, jotka ylläpitävät keksittyä persoonaa, hahmoa tai tyyliä striimeissään. Esimerkki tällaisesta striimaajasta on DrDisrespect joka puukeutuu joka striimissään mustaan peruukkiin, aurinkolaseihin, mustaan tai punaiseen kompressiopaitaan ja mustaan tai punaiseen taktiseen liiviin. Oli kyseessä sitten keksitty brändi tai aito brändi on tärkeää olla striimeissä aina sitä mitä itse haluaa.

7.2.2 Mitä pelejä kannattaa striimata

Sitten herääkin kysymys, mitä pelejä kannattaa striimata? Aluksi on hyvä huomata, että pelistriimaajat voidaan jakaa kahteen pääkategoriaan niihin, jotka pelaavat yhtä peliä ja niihin, jotka pelaavat monia eri pelejä.

Yleensä he, jotka pelaavat vain yhtä peliä ovat siinä pelissä hyviä tai ovat opettelemassa peliä tulakseen siinä paremmiksi. Katsojat tällöin yleensä katsovat striimiä sen takia että pelaaja on hyvä pelaamaan, vaikka on myös mahdollista, että striimissä on katsojia myös striimaajan persoonallisuuden takia. (Gleam 2018) Tällöin striimaajan henkilöbrändikin voi koostua isoimmalta osin siitä mitä peliä hän pelaa. Jos striimaaja pelaa striimeissään vain yhtä peliä helpottaa se myös

mahdollisten katsojien kartoittamisessa sillä yleensä katsojiksi haetaan sellaisia ihmisiä jotka ovat kiinnostuneet kyseisestä pelistä. Vaikkakin striimaisit yleensä samaa peliä on tärkeä myös muistaa, että voit striimata myös muitakin pelejä. Yleensä striimaajat, joiden striimit pyörivät yhden pelin ympärillä etsivätkin välillä samankaltaisia pelejä ja pelaavat niitä vaihtelun vuoksi striimeissään. (Gleam 2018)

Sitten taas he, jotka pelaavat paljon eri pelejä striimeissään ovat yleensä niitä, joita katsotaan striimaajan persoonallisuuden takia enemmän kuin pelattavan pelin takia. Mutta on myös mahdollista, että nämä striimaajat saavat katsojia myös sen takia mitä peliä pelaavat. (Gleam 2018) Jos olet striimaaja, joka tykkää pelata monia eri pelejä on tärkeää pysyä perillä siitä mitkä pelit ovat suosittuja sillä yleensä suosittu pelit saavat enemmän huomiota mahdollisilta katsojilta. On myös tärkeää pysyä hereillä uusista ja tulevista peleistä, uusien pelien pelaaminen on usein hyvä tapa saada lisää katsojia sillä ihmisiä yleensä kiinnostavat uudet pelit. (Gleam 2018) Jotkut striimaajat, jotka pelaavat useita eri pelejä ovat myös määränneet sen, että millaista peliä he pelaavat ja koska. Esimerkiksi voit määrätä aikataulun siten että maanantaisin pelaat seikkailupelejä, tiistaisin kauhupelejä ja keskiviikkona selviytymispelejä. Tällainen aikataulu on katsojillekin hyvä sillä he tietävät saapua silloin paikalle, kun striimaat heitä kiinnostavaa peliä.

Pelistriimaaja voi siis striimata ja pelata oikeastaan mitä tahansa peliä, jota vain haluaa. Ensin kuitenkin kannattaa miettiä kumpaan kategoriaan kuuluu ja jos tavoitteena on lisäkatsojien saaminen kannattaa miettiä aiemmin mainittuja pointteja. Tärkeintä on kuitenkin se, että juuri sinä itse nautit pelistä, jota striimaat. Tämä on tärkeää koska jos striimissä pelataan peliä, joka ei striimaajan mielestä ole hyvä tai mielenkiintoinen voi striimi äkkiä alkaa vaikuttaa pakotetulta ja siitä voi olla vaikea tehdä sisältöä. (Gleam 2018) Jos taas pelataan peliä, josta tykätään, on sisällön tuottaminen helpompaa ja striimissä on yleisemmin positiivinen fiilis. (Gleam 2018)

