

*Maarit Kinnunen, Juha Koivisto,  
Eero Jääskeläinen ja Antti Honkanen*

***Rytmimusiikkifestivaalien markkina-analyysi:  
Tilanne ennen koronapandemiaa,  
sen aikana ja jälkeen***

*YTT Maarit Kinnunen (maarkinn@ulapland.fi) toimii Lapin yliopistossa vierailevana tutkijana sekä osa-aikaisena tutkijana LiveFIN ry:ssä. Hänen tutkimusalueitaan ovat elävän musiikin kenttä ja yleisöt.*

*HTK Juha Koivistolla (juha.koivisto2014@gmail.com) on yli 20 vuoden kokemus klubi-, konsertti- ja festivaalijärjestäjänä, ja lisäksi hän on ollut monissa luottamustoimissa musiikkialan järjestöissä, esimerkiksi Finland Festivalsin ja Rytmii-instituutin hallituksissa.*

*Eero Jääskeläisellä (eero.jaaskelainen@uniarts.fi) on yli kymmenen vuoden kokemus tapahtumakentästä ja hän on toiminut ohjelmapäällikkönä useissa eri tapahtumataloissa. Hän toimii lisäksi freelancer-muusikkona ja valmistelee maisteritutkintoaan Taideliopiston Sibelius-akatemian Taidehallinnon osastolla.*

*Dosentti Antti Honkanen (antti.honkanen@utu.fi) työskentelee toimitusjohtajana Tutkimus- ja analysointikeskus TAK Oy:ssä ja vierailevana tutkijana Turun yliopiston biodiversiteetti-yksikössä. Hän on tehnyt pitkän uran matkailu- ja vapaa-aikatutkimuksen parissa työskennellen aiemmin muun muassa Itä-Suomen yliopiston ja Lapin yliopiston matkailualan yksiköiden johtajana. Suomen matkailututkimuksen seuran puheenjohtajana hän toimi vuosina 2009–2019.*

*DOI: 10.51816/musiikki.131302*



# *Rytmimusiikkifestivaalien markkina-analyysi: Tilanne ennen koronapandemiaa, sen aikana ja jälkeen*

Maarit Kinnunen, Juha Koivisto,  
Eero Jääskeläinen ja Antti Honkanen  
.....

## *Suomen rytmimusiikkifestivaalit ennen koronaa*

Tarkastelemme tässä artikkelissa suomalaista rytmimusiikkifestivaalientä. Rytmimusiikilla tarkoitetaan muuta kuin klassista musiikkia (Väkevä ja Kurkela 2012, 244). Jatkossa rytmimusiikkifestivaalista käytetään termejä musiikkifestivaali tai festivaali.

Suomalaisen musiikkifestivaalientän markkinatilannetta ennen koronaa ovat aiemmin analysoineet Koivisto ja Luonila (2015) sekä Koivisto (2019). Päivitämme tässä pandemiaa edeltänyttä tilannetta kansainvälistymisen, Nelonen Media Liven markkina-aseman sekä festivaalien monistamisen osalta.

Ennen koronapandemiaa Suomen rytmimusiikkia tarjoavien festivaalien määrä ja kansainvälinen houkuttelevuus sijoitusmielessä kasvoivat pikkuhiljaa. Kansainväliset sijoittajat eivät ole kiinnostuneita yksittäisistä festivaaleista, vaan kokonaisuuksista, joita festivaalien omistajuus tukee. Monesti näillä toimijoilla on hallussaan laaja elävän musiikin tapahtumaverkosto, johon voi kuulua keikkapaikkoja, ohjelmatoimistoja, festivaaleja sekä lipunvälitystoimintaa. Suurimmat sijoittajayhtiöt toimivat useissa maissa.

Suomessa ensimmäinen kansainvälinen kauppa tehtiin jo vuonna 2014, kun saksalainen konsertti- ja festivaalijärjestäjä FKP Scorpio osti enemmistöosuuden Provinssirockista. Festivaalilla oli tuolloin takanaan kaksi taloudellisesti heikkoa vuotta, joten myyntiaika oli otollinen Provinssirockin silloiselle omistajalle Seinäjoen elävän musiikin yhdistykselle Selmu ry:lle. FKP Scorpionin pääomistaja on CTS Eventim, joka taas on merkittävä elävän musiikin toimija ja omistaa suuren lipunmyyntiver-

koston, johon myös Lippu.fi kuuluu. Tällä hetkellä FKP Scorpio järjestää omistamansa ohjelmatoimisto Fullsteamin kautta Provinssin lisäksi Sideways- ja Knotfest-festivaaleja.

Seuraava kansainvälinen siirto tapahtui vuonna 2018, kun Flow Festival aloitti yhteistyön tapahtumaryhmittymä Superstruct Entertainmentin kanssa. Sen omistaa pääomasijoittaja Providence Equity Partners. Ennen kauppaa Flow-konseptia pilotoitiin Sloveniassa eli brändin arvoa nostettiin testaamalla sen kansainvälistä laajennettavuutta.

