

Elävän musiikin markkinat käännekohdassa

Aku Alanen

Live-musiikin kysynnän ja tarjonnan kasvu on viime vuosina kompensoinut äänitemyyntin alamäkeä. Talouslaman myötä kuitenkin elävän musiikin markkinatkin näyttävät monessa maassa saavuttaneen kyllästymispisteen.

Maailman elävän musiikin markkinat kasvoivat vielä hieman vuonna 2009. Sen jälkeisestä kehityksestä saa hieman ristiriitaisen kuvan riippuen siitä, mitä alueita painottaa.

Joissakin perinteisissä musiikkibisneksen suurmaissa lasku alkoi jo vuonna 2009, mutta jatkui erityisesti vuonna 2010. Samoin isojen tähtien maailmankiertueet tuottivat vuonna 2010 selvästi vähemmän kuin vuonna 2009.

Erytyisesti USA:ssa elävän musiikin markkinat ovat menneet alaspäin muun talouden kanssa jo jonkin aikaa. Alan isoin tekijä *Live Nation* teki siellä tappiota myös viime vuonna.

Lipunmyynti tökkii monessa maassa

USA:ssa on pohdittu aiempaa enemmän sitä, miten hoidetaan myymättömien lippujen ongelma. Eri arvioiden mukaan jopa 35–50 prosenttia lipuista jää USA:ssa myymättä, vaikka hintatasoa on jo laskettu.

Euroopassa myymättä jää noin 15 prosenttia lipuista.

Ratkaisuina ongelmaan on kokeiltu lippujen jakamista erilaisiin hyväntekeväisyystarkoituksiin tai myymistä alennuksella erityisryhmille. Bisnekseen on jo eri-

To 20.5. VAPAAEHTOINEN
PÄÄSYMAKSU
SONY MUSIC
www.anssikela.com

Ohjelmatoimistot live-musiikin suurin toimiala

Tässä laskelmassa on käytetty pääosin yrittäjärekisterin tietokantoja. Teoston kautta maksettujen korvausten käyrät ovat samansuuntaisia, mutta käyttämälleni metodilla pääsee kiinni laajemmin konserttibisneksen kokonaisuuteen. Olen tarkistanut kolmen yritystoimialan – ohjelmatoimistojen, esittävän taiteen ja esittävän taiteen tukialan – tietoja ja muuttanut jonkin verran laskelman perusteita verrattuna aiempaan, pelkästään vuotta 2007 koskeneeseen laskelmaani (Tieto&trendit 4-5/2009).

Suurin toimiala elävässä musiikissa on ohjelmatoimistoala (Taulukko 1). Kävin läpi alan yritykset aiempaa tarkemmin ja päädyin siihen, että reilusti yli 90 prosenttia alan yrityksistä on ennen kaikkea musiikin kanssa tekemisissä. Niinpä nostin musiikin osuuden vastaavasti 90 prosenttiin koko toimialan luvuista aiemmasta 2/3-osasta. Tuokin osuus

lienee vielä liian pieni mutta ei ainakaan liioittele. Lisäksi olen ottanut tähän laskelmaan mukaan myös ne yritykset, joiden liikevaihto on liian pieni (alle noin 10 000 euroa) tullakseen varsinaiseen tilastoon. Aiemmasta laskelmasta ne puuttuivat.

Esittävän taiteen toimialan osalta kävin vastaavan tarkistusprosessin ja päädyin siihen, että vain 20 prosenttia alan yrityksistä tekee muuta kuin musiikkia. Toki nekin käyttävät musiikkia – kuten sirkus- tai tanssiyritykset – mutta musiikki ei ole pääosassa.

Esittävän taiteen tukialalla päädyin samaan ratkaisuun kuin ohjelmatoimistoissa: 90 prosenttia on musiikin infrastruktuurin tuottamista.

Ei-yritysmuotoisen elävän musiikin piirissä tärkeimmät tekijät ovat ooppera ja orkesterit. Olen käyttänyt niiden menoja vastaamaan yritysten liikevaihtoa.

