

MUSIIKINKUUNTELU SUOMESSA 2024

Kari Tervonen

Johtava tutkija

Omnicom Media Group



TEOSTO

Taustaa

- Norstat haastatteli kuluttajapaneelistaan **1 041 suomalaista** elokuussa 2024.
- Vastaajiin haimme sekä 13–15- että 16–18-vuotiaiden ryhmistä molempiin 125 vastaajaa, ja painotimme sitten heidän osuutensa alas vastaamaan väestöosuutta.
- **Päätulokset painotettiin vastaamaan suomalaisia 13–75-vuotiaita iän ja sukupuolen mukaan valtakunnallisesti.**
- Tutkimusten tulosten analysoija on Omnicom Media Groupin pitkän linjan arkikäyttäjymisen tutkija **Kari Tervonen**.
- Musiikkialan ammattilaisia edustavat työryhmässä **Johanna Laitinen** Teostosta ja **Tommi Kyyrä** Musiikkituottajat IFPI Finlandista.
- Tutkimus tuottaa sarjallista tietoa pitemmän aikavälin muutoksista suomalaisten musiikinkuuntelutavoissa.



Tarkastelemme aina kyselyiden tuloksia käytössä olevia faktoja vasten.

Peilaamme tuloksia muihin tietolähteisiin ja myös aiempien vuosien havaintoihin.

Teostolla ja Musiikkituottajilla on kattava tietovarasto musiikista.

Vuoden 2024 tutkimuksen teemat

- 1. Livekeikoilla käynti ja käymättömyys**
- 2. Superfanitus ja fanikulttuuri Suomessa**
- 3. Musiikin kuuntelun muutokset**



Keikkakävijöiden määrä oli sama kuin vuonna 2023, harkinneita hurja määrä

OSA 1: Keikoilla käynti ja käymättömyys, lippujen hinnat



Konserteissa käynti elpyi vuonna 2022 nopeasti koronavuosista. Konserttien kävijämäärä kasvoi 2023 edelleen muutamalla sadalla tuhannella viime vuodesta.

Vuonna 2024 konserttikävijöiden osuus suomalaisista pysyi ennallaan.

Lähes kaksi miljoonaa suomalaista (44 % vastaajista) kävi maksullisella keikalla tai festivaalilla vuoden 2024 tammi-heinäkuun aikana.

Suomalaisista 56 % arvioi käyttävänsä rahaa konserttilippuihin täyden vuoden eli 12 kuukauden aikana.

Keikkojen ja konserttien kävijämäärät vuonna 2024 olivat jokseenkin samat kuin 2018 tai 2023. Iäkkäimmissä on yhä jonkin verran niitä, jotka ovat vähentäneet vierailuita tapahtumissa koronan jälkeen.

Katsonut maksullisen livestriimatun keikan	10 %
Käynyt musiikkifestivaaleilla yöpyen	13 %
Käynyt klassisen musiikin konsertissa	22 %
Käynyt musiikkifestareilla yhden päivän vierailulla	23 %
Käynyt muulla maksullisella yksittäiskeikalla	34 %
Käynyt maksuttomalla keikalla	28 %

**Kotimainen keikkakesä oli kohtalainen.
Konserttilippujen myynti laski Nordean
maksukorttitilaston mukaan kuitenkin kesäkuukausina
viime vuodesta yli 20 %.**

**Kaikki tavara- ja palvelukulutus laski muutamia
prosentteja vuodesta 2023.**

**Viime hetken lipunostoja tehtiin viime vuotta enemmän
ja ennakkomyynti toimi hyvin. Heinäkuun 2023 lopussa
oli poikkeuksellinen Coldplay-piikki, joka realisoitui tänä
kesänä neljäksi Olympiastadionin keikaksi.**

Tutkimusluvuihin laskien kesällä 2024...

Keikoilla kävi suomalaisista

- Festareilla, sis. yöpyminen 500 000 hlöä
- Festareilla, päiväkäynti 800 000 hlöä
- Yksittäisellä keikalla 1000 000 hlöä

Harkitsi, mutta jätti käymättä

- 1,5 miljoonaa suomalaista, joista miljoona jätti väliin festarin ja puoli miljoonaa yksittäisen artistikeikan.
- Pakittaneissa oli erityisesti 16-35-vuotiaita.
- Noin miljoona suomalaista kävi kuitenkin ainakin yhdellä festarilla tai keikalla kesän aikana.

