

Musiikinkuuntelu Suomessa 2026

Kari Tervonen 22.10.2026
Omnicom Media Group



TEOSTO

Taustaa

Norstat haastatteli kuluttajapaneelistaan 1 094 suomalaista elokuussa 2026. Päätulokset on painotettu vastaamaan suomalaisia 13–75-vuotiaita iän ja sukupuolen mukaan valtakunnallisesti edustavalla tavalla.

Tutkimusten tulosten analysoija on Omnicomin pitkän linjan arkikäyttäjymisen tutkija Kari Tervonen. Musiikkialan ammattilaisia ja työn tilaajia edustavat työryhmässä Johanna Laitinen Teostosta ja Tommi Kyyrä Musiikkituottajat – IFPI Finlandista.

Tutkimus tuottaa sarjallista tietoa pitemmän aikavälin muutoksista suomalaisten musiikinkuuntelutavoissa.

Musiikki ja sen kuuntelutavat peilaavat aikaansa

1950 -luku
1960-luku
1970-luku
1980-luku
1990-luku
2000-luku
2010-luku
2020-luku

Säännöstelystä vakauteen
Muuttoliikkeiden vuosikymmen
Julkisten palveluiden rakennus
Kuluttamisen kulttuuriin
Lama, EU ja Nokia
Osaksi globaalitaloutta
Varovaisuutta ja epävarmuutta
Jatkuvan sopeutumisen murros

Tanssilavat ja radio
Nuorisomusiikki ja tv
LP, C-kasetti, stereo ja disco
Video, cd, paikallisradio
Stadionkeikat
YouTube ja tietokone
Spotify ja puhelin
Lyhytvideot ja tekoäly

Musiikinkuuntelun tutkimus on tärkeä palanen kulttuurin ymmärtämistä. Musiikki on myös introvertin kansan tapa sanoittaa tunteensa. Laulujen sanoitukset peilaavat suomalaisten mielenmaiseman muutosta, kuuntelutavat teknologisetaloudellista muutosta.



Sisältö

1. Musiikin kuuntelutavat
2. Tekijät ja tekoäly musiikinkuuntelussa
3. Musiikin merkitys suomalaisille ja sen sosiaalinen merkitys
4. Musiikki, jota kuuntelemme



1.Musiikin kuuntelutavat



TEOSTO

Musiikin digikulutus saturoituu. Soittaja saa leipänsä yhä useammin keikoista.

Suomen musiikkimarkkina on siirtynyt vaiheeseen, jossa kasvu ei enää synny fyysisistä formaateista digitaalisiin välineisiin siirtymisestä. Kasvua synnyttää kilpailu ihmisten ajasta, huomiosta ja yhteisöllisyydestä.

Puhelin ohittaa radiota

Vuoden 2025 Musiikinkuuntelu Suomessa -tutkimuksen johtopäätös oli, että *puhelin ohitti vihdoin radion musiikinkuunteluvälineenä.*

Vuoden 2026 aineiston perusteella puhelimen asema näyttää edelleen vahvistuneen erityisesti nuorissa ikäryhmissä ja suoratoistopalvelujen käytössä. Autossa tapahtuvassa musiikinkuuntelussa autoradio on edelleen vahva suoratoistokuunteluun nähden myös nuorten keskuudessa. Auto on erityinen turvasatama radion kuuntelulle.

TikTokin ja muiden sosiaalisen median kanavien kautta musiikin löytäminen vahvistui entisestään.

Mistä laitteista olet kuunnellut musiikkia?

	Vähintään eilen	Viikon sisällä
Puhelin	56 % +2 %	75 % +2 %
Autoradiolaite	55 % -2 %	73 % -
Tietokone	26 % -2 %	40 % -2 %
Erillinen radiolaite	24 % -7 %	37 % -3 %
Striimaus autossa	27 % +1 %	39 % +1 %
Tietokonepelejä	11 %	18 %
Tabletti	6 % -	14 % +1 %
Älykaiutin	3 % -3 %	5 % -7 %
Vinyylisoitin	1 % -	3 % -

Puhelin nousi nyt päivittäisen musiikinkuuntelun välineenä ensi kertaa ohi autoradiolaitteen.

Erillisen radiolaitteen kuuntelu kutistui.

Puheella ohjattavan älykaiuttimen suosio laski.

Mistä laitteista olet kuunnellut musiikkia viimeisen viikon aikana?

	Kaikki	13–18 v.	36–45 v.	66–75 v.
Puhelin	75 %	92 %	83 %	38 %
Autoradio	73 %	72 %	72 %	71 %
Tietokone	40 %	45 %	38 %	31 %
Striimaus autossa	40 %	61 %	47 %	9 %
Erillinen radiolaite	37 %	21 %	32 %	57 %
Tietokonepeli	18 %	52 %	13 %	4 %
CD-soitin	16 %	28 %	13 %	15 %
Tabletti	14 %	19 %	10 %	16 %
Älykaiutin	5 %	8 %	4 %	4 %
Vinyylisoitin	3 %	2 %	4 %	2 %

Mitä olet tehnyt viimeisen viikon aikana?

Kuuntelulähteiden peittoluvuissa radio yhä ykkönen iäkkäimpien ansiosta. Kokonaisminuuteissa striimaus ja radion kuuntelu ovat hyvin tasavahvoja.

	Kaikki	Ikä, jossa käyttö korostuu
Kuunnellut kaupallisia radiokanavia	60 %	45-54
Kuunnellut musiikkia YouTubesta	53 %	26-35
Kuunnellut YLEn radiokanavia	44 %	66-75
Kuunnellut musiikkia TikTokista tai Instagramista	43 %	13-18 (82 %)
Käyttänyt Spotifyta tai muuta maksullista striimausta	48 %	19-25
Katsellut musiikkivideoita	37 %	13-15
Käyttänyt Spotifyta tai muuta maksutonta striimausta	27 %	16-18
Katsellut musiikkiohjelmia tv:stä	21 %	66-75
Kuunnellut musiikkia tietokonetta pelatessa	18 %	13-16 (54 %)
Seurannut musiikkiaiheisia vloggaajia/tubettajia	16 %	16-18
Keskustellut sosiaalisessa mediassa musiikista	13 %	16-18

Musiikkilaitteiden käyttö

Suomalaisten musiikinkulutus on vahvasti digitalisoitunut ja osin kiinnittynyt muuhun digitaaliseen ajankäyttöön. Erityisesti nuorempien keskuudessa musiikki kiinnittyy lyhytvideoiden ja sosiaalisen median katseluun, mutta myös varsin vahvasti peleihin.

Älypuhelin ja striimauspalvelut ovat erityisesti nuorten tärkeimmät musiikkikanavat, kun taas vanhemmissa ikäryhmissä radio säilyttää erittäin vahvan asemansa.

Vinyylisoittimen ja CD-soittimen käyttö keskittyy tiettyihin harrastajaryhmiin, ja monelle näiden välineiden käyttö on keskittyneemmän kuuntelemisen juhlahetki. Fyysinen äänite on muutaman sadantuhannen ihmisen premium- ja keräilytuote.



