

Tunnuslukuja ja tutkimuksia 12

Musiikkialan barometri 2016

Riikka Hiltunen
Tuomas Ilmavirta

Music Finland

Sisällys- luettelo



Johdanto	5
Yhteenveto	6
Näin kysely tehtiin – perustietoa vastaajista	8
Tulokset	10
Lopuksi	37
Lähteet	38
Liite 1	

Johdanto

Music Finland kartoitti yhdessä jäsenjärjestöjensä kanssa keväällä 2016 musiikkialan ammattilaisten käsityksiä alan tämänhetkisestä tilasta ja sen tulevaisuuden näkymistä.

Tässä raportissa käydään läpi nyt ensimmäistä kertaa toteutetun musiikkitoimialan barometrikyselyn tuloksia.

Musiikkialan tilannenäkymiä ja ammattilaisten hiljaista tietoa ei ole aiemmin kartoitettu näin laajasti. Music Finlandin tutkimuksissa on aiemmin korostettu pääasiassa faktoihin pohjaavaa tietoa, kun taas barometrillä pyritään kartoittamaan ammattilaisten näkemyksiä ja tunteita musiikkitoimialasta ja omasta toiminnastaan musiikkikentällä. Barometrissa tarkasteltavat teemat liittyvät musiikkialan talouteen, rakennemuutoksiin, kansainvälistymiseen sekä mediaympäristöön.

Musiikkialabarometrin on toteuttanut Music Finland yhteistyössä Elvis ry:n, Gramex ry:n, IndieCo ry:n, Musiikkituottajat IFPI Finlandin, Suomen Muusikojen Liitto ry:n, Suomen Musiikkikustantajat ry:n, Suomen Säveltäjät ry:n ja Teoston kanssa.

Music Finlandissa barometritutkimuksen suunnittelun käynnisti Merja Hottinen syksyllä 2015. Kyselytutkimuksen suunnitteli ja toteutti Riikka Hiltunen, tulokset analysoi ja raportin kirjoitti Tuomas Ilmavirta.

Yhteenveto

Suomalainen musiikkitoimiala näyttyy barometrin tulosten valossa varsin yhtenäisenä. Eri genrejen edustajia ja eri tehtävissä työskenteleviä näyttäisivät koskettavan hieman eri kysymykset, mutta pääpiirteissään vastaajat näkevät tulevaisuuden varsin samansuuntaisesti.

Suomalainen musiikkityöläinen kokee alan tulevaisuuden ajankohtaisista haasteista huolimatta melko valoisana. Esimerkiksi viennin kasvuun uskotaan laajasti, samoin elävän musiikin sektorin kasvuun. Myös musiikin synkronoinnin muihin käyttötarkoituksiin sekä digitaalisten sovellusten kehittämisen ennakoidaan tulevaisuudessa tuovan uusia tulovirtoja alalle. Toisaalta muusikot epäilevät esiintymismahdollisuuksiensa vähenevän lähitulevaisuudessa.

Musiikkialan yritykset uskovat musiikkialan ja viennin kasvuun muita vastaajia vahvemmin ja he näkevät myös teosviennissä muita enemmän vientipotentiaalia. Musiikkiviennin kasvua vauhdittaisi vastaajien mukaan entisestään vahvempi panostaminen ammattimaiseen manageritoimintaan sekä tuotteistamis- ja markkinointiosaamiseen.

Myös musiikkiin kohdistuvan yksityisen kulutuksen uskotaan kasvavan seuraavien kolmen vuoden kuluessa. Lisäksi kotimaisen musiikin uskotaan valtaavan alaa ulkomaiselta musiikilta lähitulevaisuudessa.

Suurimmat tunnistetut musiikkikenttää kohtaavat haasteet kytkeytyvät yleisen taloudellisen tilanteen kehittymiseen sekä kuluttajakäyttäytymisen muutoksiin. Myös alan rakenteelliset murrokset näkyvät selkeästi barometrin vastauksissa: levymyynnin jyrkkä lasku ja suoratoistopalveluiden vasta muotoutumassa olevat käytännöt herättävät epävarmuutta tulevasta toimeentulosta. Erityisesti suoratoistopalveluiden korvaustaso nousee esille kommentteissa monin paikoin. Lisäksi moni vastaaja on huolissaan julkisen rahoituksen jatkuvuudesta tulevaisuudessa – erityisesti pienempien toimijoiden ja marginaalisempien genrejen edustajien huoli toimeentulosta näyttyy selvänä.

Yksimielisin kritiikki barometrissä kohdistetaan radioiden soittolistoihin – niitä ei kannata juuri kukaan. Myös Ylen nykyiselle roolille annetaan sapiskaa. Mediakentän muutos näkyy myös barometrin vastauksissa. Sosiaalinen media ja streamaus arvioidaan radion ja tv:n kanssa musiikkialan kannalta merkittävimmiiksi medioiksi.

Suoratoistopalveluiden tekijätietojen (metadata) parantamiselle osoitetaan vankkaa tukea, ja myös streaming-palveluiden tilityksen user centric -malli, jossa kunkin käyttäjän kuukausimaksut tuloutetaan vain niille artisteille, joita hän on kuunnellut, saa kannatusta erityisesti musiikin taustavaikuttajien ja alan yritysten keskuudessa. Mainosrahoitteinen, käyttäjille ilmainen freemium-malli puolestaan jakaa mielipiteitä. Albumiformaatin uskotaan pitävän pintansa myös tulevaisuudessa.

Tulevista kehittämiskohteista nostetaan painokkaasti esiin itsensä työllistävien sosiaali- ja eläketurva sekä verotuskysymykset. Myös tekijänoikeuskysymysten epäkohtiin puuttumista pidetään yleisesti erittäin tärkeänä. Samoin sekä digitaalisten musiikkipalveluiden korvaustasoon että tähän liittyvään lainsäädäntöön toivotaan parannusta.

Keskimäärin suomalaisella musiikin ammattilaisella menee kyselyn perusteella melko mukavasti, ja tulevaisuuden uskotaan olevan oman toimeentulon osalta nykyhetkeä suotuisampi. Barometrin perusteella näyttää siltä, että alalla toimivat nuoret kamppailevat jossain määrin elantonsa kokoon saamiseksi, mutta uskovat kuitenkin tulevaisuuteen vahvemmin kuin korkeammasta tulo-astosta nauttivat kokeneemmat kollegansa.

Näin kysely tehtiin – perustietoa vastaajista

Musiikkialalla tarkoitetaan tässä raportissa laajaa musiikin parissa taiteellista tai taustatyötä tekevien toimijoiden verkostoa. Barometrilla pyrittiin tavoittamaan mahdollisimman kattavasti musiikkialalla eri rooleissa toimivia. Kysely toteutettiin verkkokyselynä ja vastauslinkkiä jaeltiin niin Music Finlandin omien kanavien kuin sen jäsenjärjestöjen kontaktien kautta. Kyselyyn vastattiin anonyymisti ja vastauksia kerättiin niin yksityishenkilöiltä kuin yrityksiltä.

Tarkkaa tietoa kyselyn kattavuudesta ei ole, mutta vastausten perusteella kysely tavoitti laajasti musiikkialan toimijoita: muusikoita, säveltäjiä, musiikintekijöitä, äänitetuottajia, musiikkikustantajia, levy-yhtiöitä, suurimpien tapahtumien järjestäjiä sekä vientiammattilaisia. Henkilökohtaisen kutsun kyselyyn sai noin 6000 henkilöä ja vastauksia kertyi kaikkiaan 670. Kyselyn vastausprosentiksi muodostui noin 11 %.

Eniten vastaajia on seuraavista ammattiryhmistä (lomakkeessa oli mahdollista valita myös useampi vaihtoehto): muusikko (86 % vastaajista), säveltäjä (44 %), sovittaja (32 %), opettaja (27 %) ja sanoittaja (19 %). Lisäksi mukana on runsaasti vastauksia tuottajilta ja ääniteknikoilta, kapellimestareilta, tapahtumajärjestäjiltä, promoottoreilta, musiikkikustantajilta ja musiikkituottajilta. Nämä ammattiryhmät olivat esivalittuina kyselylomakkeessa. Vastausvaihtoehtojen ulkopuolelta toimenkuvansa löysi 73 vastaajaa, jotka mainitsivat toimenkuvakseen useimmin musiikkitoimittaja tai kriitikko, musiikintutkija, kulttuurituottaja, eläkeläinen, tanssija tai toimisto- ja

hallintotyöläinen. Yksityishenkilöinä barometriin vastasi 554 vastaajaa, yrityksen tai yhteisön puolesta 116. Nuorin vastaajista oli syntynyt vuonna 1997 ja iäkään vuonna 1936. Yli kolme neljännestä vastaajista oli 30–60-vuotiaita ja vajaat viisi prosenttia alle 30-vuotiaita. Kolme neljännestä vastaajista oli miehiä¹.

Vastaajajoukon tarkkaa vastaavuutta musiikkialan kokonaisrakenteeseen on vaikea arvioida, sillä tuoreita selvityksiä musiikkialan rakenteesta ei ole saatavilla, mutta barometrin vastaajat edustavat musiikkialan eri toimijoita monipuolisesti niin toimenkuvan, iän kuin kotipaikkakunnan suhteen.

Barometrin vastauksia on analysoitu pääasiassa yhtenä kokonaisuutena, mutta silloin kun tarkastelu erilaisiin taustamuuttujiin peilaten on tuntunut mielekkäältä, on tuloksia jaoteltu ryhmittäin. Analyysissä paljon käytetty jako on vastaajien toimenkuvan pohjalta syntyvä tarkastelu ”musiikintekijät” ja ”taustavaikuttajat”. Tässä musiikintekijöiksi on laskettu ne, jotka vastasivat ammatikseen muusikko, säveltäjä, sanoittaja, ääniteknikko/tuottaja tai kapellimestari. Taustavaikuttajaksi on laskettu tapahtumajärjestäjät, promoottorit, musiikkikustantajat, musiikkituottajat sekä A&R-managerit. Ideana on tarkastella niiden vastauksia, jotka vaikuttavat suoraan taiteellisesti musiikin tallentamiseen, tekemiseen ja esittämiseen sekä niiden näkemyksiä, jotka luovat tälle puitteet. Musiikintekijätermi on tässä yhteydessä hieman keinotekoinen, mutta sitä on käytetty kattavamman musiikin taiteellisen työn sisältävän termin puuttuessa.

—
**Henkilökohtaisen kutsun
kyselyyn sai noin 6000 henkilöä ja
vastauksia kertyi kaikkiaan 670.**
—

Toinen mielenkiintoinen hieman vastaava jako on kyselyyn yksityishenkilönä vastanneet ja yrityksen tai yhteisön puolesta vastanneet. Yritysten sekä yksityishenkilöinä vastanneiden taustavaikuttajien vastaukset tosin ovat odotetusti pääsääntöisesti varsin yhteneviä. Samoin yritysten ja yhteisöjen näkemykset musiikkialasta ovat hyvin samansuuntaisia ja eroavat jonkin verran vain muutaman kysymyksen kohdalla.

Raportissa tarkastellaan barometrin tuloksia pääasiassa kaikkien vastaajien mukaan, mutta nostetaan paikoin esiin näiden jaottelujen tuottamia eroja. Lisäksi joissain yksittäisissä tapauksissa tuloksia on tarkasteltu ikäryhmittäin tai maantieteellisesti. Joidenkin kysymysten kohdalla kyselylomakkeessa oli annettu mahdollisuus kommentoida vastausta sanallisesti – näitä kommentteja on otettu

¹ Vastaajista tarkemmin kts. Liite 1

mukaan syventämään raportointia. Barometrin kyselylomake oli jaettu seitsemään teemaan:

1. musiikkialan taloudellisen toimintaympäristön näkymät
2. digitalisaatio
3. kansainvälistyminen ja vienti
4. mediaympäristö
5. elävä musiikki,
6. kehittämiskohteet
7. oma työskentelyni musiikkialalla.