Rajaukset ongelmallisia

Jos halutaan tehdä laaja arvoketjuanalyysi koko elävästä musiikista, siihen pitäisi yhdistää myös ravintola-ala, lipunmyyntitoimistot, kaikki kaluston vuokrauspalveluyritykset ja myös esiintymisareenakiinteistöjä hallinnoivat yritykset. Ongelma on vain siinä, että jälkimmäisten alojen yrityksistä pitäisi laskea vain osa niiden toiminnasta mukaan, eikä yksittäisten yritysten toimintaa ole mielekästä pilkkoa tällaiseen makrolaskelmaan.

Otetaan esimerkiksi vaikkapa Tavastia-klubi, alansa klassikko Helsingissä. Klubin päätoimiala on ravintolatoiminta, vaikka sinne enemmänkin tullaan kuuntelemaan musiikkia kuin juomaan. Silti on mahdotonta erottaa ravintolan muuta myyntiä keikkatoiminnasta.

Aku Alanen

koistunut joukko ”last minute bulk” -yhtiöitä (niitä kutsutaan myös lippujen outlet-myymälöiksi) kuten *Groupon* ja s.

Areenat kasvussa, yleisömäärät laskussa

Elävän musiikin toimintaan ja talouteen erikoistunut IQ-lehti teki 16 maassa kyselyn 50:lle isolle konserttiareenalle. Vastauksista käy ilmi, että vielä vuonna 2009 musiikkitapahtumien kävijämäärä pysyi suurin piirtein edellisen vuoden tasolla, mutta vuonna 2010 tapahtui jo selvää laskua. Kävijöiden määrän laski 7 prosenttia kaikissa yleisötapahtumissa ja musiikkitapahtumissa peräti 16 prosenttia.

Silti areenat ovat lisänneet paikkakapasiteettiaan edelleen vaikkakin hitaamalla tahdilla. Vuonna 2009 kapasiteetin kasvu edelliseen vuoteen oli 2,3 prosenttia ja viime vuonnakin vielä 1,5 prosenttia. Isojen areenoiden promootorien keskuudessa elää edelleen vahva optimismi, että juuri heidän areenansa menestyy tulevaisuudessakin kaikesta huolimatta.

Keskimääräinen lipunhinta nousi Euroopan tasolla vuonna 2010 enää pari prosenttia, 42,54 eurosta 43,33 euroon. Vuonna 2008 liput kallistuivat 12 prosenttia ja vuonna 2009:kin 5 prosenttia.

Elävän musiikin markkinoiden kehitys Suomessa 2007–09, milj. euroa

	2007	2008	2009
Ohjelmatoimistot	167,6	184,8	216,8
Esittävä taide	64,9	109,6	105,3
Esittävän taiteen tuki	28,9	34,3	36,8
Ooppera	45,3	48,5	51,2
Orkesterit	62,9	66,8	69,4
Armeija	9,1	9,6	10,4
Kirkko	26,2	26,3	26,5
Yhteensä	405,0	479,9	516,4

Lähde: Kirjoittajan oma laskelma useista eri lähteistä

Taulukko 1

Kaksi kehityssuuntaa: Britannia ja Saksa

Britanniassa elävän musiikin markkinoiden kokonaisarvo kasvoi tutkimusten mukaan reilusti vielä vuonna 2009 lammasta huolimatta.

Toki vaihtelu oli Britanniassa suurta. Jotkut isommat tapahtumat kärsivät, mutta enemmistö pienemmistä menestyi. Aluetasolla Lontoon seudun osuus livemarkkinoista näyttää yllättäen hievan laskeneen.

Toisena esimerkkinä voidaan ottaa Saksan markkinat, jossa suomalainen kulttuuri on perinteisesti saanut hyvän vastaanoton. Saksassa on kaksi isoa kotimaista konserttien järjestäjää ja lukema-

ton määrä pienempiä. Globaalisti suurin Live Nation ei ole toistaiseksi onnistunut saamaan siellä isoa jalansijaa.