Nuoret ja yli 60-vuotiaat ovat kaksi eri musiikkimarkkinaa

Nuoret (13–25-vuotiaat)

Kuuntelevat musiikkia ennen kaikkea puhelimella.

Käyttävät aktiivisesti striimauspalveluita ja sosiaalisen median kanavia. Suosivat hiphopia, räppiä, elektronista musiikkia ja K-poppia.

Välimaasto 26–59-vuotiaat

Käyttävät rinnakkain puhelinta, tietokonetta ja autoradiota.

Erittäin tärkeä keikkayleisö, jonka musiikkimaku on monipuolisin.

Ikäryhmä lähenee molemmista päistään edellistä tai seuraavaa ryhmää.

lökkäämmät (60–75-vuotiaat)

Radion, iskelmän ja rockin merkitys korostuu.

Pienemmistä virroista klassinen musiikki ja jazz saavat heistä yleisönsä.

Fyysisten tallenteiden käyttö on yleisempää kuin nuoremmilla.



TikTok-sukupolven merkitys kasvaa

TikTok, Instagram ja muut sosiaalisen median alustat korostuvat erityisesti alle 25-vuotiaiden käyttäytymisessä.

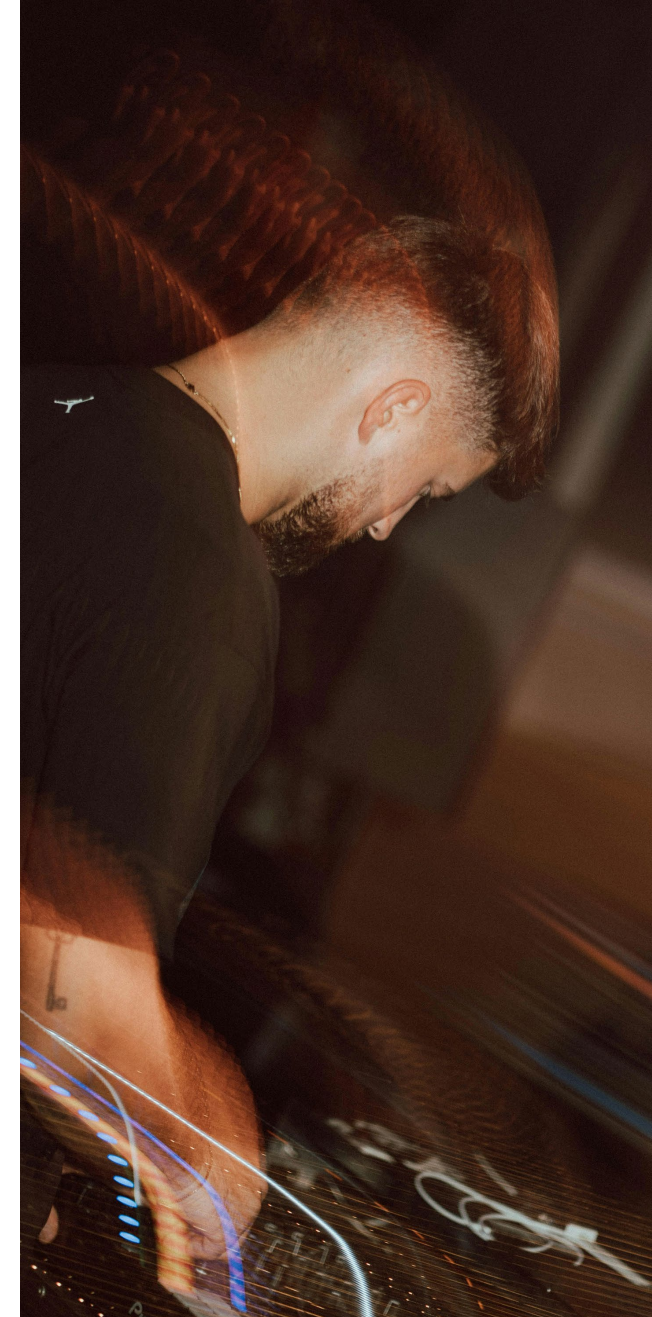
- Kappaleiden alkujen koukuttavuuden merkitys kasvaa.
- Lyhyet, helposti jaettavat hitit yleistyvät.
- Artistien markkinoinnista tulee yhä videovetoisempaa.
- Moni suurista hiteistä syntyy ensin sosiaalisessa mediassa ja vasta sen jälkeen radiossa tai suoratoistopalveluiden soittolistoilla.

Trendit laajenevat maltillista tahtia kaikkiin ikäluokkiin. Sosiaalisen median kasvuräjähdys on kuitenkin jo takanapäin.



Ikä selittää eniten lähes kaikkea, paitsi....

- Miehillä musiikinkuuntelussa korostuvat 1,5-kertaisesti tietokoneelta ja pelien yhteydessä kuuntelu, naisilla lyhytvideot.
- Naisilla korostuvat kuunnelluista tyyleistä latinomusiikki ja pop, miehillä taas metalli ja rock.
- Pääkaupunkiseudulla kuunnellussa musiikissa ei-kotimaisen musiikin osuus on hieman korkeampi.
- Yli 5000 euroa/kk ansaitsevat ovat selvästi muita ahkerampia keikolla kävijöitä.