8 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus suoritettiin haastatteluiden avulla. Tämä siksi sillä halusin teoria osuuden tueksi mielipiteitä ja ajatuksia ihmisiltä, jotka ovat onnistuneet ratkaisemaan tutkimuksen keskeisimmän kysymyksen eli miten tehdä pelistriimaamisesta elinkeino? Haastatteluilla yritettiin selvittää mitä eri tulonlähteitä striimaajilla on, mitä striimausalustaa he käyttävät, kuinka he ovat kasvattaneet kanaansa, mitä he pelaavat striimeissään ja millainen vaikutus henkilöbrändillä on striimaamiseen. Haastateltavat ovat pelistriimaajia, jotka ovat onnistuneet tekemään pelistriimaamisesta elinkeinon.

Haastateltavat löytyivät selaamalla suosittuja striimausalustoja. Kävin läpi suomalaisia striimaajia ja lähetin heille sähköpostiin haastattelupyynnön, jossa olikin jo valmiiksi liitetty haastattelun kysymykset. Haastatteluun oli tavoitteena saada noin viisi striimaajaa. Neljä striimaajaa vastasi haastatteluun, joten haastateltavien määrä oli tutkimukseen riittävä.

Haastateltavien vastaukset auttavat ymmärtämään mitä täytyy tehdä, jotta pelistriimaamisesta saa tehtyä elinkeinon.

Haastateltuja ei valittu haastateltaviksi katsojamäärään, striimausalustan tai muun suosion mukaan, vaan haastatellut valittiin vain sen perusteella ovatko he onnistuneet tekemään striimaamisesta elinkeinon.

Haastateltavien vastauksista koottu yhteenveto toimii työn tuloksena ja tukena teoria osiolla. Haastattelut ja vastaukset löytyvät työn lopusta liitteinä.

9 Tutkimuksen tulos

Seuraavaksi käydään läpi tutkimuksen tuloksia. Haastateltavien vastauksista koottu kokonaisuus toimii tämän tutkimuksen tuloksena. Tutkimuksen tuloksessa ei siis käydä haastateltavien vastauksia erikseen yksitellen läpi vaan ne on yhdistetty luomaan kokonaisuus tulokselle. Haastateltujen vastaukset löytyvät erikseen työn lopusta liitteinä.

Seuraavissa otsikoissa käydään läpi asioita, joita haastateltavat nostivat haastatteluissa esiin.

9.1 Tulojen saaminen

Kun haastateltavilta kysyttiin kauanko he ovat striimanneet ja kauanko he ovat striimanneet työkseen olivat vastaukset vaihtelevia. Haastateltavista kaksi olivat striimanneet noin 4 vuoden ajan, yksi 2,5 vuotta ja yksi 8 vuotta. Kuitenkin se kaikilla oli yhteistä, että he olivat striimanneet noin 2–3 vuotta ennen kuin olivat siirtyneet striimaamaan täyspäiväisesti. Tästä huomataankin, että striimaamisen aloittamisesta menee jonkin aikaa, kunnes striimaamisesta voidaan saada tuloja.

9.2 Striimausalustan valinta

Haastatelluista kaikki käyttivät Twitch striimausalusta palvelua. Twitch onkin ollut jo pitkän aikaa suosituin striimausalusta, joten valinta ei sinänsä ole yllättävä. Kuitenkin oli mielenkiintoista huomata, ettei haastateltavista yksikään käyttänyt täyspäiväisesti Youtube tai Kick palvelua striimaamiseen.

9.3 Striimaamisen tulonlähteet ja sponsorisopimukset

Haastatteluissa huomattiin, että jokaisella haastateltavalla on striimausalustan tulojen lisäksi joko yhteistyö tai sponsori tuloja. Voidaankin vahvasti siis olettaa, että jotta saa pelistriimaamisesta elinkeinon on striimaajan oltava valmis tekemään yhteistöitä ja sponsorisopimuksia eri yritysten, brändien ja organisaatioiden kanssa.

