

Musiikinkuuntelun trendejä 2022

Teosto 11/2022

Teosto tuottaa tutkimustietoa Suomen musiikkialan tarpeisiin

TEOSTO.FI: TUTKIMUKSET JA TILASTOT →

Vuonna 2022 tehtyjä musiikinkuunteluun liittyviä tutkimuksia

- [Soitetuimmat 2021](#)
- [Musiikinkuuntelu Suomessa 2022](#)
- [Digital Music in the Nordics 2022](#), yhteistyössä Norjan TONO:n ja Tanskan Kodan kanssa
- Nuorten musiikinkäyttö, Teoston kesätyöntekijät Mona Hertz ja Paavo Vakula (ei julkisesti saatavilla)

Mitä musiikkia Suomessa
kuunnellaan?

Lauri Tähkän *Aavikko* oli vuoden 2021 soitetuin kotimainen kappale radiossa, tv:ssä ja liveesityksissä

Vuoden kaikkien soitetuimpien kappaleiden TOP 10 -listalla *Aavikko* sijoittui kolmanneksi.

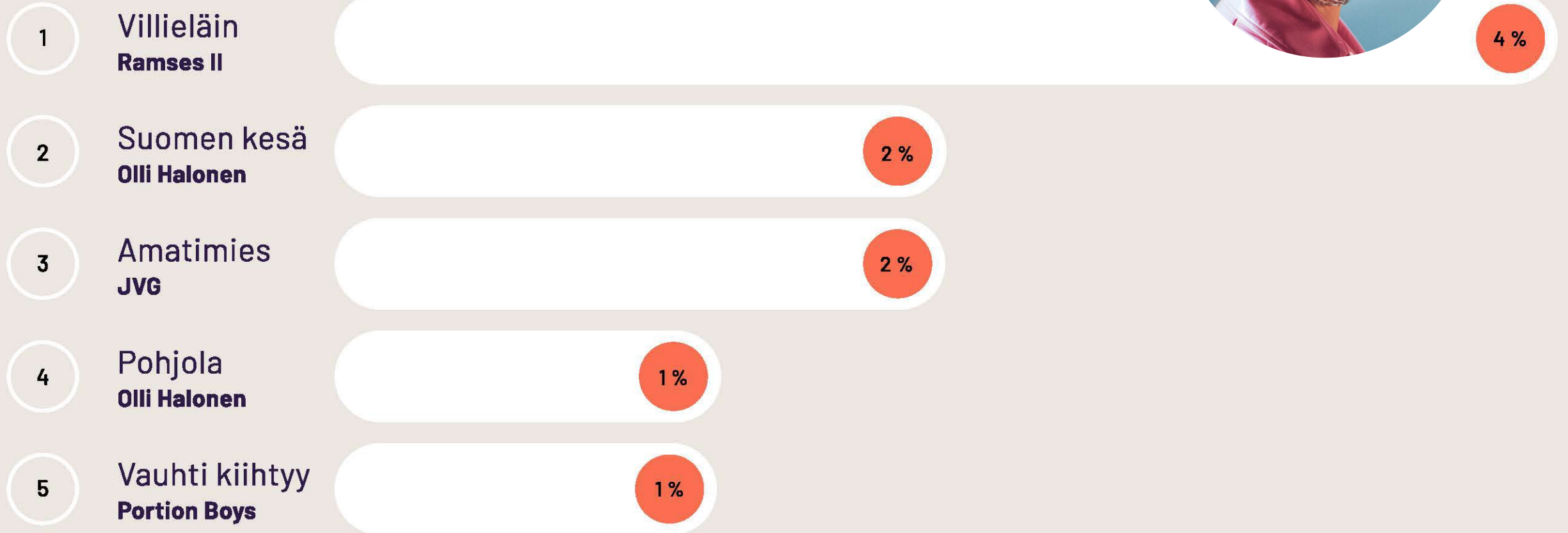


Sijat 1-2 menivät ulkomaisille kappaleille: ensimmäisenä **The Weekndin** *Save your tears* ja toisena **Ed Sheeranin** *Bad Habits*.



- Euromääräisesti eniten esityskorvauksia keränneet teokset vuonna 2021 olivat **Ellinooran** *Dinosauruksii*, Haloo Helsingin *Piilotan mun kyyneleet* ja Blind Channelin *Dark Side*.
- Ylen radiokanavien soitetuim kappale oli Blind Channelin *Dark Side*. Kaupallisissa radioissa eniten soi The Weekndin *Save your tears*.
- Ulkomailta eniten esityskorvauksia sai edelleen **Jean Sibeliuksen** katalogi, kärjessään *Viulukonsertto op. 47 d-molli* sekä *Sinfonia 2 op. 43*. Kolmantena listalla oli The Rasmuksen kestohitti *In the Shadows*.
- Vuoden 2021 striimatuim kappale Suomen Spotifyssa oli Blind Channelin *Dark side*. YouTubeessa eniten suomalaisten katselu- ja kuuntelukertoja sai Portion Boysin *Vauhti kiihtyy* (feat. **Matti** ja **Teppo**).