Luvussa 4 käydään läpi barometrin tuloksia näiden teemojen mukaisesti. Lopuksi nostetaan esiin vastaajien avovastauksissa esittämiä näkemyksiä musiikkitoimialasta kolmen vuoden kuluttua.

Tulokset

Taloudellisen toimintaympäristön näkymät seuraavien kolmen vuoden aikana – Usko musiikkialan kasvuun on vahva

Musiikkikentän näkemys tulevaisuudesta on yleisesti melko myönteinen. Musiikkiin kohdistuvan kulutuksen uskotaan kasvavan erityisesti kotimaisen musiikin osalta – tähän uskovat vahvimmin musiikkialan yritykset. Kasvua vauhdittavat vastaajien mukaan todennäköisimmin kuluttajakäyttäytymisen muutokset, ja kasvupotentiaalia löydetään eniten elävästä musiikista, synkronoinnista sekä applikaatioista. Suurin uhka musiikkialan kasvuun on vastaajien mukaan yleinen taloudellinen tilanne ja kuluttajakäyttäytymisen muutokset.

Musiikkikentän toimintaympäristön taloudellisia näkymiä kysyttiin kartoittamalla barometrissa työllisyystilannetta, musiikkiin kohdistuvaa kulutusta, musiikkialan kasvun potentiaalia ja sitä tukevia ja mahdollisesti jarruttavia tekijöitä.

Yleisesti kehitys seuraavien kolmen vuoden aikana nähdään verrattain valoisana ja erityisesti musiikkiin kohdistuvan yksityisen kulutuksen kasvuun riittää uskoa monilla. Noin kolmannes vastaajista uskoo kulutuksen kasvavan tulevien kolmen vuoden aikana. Yritykset ovat vielä jonkin verran myönteisempiä, sillä yli 38 % yrityksen puolesta vastanneista uskoo musiikkiin kohdistuvan kulutuksen kasvavan. Myös kotimaisen musiikin kulutusosuuden kasvuun luotetaan. Viidennes vastaajista uskoo kotimaisen musiikin valtaavan alaa ulkomaiselta musiikilta lähitulevaisuudessa. Vain vajaa kymmenen prosenttia povaa päinvastaista kehitystä. Valtaosa vastaajista kuitenkin näkee tilanteen pysyvän ennallaan.

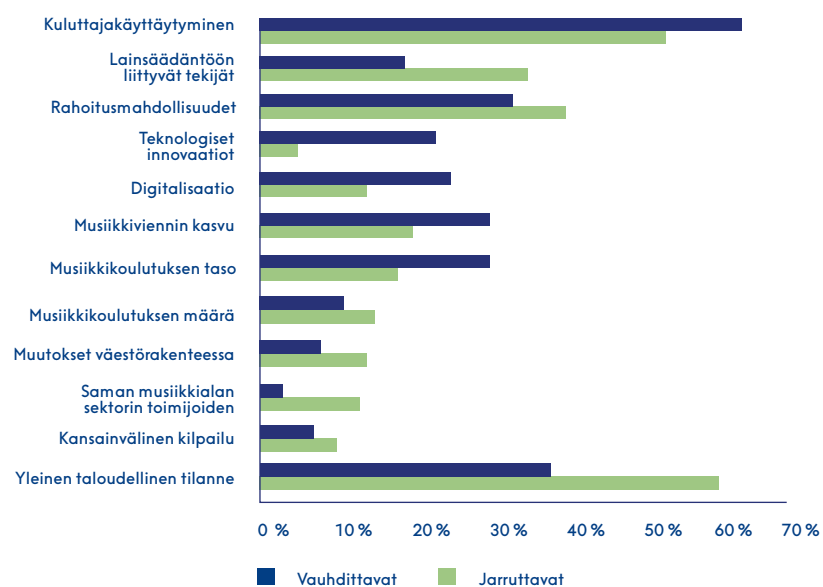
SUURIN KASVUPOTENTIAALI MUSIIKKIALALLA



Elävälle musiikille, synkronoinnille ja applikaatioille ennakoitaan kasvua.

Musiikkikentällä näyttäisi olevan selkeä näkemys tulevasta kasvun ajureista. Suurimmat mahdollisuudet kasvuun nähdään elävässä musiikissa (71 % vastaajista). Lisäksi synkronoinnissa (57 %) sekä musiikkiin liittyvissä internet- ja sovelluspohjaisissa palveluissa (55 %) uskotaan olevan vahvaa kasvupotentiaalia. Toisaalta äänitemyynnin kasvuun luottaa vain harva (7 %). Myös tekijänoikeuskorvauksien kasvun mahdollisuuksiin suhtaudutaan yllättävän skeptisesti: 18 % vastaajista näkee niissä piilevän potentiaalia kasvuun. Musiikin taustavaikeuksista tekijänoikeuskorvauksien kasvuun kuitenkin uskoo liki 30 % vastaajista. Yleisesti tämän kysymyksen kohdalla vaihtelu eri vastaajaryhmien välillä on kuitenkin erittäin pientä. Kasvun mahdollisuudet nähdään eri toimijoiden keskuudessa saman suuntaisesti.

MUSIIKKIALAN KASVUA VAUHDITTAVAT JA JARRUTTAVAT TEKIJÄT



Kuluttajakäyttäytyminen nähdään niin uhkana kuin mahdollisuutena musiikkialan kasvulle.

Merkittävimpiä alan kasvua vauhdittavia tekijöitä arvioitaessa suurin toivo asetetaan kuluttajakäyttäytymisen muutokselle. Yli 60 % kaikista vastaajista näkee tässä mahdollisuuksia musiikkialan kasvulle. Myös rahoitusmahdollisuuksien lisääntyminen (35 %) ja yleisen taloudellisen tilanteen koheneminen (38 %) nähdään kasvun mahdollisuuksina. Musiikkikoulutuksen taso, musiikkiviennin kasvu, digitalisaatio ja teknologiset innovaatiot (kaikkia kannattaa noin 20–25 % vastaajista) nähdään niin ikään mahdollisina alan kasvua vauhdittavina tekijöinä. Sen sijaan muutokset väestörakenteessa, kansainvälinen ja alan sisäinen kilpailu sekä musiikkikoulutuksen määrä ovat vastaajien mielestä ainoastaan marginaalisia tekijöitä musiikkialan kasvun kannalta.

Kasvua jarruttavista tekijöistä esiin nousevat selkeästi yleinen taloudellinen tilanne (60 %) sekä kuluttajakäyttäytyminen (52 %) – siis samat tekijät kuin kasvua vauhdittavia näkökulmia arvioitaessa. Myös rahoitusmahdollisuuksien

heikkeneminen (40 %) sekä lainsäädäntöön liittyvät tekijät (35 %) nähdään uhkana alan tulevaisuudelle. Yritykset pitävät lisäksi musiikkiviennin pienentämistä uhkana alan kasvulle.

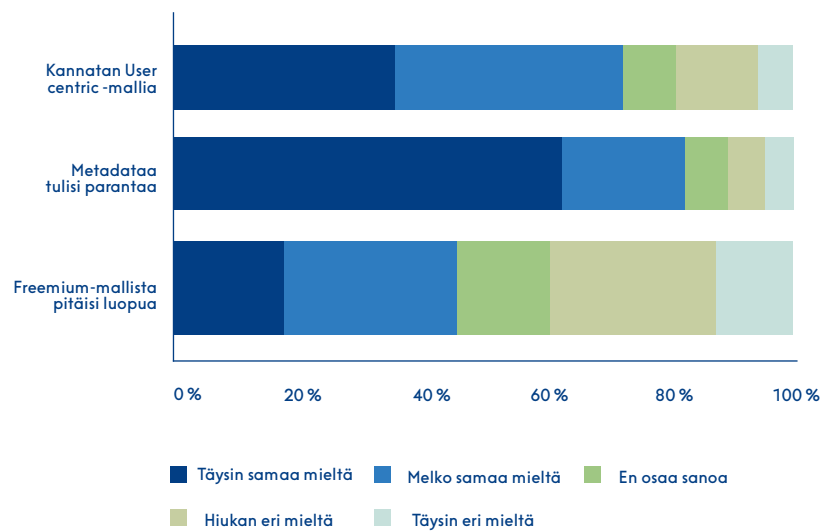
Vaikka uskoa kasvuun löytyy, vain harva vastaaja näkee työllisyystilanteen musiikkialalla parantuvan seuraavien kolmen vuoden aikana. Työllisyystilanteen heikkenemistä pelkää jopa yli puolet vastaajista. Erityisesti työllisyydestä ovat huolissaan kyselyyn yksityishenkilöinä vastanneet musiikintekijät. Yritykset sen sijaan kokevat tilanteen valoisampana, sillä yritys vastaajista 13 % uskoo työllisyystilanteen paranevan. Tämä on yli puolet enemmän kuin yksityishenkilönä vastanneiden joukossa.

—
Viidennes vastaajista uskoo kotimaisen musiikin valtaavan alaa ulkomaiselta musiikilta lähitulevaisuudessa.
 —

Digitalisaatio ja formaatit – User centric -malli saa laajaa kannatusta. Pitääkö albumi pintansa tulevaisuudessa?

Suoratoistopalveluiden mainosrahoitteinen ilmaiskäyttö jakaa vastaajia. Noin puolet kannattaa ja puolet vastustaa sitä. User Centric -mallin mukaiseen korvausten jakoon puolestaan suhtaudutaan myönteisemmin – enemmistö vastaajista on sen kannalla. Parempia tekijätietoja suoratoistopalveluihin toivovat lähes kaikki vastaajat. Albumiformaattilla on edelleen vankkaa kannatusta, vaikka osa näkee sen menneen ajan ilmiönä. Kommenteista käy ilmi, että musiikin julkaisuformaatti nähdään genresidonnaisena kysymyksenä.

VASTAAJIEN NÄKEMYKSIÄ DIGITALISAATIOSTA



Digitalisaatioon liittyviä rakennemuutoksia barometrissä kartoitettiin kysymällä suoratoistopalveluiden tulonjaosta (user centric -malli), mainostulopohjaisesta ilmaiskäytöstä (freemium-malli) sekä streaming-palveluiden tekijätiedoista. Lisäksi kartoitettiin näkemyksiä albumiformaatin merkityksestä tulevaisuudessa.

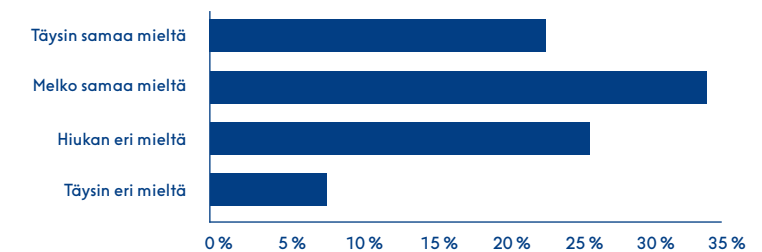
Vastausten perusteella musiikkiala kannattaa siirtymistä suoratoiston user centric -malliin, jossa kunkin käyttäjän kuukausimaksut tuloutetaan vain niille

artisteille, joita hän on kuunnellut, ei keskimäärin kuunnelluimmille. Mallia on pidetty reiluna marginaalisempien genrejen ja pienempien artistien näkökulmasta² ja siksi onkin kiinnostavaa, että musiikin taustavaikuttajat kokevat user centric -malliin siirtymisen parempana ja toivottavampana kuin musiikin-tekijät. Tämä ilmiö korostuu tarkasteltaessa barometrin yritysten vastauksia. Yrityksistä peräti 61 % on täysin samaa mieltä siitä, että streamauksessa tulisi siirtyä user centric -malliin – musiikintekijöistä näin ajattelee vain reilu kolmannes. Myös yhdistyksistä lähes 50 % on täysin samaa mieltä kysymyksestä. Ikäryhmistä alle 30-vuotiaat vastaajat kannattavat user centric -mallia lähes yksimielisesti, jopa 95 % pitää sitä toivottavana. Kuriositeettina mainittakoon, että Uudellamaalla user centric -malliin suhtaudutaan suopeammin kuin muualla Suomessa.