Keikkalippujen hintoja pidetään korkeina

- **Lippujen hinta on yli puolella (56 %) keskeinen syy keikka- tai festarilipun ostamatta jättämiseen.**
- Reilulla kolmanneksella (36 %) keskeinen syy on koko reissun kokonaiskulut matkoineen, ruokineen ja juomineen.
- Rahan puute ei ole pelkästään nuorten ongelma, sillä 36-45-vuotiaassa oli niukasti eniten rahan takia käymättä jättäneitä.
- Korkeista hinnoista ärsyyntymisen periaatteellisuudesta kertoo se, että isotuloisimmissa sama osuus jätti keikat väliin hintojen takia kuin keskituloistenkin joukossa.
- Hinnat ovat kaikessa muussakin kulutuksessa kuin keikkalippuhankinnoissa keskeinen syy ostoaikeiden lykkäämiseen.
- **Huomattava osa tapahtumista myytiin ainakin lähes loppuun näilläkin hinnoilla. Mutta jos lippuja jäi isosti myymättä, saattaa hinta selittää pudotusta todella paljon.**



Muut syyt jättää keikka tai festari väliin

Joka neljännellä (25 %) keikkakäynnin pysäytti muiden menojen tuleminen samaan aikaan.

Vähäisempiä mutta merkittäviä käymättä jättämisen syitä ovat:

- Kavereiden mukaan houkuttelun epäonnistuminen **18 %**
- Heikko artistikattaus **18 %**
- Hankaluudet matkojen järjestelyissä **16 %**
- Majoituksen järjestämisen hankaluus **15 %**
- Huono sää **12 %**
- Lippujen huono saatavuus **12 %**

Lisäksi 15 % totesi, ettei sittenkään ollut riittävän kiinnostunut ja 11 %:lla vastaajista asia "vain unohtui".



**Vuonna 2023:
Livemusiikista tulee ihmisille
entistäkin tärkeämpää
kun maailma teknologisoituu**

Samaa mieltä 64%

Eri mieltä 9 %

Ei samaa eikä eri mieltä 27 %

Kesällä 2024 yli puoli miljoonaa suomalaista jätti festivaalit ja noin 300 000 yksittäiset keikat väliin korkeiden lipunhintojen takia.

Lähellekään nollaa ei ole tietenkään realistista päästä, sillä aina on ihmisiä, joiden rahat eivät riitä ylimääräisiin menoihin.

Tapahtumajärjestäjien kannattavuusraja tulee myös vastaan, eikä tuleva pääsylippujen arvonlisäveron korotusuhka ainakaan auta tapahtuma-alaa.

Hotellit ja ravintolat, hinnat ja kysyntä

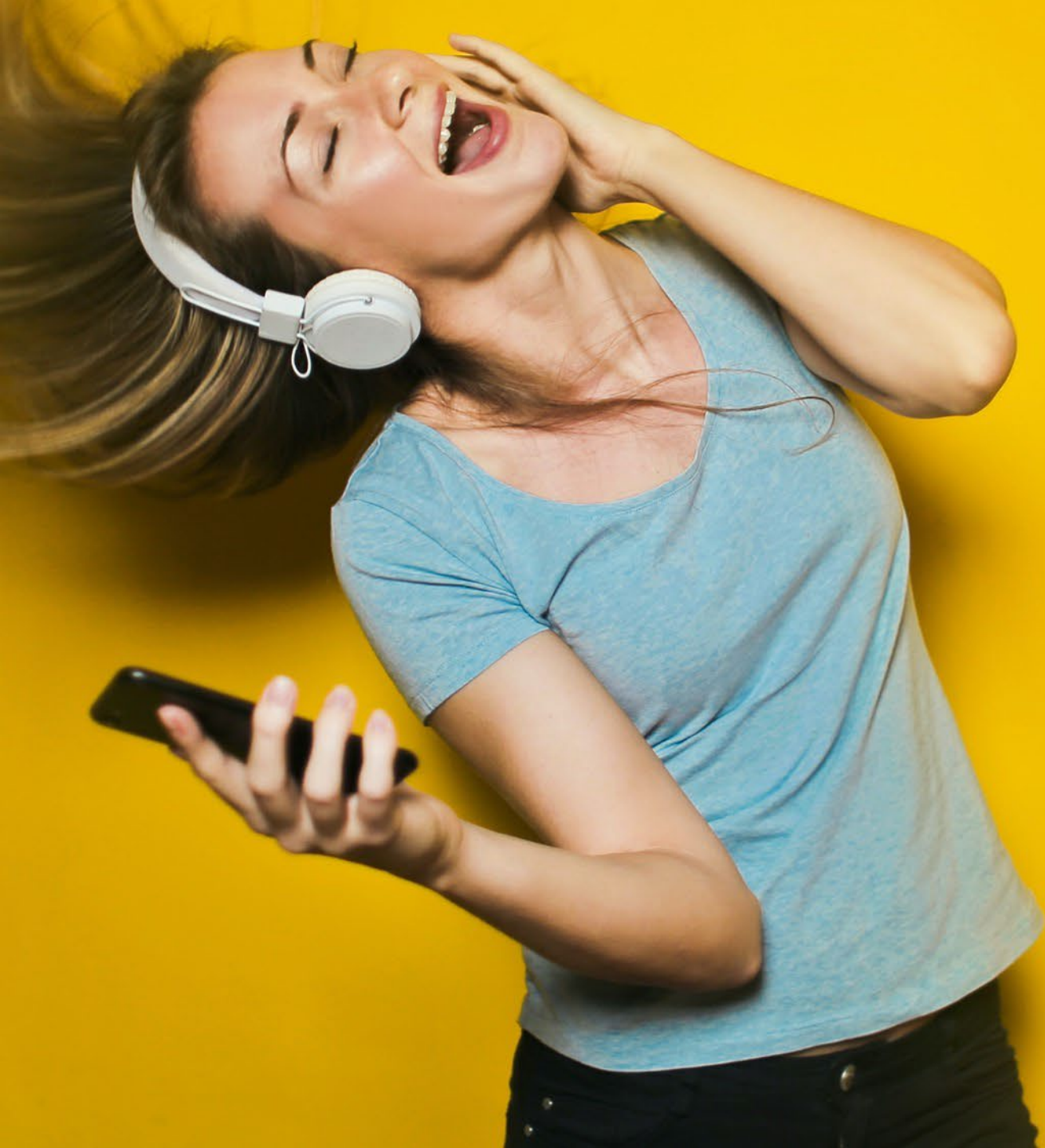
- Yksi harvoista kesällä 2024 kasvaneista kulutuskohteista oli kotimaan hotelliöypymisten määrä (+ 5 %)
- Hotellihuoneiden hinnat ovat pysyneet Suomessa jokseenkin muuttumattomina 2020-luvun alkuun verrattuna.
- Samaan aikaan ravintoloiden myynti laski edellisvuodesta noin 5 %.
- Ravintolahintojen arvioidaan nousseen noin 25 % tämän vuosikymmenen aikana.
- Lähtökohtaisesti sekä hotelli- ja ravintola-alan lukujen pitäisi kehittyä jokseenkin samantahtisesti.