KESÄN 2022 SUOSIKKIBIISI



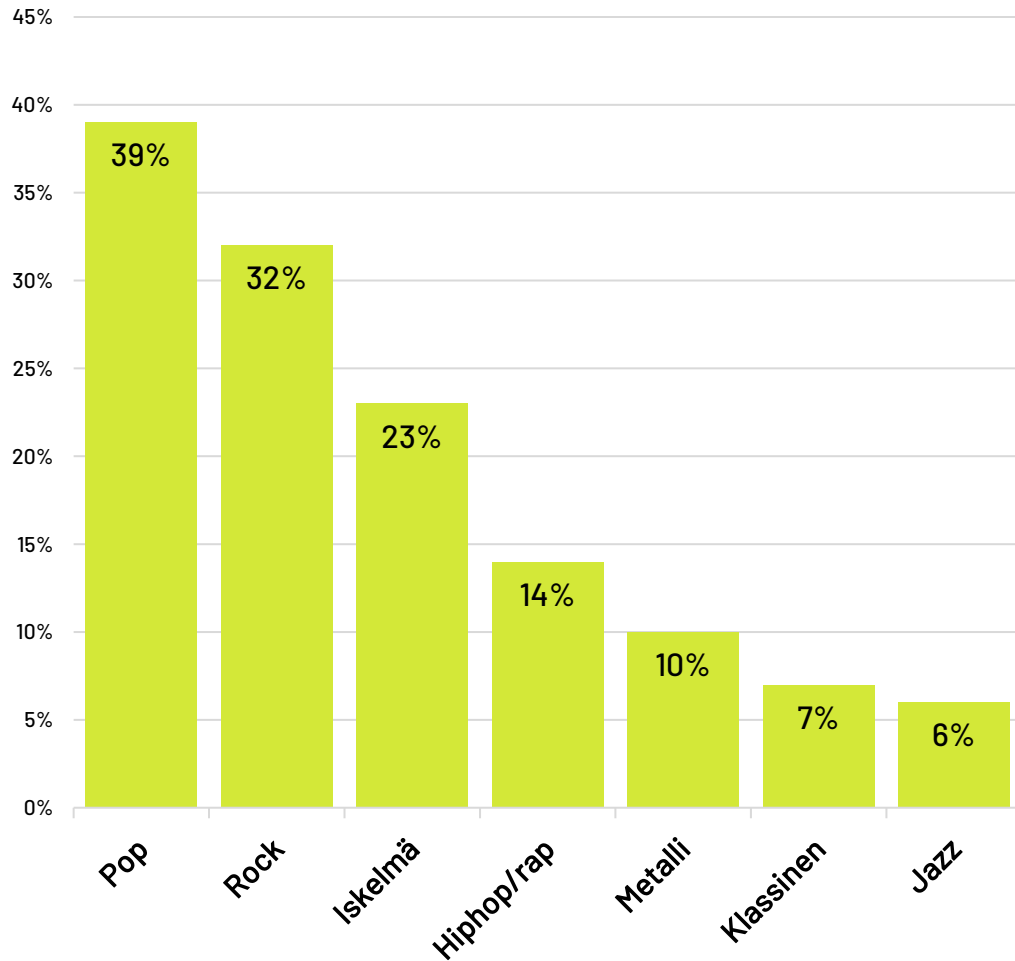
”Suurimpaan suosioon yltävät hitit perustuvat usein oivaltavaan sanoitukselliseen koukkuun. Tämän kesän suurimmat hitit kertovat selkeästi yhteiskunnan tunteellisista syvävirtauksista. Hyvä esimerkki tästä on **Olli Halosen Suomen kesä**, joka ylistää kotimaisuutta vaikeuksien keskellä samalla kun suomalaiset hakivat turvaa toisistaan turvallisuuspoliittisen uhan alla. *Villieläin* taas on suora osuma länsimaisen ajankuvan suurimpaan kipupisteeseen eli oman elämän kontrollin puutteeseen ja muiden toiveisiin sopeutumiseen. Tätähän korona-aika alleviivasi.”



Kari Tervonen

Johtaja tutkija, Omnicom Media Group

Viimeksi käymäni konsertin musiikkityyli (%*)



MUSIIKINKUUNTELU SUOMESSA 2022

Pop on ohittanut rockin suosituimpana musiikinlajina – myös livemusiikissa

- Pop ja rap jyräävät etenkin alle 25-vuotiaissa, rock nousee rinnalle 25–55 -vuotiaissa. Iskelmä nousee kärkeen 60 ikävuoden kohdalla.
- Lukujen summa yli 100%, koska vastaaja sai valita useamman vaihtoehdon (kolmannes esim. käynyt viimeksi festareilla).

Listamusiikki innostaa pääosin nuoria aikuisia

- Menevä ja helppo listapop on kaikkein kuunnelluinta musiikkia radiossa ja musiikin striimauspalveluissa.
- Vuonna 2022 listapop ohitti myös elävässä musiikissa rock-konserttien suosion.
- Kun Musiikinkuuntelu Suomessa 2022 -tutkimuksessa kysyttiin, miltä nykypäivän listamusiikki vastaajasta kuulostaa, erosivat alle 30-vuotiaiden suomalaisten vastaukset hyvin paljon heitä vanhempien vastauksista:
 - **Nuoret aikuiset suhtautuivat listamusiikkiin myönteisesti ja kepeästi**
 - **Keski-ikäisistä huomattava osa suhtautui pääosaan listamusiikista kielteisesti**
 - **Yli 60-vuotiaat suhtautuvat listamusiikkiin hyvin etääntyneesti.**

MILTÄ PÄIVÄN LISTAMUSIIKKI KUULOSTAA?

ALLE 30-VUOTIAAT

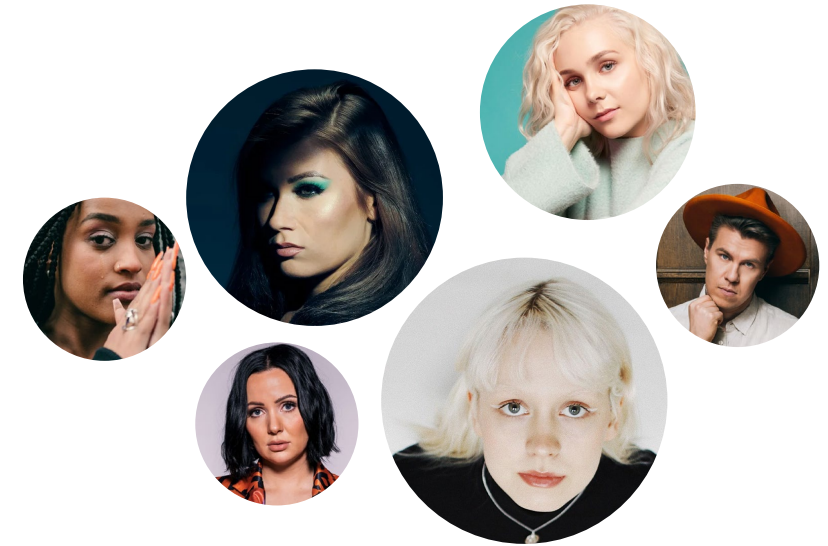
- Menevää
- Mukaansa tempaavaa, hauskaa
- Keskenään melko samantapaista poppia, seassa vähän rap- ja rock-mausteita
- Helppoa, laulun tekstin oivallusten merkitys tärkeä

YLI 30-VUOTIAAT

- Ylituotettua
- Menevää
- Nuorille suunnattua
- Helposti unohtuvaa
- Paljon kotimaista, ja melko iskelmälistä
- Paskaa

Uudet artistit lyövät läpi parhaiten nuorempien keskuudessa

- Uusia, markkinoille juuri tulleita artisteja tunsivat pääosin 13-25-vuotiaat.
- **Yeboyah**, **Pihlaja** ja **Pehmoaino** ovat esimerkkejä artisteista, jotka tunsivat jo yli puolet alle 25-vuotiaista, mutta joiden läpimurto iäkkäämpiin ikäryhmiin on vasta tulossa.



- Euroviisuja ohituskaistana käyttänyt **Bess** oli vuoden 2022 nopeimmin suosiotaan kasvattanut uusi artisti, **Viivi** ja **Olli Halonen** vanavedessään.
- Iso hittikään takaa artistin suurta läpimurtoa spontaanissa tunnettuudessa laajoissa väestöryhmissä: artistin on arvokasta tulla tutuksi persoonana myös muuta kautta.