Sponsorisopimuksistakin huomattiin, että kahdella haastateltavalla oli sponsorisopimukset, jotka kustansivat sponsoroidun laitteiston. Kaksi muuta kuuluivat organisaatioihin, jotka sponsoroivat heitä.

Striimaajien tulot ovat yleensä riippuvaisia katsojien ja yhteisön tuesta. Sen takia ovat yhteistyöt ja sponsorisopimukset tärkeitä, jotta striimaaja voi pitää yllä tasaista tulonlähdettä.

9.4 Henkilöbrändi striimaamisessa

Henkilöbrändi oli kolmen haastateltavan mielestä yksi isoimmista ja tärkeimmistä asioista jotta striimaaja saa riittävää kasvua ja näkyvyyttä striimeilleen. He olivat myös sitä mieltä, että henkilöbrändin rakentamisessa oma persoona on paras ratkaisu. Vaikkakin on olemassa striimaajia, jotka rakentavat henkilöbrändin jonkun hahmon pohjalle on brändin rakentaminen hahmolle paljon vaikeampaa kuin se että rakennat henkilöbrändin oman itsesi ympärille. Yksi haastateltava koki myös hahmon ympärille tehdyn brändin olevan huono ratkaisu. Keksityt hahmot ja brändit voidaan usein nähdäkin pakotettuna sillä suuri osa striimaajista, jotka tekevät hahmot striimeihinsä yleensä yrittävät pakolla olla hauskoja, jolloin striimin katsominenkin voidaan kokea epämiellyttävänä.

Haastateltavien mielestä striimaajien tulisi enimmäkseen olla aitoja itsejään. Tällöin striimaajan on myös mahdollista lähentyä katsojiensa kanssa helposti ja luoda kanavalleen ystävällisen ja tiiviin yhteisön. Aitous koettiin tärkeänä.

9.5 Katsojat ja yhteisö

Yhteisö koettiin tärkeänä asiana striimeissä. Yhteisö on striimaajan kanavan isoin osa-alue, joten sen rakentaminen kanavalle on elintärkeää.

Haastateltavat kokivat, että heidän yhteisönsä ovat enemminkin kavereita kuin faneja. Tämä kertoo siitä kuinka tiiviiksi striimaajien yhteisöt yleensä rakentuvat.

Yhteisö vaikuttaa suoraan striimaajan mahdollisiin tuloihin. Striimaajien tulot eivät ole kiinteät vaan ne vaihtuvat kuukausittain. Siksi tiiviin ja hyvän yhteisön rakentaminen on tärkeää.

Striimin katsominen on tärkeää tehdä katsojille helpoksi. Haastateltavat kokivat, että mahdollinen aikataulu ja usein striimaaminen on tärkeää myös kasvun kannalta kuin yhteisönkin kannalta. Jos yhteisö tietää koska striimataan, on heidän helpompi saapua paikalle ja pysyä striimeissä mukana.

9.6 Kanavan kasvatus

Kolme haastateltavaa kokivat, että paras tapa kasvattaa kanavaa on striimaamalla usein ja säännöllisesti. Tämä auttaa mahdollisia katsojia löytämään kanavasi isommalla todennäköisyydellä ja valmiita katsojiasi pysymään striimeissäsi. Myös yksi haastateltava koki sosiaalisen median olevan hyvä paikka kasvattaa kanavaa ja kanavan yleisöä.

9.7 Pelatut pelit

Haastatteluissa huomasimme, että kolmella haastateltavalla oli jokin peli mitä he pelasivat enemmän kuin muita pelejä. Vain yksi haastateltava pelasi useita eri pelejä vaihtelevasti striimeissään.