Freemium-malli nähdään hyvänä kanavana uusien käyttäjien houkutteluun suoratoistopalveluihin.

Niin sanottuun freemium-malliin eli mainosrahoitteiseen, käyttäjälle ilmaiseen suoratoistopalvelun käyttöön puolestaan suhtaudutaan kriittisimmin yritysten piirissä. Niistä reilusti yli puolet on melko tai täysin samaa mieltä siitä, että mallista tulisi luopua kokonaan ja tarjota kuluttajille ainoastaan maksul-

ALBUMIKOKONAISUUS ON MIELESTÄNI TULEVAISUUDESSAKIN MERKITTÄVÄ MUSIIKIN JULKAISUFORMAATTI



² Kts. esim. Markus Nordenstrengin (2015) kolumni Elviksen verkkosivuilla.

lisiä palveluita. Hieman yllättäen musiikintekijät suhtautuvat suoratoistopalveluiden ilmaiskäyttöön suopeammin – heistä lähes 40 % säilyttäisi mallin. Avovastauksista käy ilmi, että freemium-malli nähdään hyvänä kanavana uusien käyttäjien houkutteluun suoratoistopalveluihin. Freemiumin lakkauttamisessa huolettaa kuluttajien siirtyminen laittomaan lataukseen. Monet vastaajat pitävät freemiumia hyvänä ”sisäänheittona” suoratoistopalveluihin, mutta toivovat mallia kehitettävän vähemmän houkuttelevaan, hankalasti käytettävämpään, suuntaan.

Suoratoistopalveluissa saatavilla olevien musiikin tekijätietojen laajentamista ja parantamista toivoo suuri enemmistö (80 %) vastaajista. Juuri kukaan ei ole tästä eri mieltä.

Yli puolet vastaajista on täysin tai melko samaa mieltä, että albumi on jatkossakin merkittävä julkaisuformaatti. Vielä painokkaammin albumiformaatin puolesta puhuvat musiikin taustavaikuttajat. Heistä reilut 60 % näkee albumin säilyvän tärkeänä tulevaisuudessakin. Kaikista vastaajista ainoastaan alle 9 % on väitteestä täysin eri mieltä. Tämä on kiinnostavaa, sillä Suomessakin trendi on viemässä kohti single- ja ep-pohjaista julkaisemista ainakin popgenreissä.

Mielenkiintoisesti albumiformaatin puolesta puhuvat painokkaammin kyselyn nuorimmat ja vanhimmat vastaajat: lähes 60 % alle 30-vuotiaista uskoo albumin olevan tulevaisuudessakin merkittävä julkaisuformaatti. Ikäryhmistä skeptisimmän albumin tulevaisuuteen suhtautuvat 30–39-vuotiaat, mutta heistäkin liki puolet uskoo formaatin säilyvän tärkeänä julkaisumuotona myös tulevaisuudessa.

AVOVASTAUKSISTA POIMITTUA

”Jos freemium-mallista luovutaan kokonaan, pelkään että melkoinen osa käyttäjistä palaa piraattien pariin. Mutta freemiumista maksettavat korvaukset tulisi yhdenmukaistaa premium-mallin mukaiseksi.”

”Käyttäjakeskeinen malli tuntuu reilulta, jos se on oikein toteutettu. Sen reiluus saataa kärsiä, jos tulonjako perustuu pelkästään soittokertoihin. Kuuntelijamääriin perustuva malli olisi parempi. Se antaisi vähän tasoitusta ”musadiggareiden” suosimille (usein marginaalisemmille) esittäjille, ”musadiggarit” kun harvoin kuuntelevat yhtä samaa hittibiisiä 50 kertaa päivässä.”

”Suoratoistopalveluiden mainosrahoitteisesta mallista ei pitäisi luopua kokonaan, vaan sitä voisi käyttää niin sanotun tutustumisjakson verran, esim. 1–3 kk,

jonka jälkeen käyttäjän tulisi valita maksullinen vaihtoehto, mikäli haluaa jatkaa palvelun käyttäjänä.”

”Mainosrahoitteiset vaihtoehdot on periaatteessa ok, mutta mainosten määrää tulisi lisätä merkittävästi toisaalta tulojen vuoksi ja toisaalta siksi, että palvelut eivät olisi ”liian hyviä” maksullisiin versioihin verrattuna.”

”User Centric -mallissa rojaltien tarkistaminen olisi mahdotonta koska ei olisi mitään etukäteen sovittua hintaa. Lisäksi siinä haluttaisiin pienentää päivän hittien saamia osuuksia. Tällöin ei huomioida sitä, että niitä kuunnellaan huomattavasti enemmän ilmaispuolilla, jonne UC-mallia ei voi edes siirtää. Freemium-puoli on se mistä maksulliset käyttäjät saadaan, joten sitä ei missään nimessä pidä lopettaa. Niiden ei tarvitse kuitenkaan olla niin hyviä kuin nykyään ovat.”

”Tekijätiedot ja tiedot studioista yms. toisi ihmisiä lähemmäksi kuunneltavaa musiikkia ja antaisi tuotteelle syvyyttä. Tämä myös lisäisi kuluttajan tietoutta siitä, missä ja kuka levyä on tehnyt. Tämä parantaisi levyllä esiintyvien henkilöiden ja studioiden työllistymistä”

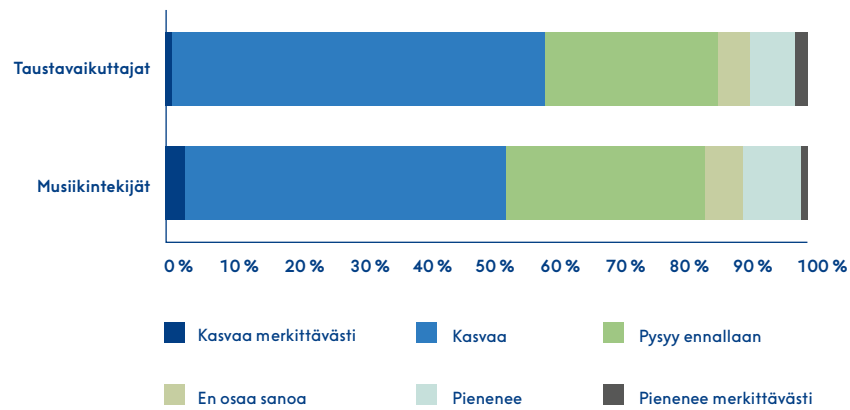
”Ostajan valinta perustuu pop/rock/iskelmä-musiikissa yleensä yhteen iskusävelmään. Miksi pitäisi ostaa kymmenen oheiskipaletta jotka eivät edes kiinnosta? Klassisessa/jazzissa yms. asia on täysin toisin.”

Kansainvälistyminen ja vienti – Musiikkiviennin kasvuun uskotaan laajasti. Ovatko elävä musiikki ja synkronointi tulevaisuuden vientikärjet?

Musiikkiviennin kasvuun uskotaan laajasti. Erityisesti viennin kasvun potentiaalia nähdään elävässä musiikissa, synkronoinnissa ja yritysten piirissä myös teosviennissä. Suurimpina pullonkauloina viennin kasvulle pidetään resurssien sekä tuotteistamis- ja markkinointiosaamisen puutetta. Myös vientitukia toivotaan kohdistettavan juuri markkinointiin ja tuotteistamiseen. Musiikintekijät toivovat lisäksi kiertuetukia.

Kansainvälistymistä kartoitettiin kysymällä musiikkiviennin kasvun todennäköisyydestä ja potentiaalisimmista kasvusektoreista. Lisäksi kysyttiin viennin suurimmista esteistä ja vientitukien kohdentamisesta.

Usko musiikkiviennin kasvuun on vahvaa läpi alan. Yli puolet vastaajista on sitä mieltä, että musiikin vienti kasvaa seuraavien kolmen vuoden kuluessa. Alan taustavaikuttajat ovat viennin kasvun suhteen vielä jonkin verran luottavaisempia – lähes

USKON, ETTÄ SEURAAVAN KOLMEN VUODEN AIKANA MUSIIKKIVIENNI:


Yli puolet vastaajista uskoo musiikkiviennin kasvuun.

60 % heistä näkee potentiaalia viennin kasvuun. Toisaalta vain hyvin harva uskoo viennin kasvavan merkittävästi.

Selvästi parhaat viennin kasvun edellytykset nähdään elävän musiikin sektorilla – jopa lähes 80 % kaikista vastaajista oli tätä mieltä. Tämä ei yllätä, sillä elävä musiikki on ollut viime vuosina Suomen musiikkiviennin suurin sektori. Toiseksi potentiaalisimpana kasvualana pidetään musiikin synkronointia muihin yhteyksiin: mainoksiin, peleihin, elokuvaan jne. Kolmanneksi merkittävin kasvunpotentiaali nähdään teosviennissä sekä lähes tasavahvana musiikkiin liittyvissä internet- ja sovelluspohjaisissa palveluissa.

Musiikkialan yritykset näkevät teosviennissä enemmän potentiaalia kuin musiikintekijät (50 % vs. 43 %). Samoin synkronoinnin mahdollisuudet tiedostetaan vahvemmin yrityksissä kuin musiikintekijöiden keskuudessa (66 % vs. 56 %). Vastaavasti koulutuksen vientinäköymien kohdalla tilanne on päinvastainen, musiikintekijät pitävät koulutusviennin potentiaalia selvästi suurempana kuin yritykset (29 % vs. 18 %). Äänitemyynnin viennin kasvun suhteen ollaan verrattain skeptisiä kautta linjan. Tämä on ymmärrettävää levyjen myyntilukujen viimevuotisen kehityksen valossa, mutta huomionarvoista on, että Suomen äänitteiden vienti kasvoi vuodesta 2014 vuoteen 2015 melko tuntuvasti.³

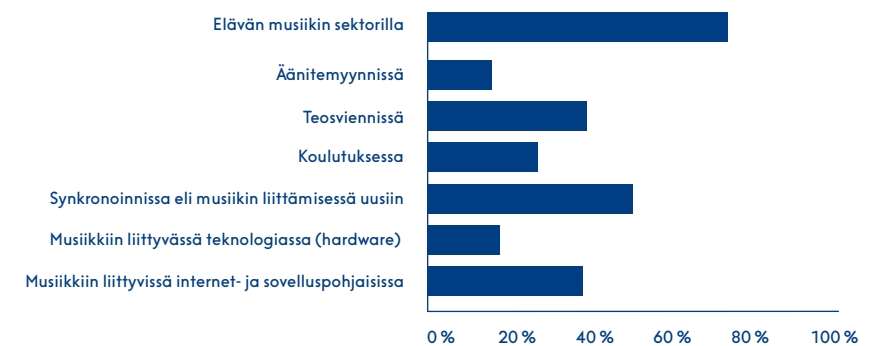
Pääpiirteissään vientimahdollisuuksia nähdään siis samoilla sektoreilla kuin musiikkialan yleistä kasvupotentiaaliakin. Musiikkiviennin keskeisimmiksi esteiksi nähdään taloudellisten resurssien sekä tuotteistamis- ja markkinointiosaamisen puute. Tässä muusikoiden ja taustavaikuttajien näkemykset eroavat toisistaan niin, että musiikintekijöiden näkökulmasta taloudelliset resurssit arvioidaan suurimmaksi kompastuskiveksi, kun taas

taustavaikuttajien mielestä tuotteistamis- ja markkinointiosaaminen on viennin suurin pullonkaula. Kolmantena tekijänä vastaajat nostavat esiin oikeiden kontaktien puuttumisen – tätä painottavat erityisesti musiikintekijät. Lähes yhtä isona haasteena pidetään kansainvälistä kilpailua: tämän yritykset (51 %) kokevat selvästi musiikintekijöitä (36 %) merkittävämmäksi haasteeksi. Sen sijaan Suomen maantieteellistä sijaintia tai äänitetuotannon ja jakelun murroksia ei

Suomen maantieteellistä sijaintia tai äänitetuotannon ja jakelun murroksia ei nähdä esteenä musiikkiviennin kasvu.

nähdä esteenä musiikkiviennin kasvu. Hieman yllättäen kuitenkin lähes 10 % vastaajista pitää suomalaisten musiikintekijöiden taiteellisen osaamisen tasoa haasteena viennin kasvu.