Uusien artistien tunnettuus

Artisti	Label	Tietää nimeltä 13-75v. (%)	Tietää nimeltä 13-18v. (%)
BESS	UNIVERSAL	65	76
Viivi	CAPITOL/UNIVERSAL	43	62
Olli Halonen	MÖKKITIE/WARNER	42	52
william	M EAZY/SONY	42	66
Yeboyah	ABENAYO/SONY	41	50
Pihlaja	SONY	29	39
Paul Elias	UNIVERSAL	26	43
Costi	PME	26	57
Pehmoaino	SONY	23	35
KUUMAA	UNIVERSAL	18	46
ANI	ETENEE/WARNER	18	31
Arppa	JOHANNA/UNIVERSAL	18	38
Lauri Haav	PME	17	39
Ege Zulu	PME	15	35
Fabe	EPIC/SONY	13	34
AHTI	MONSP/WARNER	13	32
Averagekidluke	WARNER	11	24
Rosa Coste	PME	9	26
Madboiali	BABYFACE/WARNER	6	21
Handshaking	PME	5	47

Suomalaisten musiikkimaussa korostuvat samat suuret tähdet iästä riippumatta

- Vaikka tietoisuus uusista artisteista leviää voittopuolisesti 13–25-vuotiaiden keskuudessa, ovat kaikkien aikojen suosikkiartistien keskimääräisesti isoimmat nimet huomattavan samankaltaisia eri ikäryhmissä.
- Etenkin kirkkaimpien huippunimien jälkeen yhä useammat tunnistavat hittikappaleet ilman, että tietävät sen esittäjää.
- Nykyisin mennään enemmän biisi edellä. Suuret persoonat erottuvat kuitenkin yhä selvemmin.
- Musiikinlajeista rock on iskelmää enemmän kiinni menneissä vuosikymmenissä.

Esimerkkejä suomalaisten suosikkiartisteista 2022

Suomenkielinen listapop

1. Antti Tuisku
2. Behm
3. Lauri Tähkä

Englanninkielinen listapop

1. Ed Sheeran
2. Harry Styles
3. Adele

Iskelmä

1. Juha Tapio
2. Kaija Koo
3. Lauri Tähkä

Suomirap ja hip hop

1. Elastinen
2. JVG
3. Cheek

Englanninkielinen rap ja hip hop

1. Eminem
2. 50 Cent
3. Kanye West

Suomirock

1. Apulanta
2. Popeda
3. Blind Channel

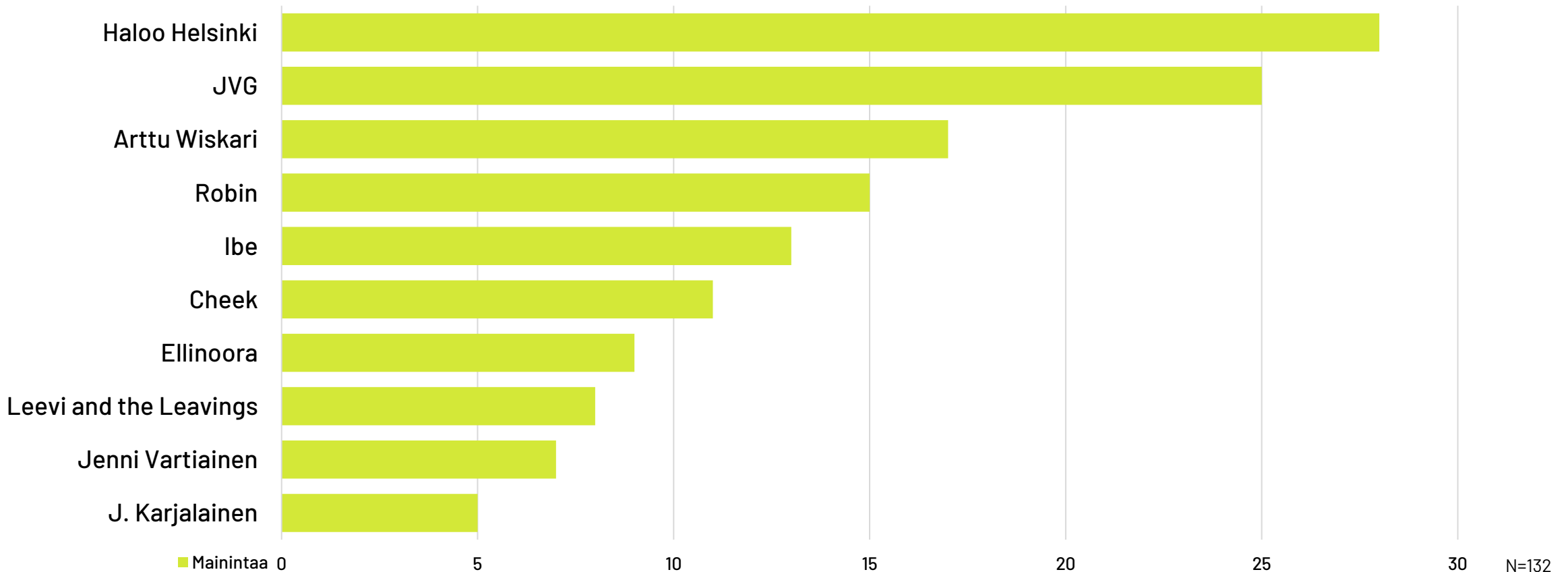
Englanninkielinen rock

1. Queen
2. AC/DC
3. Elvis Presley

Metalli / hard rock

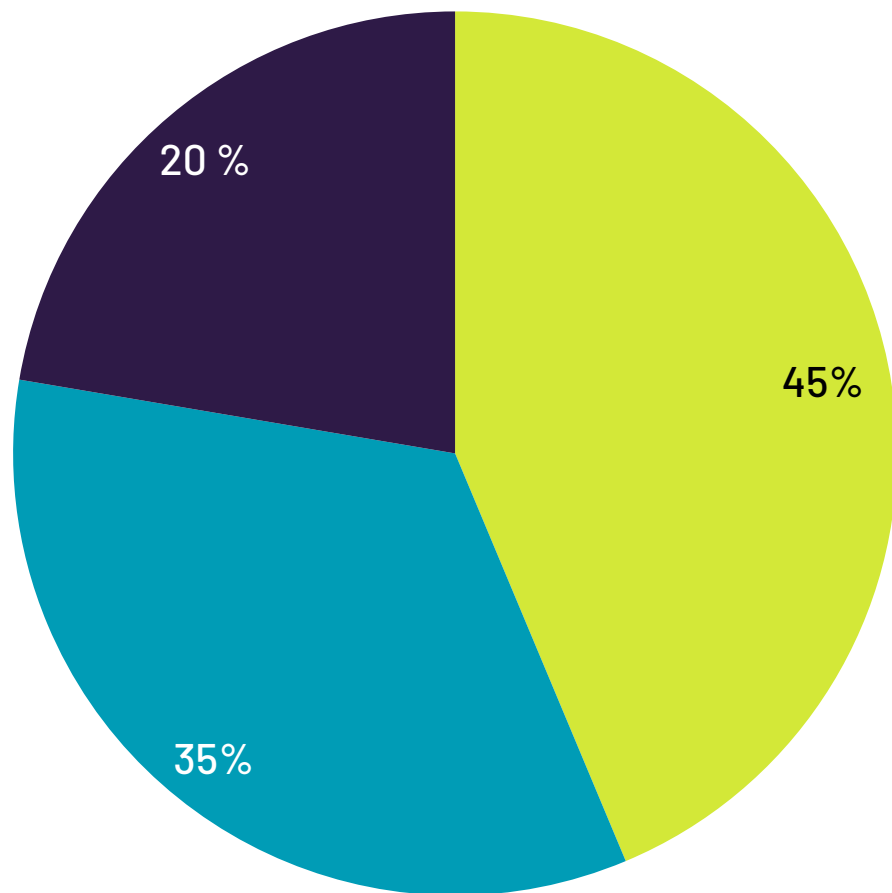
1. Metallica
2. Rammstein
3. AC/DC

Myös 13-21-vuotiaiden suurimmat lempiartistit ovat ikivihreitä kestopuosikkeja



Miten suomalaiset kuuntelevat
musiikkia?

