

MySpace sisään, IRC-Galleria ulos

9.1.2008 08:48 — Aleksi Moisio aleksi.moisio@sanoma.fi

Yhteisösivustojen keskinäinen kilpailu Suomessa tiivistyy. Kotimaiset sivustot pyrkivät kansainvälistymään. Samaan aikaan kansainväliset kilpailijat yrittävät tuppautua kotimaan markkinoille.

Suomi on yhteisösivustojen uusin taistelutanner. Tähtäimessä ovat käyttäjät ja mainoseurot.

<p class="MsoNormal">Mediamoguli **Rupert Murdochin** News Corporationin omistama MySpace ilmoitti viime syksynä suunnitelmista Suomen markkinoille tunkeutumisesta ja palkkasi Helsingin-konttorin vetäjäksi **Riku Vassisen**. Hänen johdolla MySpacen on tarkoitus ottaa osansa suomalaisista markkinoista.

Vassinen kertoo, että MySpace on paikallistanut sisältöjä vauhdilla viime kuukausina houkutellakseen lisää kävijöitä ja mainostajia. Viime lokakuussa MySpace keräsi tutkimusyhtiö ComScoren mukaan Suomessa 241000 eri kävijää.

 Me olemme kansainvälisistä toimijoista ainoa, jolla on suomalaista sisältöä. Suomessa me olemme puolestaan ainoa, jolla on tarjota kansainvälistä sisältöä, Lontoosta tavoitettu Vassinen kertoo.

Vassista ei pelota haastaa Habbo Hotellistaan tunnetun Sulake Corporationin nykyisin omistamaa IRC-Galleriaa. Se on hallinnut suomalaisten yhteisösivustojen kärkitiloja pitkään. Esimerkiksi TNS Metrix -mittauksen mukaan IRC-Galleriassa kävi vuoden 2008 ensimmäisellä viikolla 783 505 eri kävijää.

Vassisen mukaan MySpacen vahvuuksia ovat järjestelmän avoimuus - joka "antaa käyttäjälle mahdollisuuden itsensä ilmaisemiseen" - ja kansainvälisyys. Esimerkiksi MySpacen mainosmyynti hoidetaan Tukholmassa sijaitsevasta Pohjoismaiden pääkonttorista käsin.

- Koko tulee esille siinä, että MySpacessa on indiebändien ohella esillä myös Madonna, Vassinen sanoo.

IRC-Galleriassa ei kuitenkaan vähästä säikähdetä.

Yhteisösivustosta vastaava johtaja **Ville Mujunen** Sulakkeelta kertoo, että MySpace ei uhkaa IRC-Gallerian asemaa.

- MySpacen saapuminen ei ole juuri näkynyt missään. Meillä on erittäin aktiivinen ja uskollinen käyttäjäjoukko, Mujunen sanoo.

Mujunen arvioi, että kansainvälisten kilpailijoiden markkinointi on aggressiivisempaa ja suoraviivaisempaa, eikä siksi toimi Suomessa.

Ja samaan aikaan kun MySpace yrittää Suomeen, IRC-Galleria tähyää kansainvälisille markkinoille. Heti IRC-Gallerian ostamisesta lähtien Sulake on vihjaillut kansainvälistävänsä suomalaisen menestystuotteen. Mujusen mukaan kansainvälistyminen tulee tapahtumaan uuden brändin alla ja Sulakkeen yhteistyökanavia sekä maaorganisaatioita hyödyntämällä.

Yhteisösivustokilpailun musta hevonen saattaa kuitenkin olla **Mark Zuckerbergin** luoma Facebook, joka tuli ryminällä Pohjoismaihin viime vuonna.

Vuonna 2007 Facebookin suosio esimerkiksi Google-hakusanana ohitti moninkertaisesti IRC-Gallerian ja MySpacen. Erityisen kiinnostuneita Facebookista oltiin monissa isommissa kaupungeissa, kuten Helsingissä, Espoossa, Vantaalla, Turussa ja Oulussa.

- Ehkä se on ilmiönä tällainen trendi, joka heijastuu selvemmin isoissa kasvukeskuksissa, Mujunen arvioi.

Mujusen mukaan IRC-Galleria keskittyy kuitenkin uusien kontaktien tekemiseen, siinä missä suurin osa Facebookin käyttäjistä hallinnoi jo olemassa olevaa ystäväverkostoansa.

- Jotain siirtymää Facebookiin on ollut ehkä kaikkein vanhimpien, yli 22-vuotiaiden, käyttäjien parista, Mujunen sanoo.

Samaan hengenvetoon Mujunen muistuttaa rekisteröityneiden käyttäjien absoluuttisen määrän kasvaneen.

<http://www.digitoday.fi/viihde/2008/01/09/myspace-sisaan-irc-galleria-ulos/2008668/66>