Musiikinkuuntelu 2026

Keskittyneesti

Taustamusiikkina

Eilen 49 %

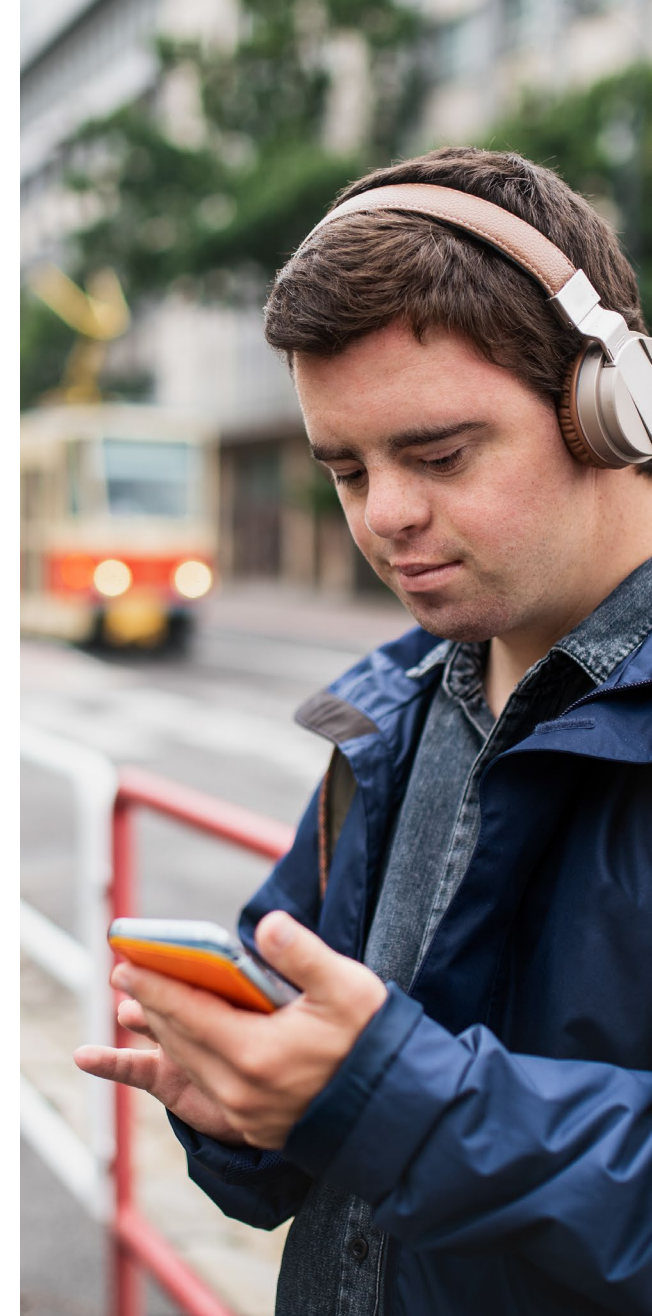
Eilen 72 %

Viikon aikana 72 %

Viikon aikana 89 %

Noin 25-vuotiaat ovat ahkerimpia musiikin kuuntelijoita sekä keskittyneessä että taustakuuntelussa.

Musiikin kuuntelun mediaani on noin tunti päivässä.
Kuuntelun keskiarvo on noin 1,5 tuntia päivässä.



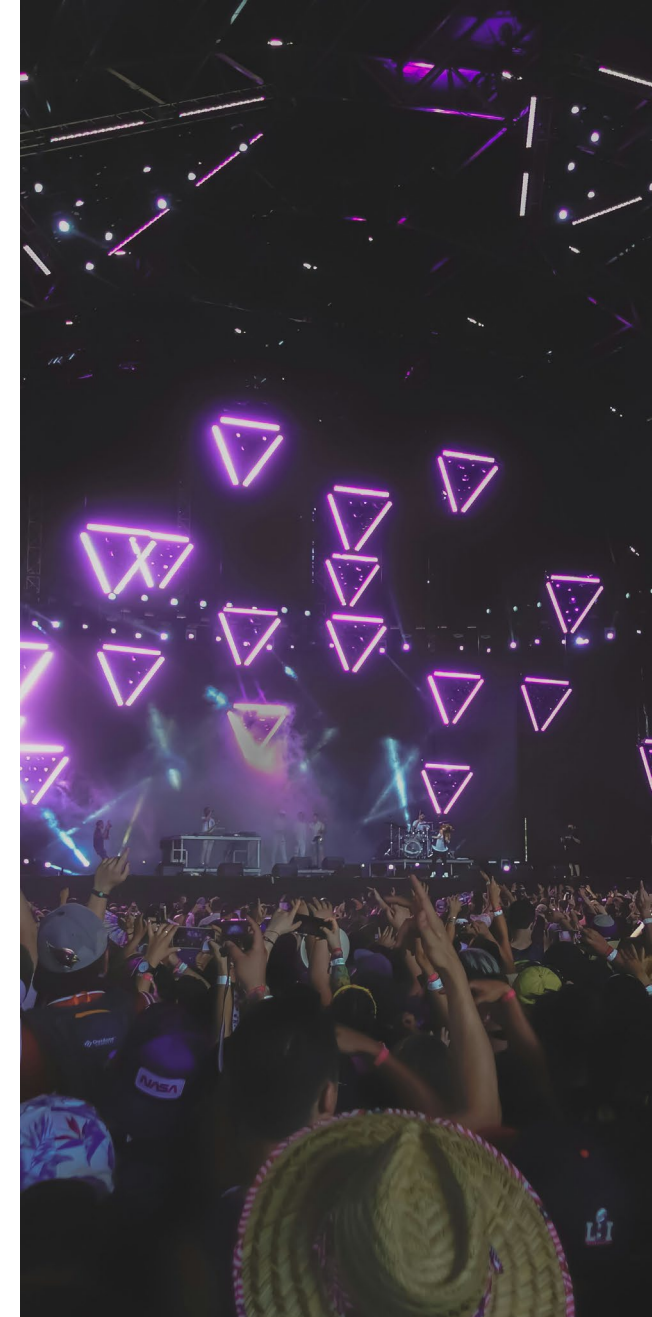
Yritystilojen hyvää taustamusiikkia arvostetaan

”Minusta on hyvä asia, että yritykset panostavat ja kiinnittävät huomiota asiakastiloissa soitettavaan taustamusiikkiin” 73%



Keikkamarkkinan merkitys kasvaa

- Ihmiset käyttävät rahaa suhteellisesti enemmän elämyksiin kuin tallenteisiin.
- Striimaus tuottaa näkyvyyttä.
- Musiikkialan ansainta syntyy yhä enemmän keikoista, festivaaleista ja isompien artistien kohdalla osin myös fanituotteista.
- Vuoteen 2030 mennessä artistin ansainnan kuva muistuttanee enemmän media- ja tapahtumabrändiä kuin aiempaa äänitekeskeistä maailmaa.



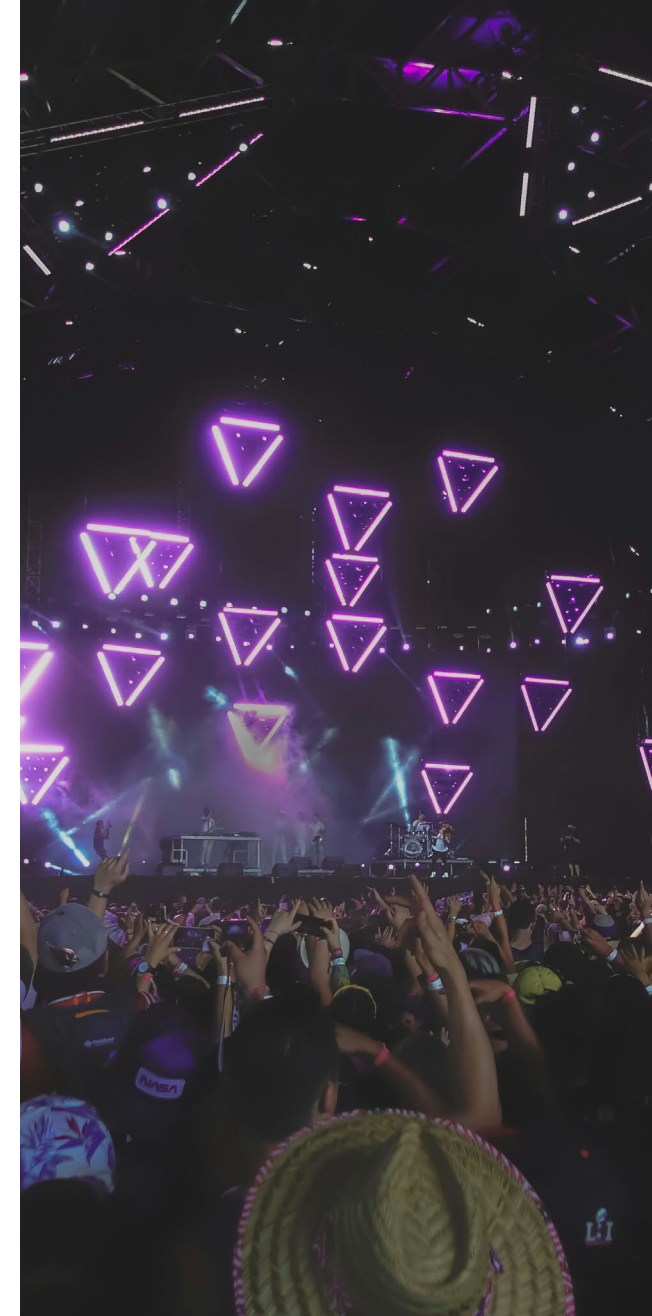
Livekeikkojen kävijämäärät ovat pienessä laskussa, vaikka kiinnostus onkin kovaa. Suomen on entistä vaikeampi kilpailla kansainvälisten huipputähtien keikoista.