Suomessa on noin kaksi miljoonaa musiikkifania, joista yli 50 000 on superfaneja

OSA 2: Superfanit ja musiikin fanikulttuuri Suomessa

.



Superfani-ilmiö on noussut puheenaiheeksi kansainvälisessä musiikissa.

Superfanit osoittavat poikkeuksellisen suurta omistautumista ja intohimoa artistia tai bändiä kohtaan.

He saattavat matkustaa pitkiä matkoja nähdäkseen suosikkiartistinsa esiintyvän, kerätä laajasti fanituotteita ja osallistua aktiivisesti faniyhteisöihin sosiaalisessa mediassa.



Kahdella miljoonalla suomalaisella eli 43 %:lla meistä on erityinen suosikkiartisti.

Suosikkiartistien kirjo on tietysti valtava.

Usein mainittuja nimiä ovat esimerkiksi Haloo Helsinki, **Costi**, **Behm**, Coldplay, **Taylor Swift**, Rammstein, **Kaija Koo** ja **Juha Tapio**.



Musiikkiartistin superfaneiksi kiistatta laskettavia on Suomessa yli 50 000.

Kovia faneja superfaniuden kynnyksellä on lähes puoli miljoonaa.

Superfanitus painottuu selkeästi teini-ikäisiin ja nuoriin aikuisiin, erityisesti 16-25-vuotiaisiin. Kovia faneja löytyy kaikista ikäryhmistä.

A man with short brown hair and a light beard is shown from the chest up, wearing a light blue zip-up hoodie. He is holding a white mobile phone to his ear with his right hand and looking off to the side with a slight smile. The background is a blurred cityscape with buildings and windows.

**Mistä tunnistat, oletko
superfani vai astetta
tavallisempi fanittaja?**

Fanituksen portaat yhteen suosikkiartistiin

Hardcore-piirteet	
Kuuluu maksulliseen artistia seuraavaan yhteisöön tai digipalveluun	30 000 suomalaista
Hankkinut fanien erityislippuja artistin keikalle viim. 2 vuoden aikana	60 000 suomalaista
Medium-piirteet	
Ostanut oman erityissuosikin fanituotteita viim. 2 vuoden aikana	250 000 suomalaista
Ostanut artistin fyysisiä äänitteitä / musiikkisisältöjä	250 000 suomalaista
Keskustellut artistista verkossa muiden fanien kanssa	300 000 suomalaista
Kuuluu suosikkiartistia fanittavaan yhteisöön	350 000 suomalaista
Light-piirteet	
Seurannut artistin live-esiintymistä verkon / sosiaalisen median kautta	500 000 suomalaista
Käynyt suosikkiartistin keikalla viim. 2 vuoden aikana	600 000 suomalaista
Kuunnellut suosikkiartistin musiikkia keskimäärin useamman tunnin viikossa	900 000 suomalaista

Testi: oletko superfani?