Keskittyneeseen kuunteluun
käytetyn ajan jakautuminen (%)



- Musiikki on taustalla, ja kuuntelen ihan vaan puolella korvalla
- Kuuntelen melko tarkkaan, vaikka teen samalla muutakin
- Kuuntelen keskittyneesti

Suomalaiset kuuntelevat musiikkia **lähes kaksi tuntia päivässä**

- Keskiarvo: 1 tunti 45 minuuttia päivässä
- Mediaani: noin yksi tunti päivässä
- Musiikin kuunteluun päivittäin käytetty aika vaihtelee ikäluokittain 1,5 tunnin (yli 60 v.) ja 2 tunnin (16-25 v.) välillä.
- Keskittyneen kuuntelun osuus kääntyi nousuun 15 minuutista 20 minuuttiin päivässä.
- Äänitekuuntelun väheneminen laski pitkään keskittyneen musiikin kuuntelua. Nyt digitaalinen musiikin kuuntelu täydentää radiokuuntelua ja on usein sitä intensiivisempää

Suomalaisten suosituimmat välineet musiikinkuunteluun (ainakin kerran viikossa)

	Kaikki yht.	13-18v.	36-55v.	66-75v.
Radiosoitin autossa	77	78	78	77
Puhelin	68	92	71	15
Tietokone	41	53	43	13
Erillinen radiolaite	41	24	38	65
Striimaus autossa	30	53	29	4
Tabletti	16	20	16	15
CD-soitin kotona	12	8	13	12
CD-soitin autossa	10	6	12	5
Puheohjattava älykaiutin	7	15	7	0
Vinyylisoitin	3	2	4	0

Jopa 92 % 13-18-vuotiaista kuuntelee musiikkia puhelimensa kautta, kun 66-75-vuotiaista vain 15 %.

Yli 66-vuotiaiden suosituin väline on autoradio, mutta jopa 65 % kuuntelee musiikkia myös/tai erillisen radiolaitteen kautta.

91 % suomalaisista kuuntelee musiikkia digitaalisista suoratoistoalustoista, mutta vain kolmasosa maksaa niistä

- Maksullisten musiikkipalveluiden käyttö lisääntyi vuosien 2020-22 aikana jonkin verran kaikissa pohjoismaissa.
- Eniten maksullisten musiikkipalveluiden käyttö kasvoi Ruotsissa (52 % -> 59 %) ja vähiten Tanskassa (56 % -> 57 %).
- Suomessa maksullisia musiikkipalveluita käytti vuonna 2022 vain 35 % vastaajista (vuonna 2020: 32 %), kun kaikkien pohjoismaiden keskiarvo on jopa 53 %.
- Suomi on ainoa pohjoismaa, jossa yli puolet, 56 % vastaajista kertoi käyttävänsä musiikkipalveluiden ilmaisversioita.

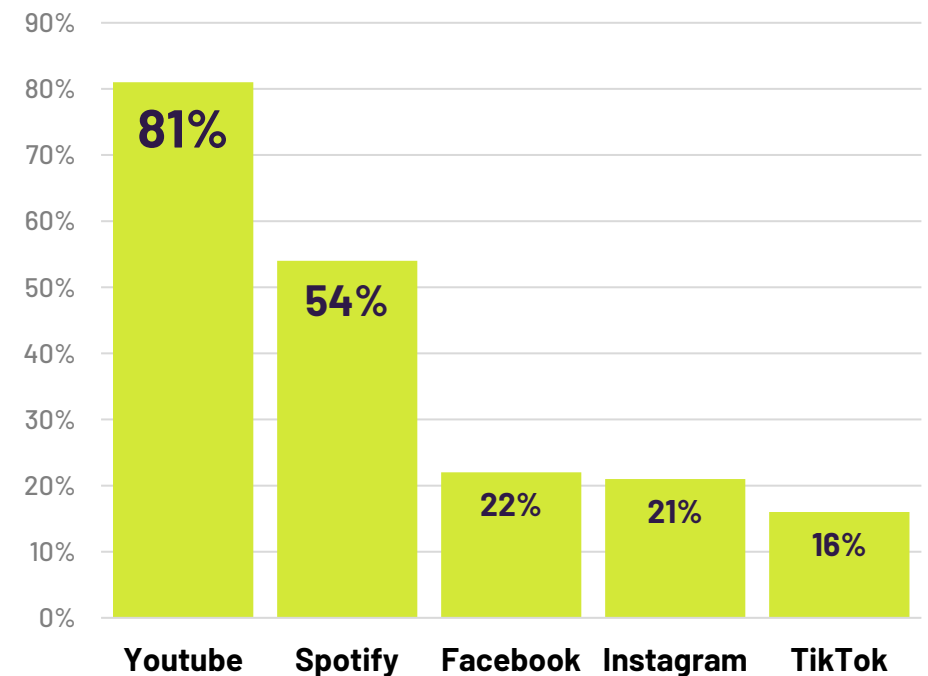
Musiikin striimaajat Suomessa

	2022	2020
	91 %	90 %
Maksullisten versioiden tilaajat	35 %	32 %
Ilmaiversioiden käyttäjät	56 %	58 %
Vastaajat, jotka eivät striimaa musiikkia	9 %	10 %
Keskimääräinen aika musiikin striimaukseen päivässä	2,7 h	

YouTube on suomalaisten suosituin digitaalinen alusta musiikinkuunteluun

- Vuoden 2020 tapaan YouTube oli myös vuonna 2022 edelleen pohjoismaiden kulutetuin tapa striimata musiikkia, vaikka sen käyttö kaikissa maissa laski jonkin verran. 81 % suomalaisista kuunteli musiikkisisältöjä YouTubea kautta.
- Spotifyn käyttö on laski hieman Ruotsissa ja Tanskassa, mutta nousi Norjassa ja Suomessa. Suomessa Spotifya käyttää 54 % vastaajista (vuonna 2020: 52 %).
- Eniten vuosien 2020-22 nousi lyhytvideoihin painottuneiden Instagramin ja TikTokin käyttö musiikkialustoina.
- Suomessa TikTokista musiikkisisältöä kulutti 16 % vastaajista (vuonna 2020: 9 %) ja Instagramista 21 % (vuonna 2020: 16 %).