Tästä huomaammekin, että yleensä striimaajilla on yksi peli, jota he pelaavat enemmän striimeis-
sään kun muita pelejä. Kuitenkin kahdella haastateltavalla oli tapana myös vaihdella pelejä. Haas-
tateltavien mainituista peleistä huomammeekin että ne eivät ole mitään uusia pelejä. Jokainen peli,
jonka haastateltavat nimeltä mainitsivat ovat vanhoja pelejä, jotka ovat edelleenkin hurjan suosit-
tuja. Poikkeuksena Haastateltava A:n vastaus, jossa hän mainitsi kokonaisen pelisarjan eli Call Of
Dutyn. Kyseinen pelisarja julkaisee uuden pelin joka vuoden ja haastateltavan vastauksen perus-
teella voimme päätellä, että hän pelaa aina enimmäkseen pelisarjan uusinta julkaisua.

10 Pohdinta

Teoria osuuden ja haastattelujen jälkeen muodostui yhteenveto siitä mitä pitää tehdä, jotta pelistriimaamisesta saa tehtyä elinkeinon. Haastattelut toimivat hyvin teoria osuuden tukena.

Haastattelujen tulokset eivät yllättäneet radikaalisti. Tärkeiksi asioiksi esiin nousivat henkilöbrändi ja yhteisön merkitys. Henkilöbrändi on suuressa osassa kanavan kasvuun ja määrittää myös kanavan katsojakuntaa ja mahdollisia yhteistöitä ja sponsori sopimuksia. Yhteisön tärkeys nousi haastatteluissa tärkeäksi.

Henkilöbrändin aitous koettiin tärkeäksi eikä kukaan haastatelluista ollut rakentanut itsestään epäaitoa tai hahmo pohjaista brändiä. Henkilöbrändi halutaan siis rakentaa aidon itsensä ympärille mikä tukee teoria osuutta hyvin.

Teoriaa tukien haastattelut paljastivat, että silti suurin osa pelistriimaajista käyttää edelleen Twitchiä striimausalustanaan. Youtube tai Kick eivät nousseet haastatteluissa esiin ollenkaan vaan kaikki haastateltavat käyttivät Twitchiä.

Tulonlähteinä nousi esiin striimausalustan omat tulot, yhteistyöt ja sponsorit. Jokaisella haastateltavalla oli jonkinlaisia sponsori tai yhteistyösopimuksia, josta voidaan päätellä, että striimaajille on tulojen kannalta elintärkeää tehdä yhteistöitä pelkän striimaamisen lisäksi. Pelkät striimaamisesta saadut tulot eivät riitä takaamaan striimaajalle tarpeeksi tuloja, jotta striimaamisesta voitaisiin tehdä elinkeino. Varsinkin sponsorisopimukset nousivat tärkeään rooliin haastateltavien keskuudessa.

Haastattelujen avulla nousi myös esiin se, että striimausta ei voi aloittaa tuosta noin vain ja odottaa että siitä saa elinkeinon. Jokaisella haastateltavalla meni vuosia aloittamisesta, jotta he pääsivät striimaamaan täyspäiväisesti.

Kanavan kasvattamiseen tärkeimmäksi keinoksi nousi usein ja säännöllisesti striimaaminen. Aikataulu koska ja kauan striimataan auttaa katsojia pysymään striimeissä ja ilmestymään paikalle. Myös sosiaalista mediaa käytettiin markkinoimaan striimaajan omaa kanavaa.

Myöskään pelit, joita haastateltavat striimeissään pelaavat eivät yllättäneet. Pelit olivat suosittuja ja hyvin tunnettuja, joka johtaa siihen, että katsojien on helppo seurata striimiä ja liittyä keskusteluun chatissä. Kuitenkin on myös niitä, jotka pelaavat striimeissään eri pelejä ja ovat silti saaneet suosiota.

Koen että haastattelujen avulla teoria osuutta saatiin hyvin tuettua. Haastateltavien vastaukset eivät yllättäneet ja ne olivat ainakin itselleni oletettavissa. Kuitenkin huomioni veti se, kuinka yksimielisesti Twitch striimausalusta ja sponsori sopimukset nousivat haastatteluissa esiin.