Haasteena on myös raha, eli kuinka monella keikalla tai festarilla samalla henkilöllä on varaa käydä.

Livemusiikin luvut 2026 vs. 2025

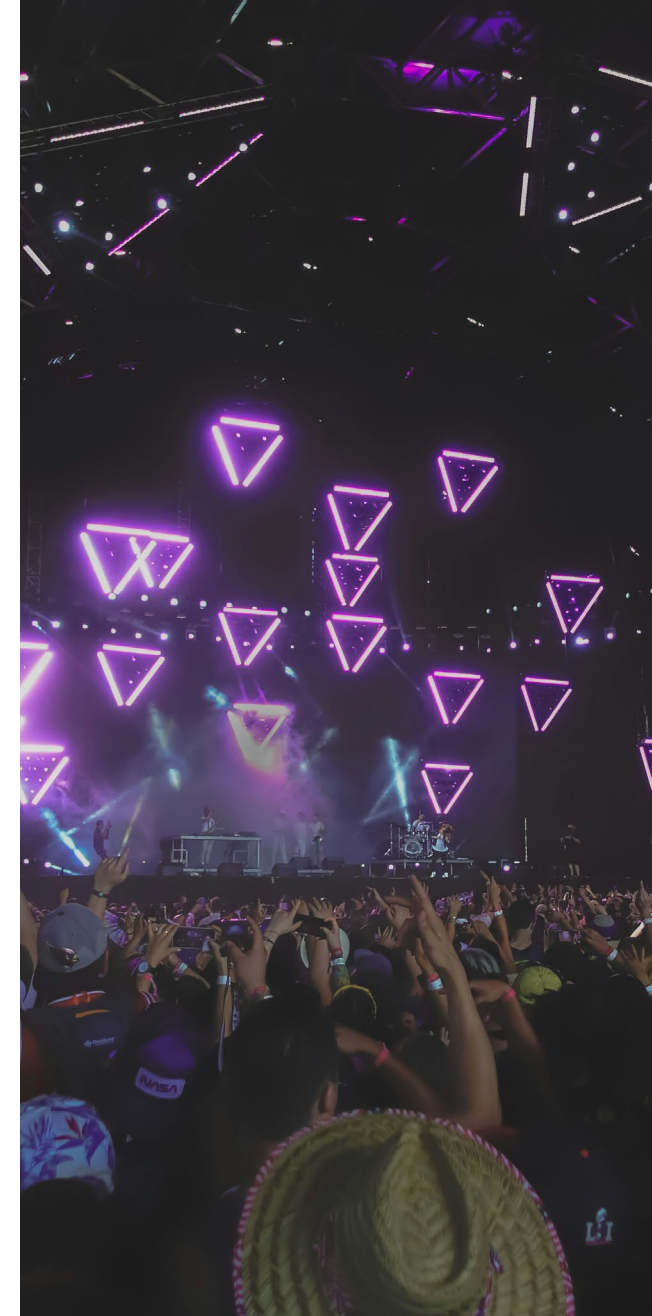
Käynyt keikalla tänä vuonna	50 % -3%
Ostanut keikkalipun	44 % -3%
Käynyt ilmaiskeikalla	33 % -2%
Ostanut itselleen musiikkifestarilipun	27 %
Katsonut kokonaisen keikan ruudusta	35 %
Käynyt tänä vuonna ulkomailla konsertissa	9 %

Käynyt keikalla viimeisen kahden vuoden aikana 68 %



Ulkomailla keikalla kävijät

- Käytös painottuu iän mukaan alle 25-vuotiaisiin.
- Opiskelijoista 17% on käynyt ulkomailla keikalla tänä vuonna.
- Toinen selvä piikki on isotuloisimpien ryhmässä.
- Yli 70 000 euroa vuodessa ansaitsevista 22 % on käynyt keikalla ulkomailla tänä vuonna.
- Suosittuja kohteita ovat Tallinna, Tukholma, Keski- ja Etelä-Euroopan festivaalikohteet ja Lontoo.
- Kaikkein suurimmat artistinimet vierailevat Suomessa aikaisempia vuosikymmeniä harvemmin.