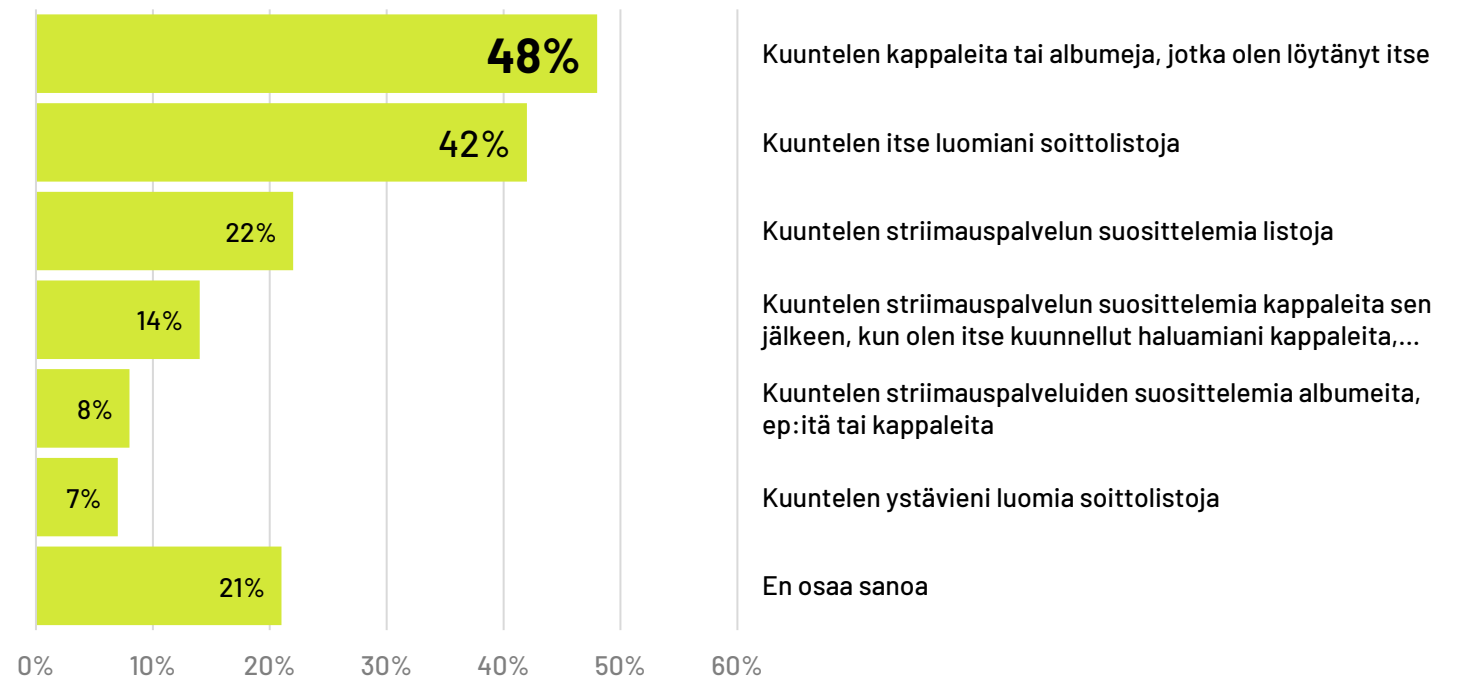
Suomalaisten suosituimmat digitaaliset alustat musiikinkuunteluun 2022



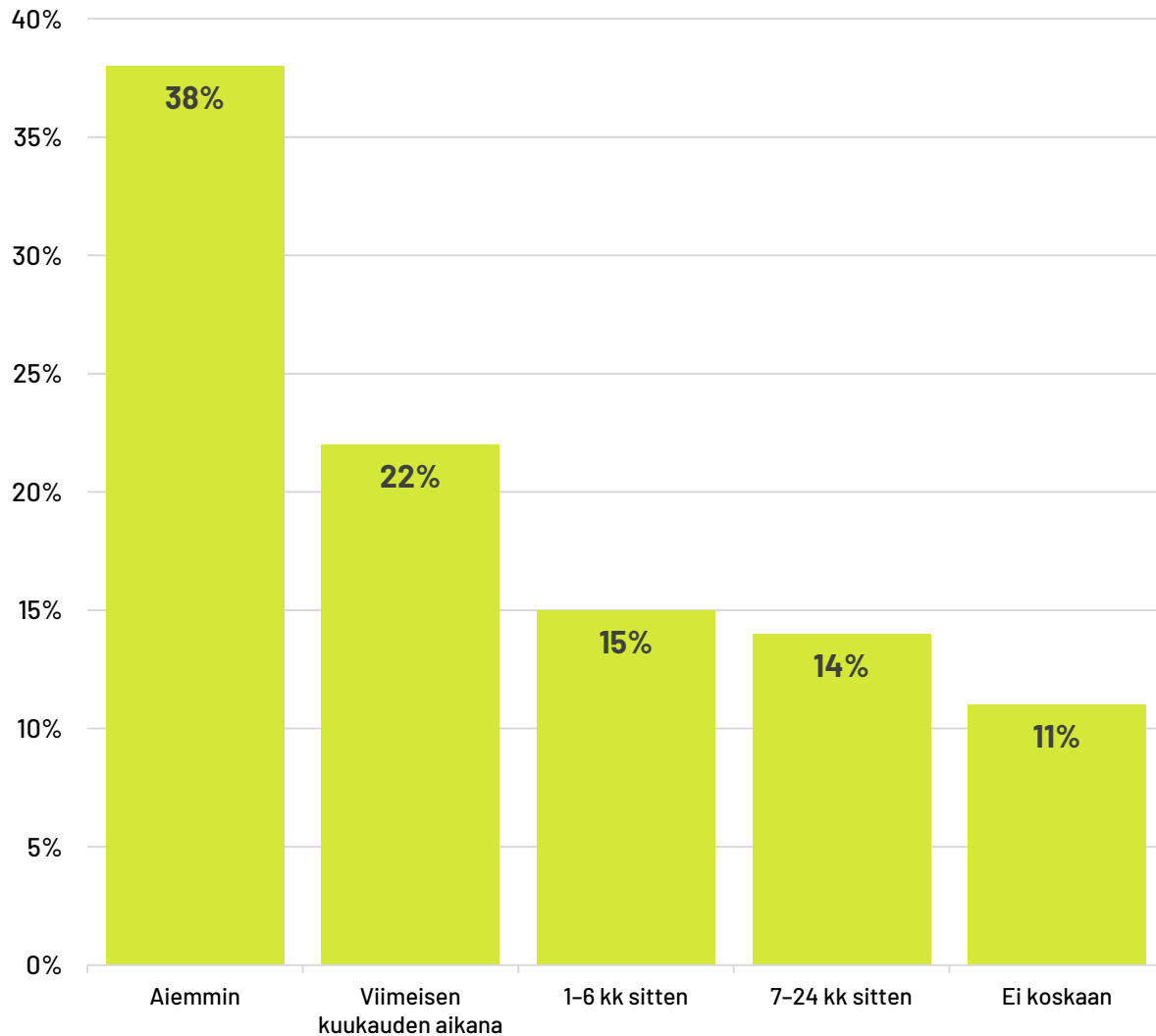
Musiikkipalveluista kuunnellaan edelleen paljon itse löydettyä musiikkia

- Alustojen suosituksiin luottaa kuitenkin lähes neljännes suomalaisista.
- Itse löydetyt kappaleet ja albumit ovat Suomessa edelleen vahvoilla.
 - Ruotsissa ja Norjassa itse kootut soittolistat ovat suosittumia kuin yksittäiset kappaleet tai albumit.