Kansainvälistymistukien kohdistamista toivotaan erityisesti kiertue- ja muihin elävän musiikin tukiin, markkinointiin sekä tuotteistamiseen. Live-puolen tukemista kannattavat erityisesti musiikintekijät, kun taas yritykset toivovat ensisijaisesti markkinointi- ja tuotteistamistukea. Yrityspuolella toivotaan tukea myös tuotantoon ja tuotekehitykseen sekä vientiammattilaisten kouluttamiseen.

PARHAAT MAHDOLLISUUDET VIENNIN KASVULLE OVAT MIELESTÄNI


Vientipotentiaalia nähdään eniten live-puolella ja synkronoinnissa.

³ Eritelty tarkemmin Suomalaisen musiikkiviennin markkina-arvo 2015 -raportissa (MusicFinland 2016).

Musiikintekijät näkevät lisäksi suomalaisten toimijoiden kansainvälisen liikkuvuuden tukemisen tärkeänä.

AVOVASTAUKSISTA POIMITTUA

”Asenne, eli tavoitteellisuuden, rohkeuden ja kunnianhimon puute on ongelma. Suomessa on loppujen lopuksi niin helppoa ja kivaa ettei ole tarpeeksi tarvetta pinnistellä ja ponnistella jos ei kunnianhimo tule sisältä.”

”Manageri- ja agenttipuolella koulutusta ja n.s. knowhowta pitäisi lisätä, on aivan lapsenkengissä. Kaikki artistit eivät osaa myydä itseään Suomen ulkopuolelle. Lahjakkuutta löytyy kaikista genreistä mutta myyntilahjakkuutta ei!”

”Suomeen pitäisi saada kansainvälisyyteen tähtävää management-kulttuuria.”

”Tukea pitäisi nykyistä enemmän suunnata indie-levymerkeille / artisteille.”

”Rahanjaossa on aina omat kuppikunnat jotka jakavat rahaa toisilleen. Tuet pitäisi kohdistaa vain koulutukseen ja artistien / esiintyjien / bändien / kuorojen jne. matkatukiin maailmalle”

”Lisää tukea koulutukseen, eli muusikkojen ja muusikkokulttuurin kehittämiseen”

”Ala on murroksessa. Nyt pitää alkaa löytää kontakteja ja oikeita taustajoukkoja.”

Mediaympäristö – Radioiden soittolistat herättävät kritiikkiä. Sosiaalinen media ja suoratoistopalvelut ovat nousseet erittäin tärkeiksi medioiksi

Vastauksissa näkyy mediakentän ja musiikin jakelukanavien viimeaikainen murros. Sosiaalinen media ja streaming ovat nousseet avainasemaan radion ja television rinnalle perinteisen printtimedian menettäessä merkitystään. Radion soittolistat herättävät laajaa kritiikkiä. Ylen nykyinen rooli jakaa musiikkikentän mielipiteitä osan vastaajista kritisoidessa sitä voimakkaasti, osan kehuessa.

Musiikin mediaympäristöä kartoitettiin kysymällä eri medioiden merkitystä musiikkialan näkökulmasta sekä vastaajien tyytyväisyyttä mediakentän eri ilmiöihin.

Musiikkimediaa radio herättää eniten mielipiteitä. Kysymys Yleisradion nykyisestä roolista jakaa vastaajia. Monet ovat Ylen rooliin erittäin tyytyväisiä, mutta vastapainoksi verrattain suuri osa vastaajista on siihen myös erittäin tyytymättömiä. Tässä vastaukset eroavat musiikintekijöiden ja taustavaikuttajien välillä: tekijäpuoli on tyytyväisempi Yleen ja vastaavasti taustavaikuttajien joukossa on enemmän erittäin tyytymättömiä. Samoin yritys- ja yhteisöväestöjen joukossa ollaan tyytymättömiä Ylen rooliin – ainoastaan vajaat kuusi prosenttia heistä vastaa olevansa Ylen nykyiseen rooliin erittäin tyytyväinen.

Radiokanavien soittolistojen osalta vallitsee suurempi yksimielisyys: yli 75 % vastaajista on niihin tyytymättömiä, yli puolet vastaajista jopa erittäin tyytymättömiä. Vastaajista ainoastaan alle 6 % arvioi olevansa tyytyväisiä radioiden soittolistoihin. Yritysten joukossa tyytymättömyys on vielä suurempaa: yli 80 % vastaajista on soittolistoihin melko tai erittäin tyytymättömiä.

Radiota pidetään musiikkialan kokonaisuuden kannalta tärkeimpänä medianä.

Kitkerä suhtautuminen radioihin asettuu ymmärrettäväksi, kun tarkastellaan vastaajien kantoja eri medioiden tärkeydestä. Radiota nimittäin pidetään musiikkialan kokonaisuuden kannalta tärkeimpänä medianä. Liki yhtä tärkeäksi arvioidaan televisio. Heti radion ja tv:n kantaan kiilaavat streaming-palvelut ja sosiaalinen media, joiden merkitystä korostavat erityisesti musiikin taustavaikuttajat ja yritykset. Musiikkialan yritykset arvioivat sosiaalisen median jopa kaikkein tärkeimmäksi mediaksi musiikkiteollisuuden kannalta.

Musiikkialan yritykset arvioivat suoratoistopalvelut yhtä merkittäviksi kuin radiot. Perinteinen lehdistö jää vastauksissa uuden median jalkoihin: sekä sosiaalista mediaa että verkkomediaa pidetään yleisesti tärkeämpinä kuin sanomalehtiä tai musiikin erikoislehtiä. Vähiten tärkeäksi musiikkimediaksi arvioidaan kuitenkin blogit.

Muutoin suomalainen musiikkikenttä arvioi median toimintaa melko laimeasti. Tyypillisesti sen toimintaan ei olla erityisen tyytyväisiä muttei toisaalta tyytymättömiäkään. Esimerkiksi kysymyksiin musiikkijournalismin tasosta ja musiikin saamista huomiosta mediassa vastataan melko ympärööräisesti – arvosana on ”ihan kiva”. Pieniä eroja löytyy tarkasteltaessa yritysten ja yksityishenkilöiden vastauksia: mediahuomion jakautumiseen eri musiikkigenrejen välillä ollaan selvästi tyytymättömämpiä yrityksissä, yksityishenkilönä vastanneet puolestaan ovat tähän melko tyytyväisiä.

AVOVASTAUKSISTA POIMITTUA

”Sanomalehdet ovat heikoimmin kiinni musiikkijournalismissa. Niillä olisi kuitenkin edelleen mahdollisuus tarjota laajaa musiikkijournalismia ja syvempiä ilmiöitä. YLE on maan merkittävin musiikkimedia ja sen merkitys vaan korostuu sanomalehtien kaventaessa musiikkijournalismiaan.”

”Suomessa tehdään todella paljon hienoa musiikkia joka jää täysin marginaalimusiikin asemaan sen takia että radiossa tavalliset ihmiset ei sitä vahingossakaan kuule. Radio Suomi olisi mielestäni sopiva kanava tuomaan sitä musiikkia esille. Iskelmä-/popmusiikkisoittolistoihin täytyisi sekoittaa esim. kansanmusiikkia ja jazzia siinä muodossa joka kolahtaa tavalliseenkin musiikin kuuntelijaan. Tällä tavoin voisi elävän musiikin markkinakenttään laajentua huomattavasti näiden musiikin lajien kohdalla, jos ihmiset tulevat niistä tietoisiksi. Siispä ehdotan marginaali-soittolistan lisäämistä Radio Suomeen tasavertaisena iskelmä/pop- musiikin rinnalle.”

”Sinänsä soittolistat ovat mielestäni hyvä juttu. Listoilta valikoitumisen keinovalikoima on laaja ja suurelta osin noudattaa luonnollisia ihmisen yhteiselön lakeja. Nykyäänhän soittolistoilta valikoituu kappaleita myös erilaisten nettäänestysten kautta. Äänestys on sinänsä oikein hyvä juttu, mutta varsinkaan internet äänestyskellä, missä ei vaadita henkilökohtaista tunnustautumista, ei ole käytännössä minkäänlaista totuudenmukaista arvoa.”

Elävä musiikki – ”Business as usual”

Elävän musiikin kenttä jakaa vastaajia. Osa uskoo konsertointimahdollisuuksien ja live-puolen tulojen lisääntyvän, osa vähenevän. Väestön ikääntymisen ei uskota vaikuttavan live-kenttään merkittävästi. Festivaalien tarjonnan laajentamiseen musiikkitarjonnan ulkopuolelle suhtaudutaan ristiriitaisesti.

Vaikka elävän musiikin sektorilla nähdään suurimmat kasvun mahdollisuudet sekä alalla yleisesti että musiikkiviennin osalta, yli kolmannes vastaajista kuitenkin arvioi, että keikkailu- ja konsertointimahdollisuudet sekä kotimaan elävästä musiikista saatavat tulot vähenevät lähivuosina. Musiikintekijät näkevät live-puolen tulojen kehityksen erityisen pessimistisesti. Ainoastaan kymmenen prosenttia musiikintekijöistä uskoo, että tulot lisääntyvät seuraavien kolmen vuoden aikana. Musiikkiteollisuus on tämän suhteen kuitenkin selvästi myönteisempi – reilu viidennes yritys vastaajista uskoo live-puolen tulojen kasvuun. Suuriin muutoksiin musiikkikenttä ei kuitenkaan usko, vaan enemmistö kaikista vastaajista arvioi, että tilanne pysyy ennallaan myös lähivuosina. Myöskään väestön ikääntymisellä ei uskota olevan suurta vaikutusta elävän musiikin kentän tulevaisuuteen: vastaukset jakaantuvat karkeasti tasan niiden kesken jotka uskovat elävän musiikin tilaisuuksien kävijöiden ikääntymisen vuoksi vähenevän, lisääntyvän ja pysyvän ennallaan.

Kysymys siitä, pitäisikö musiikkifestivaalien panostaa tulevaisuudessa entistä enemmän myös muuhun kuin musiikkitarjontaan jakaa musiikkikenttää. Noin 40 % kaikista vastaajista pitää tätä kehitystä toivottavana ja hiukan yli puolet ei. Musiikin taustavaikuttajista sekä yritys- ja yhteisövastaajista kuitenkin noin 64 % kannattaa festivaalien tarjonnan laajentamista musiikin ulkopuolelle. Myös nuoremmat vastaajat suhtautuvat myönteisemmin musiikkifestivaalien tarjonnan laajentamiseen.

Kehityskohteita – Itsensä työllistävien sosiaali- ja eläketurva sekä verotusratkaisut kuntoon!

Tärkeimmiksi yksittäisiksi kehittämiskohteiksi musiikkikentällä arvioidaan itsensä työllistävien sosiaali- ja eläketurva sekä musiikkialaan liittyvät verotusratkaisut. Viranomaiskäytännöistä digitaalisia musiikkipalveluita sekä sosiaaliturvaa ja tekijänoikeuksia koskevat kysymykset kaipaivat vastaajien mukaan kehittämistä. Samoin tekijänoikeuksiin liittyvien epäkohtien kehittämistä pidetään yleisesti hyvin tärkeinä. Kommenteissa nostetaan esiin esimerkiksi tekijänoikeustulojen verotukseen liittyviä kysymyksiä, painotetaan laadukkaana koulutuksen merkitystä, kaivataan alalle parempaa liiketoimintaosaamista ja uusia bisnesmalleja sekä toivotaan korotusta suoratoiston korvaustasoon.