Vuonna 2019 Weekend-festivaali myytiin pohjoismaiselle All Things Livelle, jonka taustalla on puolestaan pääomasijoitusyhtiö Waterland Private Equity. Myös Weekendia oli toteutettu kansainvälisesti ennen kauppaa Virossa ja Ruotsissa.

Samana vuonna Live Nation Finland teki ensimmäisen festivaalikaupansa ostaessaan osuuden Blockfestistä. Live Nation on kansainvälisesti erittäin suuri festivaalitoimija, jolla on esimerkiksi Isossa-Britanniassa hallussaan lähes neljäsnes yli 5 000 kävijän festivaaleista (Hall 2019).

Vuonna 2021 – koronapandemian aikana – tapahtui viimeisin Suomen festivaalikauppa. Jo Flow-festivaalia omistava Superstruct lisäsi Suomen-salkkuunsa Tuskan. Sinällään Tuskan kansainvälinen kiinnostavuus ei ollut yllätys, mutta ajankohta keskellä koronapandemiaa oli varsin kiinnostava.

Festivaalien kansainvälistyminen ei ole lisännyt merkittävästi niiden kaupallisuutta, sillä jo ennen tätä erityisesti suuremmat festivaalit nähtiin tuottavana liiketoimintana. Kauppojen myötä myöskään festivaalibrändit eivät ole muuttuneet ja tuskin muuttuvatkaan. Kansainvälisesti on jo kiinnitetty huomiota siihen, että esimerkiksi Live Nation on pyrkinyt säilyttämään ostamiensa festivaalien brändit (Morey ym. 2014). Erottuva ja tunnettu brändi on merkittävä liiketoimintaetu ja suuren työn takana, joten kansainväliset toimijat ymmärtävät olla muuttamatta sitä.

Suomen festivaalientällä tapahtui niin ikään merkittävä muutos, kun Nelonen osti maaliskuussa 2018 Suomen suurimman festivaalijärjestäjän, N.C.D. Production Oy:n. Sanoma-konserniin perustettu uusi yritys, Nelonen Media Live Oy, täydensi monikanavaisen mediayhtiön musiikkitarjontaa.

Nelonen Media Live on ylläpitänyt festivaalisalkkuaan ahkerasti näiden vuosien aikana:

- 2018 Solar Sound Festivalin ja Tikkurila Festivaalin hankinta,
- 2018 Sataman Yön, Finnhits Festivalin, Jurassic Rockin, We Love Festivalin, Summer Upin ja South Parkin lopettaminen,
- 2019 Rockfestin hankinta,

- 2019 Bauer Median brändin (Iskelmä radio) alla toimivan IskelmäKesän lopettaminen,
- 2021 Iskelmä Festivaalin laajentaminen Poriin,
- 2022 Solar Sound Festivalista luopuminen.

Tällä hetkellä Nelonen Media Live järjestää aktiivisesti 13 festivaalia, jotka ovat kesän 2022 suuruusjärjestyksessä:

- Vähintään 60 000 käyntiä:
  - » Rockfest
- Vähintään 30 000 käyntiä:
  - » Himos Juhannus
- Vähintään 20 000 käyntiä:
  - » Tikkurila Festivaali,
  - » Suomipop Festivaali Jyväskylä,
  - » Tammerfest,
  - » Kuopiorock,
  - » Iskelmä Festivaali Himos,
  - » RMJ
- Vähintään 10 000 käyntiä:
  - » Suomipop Festivaali Oulu,
  - » Jysäri,
  - » Tahko Juhannus,
  - » Iskelmä Festivaali Pori
- Alle 10 000 käyntiä:
  - » Wanaja Festival.

Kun Nelonen Media Live hankki Rähinä- ja Kaiku-levy-yhtiöt, yhtiön vaikutusvaltaa alettiin kritisoida laajemmin (Sirén ja Paananen 2019). Kun saman konsernin hallussa on TV- ja radiokanavia, sanoma- ja aikakauslehtiä, Suomen suurimpia festivaaleja ja – toki pienekköjä – levy-yhtiöitä, sen vaikutusmahdollisuudet yksittäisen artistin näkyvyyteen ja ansaintamahdollisuuksiin ovat suuret. Mikael Gabriel toi jo ennen festivaalikauppoja esiin sen, että hän joutui soittoboikottiin Nelosen kanavilla, kun oli lähtenyt kilpailevalle kanavalle X Factor -tuomariksi (Vatka 2017). Soittokertojen radikaali väheneminen Nelosen medioissa seurasi myös Michael Monroen ja Kalle Lindrothin osallistumista MTV:n musiikkisarjoihin (Räsänen 2019).