Elävän musiikin markkinoiden arvo on laskenut Saksassa jo kolme vuotta sekä kävijämäärillä että tuloilla mitattuna, vaikkei talouslama olekaan koeteltu Saksaa ihan samoin kuin muita maita. Vuonna 2008 lipputulojen lasku oli vielä suhteellinen pientä, mutta vuonna 2009 tulot putosivat jo 12 prosenttia. Keskimääräinen lipun hinta on vaihdellut viime vuosina erittäin vähän 30 euron liepeillä, mikä heijastaa markkinoiden kypsymistä.

Berliini on alueena ollut selvä voittaja konserttitaloudessa, kun muut isot kaupungit ovat kärsineet. Duisburgissa vii-

Kilpailua ja yhteistyötä yritysten kesken

Konserttibisneksen kaikilla kolmella toimialalla ehdoton enemmistö yrityksistä on hyvin pieniä (Taulukko 2). Vain noin viidellä prosentilla kaikista konserttibisneksen yrityksistä on vähintään kolme kokoaikaiseksi muutettua työntekijää. Noin neljäsosassa yrityksistä on 1–2 kokoaikaisista työntekijää. Valtaosassa yrityksiä hoidetaan osa-aikaisesti tai sivutoimisesti.

Keskittymisaste on aika korkea ohjelmatoimistojen ja esittävän taiteen tukitoimintojen aloilla mutta selvästi matalampi esittävän taiteen yritysten parissa (Taulukko 3).

Konserttibisneksessä käydään myös kovaa kilpailua, jossa isot jyräävät keskisuuret ja pienimmät tekijät ovat ainakin suurissa tapahtumissa alihankkijan roolissa. Isoilla yrityksillä on varaa tärkeissä tapahtumissa ottaa tietoisesti vähän takkiinkin, jos siten saadaan pahimmat kilpailijat jäämään ulos kisasta.

Kilpailusta huolimatta alan yritykset toimivat usein myös yhteistyössä, koska yhteistyö

Elävän musiikin yritysten jakautuminen luokkiin liikevaihdon suuruuden mukaan

liikevaihto, euroa	Tukiala kpl	Esittävä taide kpl	Ohjelmatoimistot kpl	yht.
yli miljoona	9	14	32	55
0,5 milj – miljoona	12	19	51	82
0,2 milj. – 0,5 milj.	26	39	104	169
0,1 milj. – 0,2 milj.	38	65	133	236
50 000 – 100 000	38	148	255	441
30 000 – 50 000	49	199	201	449
10 000 – 30 000	122	490	435	1 047
alle 10 000	360	1 985	885	3 230
yhteensä	654	2 959	2 096	5 709

Lähde: Yritysrekisteri. Tilastokeskus

Taulukko 2

voi olla molemmille edullista. Mutta keskisuuren toimijan pyrkiessä isojen joukkoon se joutuu monesti ottamaan liian isoja riskejä. Seurauksena saattaa olla konkursi, kuten kävi kymmenen suurimman joukkoon kuuluneelle

Kalle Keskinen Speed Promotionille.

Kaikkein suurin keskittymisaste on esittävää taidetta palvelevalla alalla. Se on ymmärrettävää, koska kyse on pääosin laite- yms. vastaavista hankinnoista ja vuokrauksista.

me kesänä Love-parade -tapahtumassa sattunut 21 kuolonuhrin onnettomuus on myös johtanut aiempaa suurempaan varovaisuuteen konserttibisneksessä.

Saksassa elävän musiikin jakautuminen eri genreihin poikkeaa Suomesta. Musikaalien ja klassisen musiikin taloudellinen merkitys on suurempi kuin meillä.

Suomessa kasvua vielä 2009

Suomessa elävän musiikin markkinat ovat kasvaneet vauhdilla 2000-luvulla. Vuosina 2007–09 elävän musiikin klusteri kasvoi selvästi nopeammin kuin kansantalous (Taulukko 1).