MUSIIKKIALAN YLEISET KEHITTÄMISKOHEET



Itsensä työllistävien sosiaali- ja eläketurva sekä musiikkialan verotusratkaisut ovat tärkeimmät yleiset kehittämiskohteet.

Musiikkialan kehittämiskohteita kysyttiin sekä yleisellä tasolla että tarkemmin viranomaiskäytäntöjen ja lainsäädännön osalta. Lisäksi kysyttiin erikseen tekijänoikeuksiin liittyviä kehittämiskohteita.

Tärkeimmäksi *yleiseksi* kehittämiskohteeksi arvioidaan itsensä työllistävien sosiaali- ja eläketurva – tämä korostuu odotetusti erityisesti musiikintekijöiden keskuudessa, heistä peräti 62 % pitää kysymystä erittäin tärkeänä. Muita tärkeimpien joukkoon nousevia ovat musiikkialaan liittyvät verotusratkaisut, musiikkialan kansainvälinen yhteistyö sekä liiketoimintaosaaminen. Myös yhteistyö muiden luovien alojen kanssa nähdään erittäin tärkeänä kehittämiskohteena.

Arvonlisäverokysymystä sen sijaan pitävät merkittävänä lähinnä yritys vastaajat – heillä se nousee kakkossijalle muiden musiikkialaan liittyvien verotusratkaisujen jälkeen. Myös liiketoimintaosaamista pidetään tärkeänä yritysten ja yhteisöjen keskuudessa. Muut vastausvaihtoehdot saavat mainintoja tasaisesti.

Musiikkialaa koskevia *lainsäädännön ja viranomaiskäytäntöjen* kehityskohteita vastaajat löytävät erityisesti digitaalisia musiikkipalveluita koskevassa lainsäädännössä. Lisäksi sosiaaliturvaa ja tekijänoikeuksia koskevan lainsäädännön kehittämistä pidetään tärkeänä.

Tekijänoikeuksiin liittyviä kehityskohteita puolestaan pidetään yleisesti hyvin tärkeinä ja niitä löydetään tasaisesti lähes kaikista kysytyistä näkökohdista; korvaustaso, oikeuksista sopiminen, tekijänoikeuksien täytäntönpäytäntö (loukkauksiin puuttuminen) sekä toimivat tekijänoikeusmarkkinat ovat kaikki vastaajille tärkeitä. Ainoastaan sisältöjen parempi saatavuus EU:ssa saa vähemmän mainintoja, mutta sitäkin pitää erittäin tärkeänä kehityskohteena liki neljännes vastaajista.

AVOVASTAUKSISTA POIMITTUA

”Tekijänoikeuslaki sekä esim. verotukseen liittyvät asiat ovat tärkeitä. Lause ’Ruot-sissa on paremmin’ toimii jo tekijänoikeustulojen suhteen liittyen esimerkiksi firmalle tulouttamiseen. Asioihin pitäisi saada lisää kilpailukykyä sekä yritykset pitäisi saada panostamaan enemmän kansainvälistymiseen. Nyt näperrellään turval-lisesti omalla markkinalla eikä lähdetä haastamaan.”

”Koska äänitteiden myynnistä saatavat tulot pienenevät, on yksinkertaisesti pakko keksiä uusia keinoja saada tuloja musiikin myynnistä. Tässä uudet palvelualustat ja uudet liiketoimintamallit ovat avainasemassa. Yksityisyrittäjien eläke- ja sosi-aaliturva on keholla tasolla.”

”Koko alan pitäisi olla yhtenäisempi, jotta saataisiin välitettyä vahva viesti siitä, että musiikkia tekevät ammattilaiset ovat tosiasia ja että muusikko on ammatti siinä missä putkitekniikkokin. Koulutuksessa panostaisin enemmän laatuun kuin määrään.”

”Suoratoistopalvelut ovat jo nyt keskeisin musiikin julkaisun väline. Lainsäädäntö laahaa jäljessä. Joukkorahoitus on alati kasvava rahoitusmuoto, jonka lainsäädäntöä voisi keventää, jotta rahoituksen saaminen helpottuisi.”

”Streaming-palveluiden korvaustasoa pitäisi nostaa ja kohdistaa niin, että myös pientuottajat saisivat tilityksiä aina eikä satunnaisesti. Myös YouTuben korvaukset kuntoon.”

”Sen sijaan että pitäydettäisiin vanhanaikaisesti vain kahdessa työnteon kategoriassa, pitäisi antaa mahdollisuus myös tuoreemmille (tai jostain näkökulmista uusvanhoille) työn tekemisen tavoille, jotka ovat olleet tyypillisesti osa vapaan kentän toimintaa (itsensätyöllistäjät, freelancerit). Myös tekijänoikeuslaki pitäisi tuoda tähän päivään samalla kun markkinoita pitäisi voida avata enemmän. Uskon myös musiikkiviennin kasvavan yhdeksi merkittävimmistä suomalaisen viennin valteista peliteollisuuden ohella.”

Nuorilla riittää uskoa tulevaisuuteen

Suuri osa vastaajista arvioi pärjäävänsä taloudellisesti paremmin tulevaisuudessa kuin vuosi sitten. Alle 30-vuotiaat vastaajat uskovat toimeentulonsa paranevan eniten – toisaalta heidän tulotasonsa on vastaajista matalin. Musiikkikentän näkemyksen mukaan taloudelliseen toimeentuloon tulevaisuudessa vaikuttaa monet tekijät, joista merkittävimmiksi arvioidaan yleisen taloudellisen tilanteen ja kuluttajakäyttäytymisen kehittyminen sekä julkisen tuen saatavuus.

Musiikkialan työtilannetta kartoitettiin kysymällä vastaajien taloudellista tilannetta sekä siihen kriittisesti vaikuttavia tekijöitä. Suomalaisen musiikkikentän toimijat kokevat tilanteensa pysyneen pääasiassa ennallaan eikä tulevaisuudessa odoteta olevan suuria muutoksia näköpiirissä.

Vuodentakaiseen verrattuna ”samaa malliin” menee yli 60 % vastaajista. Reilut 20 % vastaajista kokee tilanteensa vuoden takaista huonommaksi. Vastaavasti hieman yli 15 % arvioi, että vuoden takaiseen verrattuna tilanne on nyt jonkin verran tai merkittävästi parempi.

Samansuuntaisia tuloksia saadaan kysyttäessä vastaajien omaa arviota taloudellisesta tilanteestaan tulevaisuudessa. Musiikkialan toimijoiden tilanne vuoden päähän katsottaessa näyttää varsin samalta kuin tarkasteltaessa nyt vuodentakaista tilannetta. Selvä enemmistö arvioi tilanteensa pysyvän ennallaan. Sen sijaan hieman suurempi osuus (18 %) näkee tilanteensa kohentuvan enemmän kuin heikkenevän (14 %) vuoden kuluessa.

Merkittäviä eroja ei löydy tarkasteltaessa vastauksia maantieteellisesti tai ammattiryhmittäin. Sen sijaan nuoremmat näkevät tilanteensa keskivertovastaa- jaa valoisampana sekä nyt että vuoden päästä. Rajalinja kulkee noin 40 ikävuo- den tienoilla. Sitä nuoremmat uskovat tilanteensa pysyvän samana tai hienoksel- taan paranevan, kun taas yli 40-vuotiaat näkevät keskimäärin tilanteensa pysyvän samana tai hiukan heikkenevän.

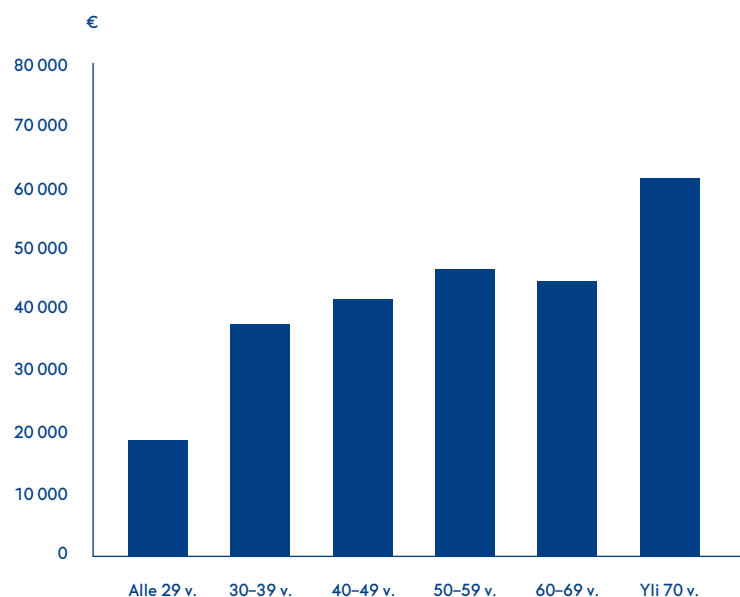
Tulot kasvavat läpi uran

Barometrin lopuksi vastaajille annettiin mahdollisuus kertoa vuoden 2015 tulonsa ja osuus, joka niistä on tienattu musiikkialalta. Tulonsa kertoi yli 400 vastaajaa. Tuloksessa on huomioitu vain kokoaikaisesti musiikkialalla toimivat vastaajat – näin jäljelle jäi 371 tulonsa ilmoittanutta, 55 % vastaajista. Barometrin perusteella kokoaikaisesti musiikkialalla toimineiden keskitulo vuonna 2015 oli 42294 euroa. Vastaavasti mediaanitulo eli vastaajien tulojen keskimäinen arvo oli 38000 euroa. Barometriin vastanneiden tulot ovat jonkin verran korkeammat kuin suomalaisten keskiansio, sillä kaikkien suomalaisten kokoaikais- ten palkansaajien kokonaistulojen keskiarvo vuonna 2014 oli 41350 euroa ja mediaani 36825 euroa.⁴

Ikäryhmittäin tarkasteltuna barometriin vastanneiden tulot vaihtelevat huomattavasti. Tulot kasvavat tasaisesti läpi työuran, kunnes eläkkeellä hieman putoavat. Kuitenkin kyselyyn vastanneet yli 70-vuotiaat ovat selvästi suurituloisin ikäryhmä. Alle 30-vuotiaat joutuvat tyytymään alle 20000 euron vuosiansioihin, kun yli 40-vuotiaat vastaajat tienavat suunnilleen saman verran kuin kokoai- kaisesti työssä käyvät suomalaiset keskimäärin, reilut 40000 euroa vuodessa. Yli 70-vuotiaiden vastaajat tulojen keskiarvo taas on yli 60000 euroa vuodessa. Tässä on kuitenkin syytä huomioida, että yli 70-vuotiaita vastaajia on barometrissä suhteellisen vähän, jolloin yksittäisten vastaajien tulot vaikuttavat keskiarvoon melko paljon. Tässä kategoriassa myös tulojen vaihtelu on selvästi vastaajajoukon suurinta – vanhimpaan ikäryhmään osuu sekä erittäin suuri- että pienituloisia. Kiinnostavana yksityiskohtana tulojen hajontaa tarkasteltaessa huomataan, että alle kolmekymppisten, samoin kuin kolme- ja nelikymppisten tuloissa on hyvin

⁴Tilastokeskus 2016

KOKOAIKAISESTI MUSIIKKIALALLA TYÖSKENTELEVIEN BAROMETRIN VASTAAJIEN TULOT VUONNA 2015



Vastaajien tulot kasvavat läpi työuran, kunnes eläkeiässä hieman notkahtavat. Eniten tienaa yli 70-vuotiaat vastaajat.

vähän vaihtelua. Sen sijaan yli 50-vuotiaiden vastaajien tulot hajaantuvat laajemmin keskitulon kuitenkin edelleen noustessa.