Hardcore-piirteistä: 5 pistettä / väite

Kuulun maksulliseen artistia seuraavaan yhteisöön tai digipalveluun
Olen hankkinut fanien erityislippuja artistin keikalle viim. 2 vuoden aikana

Medium-piirteistä: 3 pistettä / väite

Olen ostanut oman erityissuosikin fanituotteita viim. 2 vuoden aikana
Olen ostanut artistin fyysisiä äänitteitä tai musiikkisisältöjä
Olen keskustellut artistista verkossa muiden fanien kanssa
Kuulun suosikkiartistiani fanittavaan yhteisöön

Light-piirteistä: 1 pistettä / väite

Olen seurannut artistin live-esiintymistä verkon / sosiaalisen median kautta
Olen käynyt suosikkiartistini keikalla viim. 2 vuoden aikana
Olen kuunnellut suosikkiartistini musiikkia keskimäärin useamman tunnin viikossa

**15 pistettä tai yli
= superfani**

**10-14 pistettä
= kova fani**

**Alle 10 pistettä
= fani**

Superfaneja

Joker Out, Käärijä, KUUMAA, IBE

20-vuotias turkulaisnainen.
Superfani, mukaan lukien erikoisliput keikoille
ja maksullinen yhteisö.

Rammstein

25-vuotias hämäläismies.
Superfani, pois lukien
jäsenyys maksullisessa
fanisäilypalvelussa.

Raskas musiikki maistuu
laajemminkin, myös kotimaisena.

KUUMAA

18-vuotias nainen
Etelä-Pohjanmaalta.
Ei kuulu faniyhteisöön
tai osta äänitteitä.

Muutoin superfani
erikoislipuista fanituotteisiin
ja digiseurantaan.

Kovia faneja

POPEDA

65-vuotias vantaalaismies.
Kuuluu faniyhteisöön, käy keikoilla, ostaa
levyjä ja fanituotteita.

Ei osta digipalveluita yhtyeeseen liittyen.
Keskustelee kylläkin Popedan someryhmässä.

COSTEE

30-vuotias nainen Keski-Suomesta.
Mainitsee elämänsä biiseiksi kaikki Costeen biisit.

Käy keikoilla ja ostaa jopa erikoislippuja.
Ostaa fanituotteita.
Ei osallistu yhteisöihin.



Kysyimme suomalaisten omia Elämäni biisejä.

Vastausten kirjo oli odotetusti valtava, mutta suomalaisten valinnoissa korostuivat usein myös artistien syvät raidat ilmeisimpien suurhittien sijaan.

Elämäni biiseistä

Noin kahdella kolmesta biisi on suomenkielinen.

lökkäämillä oman elämän biisi kiinnittyy usein nuoruuden rakkauteen tai puolisoon, joka on kulkenut mukana koko elämän.

Suomalaiset mainitsivat myös paljon voimabiisejä, jotka ovat auttaneet heitä vaikeissa tilanteissa.

Oman elämän biisi on yksi superfanin lisätuntomerkki, koska erittäin monella innokkaimmin artistiin kiinnittyvällä myös oman elämän biisi on erityisen suosikkiartistin esittämä.



Tempo d

Tarinoita oman elämän biiseistä

- "Oikeesti Finlandersilta. 18 vuotta sitten tapasin rakkaani, jolloin tämä biisi oli ykkösenä." *
- "Haloo Helsinki, *Maailman toisella puolen* yks merkittävä tunteikas biisi. Laulettiin kun ala-aste loppu." **
- "Blues Brothersin *Soulman*. Oli ensimmäisen toiselta äänittämäni kasetin paras biisi." ***
- "Apulanta, *En voi auttaa*. Tunnelma biisissä soveltuu mihin vain tilanteeseen elämässä ja kappale jollain tapaa vaan auttaa eteenpäin" ****
- "Kari Tapion *Olen suomalainen* -kappale. Olemme laulaneet sitä maajoukkueen kanssa juuri ennen ottelun alkamista ja se luo mahtavaa yhteishenkeä sekä voimantuntoa. Urheilu iso osa omaa identiteettiä." *****