Festivaalin monistaminen tarkoittaa saman tai samankaltaisen ohjelmiston tarjoamista useilla eri paikkakunnilla. Myös festivaalikonsepti –

yleensä nimi ja visuaalinen ilme – toistuvat kaikissa tapahtumissa. Suomessa toistettuja kansainvälisiä konsepteja ovat esimerkiksi Sonisphere, Knotfest ja Punk in Drublic. Suomalaisista festivaalikonsepteista on puolestaan toistettu aiemmin mainittuja Flow'ta ja Weekendia.

Puhtaasti kotimaiseen festivaalikonseptin monistamiseen erikoistui marraskuussa 2022 konkurssiin mennyt RH Entertainment Oy. Jos Nelonen Media Live on liikevaihdolla ja käyntimäärällä mitaten Suomen suurin festivaalijärjestäjä, RH Entertainment oli festivaalien lukumäärällä mitaten Suomen suurin, sillä viimeisenä toimintavuonnaan se oli mukana järjestämässä 28 festivaalia. Se järjesti erityisesti Rock in the City ja Soi-festivaaleja. Muita Suomessa monistettuja festivaaleja ovat muun muassa Nelonen Media Liven Suomipop Festivaali ja Iskelmä Festivaali.

Festivaalien monistamisella – tapahtuipa se sitten yhden maan sisällä tai kansainvälisesti – haetaan hyötyä omien artistien kiertueille (mikäli konseptin omistaja edustaa myös festivaaleilla esiintyviä artisteja) tai parempaa neuvotteluasemaa artistisopimusten kanssa, kun voidaan tarjota yhdellä sopimuksella useita esiintymisiä eri paikkakunnilla. Tunnettu festivaalibrändi auttaa niin ikään yritys yhteistyössä ja markkinoinnissa.

### *Festivaalit koronan aikana*

Koronapandemia aiheutti valtavan muutoksen festivaalikentällä, kun maaliskuussa 2020 Suomeenkin määrättiin rajut kokoontumisrajoitukset. Kesällä 2020 kaikki isot festivaalit ja suurkonsertit peruutettiin. Seuraavanaikin kesänä rajoitettiin kävijämääriä ja vaadittiin erityistoimenpiteitä, jolloin leikkiin lähti vain osa isoista toimijoista, Nelonen Media Live tärkeimpänä.

Kun isot festivaalit ja suurkonsertit olivat pääosin poissa markkinoilta, pieniä festivaaleja järjestettiin ja uusia festivaaleja syntyi tilanteeseen nähden poikkeuksellisen paljon. Suurten festivaalien poissaolo vaikutti luonnollisesti festivaalitarjontaan, ja pienille festivaaleille tuntuikin riittävän kävijöitä. Todennäköistä on myös se, että artistipalkkiot olivat korona-aikana normaalia pienempiä ja oli mahdollista kiinnittää isoja nimiä myös pienille festivaaleille.

Jatkossa esitettävät festivaalien perustiedot kuten lukumäärät ja käyntimäärät perustuvat LiveFIN ry:n kokoamiin tietoihin (LiveFIN 2022a). Liikevaihtotiedot on taas kerätty Asiakastiedon (2022) avoimista tiedoista. Vuonna 2020 Suomessa järjestettiin arviolta 142 rytmimusiikkia tarjoavaa festivaalia, kun edellisenä vuonna festivaaleja oli 450. Ensimmäisen koronakesän festivaalit olivat hyvin pieniä, ja vain neljällä oli vähintään

10 000 käyntiä<sup>1</sup>. Kesän 2020 suurin oli Vaasa Festival, jossa oli 14 300 käyntiä, kun edellisen kesän suurimmalla festivaalilla, Pori Jazzilla, oli vuonna 2019 peräti 350 000 käyntiä. Vuosi 2019 oli erittäin onnistunut festivaalivuosi, ja silloin käyntejä oli koko vuoden osalta arviolta 3,5 miljoonaa. Vuoden 2020 käyntimääräksi on taas arvioitu noin 250 000. LiveFIN (2020) raportoi, että ensimmäisenä koronavuonna festivaalit menettivät 94 prosenttia (180 M€) koko vuoden liikevaihdostaan, ja festivaalien kokonaisliikevaihto oli arviolta vain 12 miljoonaa euroa.

Toista koronavuotta 2021 leimasivat jatkuvasti muuttuvat, aluekohtaiset rajoitukset. Tyypillisin rajoitus oli, että suuriin yleisötapahtumiin oli mahdollista päästää korkeintaan 5 000 kävijää päivässä. Suurin osa suurista festivaaleista päättikin olla järjestämättä tapahtumaa, koska tilanne oli liian epävarma ja festivaalien järjestäminen todennäköisesti tappiollista. Suurista toimijoista Nelonen Media Live lähti kokeilemaan koronatapahtumien järjestämistä, mutta vuosi ei ollut tuloksekas, sillä liikevaihto oli ”vain” 14,4 miljoonaa euroa (tappiota 3,3 M€), kun vuonna 2019 se oli 35,5 miljoonaa euroa (voittoa 2,3 M€).