Koen että opinnäytetyössä saatiin ymmärrys siihen mitä pitää tehdä, jotta pelistriimaamisesta voi tehdä elinkeinon. Teoria osuus selitti pitkälti alusta asti mitä pitää tehdä, jotta striimaamisen voi aloittaa ja miten siitä saa rakennettua elinkeinon. Haastattelut vahvistivat teoria osuutta. Täytyy kuitenkin muistaa, että jokainen striimaaja on rakentanut tiensä striimaamisen puoleen itse ja vaihtoehtoja siihen, kuinka tehdä pelistriimaamisesta elinkeino on varmasti useita.

Yritysten, brändien ja sponsoreiden yleistyvää tapa hankkia striimaajia markkinoimaan heitä ja heitä tuotteitaan on striimaajille tärkeä keino saada lisää tuloja sillä striimausalustan ja yhteisön kautta tulevat tulot ovat vaihtelevia.

Itse opin opinnäytetyön aikana enemmän siitä kuinka tärkeitä henkilöbrändi ja yhteisö ovat striimaajana onnistumiseen. Jos henkilöbrändi ei tunnu omalta tai se tuntuu pakotetulta voi striimien pitäminen nopeasti tuntua työläältä, jolloin striimin ilmapiiri myös laskee.

Opinnäytetyön teossa oli tärkeää panostaa siihen, että lukija varmasti ymmärtää mistä puhutaan. Striimaaminen ja varsinkin pelistriimaaminen voi tuntua oudolta ilmiöltä asiasta tietämättömille, jolloin on tärkeää perehdyttää lukija aiheeseen kunnolla.

Koen itse haastavimmaksi osaksi opinnäytetyötä tiedon etsinnän ja haastateltavien etsimisen. Aiheesta paljon tietävänä oli hankala perustella tiettyjä asioita ja valintoja ja etsiä niille lähteitä. Lähteitä pelistriimaamisesta on kyllä mutta lähteiden, jotka käsittelevät pelistriimaamista tarkemmin, etsiminen oli hankalaa. Myös haastateltavien etsiminen oli haastavaa. Striimaajat eivät yleensä puhu paljon talous asioistaan julkisesti, joten oli vaikeaa etsiä striimaajia, jotka edes tähän haastatteluun olisivat halukkaita vastaamaan.

Striimaaminen itsessään kasvaa nykyäänkin kovaa vauhtia ja on mielenkiintoista nähdä kuinka pelistriimaamisen maailma ja ilmiö muuttuvat lähitulevaisuudessa. Striimaaminen on tullut jäädäkseen ja on mielenkiintoista nähdä mikä kategoria striimaamisessa seuraavaksi nousee pinnalle.

Lähteet

Business of Apps 2024. Twitch Revenue and Usage Statistics. Luettavissa: <https://www.businessofapps.com/data/twitch-statistics/>. Luettu: 17.11.2024.

Chillingworth, A. 23.5.2023. Kick streaming: What is it and how does it work. Luettavissa: <https://www.epidemicsound.com/blog/kick-streaming/#when-did-kick-come-out>. Luettu: 17.11.2024.

Gank content team. 12.4.2023. What is a streamer? A closer look at the key figures of online streaming. Gank content team blogi. Luettavissa: <https://ganknow.com/blog/streamer/#what-is-a-streamer>. Luettu: 17.11.2024.

Gleam 2018. 9 Ways to Grow Your Twitch Channel. Luettavissa: <https://gleam.io/blog/twitch-growth/>. Luettu: 17.11.2024.

Google Support 2024. Donate to nonprofit with Youtube giving. Luettavissa: <https://support.google.com/youtube/answer/6318560?hl=en>. Luettu: 17.11.2024.

Google Support 2024. Maksujen vastaanottaminen. Luettavissa: <https://support.google.com/youtube/topic/11407695>. Luettu: 17.11.2024.

Google Support 2024. Subscribe to youtube channels. Luettavissa: <https://support.google.com/youtube/answer/4489286?hl=en-GB&co=GENIE.Platform%3DDesktop>. Luettu: 17.11.2024.

Google Support 2024. Youtube-kumppaniohjelman yleiskatsaus ja kelpoisuusvaatimukset. Luettavissa: https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=fi&ref_topic=9153642&sjid=3051319451293621798-EU. Luettu: 17.11.2024.