* Säv. Kaisa Ranta-Toivonen, san. Sinikka Svärd, sov. Aku Toivonen

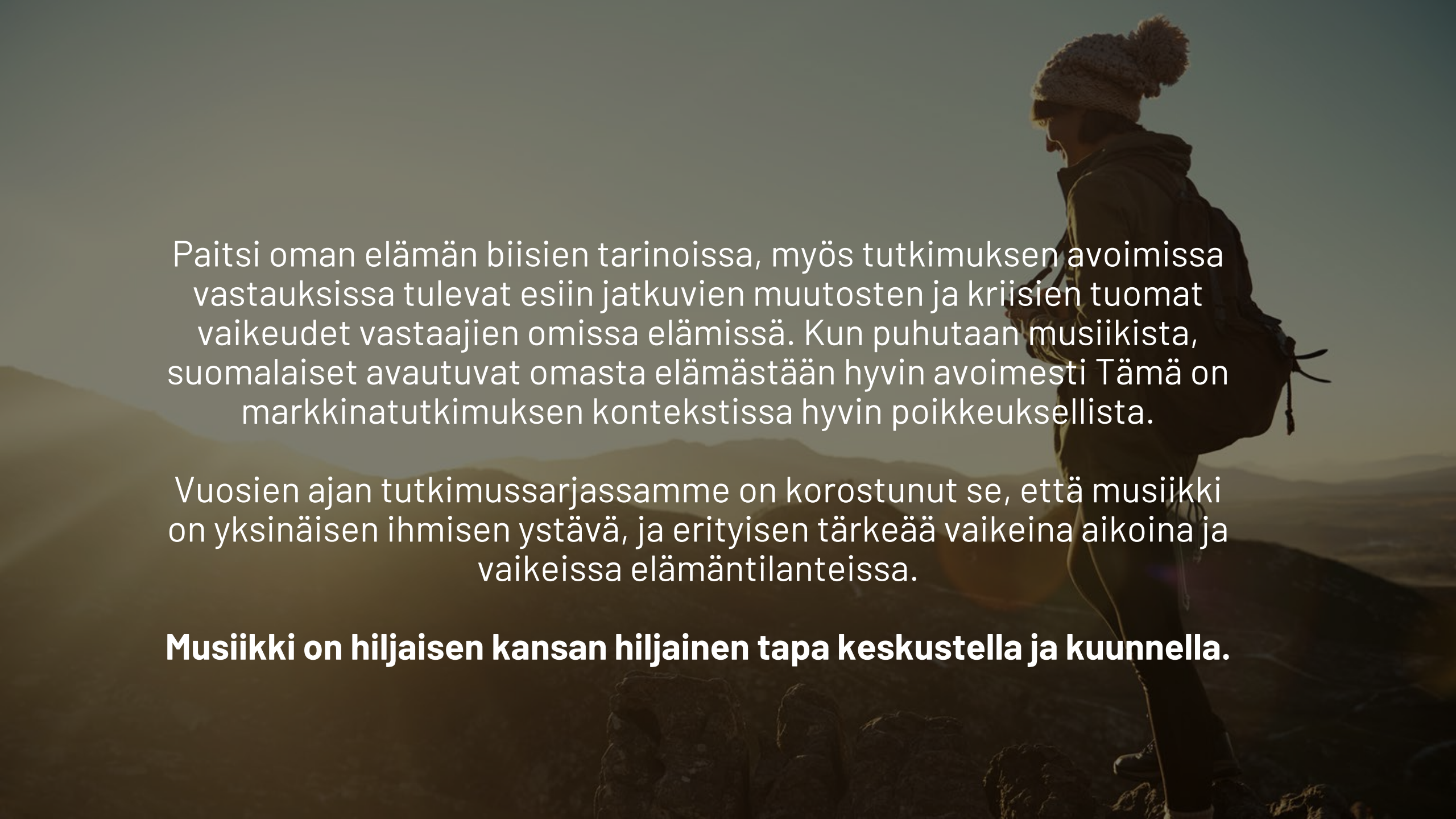
** Säv. Rauli Eskolin Leo Hakanen, san. Elisa Tiilikainen, Jarmo Mykkänen, Leo Hakanen, sov. Leo Hakanen, Rauli Eskolin, Erno Laitinen

*** Säv. & san. David Porter, Isaac Hayes

**** Säv. & san. Toni Wirtanen, sov. Toni Wirtanen, Simo Santapukki, Tuukka Temonen

***** Säv. Salvatore Cutugno, san. Cristjano Minellono, suom. san. Raul Reiman

Erittäin monen oman elämän biisi kiinnittyy niin rajuun muistoon, ettei niitä tee mieli edelleen jakaa.

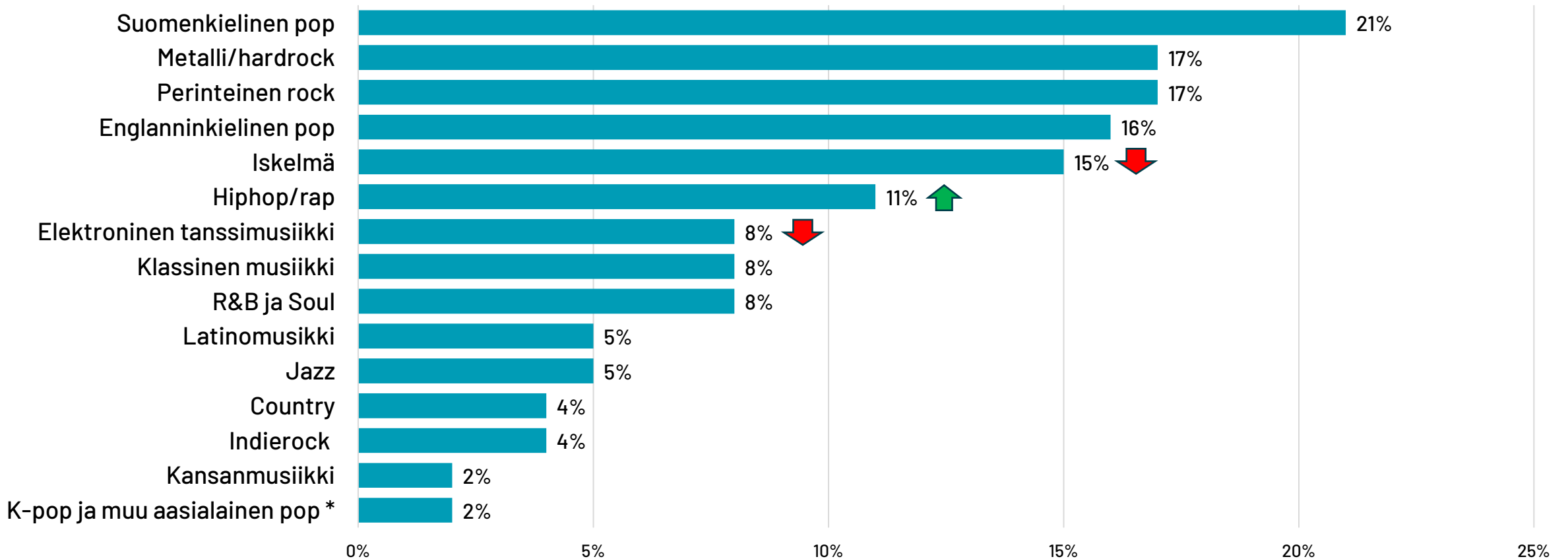
A person wearing a dark winter jacket, a knit hat with a pom-pom, and a backpack stands on a rocky outcrop. They are looking out over a vast, hazy landscape of rolling hills and mountains under a soft, golden light, likely at sunrise or sunset. The person is in silhouette against the bright background.