Vuonna 2021 järjestettiin 254 festivaalia ja käyntejä oli arviolta 630 000. Vuoden suurin festivaali oli Qstock (40 000 käyntiä), joka järjestettiin onnekkaasti aikana, jolloin kävijämäärärajoitukset eivät olleet voimassa. Vuoden 2021 osalta festivaalien liikevaihtotappio oli kokonaisuudessaan 148 miljoonaa euroa vuoteen 2019 verrattuna (LiveFIN 2022c). Vuonna 2021 festivaalien kokonaisliikevaihto oli arviolta 44 miljoonaa euroa (emt).

Koronavuosille oli siis tyypillistä se, että festivaalit olivat rajoituksista johtuen pieniä. Toinen erityispiirre oli uusien festivaalien esiinmarssi. Vuonna 2020 uusia festivaaleja järjestettiin 22, ja vuonna 2021 jo 48. Kansainväliset matkustusrajoitukset ja karanteenimääräykset vaikuttivat taas siihen, että festivaalien ohjelmisto koostui pääosin kotimaisista artisteista.

Pandemia aiheutti muutoksia myös ihmisten käyttäytymiseen, ja vuoden 2020 Festivaalibarometrin<sup>2</sup> mukaan noin kolmannes kävijöistä oli ”koronatietoisia” (Kinnunen ja Honkanen 2022). Koronatietoiset festivaal-

1 Käynti on eri asia kuin kävijä. Festivaalit julkistavat yleisesti käyntimääriä eli ne kerovat, montako henkeä oli paikalla kunakin päivänä. Esimerkiksi kolmipäiväisen festivaalin yhteenlaskettu käyntimäärä ei kerro uniikkien kävijöiden määrää, sillä sama henkilö on yleensä paikalla useampana päivänä.

2 Festivaalibarometri on joka toinen vuosi järjestettävä nettikysely, missä rytmimusiikkifestivaalien kävijöiltä kerätään tietoa muun muassa musiikkimieltymyksistä, käsityksistä kotimaisista festivaaleista sekä festivaalielämykseen vaikuttavista seikoista. Kysely järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 2014.

likävijät toivoivat turvaetäisyyksien noudattamista ja maskien käyttämistä. Lisäksi he olivat valmiita palaamaan festivaaleille vasta, kun rokote olisi käytössä.

Korona-aikana festivaalikävijät alkoivat seurata toisten kävijöiden käytöstä tavallista enemmän: käyttivätkö kaikki maskia, pidettiinkö turvaetäisyydet, oliko joku sairaana paikalla? Myös media kiinnitti näihin asioihin paljon huomiota. Kaikki tämä muutti festivaalien tunnelmaa ja muodosti uhan festivaalien yhteisöllisyydelle, johon liittyy olennaisesti se, että tuntemattomiinkin ihmisiin suhtaudutaan positiivisesti. Turvaetäisyydet poistivat ilon yhteislaulusta ja -tanssista, joten yleisö koki, että rajoitukset heikensivät festivaalielämystä (Kinnunen ja Honkanen 2022; katso myös Orea-Giner, González-Reverté ja Fuentes-Moraleda 2022).

Vuonna 2021 festivaaleilla tapahtui myös sitä, että ihmiset eivät saapuneet paikalle, vaikka olivatkin ostaneet lipun. LiveFINin toimialatutkimuksen mukaan keskimäärin neljä prosenttia lipun ostaneista asiakkaista jäi saapumatta, jos festivaali oli siirtynyt vuodelta 2020 (LiveFIN 2022c). Ei-siirtyneitten festivaalien osalta tämä *no show*-osuus oli kaksi prosenttia (emt).

### *Festivaalit koronarajoitusten jälkeen*

Vuonna 2022 koronarajoituksia oli voimassa vielä vuoden alussa, ja tammi-helmikuulta peruttiinkin 12 festivaalia koronan takia. Tämän jälkeen alkoi varsin poikkeuksellinen festivaalivuosi. Markkinat ylikuumenivat, sillä aiempina vuosina perutut festivaalit järjestettiin, ja sen lisäksi koronavuosina alkanut uusien festivaalien trendi jatkui. Vuonna 2022 syntyi 99 uutta festivaalia. Uudet festivaalit olivat pääosin pieniä, ja vain Knotfest nousi uutena festivaalina suurten festivaalien joukkoon. Festivaaleja järjestettiin koko vuoden aikana 530, mikä on kaikkien aikojen ennätys.

Yleisö ei kuitenkaan ollut täysin vakuuttunut tilanteesta, minkä seurauksena liput ostettiin aivan viime hetkillä. Tämä taas vähensi ennustettavuutta ja festivaaleja peruttiinkin ennätysmäärä (18 festivaalia) heikon ennakkomyynnin johdosta. Yhteensä peruuntumisia oli koko vuoden aikana lähes 40. Ne saivat paljon mediajulkisuutta, mikä vähensi edelleen yleisön luottamusta eivätkä ennakkoliput menneet kaupaksi. Vaikka festivaaleja järjestettiin ennätysmäärä, festivaalien käyntimäärä putosi vuodesta 2019. Festivaalikäyntejä oli arviolta kolme miljoonaa eli puoli miljoonaa vähemmän kuin vuonna 2019, vaikka festivaaleja oli 80 enemmän.