Maantieteellisesti tarkasteltuna musiikkialan tuloissa näkyy sama ilmiö kuin muidenkin alojen palkoissa: Uudellamaalla tienataan enemmän. Vastaajien tulojen keskiarvoissa Uudenmaan ja muun Suomen välillä on melko suuri ero: Uudenmaan keskitulo on 43 471 € ja muun Suomen 36 674 €.

—
”Suurenkaan hitin säveltäjänä ei Teostotulot ole kovin suuria, jos soitto on ollut pääosin streaming-palveluista”
 —

ALUEELLISISTA EROISTA

Selvästi suurin osa barometrin vastaajista asuu Uudellamaalla, mutta vastaajia on kuitenkin mukana kaikkialta Suomesta. Lisäksi viisi vastaajaa asuu Suomen ulkopuolella. Monista maakunnista vastauksia on kuitenkin kertynyt niin vähän, ettei tilastollinen tarkastelu niiden pohjalta ole mahdollista. Sen sijaan mielekkään vertailuasetelman tarjoaa Uusimaa ja ”muu Suomi”.

Vastauksia alueittain tarkasteltaessa huomataan musiikkikentän olevan maantieteellisesti varsin yhdenmukainen. Eroja muiden maakuntien ja Uudenmaan välillä ei juurikaan ole. Joitain verrattain pieniä eroavaisuuksia aineistosta kuitenkin löytyy. Yksi tällainen – jo edellä mainitun tulotason lisäksi – on saman musiikkialan toimijoiden keskinäisen kilpailun vaikutus omaan menestymiseen. Uudellamaalla alan sisäinen kilpailu koetaan merkittävämmäksi tekijäksi kuin muualla Suomessa. Samoin kansainvälinen kilpailu nähdään Uudellamaalla aavistuksen merkittävämpänä oman menestymisen kannalta. Julkisen rahoituksen saatavuus puolestaan tuntuu olevan tärkeämpi kysymys maakunnissa. Muutoin tulevaisuuden näkymät koetaan hyvin samansuuntaisesti. Toinen eroavaisuus löytyy keikkailu- ja konsertointimahdollisuuksista: maakunnissa uskotaan esiintymisestä saatavien tulojen vähenevän lähivuosina, kun taas Uudellamaalla arvioidaan niiden pysyvän ennallaan tai kasvavan.

Nuoret erityisen myönteisiä tulevaisuudestaan

Mitkä tekijät sitten vaikuttavat musiikkialan työläisten tuloihin ja työskentelymahdollisuuksiin lähitulevaisuudessa? Omaan työhön kriittisesti vaikuttavista tekijöistä kolme merkittävintä arvioidaan olevan a) yleinen taloudellinen tilanne, b) muutokset kuluttajakäyttäytymisessä sekä c) julkisen rahoituksen saatavuus. Yritysten ja yhteisöjen kannalta kolme tärkeintä tekijää ovat muutokset kuluttajakäyttäytymisessä, kulujen kasvu ja musiikin jakelukanavien sekä mediaympäristön muutos.

Huomionarvoista kuitenkin on, että millään yksittäisellä tekijällä ei arvioida olevan *hyvin suurta merkitystä* omaan työskentelyyn seuraavien kolmen vuoden aikana, vaan tulevaisuuden taloudelliseen pärjäämiseen vaikuttavat useat tekijät. Tyypillisesti vastaukset jakautuvat melko tasaisesti skaalan keskivaiheille. Kaikilla kysytyillä tekijöillä on *jonkin verran vaikutusta*. Vähiten merkitystä on vastaajien mukaan musiikkialan sisäisellä kilpailulla.

Kommenttien perusteella huomataan, että eri genreissä nousee esille hieman erilaisia haasteita. Esimerkiksi radiosoiiton kohdistuessa pääasiassa vain pop-musiikkiin, jää laaja kirjo musiikintekijöitä soittolistapohjaisen radiosoiiton ja tätä kautta saatavilla olevien tulovirtojen ulkopuolelle. Toisaalta klassisella kentällä yleinen työllisyystilanne puhuttaa. Myös live-puolen haasteita nostetaan esiin avovastauksissa.

Kulujen kasvu puolestaan jakaa vastaajia. Vaikka se listataan yhdeksi suurimmista tuloihin tulevaisuudessa vaikuttavista tekijöistä, ei se tunnu kaikkia musiikkialalla työskenteleviä huolettavan. Joissakin avovastauksissa todetaan, että näköpiirissä on pikemminkin digitalisoituneen työskentelyympäristön mukanaan tuoma kulujen aleneminen. Lisäksi musiikin jakelukanavien muutos vaikuttaa suoraan tai välillisesti monien tulevaisuuteen.

Kulujen kasvu ei vaikuta: menneisiin vuosikymmeniin verrattuna nykyinen digitaalinen workflow on todella kustannustehokas.

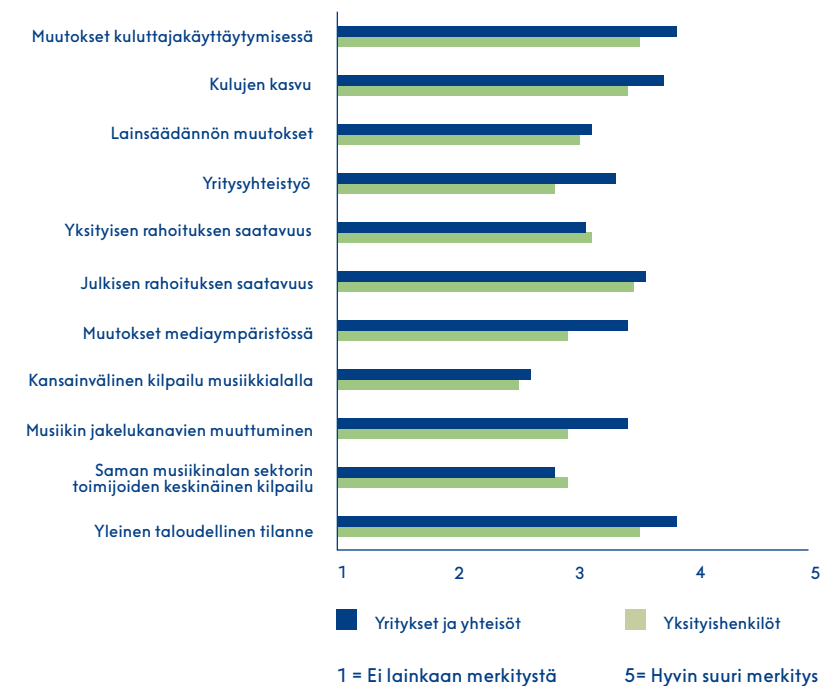
Jakelukanavien muutos (spotify etc.), mediaympäristön muutos (some) ja kuluttajakäyttäytymisen muutos (sinkkupainotteinen kulutus) vaikuttaa työhöni biisintekijänä ja levyttävänä artistina paljon. Kulujen kasvua en näe tulevaisuudessa, päinvastoin.

Esiintyvänä säveltaiteilijana eläminen ei kohta ole enää laskettavissa suurelle osalle muusikkoja elinkeinoksi, koska sillä ei kerta kaikkiaan elä. Elävästä musiikista ollaan valmiita maksamaan jatkuvasti entistä vähemmän. Kuitenkin matkustuskulut vain nousevat, joten yhtälö ei kerta kaikkiaan täsmää.

Musiikki netissä vei parhaiten osaamani albumikulttuurin ja fyysiset levyt läheltä pois markkinoilta ja tulot vähenivät merkittävästi, vaikka ”kaikki kuuntelevat” musiikkia jatkuvasti. Live-rintamalla vahvimmat pärjäävät, marginaalilla on heikosti yleisöä ja liksaa.

Pop-genreissä streaming-pohjaiseen kulutukseen siirtymisen koetaan vaikuttavan artistien tuloihin paitsi levymyynnin kautta, myös musiikintekijöiden tulotasoon ainakin Teosto-korvausten supistuessa: ”Suurenkaan hitin säveltäjänä ei Teostotulot ole kovin suuria, jos soitto on ollut pääosin streaming-palveluista”, eräs vastaaja kirjoittaa. Toinen huomioi, että ”suoratoiston läpimarssi on vaikuttanut entisenlaiseen tekijänoikeuskorvausjärjestelmään ja oleellinen osa korvauksista on kadonnut.” Myös yrityksissä ollaan huolissaan musiikinkulutuksen muutoksesta: ”Tekijänoikeusjärjestöt ovat liian hitaasti ottaneet kantaa Spotifyn ja YouTuben lailliseen piratismiin. Näiden mitättömät korvaukset tekevät äänitteiden julkaisemisen erittäin vaikeaksi”, kiteyttää eräs vastaaja omia haasteitaan.

OMAA TYÖSKENTELYNI KRIITISESTI VAIKUTTAVAT TEKIJÄT SEURAAVIEN KOLMEN VUODEN AIKANA



Julkinen rahoitus tuntuisi vaikuttavan erityisesti opetuslalla sekä orkesteri-muusikkoina työskentelevien tilanteisiin. ”Kaupunginorkesterin muusikkona julkisella rahoituksella on ratkaisevan suuri merkitys työpaikalleni”, eräs vastaaja kiteyttää. Toinen kirjoittaa: ”Suurin osa tuloistani koostuu keikkatöistä kunnallisissa kulttuurilaitoksissa. Kun ohjelmistot suunnitellaan niin, ettei lisäsoittajia/laulajia tarvita, ei minulle riitä töitä kuin sairaslomasijaisuuksista.”

Myös ulkomaille suuntaavat musiikintekijät näkevät julkisen rahoituksen leikkaamisen uhkana vientitukien vähenemisen myötä: ”Julkisen rahoituksen saatavuus, mukaan lukien vienti- tai muu hankerahoitus, vaikuttaa eniten tilanteeseen.” Sama ilmiö toistuu myös klassisen musiikin kentän yhteisöjen vastauksissa: ”Orkesteri on menettänyt valtionavusta 67 000 € lyhyen ajan sisällä. Jos sama kehitys jatkuu, joudutaan kirjaimellisesti irtisanomisiin, koska orkesteri ei enää pysty toimimaan.”

Toisaalta esimerkiksi popkentällä julkinen rahoitus ei kosketa kaikkia tekijöitä: ”Julkinen rahoitus ei hirveästi kosketa eikä kiinnosta minua pop-musiikin tekijänä”, kirjoittaa eräs vastaaja.

Merkittävimmäksi musiikkialan työläisten toimeentuloon vaikuttavaksi tekijäksi barometrissä arvioitu ”yleinen taloudellinen tilanne” tuntuu vaikuttavan välillisesti lähes kaikkien musiikintekijöiden arkeen. ”Työskentelen pääasiassa keikkamuusikkona. Merkittävimpinä vaikuttajina pitäisin taloudellista tilannetta niin yhteiskunnan kuin yksilönkin tasolla, ts. onko rahaa maksaa keikoista.” Toinen vastaaja kuvaa näkemystään: ”Kulttuuriala on suhdanneherkkää, oli se markkinaperusteisesti tai apurahoin rahoitettua. Taloustilanteen heilahtelut näkyvät tosin usein vasta muutaman vuoden kuluttua muutoksesta.”

Miltä näyttää musiikkiala kolmen vuoden kuluttua? Yhteenvedoa ja pohdintaa

Kyselyn lopuksi vastaajille tarjottiin mahdollisuus esittää vapaasti näkemyksiään musiikkialan kehittymisestä tulevien kolmen vuoden aikana. Esiin nousevat pitkälti samat teemat ja näkökulmat kuin muidenkin kysymysten kohdalla. Muun muassa digitalisaation tuoma murros ja sen vaikutukset musiikkialan tuloihin, julkisen tuen merkitys marginaalisempien genrejen toimeentulolle, kaupallisuuden ja taiteen suhde, koulutuksen merkitys sekä musiikkiviennin kysymykset herättävät kommentteja.