Paitsi oman elämän biisien tarinoissa, myös tutkimuksen avoimissa vastauksissa tulevat esiin jatkuvien muutosten ja kriisien tuomat vaikeudet vastaajien omissa elämässään. Kun puhutaan musiikista, suomalaiset avautuvat omasta elämästään hyvin avoimesti Tämä on markkinatutkimuksen kontekstissa hyvin poikkeuksellista.

Vuosien ajan tutkimussarjassamme on korostunut se, että musiikki on yksinäisen ihmisen ystävä, ja erityisen tärkeää vaikeina aikoina ja vaikeissa elämäntilanteissa.

Musiikki on hiljaisen kansan hiljainen tapa keskustella ja kuunnella.

Mikä musiikkityyli on sinulle erittäin mieluinen?



- K-popista pitää 7 % alle 25-vuotiaista.
- Oman suurimman suosikkiartistin genre on lähes poikkeuksetta itselle erittäin mieluinen. Elämäni biisi tulee silti usein eri genrestä.

Klassinen / taidemusiikki on läsnä monessa: tosiystäviä 300 000, hyvän päivän puolittuja miljoona

Klassisesta/taidemusiikista ilmoittaa pitävänsä erittäin paljon 8 % ja vähintäänkin kuuntelevansa silloin tällöin mielellään 62 %.

28 % osaa nimetä jonkun klassisen / taidemusiikin säveltäjän, kun kysyimme vastaajan hiljattain kuuntelemaa säveltäjää. Lähes yhtä moni nimeää kysyttäessä jotain muuta kuin klassista / taidemusiikkia.

Klassista / taidemusiikkia muistetaan kuulleen ainakin satunnaisesti monessa paikassa vuoden aikana.

TV:ssä 44 %
Elokuvassa/tv-sarjassa 43 %
Radiossa 39 %
YouTubessa 27 %
Konsertissa 22 %
Spotifyssa 17 %
Äänitteiltä 11 %

Klassisen / taidemusiikin kuuntelijaprofiilit

66-75-vuotiaat	40 % (koko väestö 16%)
Naiset	62 % (koko väestö 50%)
Helsinki-Uusimaa	43 % (koko väestö 34%)

Klassisen / taidemusiikin kuuntelumieltymys korreloi jazz- ja kansanmusiikkikiinnostuksen kanssa. Taidemusiikin kuuntelijat ovat jossain määrin kiinnostuneita myös soulista ja latinomusiikista.



Kulutus ei ole reaalisesti kasvanut Suomessa lainkaan viimeisen kymmenen vuoden aikana.

Viime vuosina reaalin kulutus on jopa laskenut.

Alle 50-vuotiaiden kulutus on laskenut jonkin verran. Yli 50-vuotiaiden kulutus on kasvanut jonkin verran.

Koulutettujen toimihenkilöiden kulutus on laskenut eniten.

Ei ole ihme, että musiikkiin käytetty raha on vuonna 2024 samalla tasolla kuin 2018.

Vastaajien subjektiiviset arviot voivat heittää todellisuudesta jonkin verran. Iso kuva on kuitenkin hyvin oikeansuuntainen suhteessa yleisiin kulutustilastoihin.

Eniten rahaa käytetään viihteessä usein maksutelevisioon ja konsertteihin.