Digitaalisen musiikin kuuntelutavat Suomessa 2022



Käynyt maksullisessa konsertissa (13–75 v.)



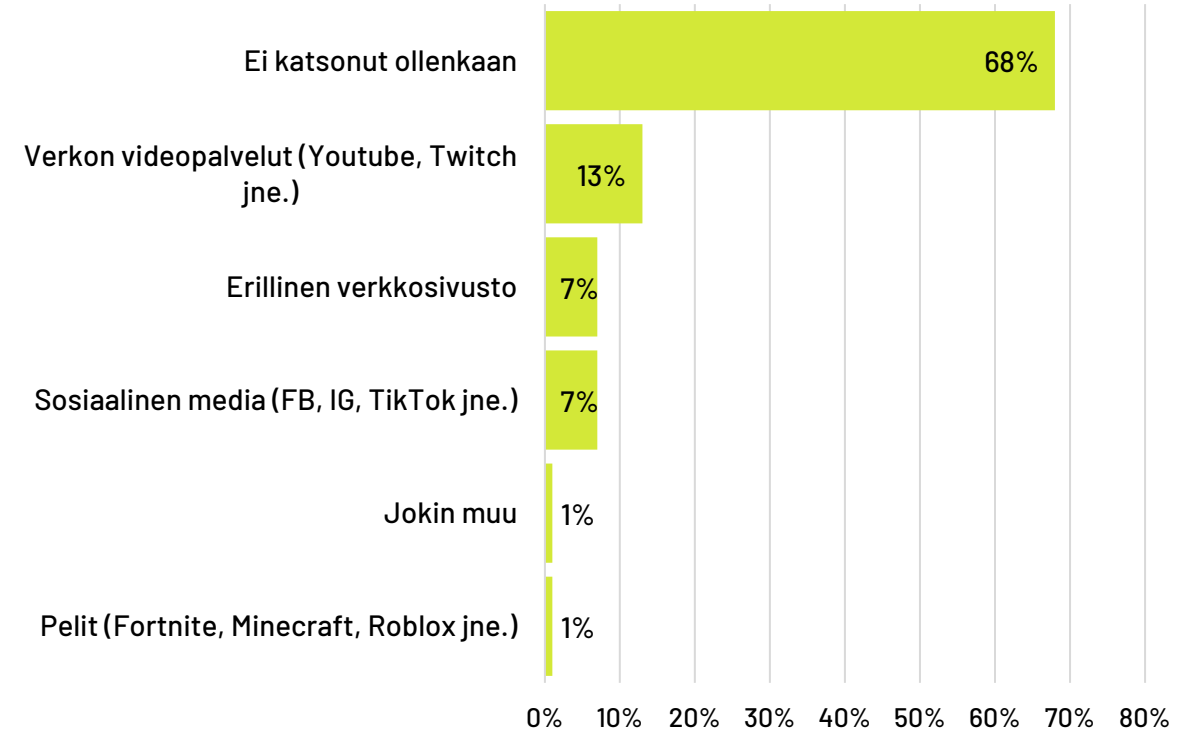
Maksullisissa konserteissa ja keikoilla **käy noin 40 % suomalaisista**

Koronapandemia verottaa edelleen yleisöä vuonna 2022: **20 % kaikenikäisistä ja jopa 40 prosenttia 66–75-vuotiaista jätti vielä elokuussa 2022 konsertit kokonaan väliin koronan vuoksi.**

Livestriimatut konsertit jäävät osaksi musiikin kuuntelua – mutta vain pienelle osalle

- **26 % suomalaisista kertoi katsoneensa elävän konsertin suorana verkosta viimeisen kahden vuoden aikana.**
- Livestriimattu konsertti ei ole sama kuin tallenne: Yhdeksän kymmenestä striimikonserttilipun ostajasta haluaa katsoa livestriimatun konsertin suorana.
- Koronapandemian jälkeen livestriimatut konsertit ovat vähentyneet, mutta suurten stadionkonserttien striimilipuilla on ollut kohtalaisesti kysyntää.
- 16 % suomalaisista uskoi katsovansa suoran verkkokonsertin myös tulevana vuonna
- Pelaajayhteisö (esim. Forniten tai Minecraftin pelaajat, Roblox-käyttäjät) katsoivat suorita verkkokonsertteja muita vastaajia enemmän

Livestriimattujen konserttien kulutus kanavittain Suomessa 2022



Miten nuori sukupolvi muuttaa
musiikinkulutusta?

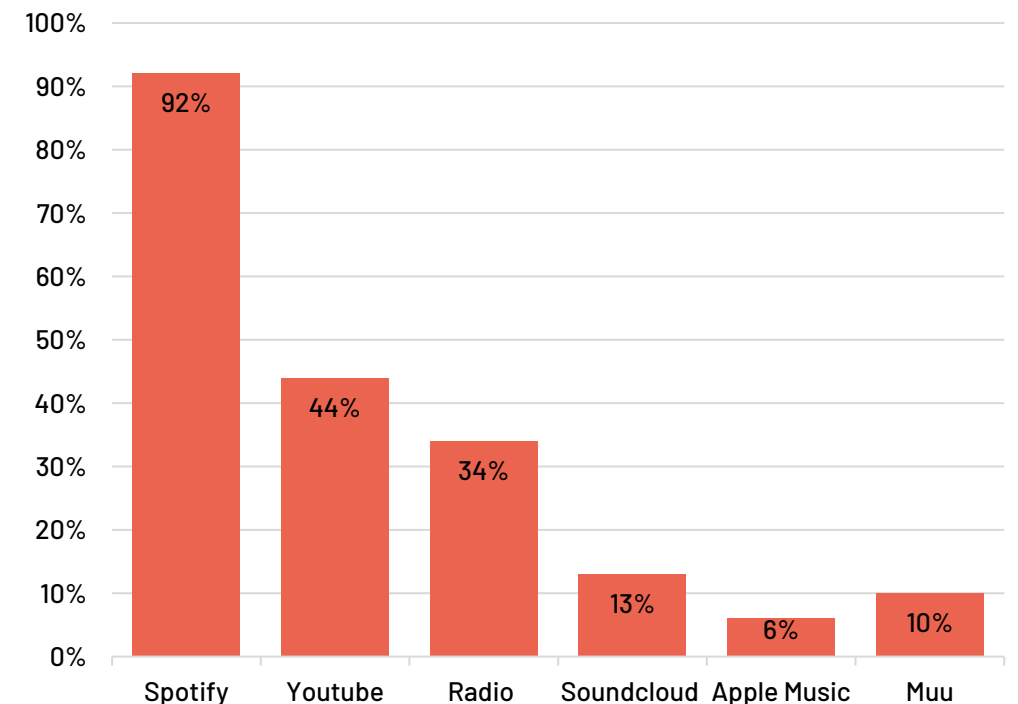
13-21-vuotiaat suomalaisnuoret käyttävät Spotifya musiikinkuunteluun, **jopa 86 % heistä maksullisia versioita**