Levymyynti on jyrkässä laskussa eivätkä suoratoistopalveluiden kasvavat tilitykset ole toistaiseksi onnistuneet kompensoimaan menetettyjä tuloja musiikinteki-

jöille. Äänitemyyntin kokonaismarkkinan lasku kuitenkin taittui vuoden 2016 alkupuoliskolla⁵, siis samaan aikaan kun barometrin vastauksia kerättiin. Vaikka levy-yhtiöiden artisteille tilittämä rojaltprosentti on IFPI:n selvitysten mukaan noussut suoratoistoon siirryttäessä⁶, ei suoratoistopalveluiden levyteollisuuteen tuoma kasvu kuitenkaan vielä barometrin vastausten perusteella näy musiikintekijöiden tuloissa. Tämä saattaa johtua rojalten ja tekijänoikeustulojen tilitysten viiveestä tai kasvun epätasaisesta jakautumisesta musiikkityöliien kesken.

Avovastauksista käykin ilmi, että digitalisaatio näyttyy musiikkialan toimijoille eri tavoin. Toistaiseksi vaikuttaa siltä, että suoratoistopalveluiden suurin soitto ja näin myös kasvu kohdistuu pääasiassa monikansallisten levy-yhtiöiden julkaisemaan popmusiikkiin⁷, eivätkä barometrin vastaajat tunnu odottavan digitalisaation tuoman kasvun kohdistuvan tulevaisuudessaakaan musiikkikentän laidoille. Eräs vastaaja kirjoittaa: ”Vaikka digitalisaatio luo valtavia mahdollisuuksia, kasvaa ja vahvistuu, se ei edelleenkään tuo valtavia tulovirtoja pienelle musiikkialan yritykselle kolmen vuoden kuluttua. Tämä johtuu siitä, että on tulovirrat ovat a) epäoikeudenmukaisesti jaettuina b) hinnat ovat poljettuja ja niihin ei voi vaikuttaa.” Toinen vastaaja arvioi: ”Varmasti mennään yhä hittivetoisempaan suuntaan ja marginaalisemman musiikin tekemisen edellytykset heikkenevät”.

—
**Menestyksenkäs teosvienti tukee
 kotimaista musiikkikenttää
 monipuolisesti, yhtä lailla kuin
 aktiivinen elävän musiikin toiminta
 luo aluetaloudellisia vaikutuksia
 muillekin toimialoille.**
 —

”Live-puolella perinteisillä bändeillä ja orkestereilla on tiedossa kovat ajat. DJ-vetoinen keikkailu tulee jyräämään kustannustehokkaampana. Eli Rap, EDM ynnä muu ”ei perinteinen bändimusa”. Toisaalta uusia mainstream-suuntauksia ja tähtiartisteja nousee makuuhuonestudioista”, eräs vastaaja arvioi. Popin valtavirran kehityksen nähdään kulkevan suuntaan, joka ei suosi perinteistä musiikon ammattia.

Myöskään pienemmät, marginaalisempaa musiikkia julkaisevat toimijat eivät vielä ole löytäneet taloudellisesti kestäviä toimintamalleja digitalisaation tuomien muutosten jälkeen. Tähän odotetaan helpotusta suoratoistopalveluiden tilityksen

⁵ IFPI 2016

⁶ Rechardt 2015⁷ Worldwide Independent Network 2016.

⁷ Lisäksi esim. Spotifyn viikoittaiset TOP 100 -listat. (Spotify 2016).

user centric -mallista. Mutta myös julkisen rahoituksen roolin arvioidaan säilyvän tärkeänä musiikkikentän moninaisuuden turvaamisessa.

”Näyttää siltä, että seuraavina vuosina artistien niskaan kaatuu yhä enemmän kulurakenteesta: apurahoista tulee elinehto ja moni musiikkialan ammattilainen joutuu etsimään muita töitä, mikäli parannuksia ei tule tekijänoikeustulojen ja digitulojen suhteen. Kaivataan myös vahvaa otetta järjestöiltä ja kansalaisilta sekä valtiolta halua tukea suomalaista musiikkia, jotta kolmen vuoden päästä ei olla tosi pahassa suossa.”

Myös myönteisempiä näkemyksiä tulevasta kehityksestä on. Eräs vastaaja arvioi, että ”marginaalimusiikkia soittavat radiokanavat tulevat yleistymään, kun radionkuunteluun tottunut keski-ikäistyvän väen maku muuttuu ja kehittyy.” Kommentteissa povataankin musiikkigenrejen yleisöjen segmentoituvan entisestään ja eri genreille kehittyvän omia toimintatapojaan niin live-esittämisen kuin uuden musiikin julkaisemisen osalta. Myös mediakentän ennakoidaan sirpaloituvan genreittäin entisestään.

—

**Koulutuksella nähdään olevan merkitystä paitsi
musiikkikentän tekijöiden ammattitaidon
ja monipuolisuuden takaajana, myös
asiantuntevan yleisön kasvattajana.**

—

Koulutuksen rooli musiikkialan tulevaisuuden turvaajana tuodaan esiin monissa kommentteissa. Sillä nähdään olevan merkitystä musiikkikentän tekijöiden ammattitaidon ja monipuolisuuden takaajana sekä asiantuntevan yleisön kasvattajana. Julkisen tuen merkitys puolestaan nähdään merkittävänä useastakin näkökulmasta. Musiikkiviennin vauhdittamiseksi ja suomalaisen musiikkikentän tueksi barometrissä ehdotetaan muun muassa uusia joustavia tukimuotoja, jotka hyödyttäisivät niin kansainvälistymistä kuin kotimaista musiikkielämää laajemminkin.

Jälkikiteellisessä yhteiskunnassa kulttuurituotteisiin liittyy yhä enemmän erilaisia konkreettisia sekä symbolisia kaupallisia arvoja, joiden kaikkia kerrannaisvaikutuksia on hankala hahmottaa. Musiikkivienti ja aktiivinen kotimainen musiikkikenttä tukevat toisiaan. Esimerkiksi menestyksekkäs teosvienti tukee kotimaista musiikkikenttää laajemmin yhtä lailla kuin aktiivinen elävän musiikin toiminta luo merkittäviä aluetaloudellisia vaikutuksia välillisesti muillekin toimialoille.

Luovat alat, musiikkiteollisuus niiden ytimessä, nähdäänkin monissa tutkimuksissa⁸ yhä merkittävämpinä taloudellisen toiminnan katalysaattoreina, ja tämä ilmiö tunnustetaan myös barometrin avovastauksissa.

Taidetoiminta tuottaa taloudellista aktiivisuutta. EU:n tutkimuksen mukaan yhteiskunnan tuki taiteelle tuottaa kolminkertaisesti. Taidetoiminta on työvoimaintensiivistä, pitkäjänteistä, sitoutunutta ja tehokasta. Taidetoiminta työllistää eri alojen ammattilaisia laajasti. Taiteen rinnalla kehittyy uutta luovaa taloutta. Tähän vastataksaan koko taidekenttä kuitenkin tarvitsee rakenteita, jotka mahdollistavat riskinoton ja toiminnan jatkuvuuden. Lisäksi tarvitaan enemmän joustavia ja ketteriä apurahamalleja, joissa päätöksenteko on nopeaa.

Tämänhetkinen hallitus jatkaa kulttuurialan rahoituksen supistamista ja tekee siinä suuren virheen. Kulttuurialan tukea pitäisi nimenomaan lisätä, kehittää kulttuurimatkailua, jotta Suomeen saadaan taiteen- ja musiikinnälkkeitä yleisöä ulkomailta. Myös äänitteiden myynti on yhä merkittävämmässä yhteydessä live-esiintymisiin, joiden yhteydessä äänitteitä myydään. Tukien lisääminen konsertti-toimintaan ja tapahtumatuotantoihin piristäisi myös äänitemyyntiä.

Musiikkivienti ja sen kasvattaminen sekä yleisemmin kansainvälinen yhteistyö ovatkin monien vastaajien mukaan elinehtoja suomalaisen musiikkikentän kehittämisessä lähitulevaisuudessa.

Suomalainen taidekenttä on kansainvälisesti verkostoitunutta ja arvostettua. [--] Taiteen kansainvälisyys työllistää ja nostaa taiteen laatua vaikutteiden vaihdon kasvaessa. Kansainvälisyys on elinehto musiikkialan kehittymiselle.

Toivottavasti kolmen vuoden päästä kansainvälinen toiminta on lisääntynyt, sekä musiikkivienti että -tuonti. Kiertueita kansainvälisesti, eli suomalaiset ja ulkomaalaiset muusikot voisivat tehdä yhteistyötä ja konsertointi olisi mahdollista sekä Suomessa että ulkomailla. [--] Uusia, joustavampia tukia, jotta tämä on mahdollista, tarvitaan sekä välittävälle portaalille että esiintyjille.

Viennin merkityksen lisäksi vastauksissa tuodaan esiin myös sekä julkisen tuen merkitys musiikkikentän moninaisuuden vaalimisessa että taiteen itseisarvoinen luonne musiikkikentän moninaistuvan ja kansainvälistyvän toimenkuvan paineissa: ”Taiteilijan työnkuva on esimerkki nykyaikaisesta työntekijästä, joka luo oman työnkuvansa luovuuden, vaihtuvan ansaintalogiikan, verkostoitumisen, liikkuvuuden ja joustavuuden kautta. Miten määrittelimme ja puolustamme taiteen itseisarvoa talousliberalistisessa yhteiskunnassa nyt ja tulevaisuudessa?”

⁸ Esim. Florida 2002, European Commission 2010, Ruokolainen ym. 2016, Sirppiniemi 2014.

Toinen vastaaja käyttää hieman jyrkempiä sanoja: ”Minusta huomiota pitäisi kiinnittää enemmän sisältöihin, osaamisen tasoon, biiseihin, teksteihin ja sen sellaiseen. Bisnes edellä eteneminen tuottaa vain bulkkitasoista sisältöä. Musiikilla voidaan tehdä ihmisten elämästä parempaa, mutta taiteen tarkastelu pelkkänä liiketoimintana on banaalia ja irvokasta.”

Kaupallisuuden ja taiteen suhde lienee loputon keskustelu. Kommenteissa kuitenkin nostetaan esiin, että laadukkaat sisällöt löytävät yleisönsä genrestä riippumatta, ja parhaassa tapauksessa ne kiinnostavat myös Suomen rajojen ulkopuolella. Laadukkaan musiikin luominen kuitenkin vaatii aikaa ja työpanosta, mikä puolestaan edellyttää taloudellisia resursseja. Tämä tuntuukin olevan kysymys, johon moni barometrin huolenaiheista palautuu. Kuinka turvata musiikin tekijöiden mahdollisuus hyödyntää ammattitaitoaan työssään täysipainoisesti? Kuinka voidaan parhaiten tukea itseään vahvistavaa kehää: laadukkaan, kaupallisesti kestävästi luomista, sen viennin vauhdittamista sekä musiikkikentän uusien ruohonjuurien kasvattamista?

Lopuksi

Musiikkitoimialan barometrikysely toteutettiin nyt ensimmäistä kertaa. Tarkoituksena oli tuoda aiemmin kerätyn toimialatiedon rinnalle myös laadullisempaa näkemystä musiikkikentän tuntemuksista ja tulevaisuusnäkyistä. Barometrin tuloksia tilastollisesti tarkasteltaessa näyttää siltä, että Suomen musiikkikenttä kokee sekä alan tulevan kehityksen että oman tilanteensa alalla pääasiassa hyvin yhdenmukaisesti. Merkittäviä eroja eri vastaajaryhmien, esimerkiksi musiikintekijöiden ja taustavaikuttajien, välillä ei juuri nouse, vaan musiikkikenttää koskevat melko yhteiset yleiset huolet, ja alan toimijat näkevät uusia mahdollisuuksia samoissa suunnissa. On kyse sitten freelance-muusikosta, kapellimestarista, festivaalin promoottorista tai musiikinopettajasta, eri tehtävissä musiikin parissa työskentelevät vastaavat kysymyksiin omasta tilanteestaan ja alan näkymistä pääpiirteissään hyvin samalla lailla.