Ilta-Sanomat 2017. Luulitko Twitchiä pelisivustoksi? Olet saattanut missata todella paljon. Luettavissa: <https://www.is.fi/digitoday/esports/art-2000005499864.html>. Luettu: 17.11.2024.

inStreamly 2024. How to Build a Personal Brand and Become a Successful Streamer? Luettavissa: <https://instreamly.com/posts/how-to-build-a-personal-brand/#h31>. Luettu: 17.11.2024.

Jimms, T. 25.1.2023. Katsojasta striimaajaksi? Tässä tärkeimmät vinkit striimauksen aloittamiseen. Jimms blogi. Luettavissa: <https://blog.jimms.fi/katsojasta-striimaajaksi-tassa-tarkeimmat-tarpit-striimauksen-aloittamiseen/>. Luettu: 15.9.2024.

Kick 2024. Kick Creator incentive program. Luettavissa: <https://kickcommunity.com/kick-creator-incentive-program/>. Luettu: 17.11.2024.

Kick 2024. Stream on KICK Double your streaming income. Luettavissa: <https://kick.com/start-streaming-on-kick>. Luettu: 17.11.2024.

PayBee 2023. How to Donate on Twitch: All You Need to Know About Making and Receiving Twitch Donations. Luettavissa: <https://w.paybee.io/post/how-to-donate-on-twitch>. Luettu: 17.11.2024.

PCMAG 2024. Game Streaming. Luettavissa: <https://www.pcmag.com/encyclopedia/term/game-streaming>. Luettu: 17.11.2024.

Sirkiä, H. 2.5.2009. Mikä ihmeen henkilöbrändi? Heli Sirkiä blogi. Luettavissa: <https://helisir-kiä.blogspot.com/2009/05/mika-ihmeen-henkilobrändi.html>. Luettu: 17.11.2024.

SolidStream 2024. Livestriimaus mahdollistaa lähetykset paikasta riippumatta. Luettavissa: <https://www.solidstream.fi/mita-on-livestriimaus/>. Luettu: 10.10.2024.

Spilled 2024. How to make money on Kick: Streaming for profit. Luettavissa: <https://spilled.gg/make-money-on-kick/>. Luettu: 17.11.2024.

StreamYard 2024. How To Find Live Stream Sponsors – 10 Incredible Ways to Get Sponsored. Luettavissa: <https://streamyard.com/blog/how-to-find-live-stream-sponsors-how-to-get-sponsored>. Luettu: 17.11.2024.

Taitonetti 2021. Mikä ihmeen FPS? Luettavissa: https://taitonetti.fi/index.php?route=blog/article&article_id=126. Luettu: 17.11.2024.

TechCrunch 2018. Youtube to shutdown standalone Gaming app, as gaming gets a new home on Youtube. Luettavissa: <https://techcrunch.com/2018/09/18/youtube-to-shut-down-standalone-gaming-app-as-gaming-gets-a-new-home-on-youtube/>. Luettu: 17.11.2024.

The New York Times 2023. Twitch star xQc signs \$100 million deal with kick, a rival platform. Luettavissa: <https://www.nytimes.com/2023/06/16/business/twitch-kick-xqc.html>. Luettu: 17.11.2024.

Twitch 2024. Beginner broadcasting. Luettavissa: https://help.twitch.tv/s/article/broadcasting-guidelines?language=en_US. Luettu: 17.11.2024.

Twitch 2024. Bitit ja tilaukset. Luettavissa: <https://www.twitch.tv/creatorcamp/fi-fi/paths/monetize-your-content/bits-and-subscriptions/>. Luettu: 17.11.2024.

Twitch 2024. Joining the Affiliate Program. Luettavissa: <https://help.twitch.tv/s/article/joining-the-affiliate-program?language=fi>. Luettu: 17.11.2024.

TwitchMetrics 2024. Kick Stats and Realtime Analytics. Luettavissa: <https://www.twitch-metrics.net/overviews/kick>. Luettu: 17.11.2024.

