

Uusia rytmejä musiikkiteollisuudessa

10.8.2006 12:00 — Petri Sajari

Musiikin digitaalinen kauppa on levyteollisuuden kuumimpia kysymyksiä. Iso osa kuluttajista hankkii nykyisin musiikkinsa ainoastaan digitaalisesti. Cd-levyjen myynnin vähenemistä vauhdittivat ensivaiheessa mp3-soittimet, sen jälkeen Applen suosittu iPod-soitin ja nyt musiikkikännykät.

Digitaalisen musiikin kysynnän kasvu lisää musiikin kuunteluun tarkoitettujen laitteiden ja digitaalisten kauppapaikkojen kysyntää. Nokia myi viime vuonna 45 miljoonaa musiikkikännykkää. Tänä vuonna yhtiö arvioi niiden myynnin kasvavan 80 miljoonaan.

Nokia päätös ostaa digitaalisen musiikin jakeluyhtiö Loudeye on seurausta musiikin digitalisoitumisen kiihtymisestä. Viime vuonna maailmassa ostettiin 420 miljoonaa musiikkikappaletta verkkokaupoista. Se on kaksikymmentä kertaa niin paljon kuin kaksi vuotta aikaisemmin. Kun mukaan lasketaan kännykkään ostettu musiikki, oli levy-yhtiöiden digitaalisesta musiikista sama liikevaihto viime vuonna 1,1 miljardia dollaria. Se on kolme kertaa niin paljon kuin edellisvuonna.

Loudeyen kautta Nokia saa hallintaansa 1,6 miljoonan kappaleen musiikkivalikoiman. Periaatteessa Nokia voi nyt perustaa oman digitaalisen musiikkikauppansa, josta kuluttaja voi ostaa musiikkia tietokoneelle tai suoraan kännykkään. Loudeye on kuitenkin keskittynyt musiikkipalvelujen myymiseen yrityksille, jotka haluavat myydä musiikkia digitaalisesti eikä sillä ole omaa vähittäismyyntiä suoraan kuluttajille.

Onkin todennäköisempää, että Nokia pysyy musiikkikaupassa yritysmarkkinoilla. Musiikin vähittäismyyjille on huomattavasti helpompaa ostaa kokonaisratkaisu Nokialta ja Loudeyelta, kuin alkaa itse neuvotella satojen tuhansien tai miljoonien kappaleiden myyntiehdosta ja alkaa rakentaa jakeluverkostoa.

Nokia lopetti muutama vuosi sitten pelien, soittoäänien ja taustakuvien myymisen verkkokauppa Club Nokiassa, josta ei ole enää jäljellä juuri muuta kuin nimi.

Kuluttajamarkkinoille murtautuminen olisi Nokialle hankalaa. Markkinoita hallitsevat Applen iTunes, Napster sekä operaattorien ja mediayhtiöiden verkkokaupat. Niistä kaikista voi lähitulevaisuudessa ostaa musiikkia suoraan kännykkään. Applen suunnitelmista avata maailman suosituin musiikin verkkokauppa iTunes kännykällä toimivaksi on huhuttu pitkään.

Nokian ja Loudeyen puolitoista vuotta kestäneen yhteistyön saldo on laiha. Yhtiöt ovat myyneet yhdessä vain yhden musiikkipalvelun, O2-operaattorille Saksaan. Yrityksostolla Nokia aikoo hyödyntää tehokkaammin Loudeyen osaamista.

Nokiaa hätistelevä amerikkalainen kilpakumppani Motorola on liittoutunut musiikissa Applen kanssa. Apple on kuitenkin sanellut tiukat ehdot Motorolan musiikkipuhelimille: niihin voi ladata vain rajoitetun määrän iTunesista ostettuja kappaleita. Apple pelkää, että Motorolan iTunes-kännykät alkaisivat kilpailla sen iPod-soittimien kanssa. Toisaalta Applen on huhuttu jo pitkään suunnittelevan kännykän yhdistämistä iPodiin.

Levy-yhtiöiden kannalta digitaalisen musiikin kysynnän kasvu on kiusallinen asia. Vielä 1990-luvun lopussa ne väheksyivät digitaalisen musiikin merkitystä. Levy-yhtiöiden hidastelu räjäytti musiikin lataamisen vertaisverkoissa, koska kuluttajat halusivat musiikkinsa digitaalisesti. Nyt levy-yhtiöt ovat lähes täysillä mukana musiikin digitaalisessa kaupassa.

Viihdeteollisuudessa Nokia yrittää vahvistaa asemaansa musiikin lisäksi peliteollisuudessa. Pelipuhelin N-gage ei koskaan saavuttanut sille asetettuja alkuperäisiä myyntitavoitteita. Nokia on ilmoittanut aloittavansa N-gageen suunniteltujen pelien myymisen s60-ohjelmistoalustalla varustettuihin älypuhelimiin ensi vuoden alussa.

Peli- ja musiikkimyynnin yhdistelmä voisi olla digitaalisille kauppapaikoille houkutteleva vaihtoehto.

<http://www.digitoday.fi/mielipide/2006/08/10/uusia-rytmeja-musiikkiteollisuudessa/200610444/66>