Erityisen kiinnostavaa lamavuonna 2009 tapahtunut kasvu konserttitoiminnassa. Lama ei vaikuta ulottuneen vielä silloin elävään musiikin talouteen. Kasvu oli vauhdikasta kaikilla kolmella konserttibisneksen alalla.

Suomalaisilla alan toimijoilla on erilaisia näkemyksiä siitä, onko meillä elävässä musiikissa edessä sama alamäki

kuin muualla. Ennakkotietojen mukaan vuonna 2010 livemusiikin bisnes on jäänyt lamavuosi 2009:n tasolle.

Pessimistit katsovat, että pysyvä käänne huonompaan on jo tapahtunut. Alan grand old man ja elävän musiikin kaikilla sektoreilla vaikuttava **Juhani Merimaa** lukeutuu varovaisiin optimisteihin ja uskoo, että taantuma on vain väliaikainen. Keskisuuriin toimijoihin kuuluva **Jukka Airaksinen** on vielä varovaisempi. Suomessakin joudutaan ehkä jatkossa tyytymään paljon pienempiin kasvulukuihin kuin menneinä vuosina.

Lippujen hinnat ovat kehittyneet Suomessa viime vuosina hieman eri tahtiin eri genreissä. Isojen tähtien konserttien hinnat ovat edelleen nousseet, joskin nousuvauhti on hiljentynyt. Sen sijaan vähemmän tunnettujen esiintyjien konserteissa hinnat ovat pysyneet lähes ennallaan viime vuodet. Onkin kiinnostavaa nähdä, seuraako hintakehitys muuta maailmaa. Muuallahan hintojen selvä lasku on tosiasia. ■

U2-oheistuotteita myynnissä Olympiastadionin parkkipaikalla kesällä 2010.



Lehtikuva Oy

Elävän musiikin toimialojen liikevaihdon keskittymisaste 2009
Isojen yritysten %-osuus koko toimialasta

	Tukiala	Esittävä taide	Ohjelmatoimistot
	%-osuus	%-osuus	%-osuus
50 suurinta	74,5	39,1	56,1
20 suurinta	61,8	28,2	43,8
10 suurinta	51,4	20,9	35,5
5 suurinta	43,3	13,6	28,8
3 suurinta	39,4	9,7	24,9
yhteensä	100,0	100,0	100

Lähde: Kirjoittajan oma laskelma, Yritysrekisteri. Tilastokeskus

Taulukko 3

Tukialat kotimaisissa käsissä

Suurin yritys ohjelmatoimistoissa on *Live Nation*, amerikkalaisomisteinen konserttibisneksen globaali ketju. Ruotsissa sen suhteellinen asema lienee vielä Suomeakin suurempi.

Vaikka *Live Nation* tunnetaan isojen megakonserttien järjestäjänä, se on pyrkinyt myös pääsemään pienemmän koon ravintolamusiikin ja klubitoimintaan mukaan. Se ei

kuitenkaan ole ostanut omakseen ravintoloi-
 ta vaan on tyytynyt ottamaan oman siivunsa
 aina erillisillä sopimuksilla.

Live Nation on liikevaihdoltaan monta kertaa suurempi kuin seuraavaksi suurin alan toimija *Auraviihde*, joka sekin kuuluu nykyään ulkomaiseen Sony-konserniin. Sonyn ryhmään kuuluu vielä iso *Popgee*. Kymmenen suurimman joukossa on siten kolme ulkomai-

nessa omistuksessa olevaa yritystä.

Merkittävin kotimainen konserni alalla on *Capmanin* äskettäin ostama *Eastway*, jonka pääyhtiö toimii esittävän taiteen tuen toimialalla. Se lienee myös *Live Nationin* jälkeen suurin ulkomaisten yhtiöiden maahantuoja. Sen kaksi suurinta tytärtä *DEX* ja *Melodia* kuuluvat ohjelmatoimistojen keskiuuriin yrityksiin.