Koronavuosien rajoitukset vaikuttivat alalla toimivien työllisyyteen ja suuri määrä ihmisiä vaihtoi alaa. Tästä seurasi se, että festivaalien oli paikoin vaikea saada työntekijöitä. Oli pulaa järjestyksenvalvojista, tekniikoista ja ravintolatyöntekijöistä. Onkin spekuloitu, että ammattitaitoisien henkilöstön puute saattoi aiheuttaa esimerkiksi Pietarsaari Open Air -festivaalin perumisen turvattomien lavarakenteiden vuoksi (Onninen 2022). Ylikuumentuneet markkinat vaikuttivat myös esitystekniikan saatavuuteen ja siten hintojen nousuun.

Yksi vuoden 2022 huomionarvoisimmista tapahtumista oli RH Entertainment Oy:n konkurssi. Yhtiö aloitti toimintansa jo vuonna 2013, mutta merkittäväksi tekijäksi se nousi vasta aloitettuaan festivaalien monistamisen. Toiminnan ytimenä oli tuoda saman konseptin alla toimivia festivaaleja pienemmille paikkakunnille, joissa olisi todennäköisesti riittävästi kysyntää pienelle tai keskisuurelle festivaalille. Vuonna 2019 yritys järjesti 16 festivaalia, joista 14 toteutettiin kahden festivaalikonseptin alla (Rock in the City ja Soi-festivaalit), ja vuoden kokonaisliikevaihto oli 11,4 miljoonaa euroa. Ensimmäisenä koronavuonna RH Entertainment järjesti viisi (liikevaihto 1,9 M€) ja toisena koronavuonna 13 festivaalia (liikevaihto 7,9 M€). Liikevaihtoja tarkastellessa on huomioitava, että yritys järjesti myös konsertteja ja konserttikiertueita. Vuonna 2022 tarkoituksena oli alun perin järjestää peräti 40 kesäfestivaalia. Kevään ja kesän aikana näistä peruttiin kolmannes (13). Valtaosa peruutuksista tehtiin heikon ennakkomyynnin takia, mutta esimerkiksi Pietarsaari Open Air peruttiin samana päivänä, kun sen piti alkaa, koska esiintymislava ei ollut turvallinen. Kuten muillakin festivaaleilla, myös RH Entertainmentin kohdalla ennakkomyynti oli koko kesän ajan huonoa. Monesti viime hetkillä tehtiin edullisia lipputarjouksia, mutta kävijämäärät olivat kuitenkin odotettua pienempiä, ja yritys hakeutui lokakuussa ensin yrityssaneeraukseen ja lopulta konkurssiin marraskuussa 2022.

Koronavuosien ja vuoden 2022 aikana muutamit festivaalitalot kasvativat festivaalisalkkujaan, mutta eivät toki pyrkineet RH Entertainmentin kaltaisiin lukuihin. Vuonna 2022 vähintään seitsemää festivaalia järjestivät Nelonen Media Liven (13 festivaalia) lisäksi Nordic Live Productions Oy (Vaasa, 8), United Festivals Oy (Turku, 7) ja Loud'n Live Promotions Oy Ltd (Helsinki, 7).

Myös uudenlaisia avauksia nähtiin, kun Live Nation Finland solmi ”strategisen ohjelmistohankintayhteistyön” Suomen vanhimpiin festivaaleihin kuuluvan Pori Jazzin kanssa. Festivaalin taiteellinen johtaja Mikkomatti Aro siirtyi samalla Live Nationin palvelukseen ja pääkonserttien koko ohjelmistosta vastaa jatkossa Live Nation Finlandin promoottoritii-

mi (Live Nation 2022). Pori Jazz on perustellut päätöstä sillä, että se parantaisi mahdollisuuksia hankkia isoja esiintyjä festivaalille entistä kustannustehokkaammin. Utta taiteellista johtajaa ei tulla palkkaamaan (Joensuu 2022). Sopimus on luonnollisesti myös Live Nationille taloudellisesti kannattava, koska se saa näin varmistettua edustamilleen artisteille keikkoja Suomen suurimman festivaalin päälavalle.