Menen keikoille usein seuran ja yhdessäolon vuoksi

Kaikki 36 %

36-45-vuotiaat 43 %

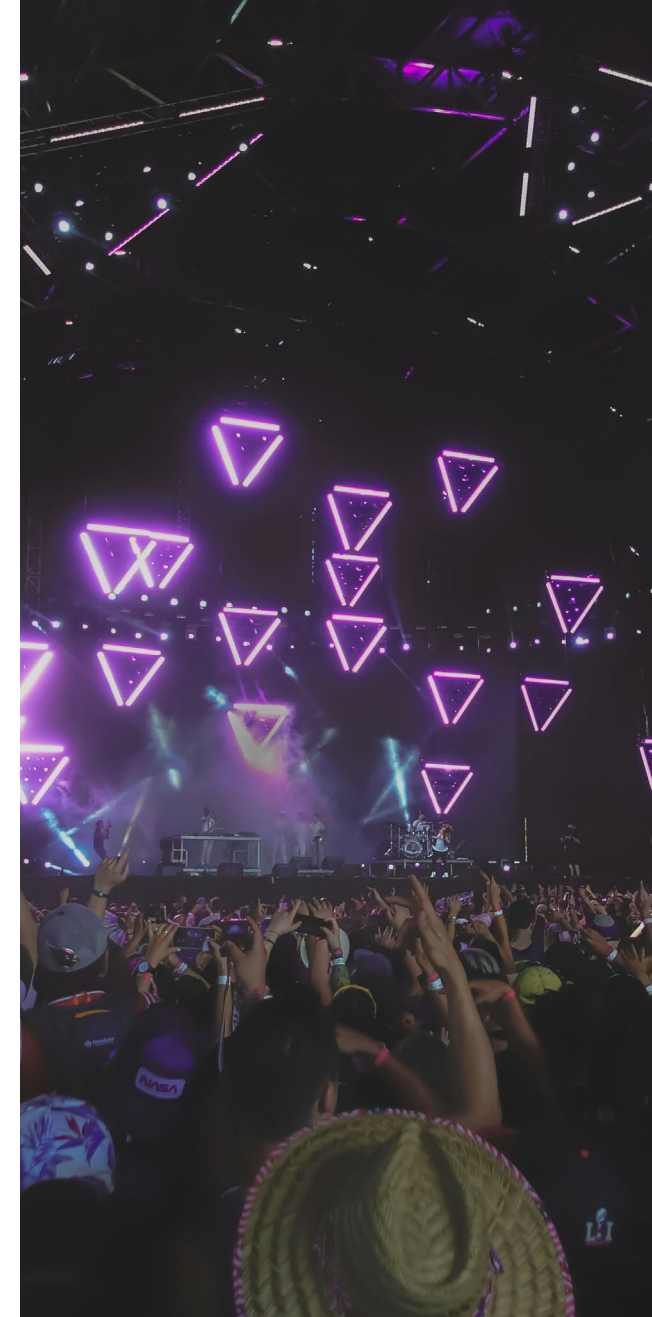
Suomenkielisen popin ystävät 47 %

Suomenkielisen popin kuulijoiden joukossa *sosiaaliset syyt motivaattorina keikoille lähtemiseen* ovat erittäin voimakkaita.



Rahankäyttö livekeikkoihin vuodessa

Yli 300 euroa	7 %
151-300 euroa	13 %
31-150 euroa	33 %
Enintään 30 euroa	47 %



2. Tekijät ja tekoäly musiikin- kuuntelussa



TEOSTO

Haluamme, että tekemämme musiikki on
ihmisten tekemää alusta loppuun.

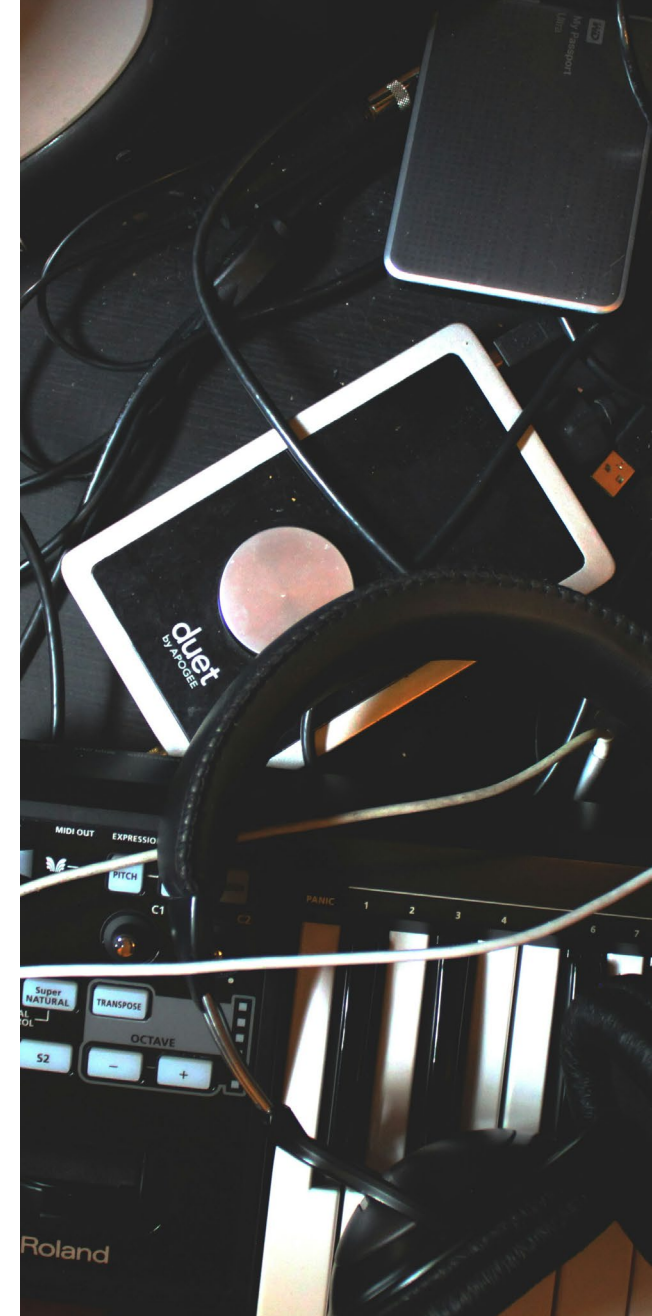
Vaikka valtaosa suomalaisista kuuntelee enemmän biisejä kuin artisteja, 58 % tietää useammin kuuntelemistaan biiseistä yleensä ainoastaan esittäjän.

16-35-vuotiaista yli 70 %.



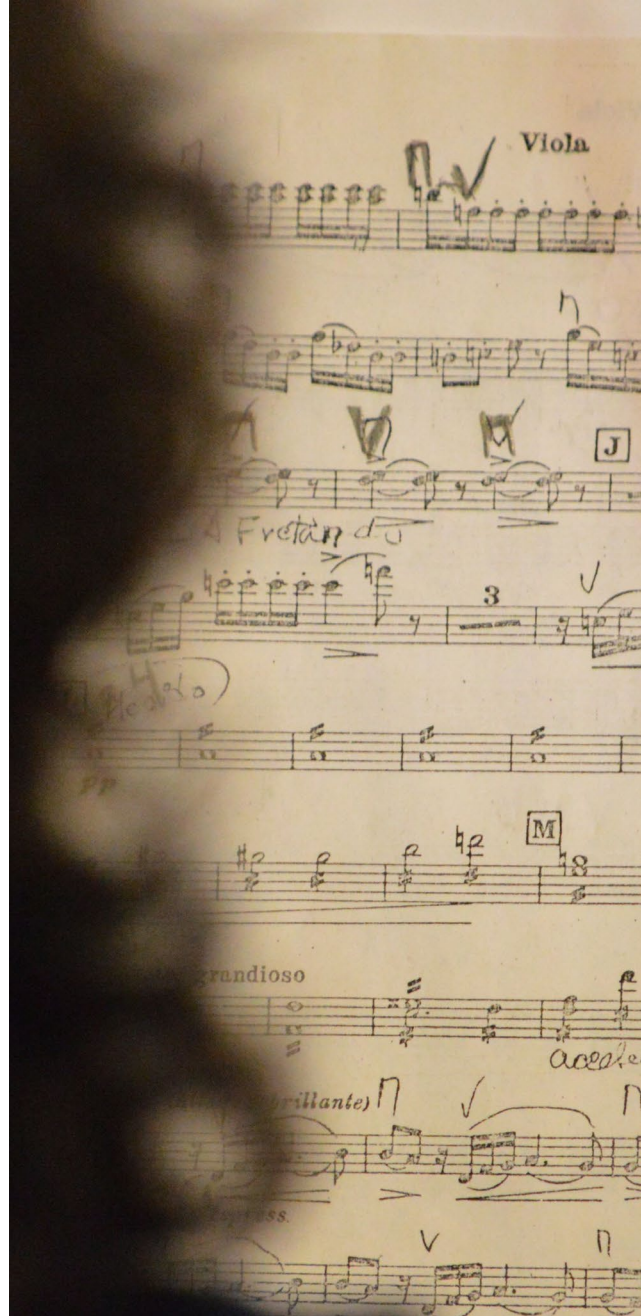
Musiikkituottajasuosikkeja eli studioiden sankareita on meistä joka neljännellä. 16-25-vuotiaista suosikkituottajia on lähes joka toisella.