Oma lukunsa elävän musiikin bisneksessä ovat *Juhani Merimaan* vaikutuspiirissä olevat yritykset. Niistä suurin, *Vantaa Festivals*, oli esittävän taiteen toimialan suurin toimija vuonna 2009. Kaksi muuta merkittävää yhtiötä *Tikketti* ja *Tavastia-klubi* sijoittuvat sen sijaan lipunmyynti- ja ravintola-aloille. Laajasti otettuun elävän musiikin klusteriinhan kuuluisivat myös osin ravintolatoiminta ja lipunmyyntipalvelut.

Esittävän taiteen ja sen tukitoimialan yritykset ovat täysin kotimaisessa omistuksessa. Siten yritysten suoria ulkomaisia yhteyksiä musiikkialalla löytyy vain ääniteyhtiöiden ja ohjelmatoimistojen ja av-alan yritysten välillä.

Aku Alanen



Konserttibusneksen taloustiede

Elävän musiikin ja talouden suhde on ollut myös taloustutkimuksen kohteena. On väitetty siitä, pystyykö klassinen mikrota- loustiede ylipäättään selittämään konsertin kaltaisen tuotteen käyttäytymistä vai poikkeaa se täysin muista markkinoista.

Taloustieteen termein tuottavuuden nostaminen on mm. esittävän kulttuurin aloilla vaikeampaa kuin teknologisemmilla aloilla tai toisinpäin. Kustannusten nousu on monilla palvelu-aloilla nopeampaa eikä sitä voi korvata skaalatuotoilla tai monistamalla kuten teknologisilla aloilla voidaan. Ilmiö on saanut myöhemmin nimen *Baumolin tauti*. Klassinen näkemys on peräisin amerikkalaiselta taloustieteilijältä **William Baumolilta**, joka on muutenkin käsitellyt paljon eri palvelu-alojen mm. sairaanhoidon tuottavuuden mittausta. Ongelmaa kuvaa kuuluisa sitaatti:

*”Vuonna 1780 kvartettilta kului 40 minuuttia soittaa eräs Mozartin sävellys, tänään se vaatii saman ajan ja saman miehityksen.”**

Viime vuosisadan puolella ennustettiin yleisesti elävän musiikin roolin supistuvan

äänitysteknologian kehityksen seurauksena ja äänitebisneksen katsottiin toimivan kuitenkin muikin teknologiatalous. Nyt nähdään kuitenkin ennustusten menneen metsään. Äänitetyn musiikin rooli on supistumassa ja elävä musiikki voi hyvin. Elävä musiikki ei kilpaile tai syrjäytä sinänsä äänitettyä vaan elävästä tulee olennainen osa ja äänitetyn pitää sopeutua tähän tulevaisuudessa.

On väitetty, että eräs ratkaisu Baumolin tautiin löytyy lippujen hintojen noususta inflaatiota enemmän. Tätä on yritetty ja yritetään edelleen, mutta aika pian tulevat rajat vastaan siinäkin. Palataan vanhaan tilanteeseen: artistit levyttävät saadakseen keikkoja, joista elävät. Välillä vain oli toisinpäin.

Nykytutkimuksen mukaan konserttipromootorit ovat kehittäneet kolme strategiaa selvittääkseen taudista:

1. He ovat laajentaneet tilojen kapasiteettia lippujen hinnannousun ohella, lisänneet kiertueiden roolia ja ennen kaikkea kehittäneet uuden tyypisten festivaalipah- tumien ketjun. Toki kaikki em. asiat liitty-

vät ääniteknologian tuottamiin mahdollisuuksiin, kun ihmiset laajemmalla alueella voivat kuulla live-esityksiä.

2. Kun pelkkä volyymin kasvu tai hintojen nousu ei ole riittänyt, kuvaan ovat tulleet oheistapahtumat ja liitännäismyynti. Ainahan juotavaa on kaupattu, mutta konserttien yhteydessä on nyttemmin alettu yhä enemmän myymään t-paitoja yms. oheistuotetta. Live-konsertista on tullut sen talouden ohella tärkeä sosiaalinen tapahtuma, johon voi liittyä myös ei-musiikillista ohjelmaa.
3. Elävän musiikin tilaisuuksista on tullut myös tärkeä kohde eri asioiden mainostajille. Sponsoreiden tuki on tullut tärkeäksi osaksi Baumolin taudin ratkaisua. Erityisesti klassisen musiikin puolella julkinen tuki on toki ollut mukana aiemminkin.