### *Suomen suurimmat festivaalit ennen koronaa ja sen jälkeen*

Taulukkoon 1 on koottu vuosina 2019 ja 2022 järjestetyt rytmimusiikkifestivaalit<sup>3</sup>, joissa oli jompana kumpana vuonna yli 30 000 käyntiä. Näiden 23 suurifestivaalin kokonaiskäyntimäärä oli vuonna 2019 lähes 1,5 miljoonaa ja vuonna 2022 1,4 miljoonaa. Suurimmista festivaaleista ensimmäisenä koronavuonna 2020 järjestettiin vain Vauhtiajot, jolloin sen käyntimäärä oli rajoitusten johdosta 14 000. Toisena koronavuonna 2021 suurifestivaaleista järjestettiin kahdeksan ja niiden käyntimäärät vaihtelivat kulloinkin voimassa olevien rajoitusten johdosta todella paljon: Himos Juhannus (15 000 käyntiä), Iskelmä Festivaali (15 000), Kaustinen (vajaa 4 000), Kuopio-rock (29 000), Qstock (40 000), Tammerfest (24 000), Tikkurila Festivaali (24 000) ja Vauhtiajot (10 000).

Nelonen Media Live omistaa yli neljänneksen Suomen suurimmista musiikkifestivaaleista. Täytyy kuitenkin ottaa huomioon, että Suomessa järjestetään normaalivuosina 400–500 festivaalia. Näistä suurin osa on varsin pieniä ja niiden taustalla on tyypillisesti paikallinen yhdistys. Liiketoiminnallisuus ja tulostavoitteet korostuvat suurifestivaaleissa, joista suuri osa onkin osakeyhtiömuotoisia.

3 Mukana eivät ole seuraavat suurifestivaalit, koska rytmimusiikki on vain pieni osa niiden ohjelmistoa: Helsingin Juhlaviikot, Kotkan Meripäivät, Jyväskylän Kesä, Yläkaupungin Yö, Maailma Kylässä, Art Goes to Kapakka.

Taulukko 1. Suurimmat musiikkifestivaalit 2019 ja 2022 aakkosjärjestyksessä, vähintään 30 000 käyntiä jompana kumpana vuonna (lähde: LiveFIN 2022a).

Nimi	Paikkakunta	Järjestäjä	Taustayhtiö	Käyntejä v. 2019	Käyntejä v. 2022
<b>Blockfest</b>	Tampere	K2 Entertainment Oy	Live Nation Finland Oy / Live Nation Entertainment (USA)	75 000	80 000
<b>Flow Festival</b>	Helsinki	Flow Festival Oy	Superstruct Entertainment (Iso-Britannia) / Providence Equity Partners (USA)	83 000	90 000
<b>Hamina Tattoo</b>	Hamina	Haminan kaupunki		ei järjestetty	130 000
<b>Himos Juhannus</b>	Jämsä	Nelonen Media Live	Sanoma-konserni	39 000	30 000
<b>Ilosaarirock</b>	Joensuu	Joensuun Pop-muusikot ry		64 000	71 000
<b>Iskelmä Festivaali</b>	Jämsä	Nelonen Media Live	Sanoma-konserni	36 000	24 000
<b>Kaustinen Folk Music Festival</b>	Kaustinen	Pro Kaustinen ry		46 000	43 000
<b>Knotfest</b>	Turku	Fullsteam Agency Oy		ei järjestetty	45 000
<b>Kuopio Wine Festival</b>	Kuopio	Osuuskauppa PeeÄssä Osk		34 000	32 500
<b>Kuopiorock</b>	Kuopio	Nelonen Media Live	Sanoma-konserni	32 000	25 000
<b>Pori Jazz</b>	Pori	Pori Jazz 66 ry		350 000	200 000
<b>Provinssi</b>	Seinäjoki	Seinäjoki Festivals Oy	FKP Scorpio Konzertproduktio-nen GmbH (Saksa) / CTS Eventim (Saksa)	73 000	77 000
<b>Puistoblues</b>	Järvenpää	Järvenpään Blues-Jazz Diggerit ry		80 000	70 000

<b>Qstock</b>	Oulu	Qstock Oy	Oulun Kärpät Oy	40 000	40 000
<b>Rockfest</b>	Hyvinkää	Nelonen Media Live	Sanoma-konserni	60 000	60 000
<b>Ruisrock</b>	Turku	Vantaan Festivaalit Oy		105 000	105 000
<b>Seinäjoen Tango-markkinat</b>	Seinäjoki	Seinäjoen Tango-markkinat Oy		111 000	40 000
<b>Tammerfest</b>	Tampere	Nelonen Media Live	Sanoma-konserni	30 000	28 000
<b>Tikkurila Festivaali</b>	Vantaa	Nelonen Media Live	Sanoma-konserni	35 000	29 000 ("lähes 30 000")
<b>Tuska</b>	Helsinki	Tuska Festival Oy	Superstruct Entertainment (Iso-Britannia) / Providence Equity Partners (USA)	43 000	49 000
<b>Työväen Musiikki-tapahtuma</b>	Valkeakoski	Työväen Musiikki-tapahtuma ry		38 000	30 000
<b>Vauhtiajot</b>	Seinäjoki	Loud'n Live Promotions Oy		60 000	59 000 ("vajaa 60 000")
<b>Weekend Festival</b>	Helsinki (2019) Hämeenlinna (2022)	All Things Live Finland Oy	All Things Live Group (Tanska) / Waterland Private Equity (Hollanti)	50 000	60 000
<b>YHTEENSÄ</b>				<b>1 484 000</b>	<b>1 417 500</b>

