

Levyjätit viivyttävät vapaan musiikin maihinnousua

3.3.2008 16:43 — Aleksis Moisio aleksi.moisio@sanoma.fi

Pienet suomalaiset markkinat eivät innosta suuria levy-yhtiöitä kilpailemaan toistensa kanssa nettimusiikin hinnoilla tai teknisillä ominaisuuksilla.

Suomalaiset kauppiat eivät kilpaile toistensa kanssa netissä myytävien musiikkitiedostojen teknisillä ominaisuuksilla, kuten kopiosuojaamattomuudella tai käyttöjärjestelmäriippumattomilla tiedostotyypeillä.

[Kopiosuojaamattoman musiikin puutteen](#) taustalla ovat suuret levy-yhtiöt, jotka ovat innottomia kokeilemaan uusia tuotteita Suomen kaltaisilla pienillä markkina-alueilla. Näin kertovat suomalaisten nettimusiikkikauppojen johtajat.

- Kopiosuojaamattomien tiedostojen tarjoaminen riippuu paljolti levy-yhtiöiden käytännöistä, Anttilan etäkaupasta vastaava johtaja **Mika Leiponen** sanoo.

Kauppias kun ei saa kopiosuojaamattomia tiedostoja kauppaansa, vaikka olisi valmis maksamaan niistä. Muun muassa HS Musiikkilataamon **Ville Vihermaa** toivottaisi kopiosuojaamattoman musiikin tervetulleeksi.

- Me toivomme, että kopionestojen vähennettäisiin. Ostamisen pitäisi olla mahdollisen helppoa, Vihermaa sanoo.

Suomen Universal Musicin digitaalisen puolen johtaja **Mikko Haapala** myöntelee. Suomessa ei voi tehdä muuta kuin odottaa.

- Totta kai uusien juttujen testaaminen lähtee isoilta markkinoilta, Haapala sanoo.

- Kaikilla isoilla yhtiöillä on menossa kokeiluja kopiosuojaamattoman musiikin saralla, mutta niistä ei ole saatu vielä selkeitä tuloksia.

Suomen EMI:n digitaalisesta musiikista vastaava **Jari Petäjaniemi** sen sijaan sanoo yhtiön olevan kiinnostunut tarjoamaan musiikkia kopiosuojaamattomassa muodossa Suomeen jo nyt.

Hän uskoo drm-vapaan (digital rights management) musiikin yleistymiseen Suomessa - vielä tämän kevään aikana.

Petäjäniemen mukaan pullonkaula sijaitsee tällä hetkellä enemmänkin kauppapaikkoja tuottavien yritysten puolella kuin levy-yhtiössä.

- Käytännössä yritämme parhaillaan sopia teknisistä yksityiskohdista heidän kanssaan, Petäjäniemi sanoo.

Digitaalinen kappale tekee usein pitkän matkan ennen kuin se päätyy kuluttajan mediasoittimeen.

Aluksi levy-yhtiö lisensoi kappaleen kauppapaikkoja tuottavalle yritykselle. Se puolestaan toteuttaa kauppapaikan yritykselle, joka toimii kasvoina kuluttajille.

Esimerkiksi NetAnttilan on toteutuksesta on vastannut SecuryCast. HS Musiikkilataamo on puolestaan InProdiconin tekemä.

(HS Musiikkilataamo kuuluu samaan SanomaWSOY-konserniin kuin Taloussanomat.)

<http://www.digitoday.fi/bisnes/2008/03/03/levyjatit-viivyttavat-vapaan-musiikin-maihinnousua/20086436/66>