**Lähde: W.J. Baumol and W.G. Boven (1966), *Performing Arts: The economic dilemma*, New York*



Elävä musiikki yhä klusterin suurin ja vahvimmassa kasvussa

Suomen musiikkiklusterin lohkoista elävä musiikki on edelleen suurin, ja se on myös kasvanut muhin verrattuna erittäin hyvin vuosina 2007–09 (Taulukko 4).

Radio ja tv ovat määrällisesti tarkasteltuna edelleen kakkostilalla musiikin taloudessa. Tv-yhtiöiden liikevaihdon kasvu on merkinnyt sektorin roolin huomattavaa kasvua erityisesti vuonna 2008.

Musiikin koulutuksen kustannukset ovat myös kasvaneet mutta vaatimattomasti (Taulukko 5). Koulutuksen suurin, 112 miljoonan euron kustannuserä vuonna 2009 kohdentui musiikin perusopetukseen. Sektori sai pienen kuoppakorotuksen avustustasoonsa vuonna 2008. Toi-

seksi suurin erä, kaikkiaan 73 miljoonaa euroa, kohdentui peruskoulun musiikinopetukseen. Muille koulutusasteille kohdentui huomattavasti pienempiä summia. Muista suurimmat olivat Sibelius-Akatemian ja ammattikorkeakoulujen kulut.

Äänitteiden myynti edelleen laskussa

Äänitetyn musiikin myynti on edelleen laskenut (Kuvio 1). Digimyynti on kasvanut, mutta se on tasoltaan vielä liian pientä korvaamaan menetyksiä.

Myös äänitteiden valmistuksen liikevaihto laski edelleen vuonna 2009.

Äänitetyn musiikin tuottamista hallit-

Suomen musiikin talouden markkinoiden kehitys 2007–09, milj. euroa

	2007	2008	2009
Elävä musiikki	405,0	479,9	516,4
Radio + tv	250,7	288,7	298,8
Koulutus	246,5	258,0	264,2
Äänitteiden myynti ja valmistus	119,7	113,1	100,3
Kustantaminen, studiot	101,8	103,9	99,5
Soittimet+ tarvikkeet	62,1	67,0	64,5
Säveltäminen	41,3	43,4	44,9
Kannettavat kuuntelulaitteet	36,6	32,8	28,8
Kiinteät kuuntelulaitteet (koti)	27,9	29,2	26,8
Musiikkipelit	5,0	5,4	4,8
Yhteensä	1 296,5	1 421,4	1 448,9

Lähde: Kirjoittajan oma laskelma useista eri lähteistä.

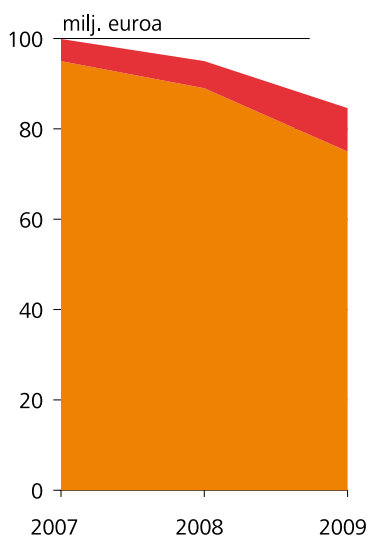
Taulukko 4

Musiikin opetuksen kustannukset

	2007	2008	2009
Peruskoulut	71,2	74,9	75,9
Lukiot	6,0	6,4	6,5
Musiikin perusopetus	103,2	109,2	112,4
Ammat. peruskoulutus	14,2	14,1	13,3
Amk-koulutus	16,9	17,1	18,1
Yliopistot	7,7	7,9	7,9
Sibelius-akatemia	27,3	28,4	30,1
Yhteensä	246,5	258,0	264,2

Lähde: Kirjoittajan oma laskelma useista eri lähteistä, mm. Opetushallitus. Taulukko 5

Äänitteiden myynti Suomessa 2007–2009



Lähde: IFPI Finland

sevat Suomessa, kuten pääosin muissakin maissa, neljä suurta kansainvälistä yhtiötä: Sony, Warner, Universal Music ja EMI. Sonylla ja Warnerilla on kytkökset myös moneen muuhun viihdebisneksen lajiin.