Rahankäyttö viihteeseen vuodessa (vastaajan oma subjektiivinen arvio)

	Yli 200 €	50-200 €	10-50 €	Alle 10 €	Paras ikäryhmä
Konserttiliput	9 %	29 %	19 %	43 %	26-45
Striimaus	2 %	20 %	9 %	69 %	16-55
Äänitteet	2 %	6 %	12 %	80 %	36-65
Vertailuksi:					
Elokuvaliput	2 %	20 %	46 %	32 %	46-65
Urheilutapahtumat	4 %	11 %	18 %	67 %	26-35
Tietokonepelit	5 %	13 %	16 %	66 %	19-35
Kirjat, äänikirjat	5 %	17 %	25 %	53 %	56-75
Video on demand -kanavat	9 %	26 %	9 %	56 %	46-75

Musiikkiin käytetyn rahan mediaanin voi arvioida olevan noin 100 euroa vuodessa ja keskiarvon noin 150 euroa.

Kotitalouksien kulutusmenotutkimuksessa (Tilastokeskus 2022):

- Kulttuuritapahtumien (konsertit, teatterit, elokuvat) rahankulutukseksi on keskimäärin noin 150 € vuodessa / henkilö
- Suoratoistopalveluiden rahankulutus on noin 150 € vuodessa / henkilö
- Kaunokirjallisuuteen käytettävä raha on noin 60 € vuodessa / henkilö
- Tietokone, puhelin, tv ja äänentoistolaitteisiin käytettävä raha on keskimäärin reilut 400 € vuodessa / henkilö.



Sukupolvien hitaasti elävät tottumusten poterot

OSA 3: Musiikin kuuntelun muutokset Suomessa

Eri sukupolvien ilmiöt

Vuoden 1990 jälkeen syntyneet

Aina luurit korvilla
Tietokonepelit
Vlogit ja tubettajat

- TikTok
- Sosiaalinen musiikinkuluttaja
- Omat soittolistat
- Rap ja pop
- Fanittaa elämäntyylä
- Kaverit

1970–1990 syntyneet

Striimaus ja radio
Video on demand -palvelut
Kaupallinen radio

- YouTube
- Itsenäinen musiikinkuluttaja
- Musiikkivideot
- Metalli
- Fanittaa livekeikkoja
- Kiire

Ennen vuotta 1970 syntyneet

Erillinen radiolaite
Lineaarinen TV
YLEn radiokanavat

- Facebook
- Passiivinen musiikinkuluttaja
- Lukeminen
- Iskelmä ja rock
- Fanittaa musiikin sisältöä
- Nostalgia

Itse rakennetut soittolistat Spotifyssa jyräävät

Spotifyn kuuntelussa itse rakennettujen soittolistojen dominanssi on vahvistunut suosituimpana musiikinkuuntelutapana viimeisen viiden vuoden aikana. Lähes joka toinen eli **43 %** pitää sitä tärkeimpänä kuuntelutapana. Jatkuva yksittäisten biisien poiminta on mieluisinta **16 %:lle** vastaajista.

Miten biisit päätyvät itse rakennetuille soittolistoille?

- TikTokista biisejä poimii joka neljäs Spotify-käyttäjä, mutta alle 25-vuotiaista peräti yli **60 %**.
- Radiosta niitä poimii vielä useampi eli joka kolmas - erityisesti yli 20-vuotiaat.
- Reilu puolet musiikkistriimipalvelun käyttäjistä kuuntelee sekä valmiita soittolistoja että palvelun itselle suosittamia soittolistoja poimien kappaleita sieltä.
- Kavereiden rakentamia soittolistoja kuuntelee joka neljäs, erityisesti nuoremmat kuuntelijat.

Millä seuraavista tavoista olet kuunnellut Spotifya tai vastaavaa striimauspalvelua vähintään kerran viimeisen kuukauden aikana?

	2024	2020
Biisi kerrallaan poimien	78 %	71 %
Itse rakennetut soittolistat	67 %	63 %
Musiikkityyleistä rakennetut soittolistat	57 %	-
Yksittäisten artistien soittolistat	55 %	49 %
Palvelun kuulijalle personoimat soittolistat	55 %	53 %
Kokonaiset albumit	45 %	51 %
Podcastit ja muut toimitetut sisällöt	40 %	34 %
Kaverien rakentamat soittolistat	25 %	29 %



Mistä laitteista olet kuunnellut musiikkia viimeisen vuorokauden aikana?

	2024	Muutos vs. 2022
Radiosoitin autossa	59 %	-3 %
Puhelin	53 %	+4 %
Tietokone	24 %	-2 %
Erillinen radiolaite	27 %	-2 %
Striimaus autossa	26 %	+5 %
Tabletti	6 %	-1 %
CD-soitin autossa	6 %	-1 %
CD-soitin kotona	5 %	-1 %
Puheella ohjattava älykaiutin	5 %	+1 %
Vinyylisoitin	1 %	0 %

Viimeisen viiden vuoden aikana on systemaattisesti kasvanut Spotifyn tai muun vastaavan striimauspalvelun kuunteleminen autossa.

Yhtäjaksoista käytön vähentymistä ei ollut millään välineellä.

Puhelinkuuntelu kasvaa yhä hitaasti vanhemmissa ikäluokissa, mutta ei enää harppauksin.