TwitchTracker 2024. Twitch statistics and charts. Luettavissa: <https://twitchtracker.com/statistics>. Luettu: 17.11.2024.

TwitchMetrics 2024. Youtube Live Stats and Realtime Analytics. Luettavissa: <https://www.twitch-metrics.net/overviews/youtube>. Luettu: 17.11.2024.

VdoCipher 2024. Top 12 live streaming platforms: All you need to know in 2024. Luettavissa: <https://www.vdocipher.com/blog/live-streaming-platforms/#2>. Luettu: 17.11.2024.

Viewed 2021. 8 Ways to Grow Your Twitch Channel. Luettavissa: <https://blog.viewed.video/8-ways-to-grow-your-twitch-channel>. Luettu: 17.11.2024.

Yhdistystoimijat 2024. Sosiaalinen media. Luettavissa: <https://www.yhdistystoimijat.fi/sosmedia/>. Luettu: 17.11.2024.

Yle 2021. Yhä useampi tienaa striimaamalla pelaamistaan tai arkielämäänsä. Luettavissa: <https://yle.fi/a/3-11944073>. Luettu: 17.11.2024.

Youtube 2024. How to make money on Youtube. Luettavissa: <https://www.youtube.com/creators/how-things-work/video-monetization/>. Luettu: 17.11.2024.

Liitteet

Liitteinä liitetty haastattelut ja vastaukset. Vastauksista on poistettu tietoja anonymiteetin säilyttämiseksi.

Liite 1. Haastattelu henkilölle A

Kuinka kauan olet striimannut ja kuinka kauan siitä on työksesi?

- Noin 5 vuotta ja 3 vuoden ajan.

Mitä striimausalustaa käytät?

- Twitchiä.

Mitä eri tulonlähteitä sinulla on striimaamiseen liittyen?

- Twitchin tulojen lisäksi teen yhteistyötä eri yritysten kanssa.

Onko sinulla sponsorisopimuksia organisaatioiden, brändien tai yritysten kanssa?

- Minulla on sponsori, joka kustantaa suuren osan laitteistosta, jota käytän striimaamiseen. Muitakin sponsoreita on.

Millaiseksi koet henkilöbrändin striimaamisessa?

- Henkilöbrändi on tärkeä striimatessa. Minun kohdallani se rajaa aika paksusti katsojayleisöä ja mahdollisia yhteistyökumppaneita. Henkilöbrändi siis kannattaa rakentaa huolella ja ajatuksella, jos striimaamista alkaa miettimään.

Millaisena koet oman yhteisösi?

- Yhteisö on tärkeä. Saan hyvän mielen siitä, kun näen että joka kerta samat nimet näkyvät chatissani. Tärkeää minulle on, että kanavani on paikka, minne voi tulla viettämään aikaa ja puhumaan.

Kuinka olet onnistunut kasvattamaan kanavaasi?

- Uskon että kanavani kasvoi vain sillä, että pidin striimejä usein. On tärkeää striimata usein ja säännöllisesti niin katsojatkin löytävät kyllä paikalle.

Mitä pelejä pelaat?

- Melkeinpä pelkästään Call of Duty pelisarjan pelejä.

Liite 2. Haastattelu henkilölle B

Kuinka kauan olet striimannut ja kuinka kauan siitä on työkseesi?

- 2,5 vuotta ja noin puoli vuotta olen nyt striimannut täyspäiväisesti.

Mitä striimausalustaa käytät?

- Twitchiä.

Mitä eri tulonlähteitä sinulla on striimaamiseen liittyen?

- Saan tuloja striimaamisesta ja eri yhteistöistä.

Onko sinulla sponsorisopimuksia organisaatioiden, brändien tai yritysten kanssa?

- Olen toiminut nyt puoli vuotta ----- organisaation striimaajana.

Millaiseksi koet henkilöbrändin striimaamisessa?

- Koen henkilöbrändin olevan iso osa kanavaani. Ilman henkilöbrändiä on vaikea rakentaa kanavaa, sillä koen sen määrittelevän kanavan sisältöä erittäin paljon. Ilman henkilöbrändiä ei ole kanavaa.