*Mihin tästä?*

Odotukset koronapandemian jälkeisestä kesästä olivat liian suuret ja onkin selvää, että monia vuonna 2022 järjestettyjä festivaaleja ei nähdä enää vuonna 2023. Yleisön vastaukset vuoden 2022 Festivaalibarometriin osoittivat, että ihmiset aikoivat vielä loppuvuonna 2022 ostaa festivaali- ja konserttilippunsa myöhemmin kuin ennen koronapandemiaa (LiveFIN 2022b). Tämä heikentää ennustettavuutta myös kesällä 2023.

Vaikuttaa siltä, että suuret, jo paikkansa vakiinnuttaneet festivaalit kestivät kriisin ja heidän osaltaan kesä 2022 meni yleisesti ottaen kohtalaisesti tai hyvin. Isojen festivaalien kohdalla osa myydyistä lipuista oli siirretty vuodelta 2020 tai 2021, mikä helpotti ennustettavuutta, mutta kentän ylikuumentuminen vaikutti kilpailuun tekniikasta, henkilökunnasta ja jopa esiintyjistä. Kesän 2023 ennustettavuus tulee olemaan vaikeaa, sillä Ukrainan sota, inflaatio ja energiakriisi todennäköisesti vaikuttavat artisteihin, kuluihin sekä ihmisten ostopäätöksiin.

Vaikkakin pienissä festivaaleissa nähtiin vuonna 2022 valtavaa kasvua, tulee lukumäärä todennäköisesti laskemaan kesällä 2023. Markkinoiden kuumentuessa oli myös niitä, jotka kärsivät tappioita, eivätkä ne välttämättä pysty enää jatkamaan. Markkinoiden ylikuumentuminen, epävaka maailmantilanne ja nousevat kustannukset lisäävät festivaalijärjestämisen riskejä ja todennäköisesti vähentää uusien toimijoiden tuloa markkinoille vuonna 2023.

Suurkonsertit tekivät paluun koronapandemian jälkeen ja Olympiastadionin remontin valmistuminen toi merkittävän, ison esiintymispaikan kesäajalle. Ylipäättään suurkonserttien suosio on ollut kasvussa koko 2000-luvun ajan, ja stadionin remontin jälkeen kotimaiset artistit ovatkin alkaneet järjestää omia suurkonserttejaan yhä enenevässä määrin. Suurin osa festivaaleista tarvitsee vetovoimaisia kotimaisia pääesiintyjä myydäkseen hyvin lippuja, ja suurkonsertit vähentävät mahdollisten pääesiintyjien määrää. Kun kilpailu tarjolla olevista nimistä lisääntyy, artistien hinnat nousevat.

Festivaalikauppoja nähtiin vuonna 2022 vain vähän, mutta on todennäköistä, että 2010-luvun alussa alkanut kansainvälinen kiinnostus Suomen festivaalimarkkinoita kohtaan jatkuu tulevina vuosina. Live Nation Finlandin ”strateginen ohjelmistoyhteistyö” Pori Jazzin kanssa saattaa olla tulevaisuudessa enemmänkin yleistävä ilmiö isojen festivaalien kohdalla, kun kilpailu pääesiintyjistä kovenee.

RH Entertainmentin konkurssi taas jättää valtavan aukon ja vapauttaa isoille toimijoille markkinaraon erilaisten maakuntafestivaalien osalta. Näiltä osin festivaalikentän keskittyminen jatkossakin isoille tapahtumajärjestäjille tulee olemaan todennäköistä.

## Lähteet

### Tutkimusaineisto

Asiakastieto (2022). *Taloustiedot*. Avoin verkkopalvelu.

LiveFIN (2022a). *Suomalaisten rytmimusiikkifestivaalien perustiedot*. Elektroninen aineisto. (Festivaalien tiedot on kerätty lukuisista julkisista lähteistä: avoimesti saatavilla olevista lehdistä, verkkosivustoilta, sosiaalisesta mediasta, ohjelmatoimistojen keikkakalentereista, musiikkilehdistä, festivaalilistoista (lipunmyyntiyritykset, blogit, lehdet yms.). Lukumääristä saattaa edelleen puuttua joitakin festivaaleja.)

LiveFIN (2022b). *Festivaalibarometri 2022*. Elektroninen aineisto.

### Tutkimuskirjallisuus

Hall, Tom. 2019. "AIF's UK festival ownership map shows 30% of the market is controlled by two major companies". *Access All Areas*, 6.11.2019. <https://accessaa.co.uk/aifs-uk-festival-ownership-map-shows-30-of-the-market-is-controlled-by-two-major-companies/>.