Mona Hertzin ja Paavo Vakulan Nuorten musiikinkäyttö – tutkimuksessa kysyttiin 13-21-vuotiaiden musiikinkulutustottumuksia (N=132). Tutkimukseen vastaajista jopa yli 86 % kertoi kuuntelevansa palveluiden maksullisia versioita.

Merkittävimpiä syitä maksullisten versioiden käyttöön olivat:

- Mainokset
- Ilmaisversioissa ei pysty itse vaikuttamaan kappaleiden soittojärjestykseen
- Vanhemmat maksavat, joten ei ole tarvetta vaihtaa maksullisesta pois
- Maksullisessa palvelussa laajempi valikoima
- Maksullisessa palvelussa parempi laatu
- Musiikin kuluttamisesta halutaan maksaa
- Ilmaisia vaihtoehtoja on huonosti tarjolla

13-18-vuotiaiden suomalaisnuorten suosituimmat välineet musiikinkuunteluun 2022



13-18-vuotiaista suomalaisista jo **73 % kuuntelee musiikkia TikTokista päivittäin**

- Sosiaalisen median lyhytvideot olivat 2019-2022 nopeimmin kasvava formaatti mainonnassa, ja ne myös synnyttävät reaktioita huomattavasti tehokkaammin kuin kuvat ja tekstisisällöt.
- TikTokin vanavedessä myös sitä suuremmat palvelut ovat kasvattaneet lyhytvideoiden roolia palveluissaan.
- Musiikki leviää somevaikuttajien kautta, ja TikTok-käyttäjät levittävät itse omilla videoillaan musiikkia eteenpäin. TikTok onkin nykyisin keskeisin levy-yhtiöiden musiikin lanseerauskanava.
- 2/3 TikTok-käyttäjistä nostaa sieltä löytämiään biisejä striimipalveluidensa soittolistoille.
- Lyhytvideot ovat saattaneet osaltaan vaikuttaa siihen, että kesän 2022 listabiisien tyypillinen kesto lyhyempi kuin koskaan - usein noin 2 minuuttia 30 sekuntia.

Suomalaisten digitaalisen musiikin kulutus
kanavittain 2022

	Viikossa	Päivässä	13-18-v. päivässä
Spotify tms. striimauspalvelu	66 %	51 %	88 %
Youtube (musiikkisisältö)	57 %	34 %	49 %
TikTok	34 %	28 %	73 %
Instagram (musiikkiartistitilit)	29 %	19 %	39 %
Vloggaajat/tubettajat	27 %	18 %	56 %
TikTok (musiikkiartistitilit)	15 %	10 %	37 %

13-21-vuotiaista **65 % kertoo kuuntelevansa TikTokista tunnettuja** biisejä myös arjessaan

Mona Hertzin ja **Paavo Vakulan** Nuorten musiikinkäyttö -tutkimuksessa kysyttiin 13-21-vuotiaiden musiikinkulutustottumuksia (N=132). Tutkimukseen vastaajista yli 65 % kertoi kuuntelevansa TikTokin kautta tunnetuksi tulleita viraalihittejä.

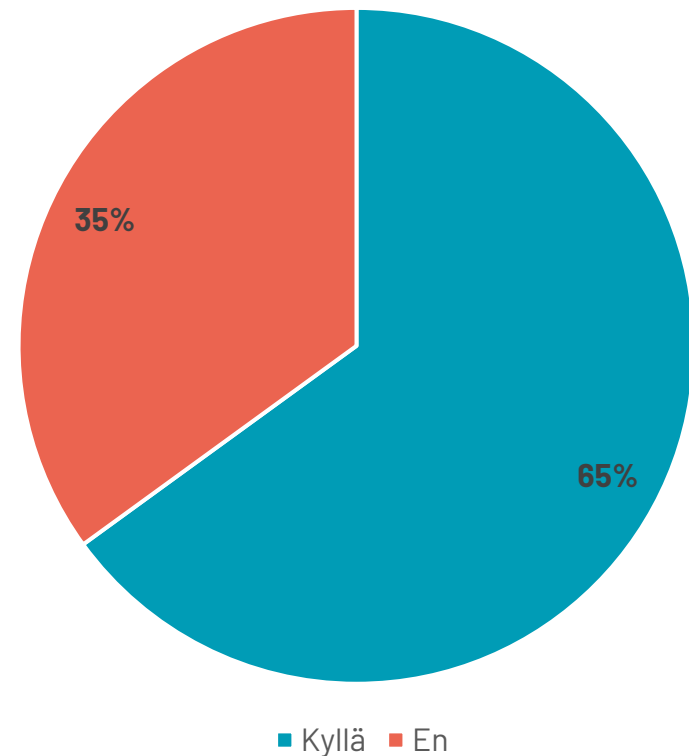
Syitä, miksi TikTok-hittejä kuunneltiin:

- TikTokissa trendaavissa biiseissä on tietynlainen tyyllilaji, joka miellyttää osaa kuuntelijoista.
- Usein biisit ovat pirkeitä ja niihin tykätty helposti.

Syitä, miksi TikTok-hittejä ei kuunneltu:

- Tyyllilaji ei miellytä.
- Viraalihitit kyllästyttävät ja niitä on kuullut sovelluksessa jo tarpeeksi.