Mistä laitteista olet kuunnellut musiikkia viimeisen viikon aikana?

	Kaikki	13–18 v.	36–45 v.	66–75 v.
Radiosoitin autossa	74 %	80 %	77 %	63 %
Puhelin	72 %	94 %	83 %	34 %
Tietokone	37 %	45 %	49 %	21 %
Erillinen radiolaite	41 %	30 %	37 %	60 %
Striimaus autossa	38 %	61 %	48 %	8 %
Tabletti	14 %	18 %	14 %	12 %
CD-soitin autossa	11 %	13 %	13 %	7 %
CD-soitin kotona	11 %	12 %	13 %	15 %
Puheella ohjattava älykaiutin	8 %	17 %	10 %	4 %
Vinyylisoitin	4 %	4 %	3 %	4 %

Viimeisen viikon ja puolen vuoden aikana olen...

	Viikon aikana	Puolen vuoden aikana
Kuunnellut musiikkia YouTubesta	53 %	83 %
Kuunnellut kaupallisia radiokanavia	62 %	82 %
Kuunnellut Ylen radiokanavia	45 %	74 %
Kuunnellut maksullista musiikkistriimiä (Spotify)	40 %	48 %
Katsonut TikTokia	36 %	48 %
Seurannut vloggaajia / tubettajia	29 %	42 %
Kuunnellut maksutonta musiikkistriimiä (Spotify)	31 %	48 %
Seurannut musiikkiartisteja Instagramissa	29 %	40 %
Kuunnellut podcastia	26 %	54 %
Kuunnellut musiikkia pelatessani tietokoneella	17 %	28 %

Musiikkilähteiden säännöllinen ja satunnaiskäyttö pysynyt hyvin samoissa luvuissa viime vuodet.

Vastaajien subjektiivinen arvio kaupallisten radiokanavien kuuntelustaan verrattuna Ylen radiokanavien kuunteluun on korkea, vaikka Finnpanelin radiotutkimuksen (huhtikesäkuu 2024) mukaan Suomen kuunnelluin radiokanava on Ylen Radio Suomi.

Viimeiset sanat

Kesän 2024 useimmin mainitut suosikkibiisit

2.

**Mirella & Lauri Haav:
Luotathan**

Säv. & san. Lauri Haavisto, Aaro Virkkala, Senni-Maaria Rantanen, Aleksanteri Hulkko, Mirella Roininen

1.

**Portion Boys &
Kake Randelin:
Juhannusyö**

Säv. Igor Nikolaev, Mikael Forsby, san. Turkka Mali, Lasse Kuoppala, Raimo Paavola, Mikael Forsby

3.

**Mirella:
Timanttei**

Säv. & san. Ilon Adlercreutz, Kim Mannila, Emma Johansson, Mirella Roininen

10 huomiota tutkimuksesta

1. Jos festari tai keikka ei muuten myy, voi hinnantarkastus auttaa.
2. Rahankäyttö musiikkiin on Suomessa suunnilleen vuoden 2018 tasolla, kuten yleinen kulutuskin.
3. Suomessa on yli 50 000 superfania ja useampi sata tuhatta potentiaalista superfaniuden kynnyksellä.
4. Kahdella miljoonalla suomalaisella on ykkössuosikkiartisti. Liki miljoonalla suomalaisella on suosikkiartisti, jonka musiikkia on kuunnellut useamman tunnin viikossa.
5. Popin valta-asema isoimpana musiikkigenrenä pysyy selvänä. Eri ikäryhmien kohdalla nuorimmasta vanhimpaan rap-pop-rock-iskelmä-ikäjana on selkeä.
6. Hittivirta pysyy tuoreena. Uudet orastavat genret, kuten K-pop, pysyvät marginaalisina vuodesta toiseen.
7. Päivän hitit ovat enemmän biisi- kuin artistivetoisia. Ihmisille tärkeät biisit kiinnittyvät artistiin ja elämäntilanteeseen.
8. Omat itserakennetut soittolistat ovat Spotifyn ydin. Nuorilla TikTok on keskeinen kanava uusien kappaleiden löytämiseen.
9. Radio pitää asemansa varsin sitkeästi hitaasti muuttuvassa kuuntelulähteiden ympäristössä.
10. Musiikista puhuessa näkyy taustalla monien suomalaisten ahdistus. Musiikki on yksinäisen kaveri.

Bonushuomio: tekoälyn tekemäksi tietämäänsä biisiä oli kuunnellut viikon aikana 6 % ja puolen vuoden aikana 25 % suomalaisista. Alle 25-vuotiailla luvut ovat noin kaksinkertaiset.

TEKIJÄT VASTAAVAT KYSYMYKSIINNE:

Kari Tervonen 050 437 0677, kari.tervonen@omnicommediagroup.com

Tommi Kyyrä tommi.kyyra@ifpi.fi

Johanna Laitinen johanna.laitinen@teosto.fi



TEOSTO