Lähes joka toisella eli 47 % meistä on laulajien lisäksi muusikoita, joita erityisesti seuraamme.



Säveltäjän ja sanoittajan arvioi
tuntevansa kuuntelemastaan
musiikista ainakin melko usein
30 %.

Pienempien musiikkigenrejen
kuuntelijoista kuitenkin joka
toinen.



40 % meistä kertoo etsivänsä
tietoja suosikkimusiikkinsa
tekijöistä ainakin melko usein.

60 % haluaa tietää, onko juuri
hänen kuuntelemansa musiikki
tekoälyllä luotua. 70 % ei
tekoälyllä luotua musiikkia halua
lähtökohtaisesti kuulla.

Milloin suhtaudun myönteisesti tekoälyn käyttöön?

Ohjeet arjen töihin ja harrastuksiin	58 %
Edullisten tarjousten haku verkkokaupasta	52 %
Toistuvien työrutiinien automatisointi	44 %
Työ- ja opiskelutekstien kirjoittaminen	32 %
Videoiden editointi	25 %
Sosiaalisen median videoiden ja tekstien teko	20 %
Kuvamateriaalien tuottaminen	19 %
Musiikin esittäminen	13 %
Musiikin säveltäminen ja sanoittaminen	13 %

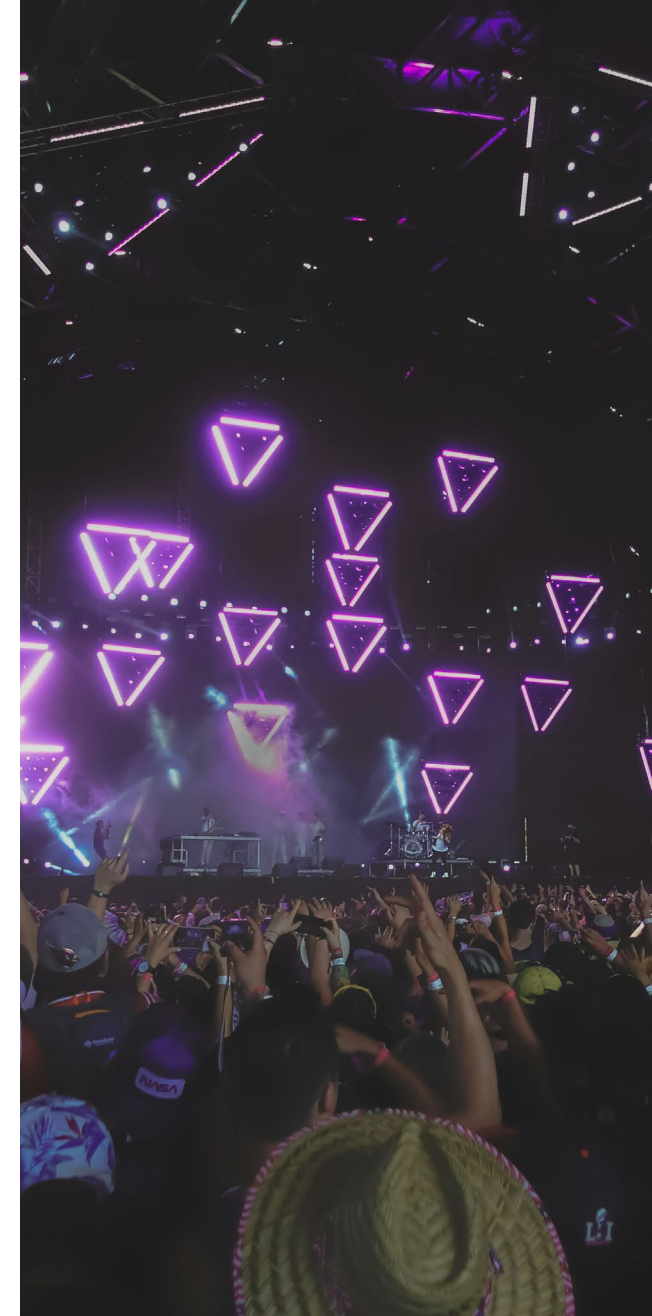
Järki ja tunteet

Elämme ison murrosvaiheen keskellä, jossa suomalaisten ymmärrys tekoälystä vaihtelee isosti – ja muuttuu yhden vuoden aikana todella paljon.

On selvää, että alusta loppuun tekoälyllä tehtyyn musiikkiin suhtaudutaan jyrkän kielteisesti.

Olisi ymmärrettävää suhtautua tekoälyyn vain yhtenä työvälineenä muiden joukossa myös musiikin tekemisen kohdalla. Voisimme ajatella, että musiikin tekijät roolista riippumatta voisivat oman harkintansa mukaan käyttää tekoälyä niin paljon apuvälineenä eri vaiheissa kuin haluaisivat, ja jättää itselleen sen roolin kuin haluaisivat.

Musiikki on selvästi suomalaisille kuitenkin jotain erityisempää.



Musiikin merkitys 2026

Musiikki on yksi niistä harvoista tiloista tässä maailmassa, jossa tunnemme itsellämme yhä olevan tilaa olla inhimillinen ihminen. Musiikin avulla voimmme tulla hyväksytyksi kaikkine puutteinemme ja vikoinemme. Saamme myös samaistua artistiin ja lauluntekijään.

Tästä suomalaiset haluavat pitää yhä kiinni: haluamme pitää musiikin ihmisen omaisuutena.



3. Musiikin merkitys suomalaisille ja sen sosiaalinen merkitys



TEOSTO

Kulttuurinen kehitys erottaa ihmisiä.

Musiikki sen sijaan yhdistää ihmisiä.

Perusajankuva kulttuurissamme 2026

1. Emme näe kauas

Sota
Tekoäly
Korkea työttömyys
Terveyspalvelut
Sähkö ja energia
Epävarmuus hinnoista
Ilmasto ja ympäristö
"Riittävätkö rahani?"

Kaikkeen
arkikäyttämiseen
heijastuu se, että
suomalaisilla on
ennätysellinen määrä
isoja huolenaiheita.

2. Nautimme nyt

Ajankuvana on jatkuva
sopeutuminen
muutoksiin.

"Mikä on elämäni suunta,
sisältö ja tarkoitus? Missä
olen ja haluan olla viiden
vuoden päästä?"

Mitä nuorempi sen
epävarmempi, mihin
maailma on menossa.