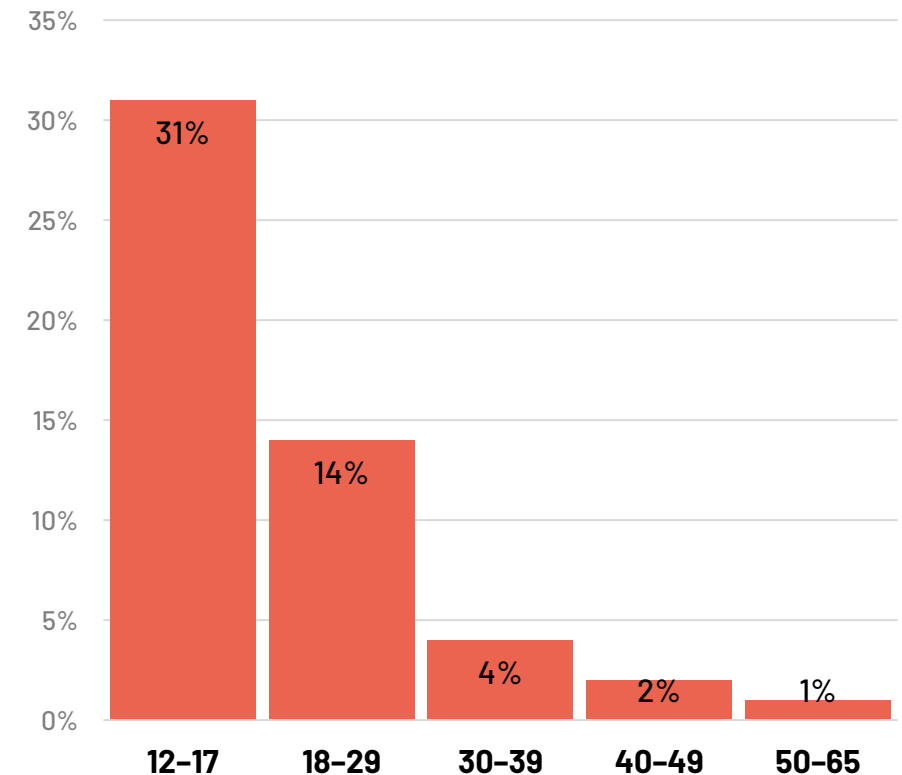
Kuunteletko viraalihittejä TikTokista?

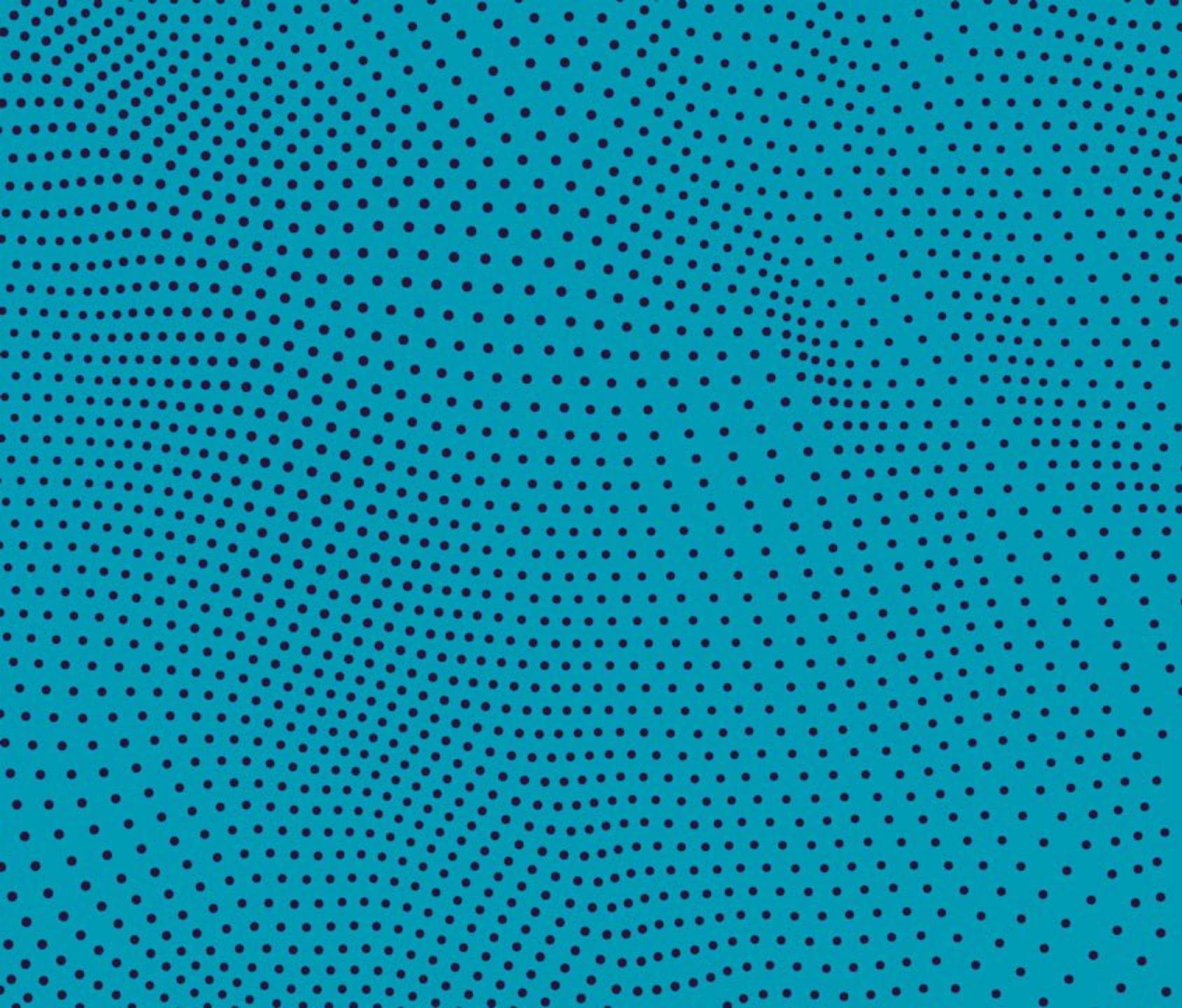


12–17-vuotiaat löytävät uutta musiikkia TikTokista, yli 30-vuotiaat radiosta

- Yli 18-vuotiaat suomalaiset eivät ole vielä löytäneet TikTokia yhtä laajalti, sillä yhteen laskettuna vain 11 % kaikista [Polaris Nordic: Digital Music in the Nordics 2022](#) -kyselyyn vastanneista löysi uutta musiikkia TikTokin kautta.
- TikTokista vuonna 2022 musiikkia kertoi kuuntelevansa 16 % (vuonna 2020: 9 %) ja Instagramista 21 % (vuonna 2020: 16 %) 12–65-vuotiaista suomalaisista.
- TikTokissa käytetään muita kanavia enemmän aikaa: pohjoismaissa keskimäärin 1,7 tuntia ja Suomessa 1,3 tuntia päivässä.
- Kaikkien ikäryhmien keskuudessa keskimäärin tärkein kanava uuden musiikin löytämiseen oli yhä radio, josta uutta musiikkia vuonna 2022 löysi 28 % kaikista suomalaisista (vuonna 2020: 38 %).
- Ahkerimpia radion kuuntelijoita olivat 50–65-vuotiaat, joista uutta musiikkia vuonna 2022 radiosta löysi 38 % suomalaisista.
- Vain 6 % 12–17-vuotiaista kertoi löytäneensä uutta musiikkia radion kautta.

TikTokin kautta uutta musiikkia löytäneet suomalaiset ikäryhmittäin 2022





TEOSTO
MUSIIKKI ON VOIMA