Millaisena koet oman yhteisösi?

- Tärkeintä minulle on se, että jokainen tuntee olonsa tervetulleeksi. Olen kiitollinen kaikille katsojilleni siitä millaisen yhteisön olemme onnistuneet rakentamaan.

Kuinka olet onnistunut kasvattamaan kanavaasi?

- Sosiaalinen media on tänä päivänä paikka, jossa isoimman mainostamisen saa aikaan. Minulle varsinkin TikTok on ollut paikka, josta olen saanut paljon uusia katsojia.

Mitä pelejä pelaat?

- Pelit vaihtelevat mutta yksi peli mitä pelaan paljon, on League Of Legends.

Liite 3. Haastattelu henkilölle C

Kuinka kauan olet striimannut ja kuinka kauan siitä on työkseesi?

- Olen striimannut 4 vuotta ja täyspäiväisesti 1 vuoden.

Mitä striimausalustaa käytät?

- Käytän Twitchiä.

Mitä eri tulonlähteitä sinulla on striimaamiseen liittyen?

- Striimaamisesta saatavien tulojen lisäksi teen yhteistyötä eri yritysten kanssa.

Onko sinulla sponsorisopimuksia organisaatioiden, brändien tai yritysten kanssa?

- Kuulun ----- organisaatioon. Lisäksi on muitakin sponsoreita.

Millaiseksi koet henkilöbrändin striimaamisessa?

- Oma henkilöbrändi koostuu pitkälti omista harrastuksistani. Omasta mielestäni on tärkeää, että henkilöbrändi on aito sinä. Siihen ympärille rakentuu sitten kanava ja muut tärkeät asiat. En oikein tykkää siitä, jos henkilöbrändistä rakennetaan joku hahmo.

Millaisena koet oman yhteisösi?

- Tärkeintä on, että kenenkään ei tarvitse olla yksin. Koen monen vuoden ajan seuranneet varsinkin jo tietyllä tapaa ystävikseni. Se kertoo varmaan siitä kuinka tiivis yhteisö voi olla.

Kuinka olet onnistunut kasvattamaan kanavaasi?

- Striimaamalla usein.

Mitä pelejä pelaat?

- Pelaan paljon Counter Strike 2: sta.

Liite 4. Haastattelu henkilölle D

Kuinka kauan olet striimannut ja kuinka kauan siitä on työksesi?

- Olen striimannut nyt noin 8 vuotta ja 5 vuotta sitten aloitin tekemään tätä työkseni.

Mitä striimausalustaa käytät?

- Twitchiä on tullut käytettyä.

Mitä eri tulonlähteitä sinulla on striimaamiseen liittyen?

- Tietenkin se mitä Twitchissä striimaamisesta saa ja muut yhteistyöt ja sponsorit.

Onko sinulla sponsorisopimuksia organisaatioiden, brändien tai yritysten kanssa?

- Mulla on sponsori, joka kustantaa laitteiston ja muitakin sponsoreita on, kenen tuotteita käytän ja esittelen striimien aikana. Sitten tulee vaihtelevasti tehtyä yhteistöitä eri yritysten kanssa.

Millaiseksi koet henkilöbrändin striimaamisessa?

- Mulla ei aikanaan tullut hirveästi henkilöbrändistä huolehdittua. Kyllä se itselle rakentui ilman mitään miettimistä. Voi olla, että nykypäivänä sitä on tärkeä rakentaa, jos alkaa striimaamaan.

Millaisena koet oman yhteisösi?

- Koen oman yhteisöni erittäin tiiviiksi ja tärkeäksi. Tuntuu välillä vaikka katsojia en tunnekaan, että olen hyvien ystävien kanssa juttelemassa.

Kuinka olet onnistunut kasvattamaan kanavaasi?

- Varmasti se auttaa, että striimaa säännöllisesti. Siten tuli itsekkin tehtyä, kun aloitin striimaamaan.

Mitä pelejä pelaat?

- Pelaa paljon erilaisia FPS pelejä ja kyllä muitakin pelejä tulee pelattua.