Tulevaisuutta ei nähdä ja
osata suunnitella
pitemmälle. Elämästä
halutaan nauttia tässä ja
nyt

3. Digitaalielämä

Käytämme aikaa
puhelimien ja
tietokoneen ääressä
keskimäärin 3+3 tuntia
päivässä kaikki
ikäryhmät mukaan
lukien.

Puolet meistä käyttää jo
tekoälyä, ja sen käytön
aloittaneilla ei paluuta
vanhaan ole.

Huoli tekoälyn ja
robotisaation hyödyistä
ja haitoista koskee
meitä kaikkia.

4. Eriydymme

Yhtenäiskulttuuri hiipuu
hiljalleen, vaikka suurin
osa meistä haluaisikin
tuntea suurempaa
yhteisyyden tunnetta
yhteiskunnassa.

Kehitys vie
elämäntapaan, jossa
vietämme yhä enemmän
aikaa itsemme kanssa
samanhenkisten kanssa
omissa kuplissamme.

Perusajankuva välittyy musiikkiin

1. Emme näe kauas

Tuttu musiikki lohduttaa.

Hittien elinkaari pitenee, ja kuuntelu keskittyy yhä harvempiin biiseihin per artisti.

2. Nautimme nyt

Musiikki on läsnä ilon hetkissä.

Laulujen sanoituksissa korostuu hetkestä kiinni pitäminen.

”Elämä ei ole valmis eikä kaikkea tarvitse tietää vielä” –teema toistuu monissa 2026 suurhiteissä kuten ”Kaiken varalta”, ”Eilinen” ja ”Voiko enkelitkin eksyä”.

3. Digitaalielämä

Musiikki on mukanamme kaikkialla.

Arjessa musiikki on yhä enemmän osa ympäristöä ja tekemistä kävellessä, salilla ja kaikenlaista muuta touhutessa – ilman, että istuudumme kuuntelemaan.

4. Eriydymme

Musiikki rakentaa yhä siltoja ihmisten välille enemmän kuin erottaa.

Osa hittien viehätystä on mahdollisuus hetken jakaa sama tunnemaailma miljoonien kanssa.

Musiikin merkitys suomalaisille

85 % meistä saa musiikista merkittävän paljon iloa elämänsä.

76 % kokee musiikin tarjoavan syviä elämyksiä.

59 % meistä kokee musiikkimaun osaksi omaa identiteettiään.

Musiikki....

- Pitää minulle seuraa kun olen yksin 77 %
- On erityisen tärkeää, kun on vaikeaa 71 %
- Täyttää tyhjiä hetkiäni 61 %

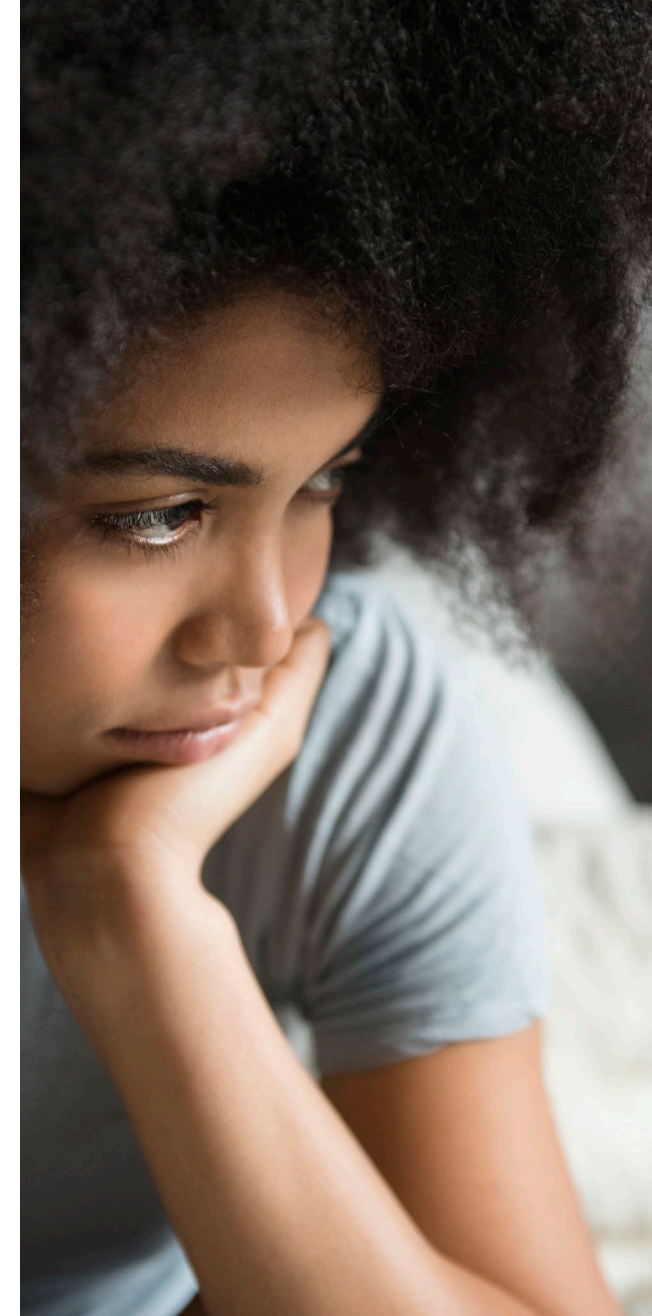
Kaikki luvut ovat noin 10 % korostuneempia 19-35 –vuotiaiden ikäryhmässä.



Kuinka tärkeää musiikki sinulle on?

Erittäin tärkeää	51 %
Jossain määrin tärkeää	40 %
Ei kovin tärkeää	8 %
Ei lainkaan tärkeää	1 %

Musiikin merkitys ihmisille on jatkuvasti suuri, ja sen merkitys korostuu erityisesti nuorissa aikuisissa epävarman tulevaisuuden aikoina.



Musiikin jakaminen ja keskustelu

Musiikkia jaetaan

- WhatsAppissa 47 %
- Kasvokkain keskustellen 41 %
- Spotifyssa 29 %
- Instagramissa ja Facebookissa 22 %
- TikTokissa 15 % (alle 18-vuotiaat: 55 %)