Kommenttikenttien avovastauksista kuitenkin löytyy monipuolisia näkemyksiä alaan, ja vastaajien kommentteja onkin nostettu esiin pitkin raporttia. Yksittäisten vastausten perusteella on vaikea tehdä luotettavia johtopäätöksiä, mutta vaikuttaisi siltä, että yksi tärkeä kokemusta määrittävä tekijä on vastaajan edustama musiikkigenre. Eroja näkemyksissä tuntuisi löytyvän ennemminkin eri genrejen edustajien kuin alalla eri tehtävissä toimivien välillä. Genretietoa ei barometrissä kysytty erikseen, mutta eri musiikkityylien edustajien näkemyksiä voisi olla kiinnostavaa tarkastella tarkemminkin barometrin seuraavassa toteutuksessa: esimerkiksi räppäriin tulonmuodostus ja työura ovat erilaiset kuin klassisella sellistillä, mutta missä kokemukset eroavat, mistä löytyy yhteisiä näkemyksiä?

Ensimmäinen musiikkitoimialan barometri tarjoaa laajan katsauksen alan tuntemuksiin ja tulevaisuuden näkymiin keväällä 2016. Ajankohtaisista haasteista huolimatta musiikkialan toimijat näkevät tulevaisuudessa paitsi kehitettävää, myös paljon uusia mahdollisuuksia. Barometri antaa kuvan yhtenäisestä musiikkikentästä, jonka toimijat tunnistavat terävästi epäkohtia, mutta uskovat myös tulevaisuuteen

Lähteet

European Commission (2010) Green Paper - Unlocking the potential of cultural and creative industries. [viitattu 28.8.2016] Saatavissa: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A52010DC0183>

Florida, Richard (2002) *The Rise of the Creative Class*. Basic Books: New York.

IFPI (2016) Äänitemyynnin vuoden 2016 ensimmäisen puolikkaan kasvu tarkentui melkein 10 prosenttiin – Universal Music Suomen suurin musiikkiyhtiö. Uutinen IFPI:n www-sivuilla. [Viitattu 26.8.2016] Saatavilla: <http://ifpi.fi/uutiset/arkisto/aanitemyynnin-vuoden-2016-ensimmaisen-puolikkaan-kasvu-tarkentui-melkein-10-prosenttiin---universal-music-suomen-suurin-musiikkiyhtio>

Music Finland (2016) *Suomalaisen musiikkiviennin markkina- arvo 2015. Raportti* (julkaistaan lokakuussa 2016).

Nordenstreng, Markus (2015) Reilumman kaupan suoratoistoa. [viitattu 26.8.2016] Saatavilla: <http://www.elvisry.fi/kolumni/reilumman-kaupan-suoratoistoa>

Rechardt, Lauri (2015) Streaming and Copyright: a Recording Industry Perspective. *WIPO Magazine*. [Viitattu 28.8.2016] Saatavissa: http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2015/02/article_0001.html

Ruokolainen, Olli & Suutari, Timo & Kolehmainen, Jari & Kujala, Susanna & Törmä, Hannu (2016) Pitävä ote kulttuuritoimintojen aluetaloudellisista vaikutuksista ja merkityksistä? Tapauksena Seinäjoen rytmimusiikkiklusteri. *Alue ja ympäristö 45:1* (2016) ss. 95–110. Saatavissa: http://www.ays.fi/aluejymparisto/pdf/aluejymp_2016_1_s95-110.pdf

Sirppiniemi, Ano (2014) Hittibiisit vaikuttavat koko yhteiskuntaan – työtä, myyntiä ja hyvinvointia. Blogikirjoitus. [viitattu 28.8.2016] Saatavissa: <http://www.teosto.fi/teostory/hittibiisit-vaikuttavat-koko-yhteiskuntaan---tyota-myyntia-ja-hyvinvointia>

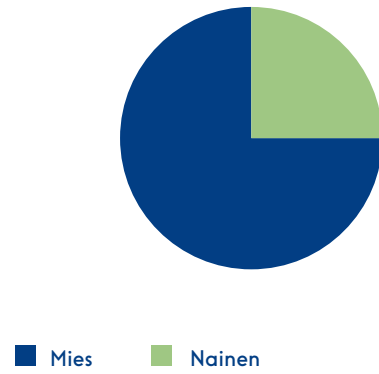
Spotify (2016) *Spotifyn viikoittaiset TOP 100 -listat*. [viitattu 28.8.2016] Saatavissa: <https://www.spotifycharts.com/regional>

Tilastokeskus (2016) *Suomen virallinen tilasto (SVT): Palkkarakenne* [verkkójulkaisu]. ISSN=1799-0076. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 25.8.2016]. Saatavissa: <http://www.stat.fi/til/pra/index.html>

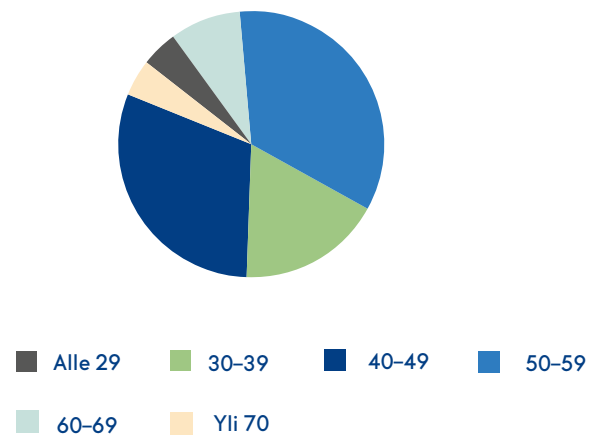
Worldwide Independent Network (2016) *Worldwide Independent Market Report. The Global Economic & Cultural Contribution of Independent Music*. Saatavissa: <http://winformusic.org/files/WINTEL%202015.pdf>

Liite 1

VASTAAJAT PÄHKINÄNKUORESSA

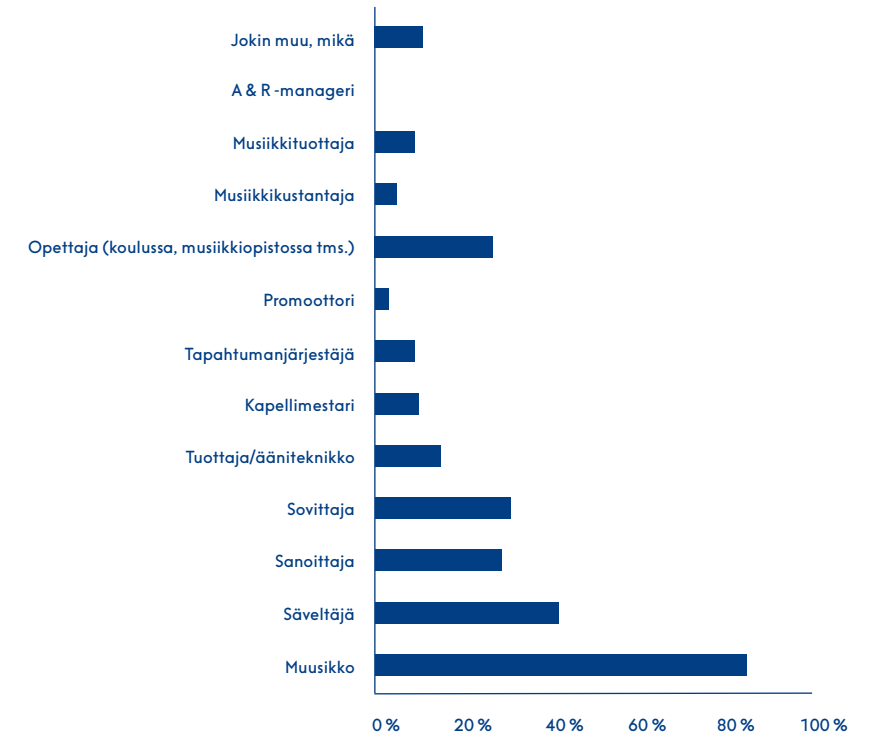


Noin kolme neljästä vastaajasta on miehiä.



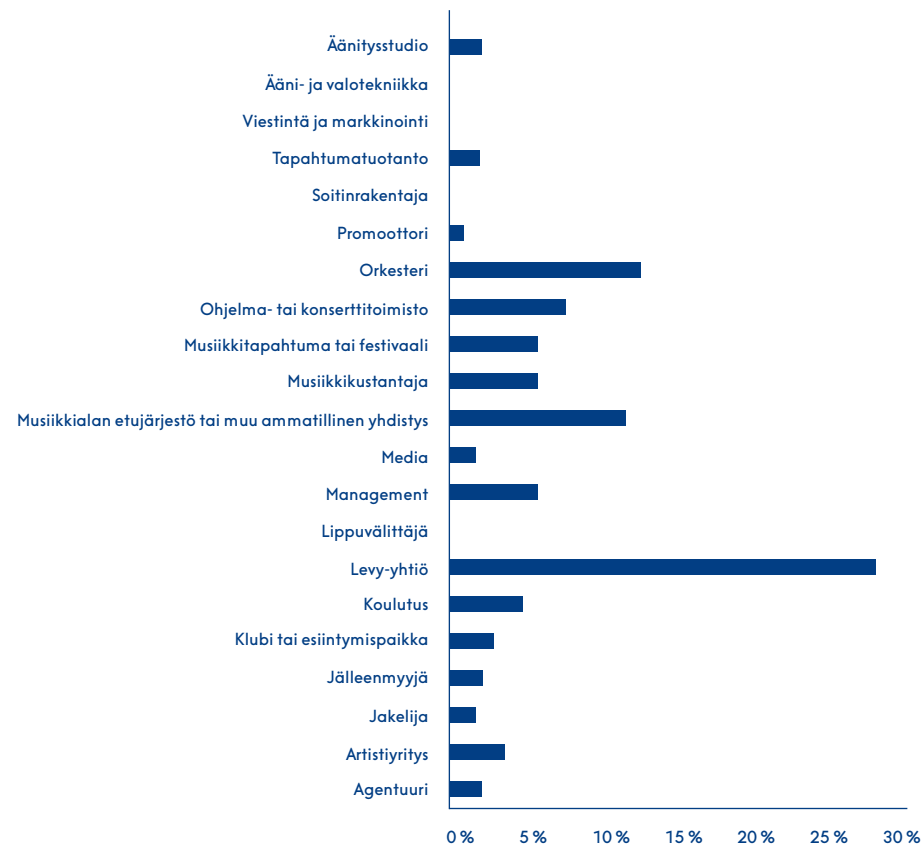
Yli puolet vastaajista on 40-59-vuotiaita.

KAIKKI (KA: 4.17, HAJONTA: 3.58) (VASTAUKSIA: 554)



Suurin osa vastaajista on muusikoita. Lähes 15 % vastaajista toimii tuottajana tai ääniteknikkona ja yli 10 % kapellimestarina. Yli kolmannes vastaajista on opettajia. Vastauslomakkeessa oli mahdollista vastata useampi toimenkuva, mikä selittää esimerkiksi muusikoiden suuren osuuden – moni on mahdollisen muun musiikkialan toimen ohella myös muusikko.

Yritysten ja yhteisöjen toimialat



Yrityksen tai yhteisön puolesta vastanneiden joukossa levy-yhtiöt ovat suurin ryhmä.

MUSIIKISTA - KAIKKI MITÄ HALUAT
TIETÄÄ SUOMALAISESTA

Music Finland