Joensuu, Jenni. 2022. "Pori Jazzin taiteellinen johtaja siirtyy Live Nationille, joka ottaa vastuun festivaalin pääkonserttien ohjelmistosta – uutta taiteellista johtajaa ei palkata". *Yle*, 19.7.2022. <https://yle.fi/a/3-12542059>.

Kinnunen, Maarit ja Antti Honkanen. 2022. "Impacts of the COVID-19 pandemic on music festival attendees". *Popular Music* 40 (3–4): 317–346. <https://doi.org/10.1017/S0261143021000611>.

Koivisto, Juha. 2019. "Kotimaisesta yhdistystoiminnasta kohden kansainvälistä ketjuuntumista: Rytmimusiikkifestivaalientän muutokset Suomessa 2010-luvulla". Teoksessa *Festivaalibarometri 2018: Yleiskatsaus ja olennaisimmat muutokset 2014–2018*, toim. Maarit Kinnunen, Juha Koivisto ja Mervi Luonila, 28–33. Helsinki: Sibelius-Akatemia. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2019100932000>.

Koivisto, Juha ja Mervi Luonila. 2015. "Keskustelua musiikkiliiketoiminnan ja festivaalien muuttuvasta toimintaympäristöstä: Avainsanoina teknologia, konvergenssikehitys ja 'suuri tieto'". Teoksessa *"Rock, ra(u)ha ja rakkaus": Festivaalibarometri 2014 ja katsaus tapahtumien muuttuvaan toimintaympäristöön*, toim. Mervi Luonila ja Juha Koivisto, 47–68. Pori: Turun yliopiston kauppakorkeakoulu, Porin yksikkö.

LiveFIN. 2020. *Elävän musiikin yksityissektorin tunnuslukuja 2019*. Helsinki: LiveFIN. <https://www.livefin.fi/wp-content/uploads/2020/12/Elavan-musiikin-yksityissektorin-tunnuslukuja-2019-LiveFIN-ry.pdf>.

LiveFIN. 2022c. *Elävän musiikin toimialatutkimus 2021: Koronarajoitukset vaikuttivat olennaisesti toimintaan ja tulokseen*. Helsinki: LiveFIN. <https://www.livefin.fi/wp-content/uploads/2018/04/LiveFIN-toimialatutkimus2021.pdf>.

Live Nation Finland. 2022. ”Mikkomatti Aro Live Nation Finlandin promoottoriksi”. Tiedote, 19.7.2022. <https://www.lntuglobal.com/fi/article/mikkomatti-aro-live-nation-finlandin-promoottoriksi/>.

Morey, Yvette, Andrew Bengry-Howell, Christine Griffin, Isabelle Szmigin ja Sarah Riley. 2014. ”Festivals 2.0: Consuming, producing and participating in the extended festival experience”. Teoksessa *The Festivalization of Culture*, toim. Andy Bennett, Jodie Taylor ja Ian Woodward, 256–268. Farnham: Ashgate.

Onninen, Oskari. 2022. ”Kaikkien aikojen festarikesä”. *Suomen Kuvalehti*, 1.9.2022. <https://suomenkuvalehti.fi/paajutus/15-miljoonan-koronatuot-saanut-festivaaliryitys-herattaa-alalla-huolta-taustalla-jari-sillanpaan-entinen-manageri-jolla-pitka-rotoshistoria/>.

Orea-Giner, Alicia, Francesc González-Reverté ja Laura Fuentes-Moraleda. 2022. ”Impacts of a health crisis on music festivals: a qualitative approach”. *International Journal of Event and Festival Management* 13 (2): 125-143. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-12-2020-0081>.

Räsänen, Mikko. 2019. ”IL-Analyysi: Onko Suomeen syntynyt musiikkihirviö?” *Iltalehti*, 2.2.2019. <https://www.iltalehti.fi/musiikki/a/ffbe5cd2-2bb7-4bf3-9837-e054044ee3ed>.

Sirén, Vesa ja Veera Paananen. 2019. ”Mitä Nelosen aluevaltaus musiikkibisneksessä tarkoittaa? Rockfest-kaupan jälkeen yhtiöllä on jo 29 festivaalia, tv- ja radiokanavia sekä levybisnestä”. *Helsingin Sanomat*, 15.3.2019. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000006036887.html>.

Vatka, Miia. 2017. ”Mikael Gabriel väittää päätyneensä X Factorin vuoksi Nelosen radiokanavien boikottiin: ’Olen joutunut kanavien pelinappulaksi’”. *Iltalehti*, 17.11.2017. [www.iltalehti.fi/viihdeuutiset/a/201711172200540246](http://www.iltalehti.fi/viihdeuutiset/a/201711172200540246).

Väkevä, Lauri ja Vesa Kurkela. 2012. ”Rhythm masters: Developing a Master program in popular music and folk music in provincial areas in Finland”. *US-China Education Review B*, 2: 244–257.