Suomen kymmenestä suurimmasta musiikkiyhtiöstä vain kolme ei kuulu em. neljän yhtiön omistukseen. Toki aina syntyy uusia yrittäjiä, ja jotkut niistä kasvavat isoiksi. Jossain vaiheessa vain tuppaa käymään niin, että joku neljän koplasta ostaa ne.

Musiikkipelien tähdenlento

Myös erityisten musiikkikuuntelulaitteiden myynti laski vuosina 2007–09.

Suomi digikehityksen jälkijunassa

Nörttikansan maineesta huolimatta suomalaiset eivät ole muiden maiden tahtiin alkaneet ostaa musiikkia verkosta digitaalisessa muodossa. Oheisessa kansainvälisen äänitealan järjestön tilastossa vain neljässä maassa digitaalisen musiikin osuus on alle 10 prosenttia myynnistä. Suomi on yksi näistä maista.

Tilanne on sama kaikessa muussakin verkkokaupassa, mm. kirjojen ostoissa olemme selvästi jälkijunassa.

Korkein digi-ostojen osuus on Tanskassa ja Britanniassa. Taulukosta puuttuvassa USA:ssa digi-ostojen osuus oli jo yli 40 prosenttia.

Esitysoikeuksien osuus vaihtelee kovasti maittain. Maailmanlaajuisesti esitysoikeuksien osuus on viime vuosina hiivenen kasvanut nyt noin 5 prosenttiin äänitealan kokonaisvolyymista. Esitysoikeuksilla tarkoitetaan lisenssimaksuja äänitteiden esityksistä eri foorumeilla kuten tv:ssä, klubeilla ja ravintoloissa.

Äänitetyn musiikin myynnin jakautuminen Euroopassa 2009

	Fyysiset äänitteet	Digi äänitteet	Tekijän-oikeudet
Hollanti	75,4	6,3	18,3
Portugali	86,4	6,9	6,7
Suomi	80,6	8,0	11,3
Belgia	78,5	8,9	12,5
Saksa	84,6	10,1	5,2
Itävalta	79,6	10,5	9,9
Sveitsi	83,7	12,4	3,9
Espanja	72,4	12,9	14,6
Italia	75,9	13,4	10,7
Ranska	77,4	13,9	8,7
Norja	76,2	14,5	9,3
Ruotsi	75,9	14,8	9,3
Kreikka	72,0	14,9	13,1
Britannia	73,5	18,7	7,8
Tanska	66,4	22,1	11,5

Lähde: IFPI

Musiikkia kuunnellaan yhä enemmän kännyköiden ja tietokoneiden avulla. Myös soittimien ja muiden musiikkitarvikkeiden valmistuksen ja myynnin arvo on hieman laskenut.

Musiikkipelien myynti kasvoi hieman vuonna 2008 mutta laski vuonna 2009 kuten tietokonepelien yleensäkin. Musiikkipelien nousu vuosina 2007–08 vaikuttaa siis jääneen tähdenlennoksi. ■

Aku Alanen

Lähteet:

IFPI Recording Industry in Numbers 2010
 IQ Live Music Intelligence, March 2011 Issue 34
 Page Will and Carey Chris, Adding up the UK music Industry for 2009, Economic Insight, Issue 20, PRS for music 04.08.2010
<http://www.musikmarkt.de/Aktuell/News/News/GfK-Studie-2009-Weniger-Umsatz-mit-Live-Entertainment-Montag-04.-Oktober-2010>