Musiikki yhdistää ihmisiä enemmän kuin erottaa

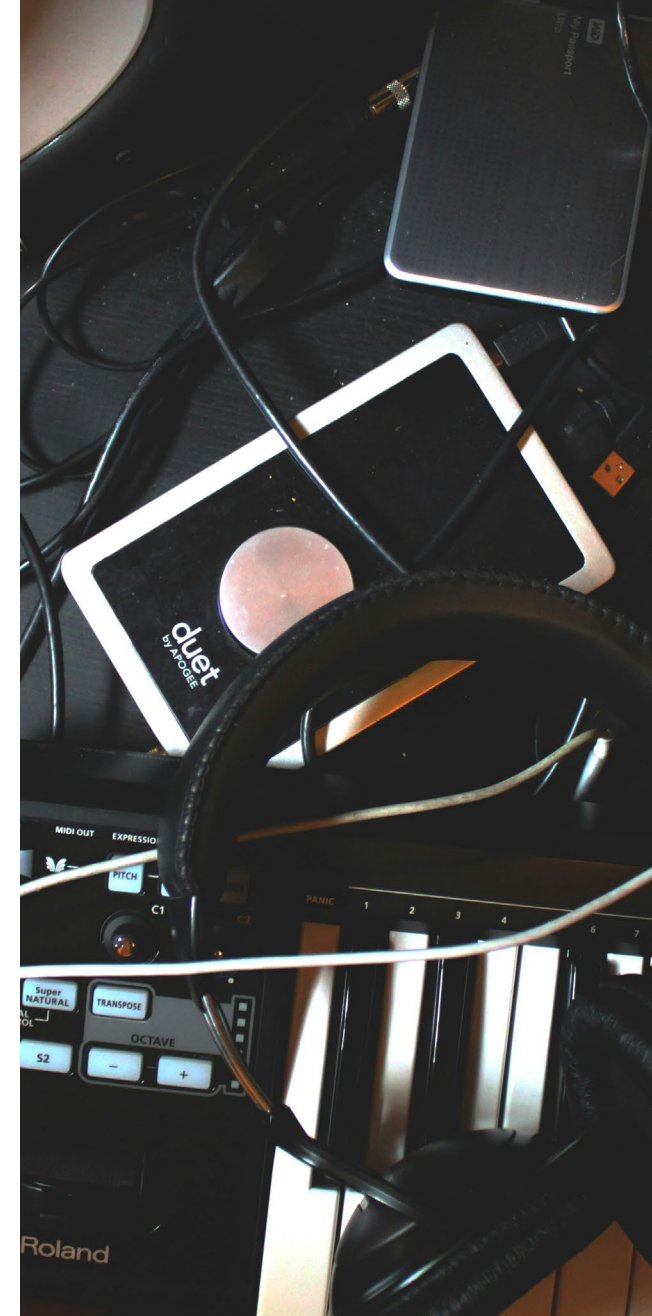
Musiikkimaku yhdistää minua toisiin ihmisiin 58 %

Tunnen yhteyttä samaa musiikkia kuunteleviin 54 %

Yhteinen kuunneltu musiikki yhdistää ikäluokkaani 58 %

Musiikki halutaan nähdä yhteisöllisyyden rakentajana, eikä erottelevana tekijänä eri ihmisryhmien kesken. Nuorisomusiikin alkuvuosikymmeninä saatettiin ajatella eri tavalla.

Pienemmillä paikkakunnilla näkyy myös eri-ikäisten korkeampi halu löytää yhteistä kuunneltavaa musiikkia oman musiikin lisäksi. Mitä isompi kaupunki, sen vahvemmat samanmielisten kuplat.



Musiikin merkittävin sillanrakennusvoima
ei ole se, että oppisimme pitämään
samoista kappaleista...

... vaan se, että oppisimme näkemään
ihmisessä jotain tuttua silloinkin, kun hän
eroaa itsestämme.

Musiikki synnyttää yhä uusia ihmissuhteita

Lähes puolet suomalaisista (45 %) kertoo solmineensa tuttavuuksia tilanteissa tai tapahtumissa, joissa on kuunneltu musiikkia.

Nuorilla osuus on vielä suurempi: musiikinkuuntelun vaikutus uusien tuttavuuksien löytämiseen on 19-25-vuotiailla 53 % ja 26-35-vuotiailla 51 %.

Musiikki on edelleen yksi harvoista kulttuurisista ilmiöistä, joka synnyttää uusia sosiaalisia kontakteja.



Musiikki yhdistää myös kotona

Kenen kanssa olet kuunnellut musiikkia tämän vuoden aikana?

61 % puolison tai elämänkumppanin kanssa

55 % muiden kavereiden kanssa

43 % vanhempien tai lasten kanssa

28 % työ- tai opiskelukavereiden kanssa

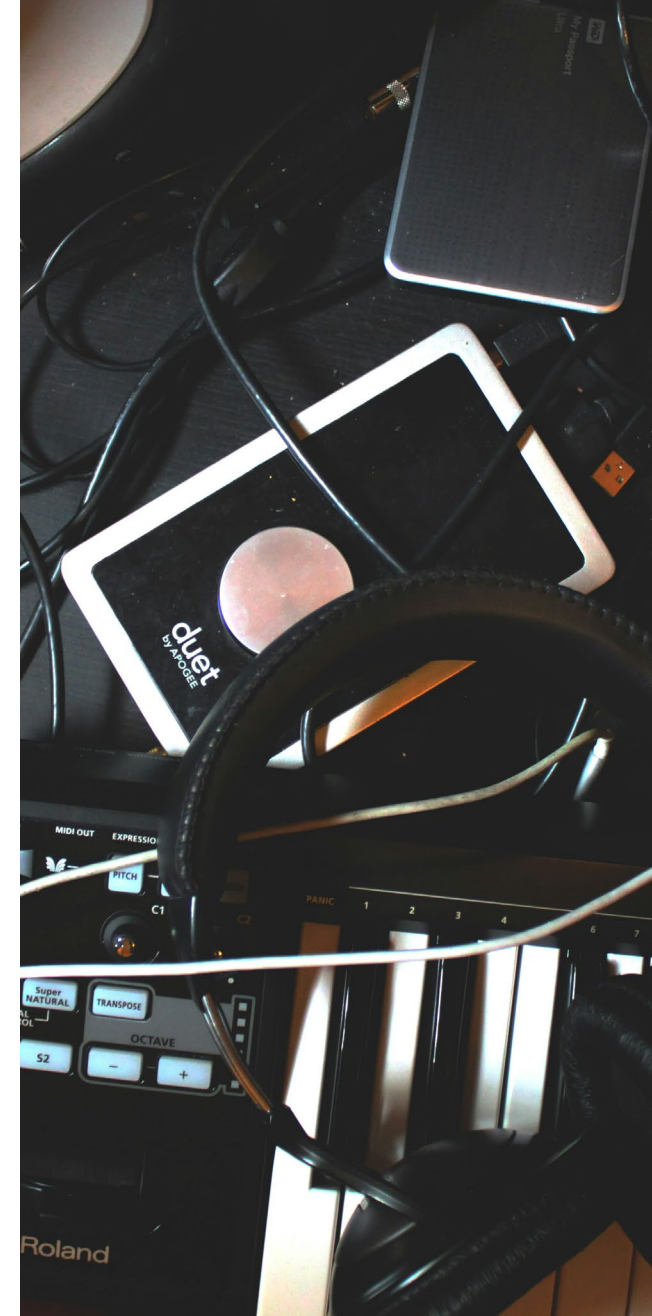
Puoliso on yleisin musiikin jakamisen kumppani, mutta vanhemmat-lapset-siltakin on vahva erityisesti äitien ja lasten kesken.



Missä tilanteissa musiikin kuuntelu yhdessä on tärkeintä?

Yhteisillä automatkoilla	63 %
Juhlissa	51 %
Kotona yhdessäolon hetkinä	30 %
Harrastuksissa	21 %
Työpaikalla	14 %

Työpaikkakuuntelun merkitys painottuu nuorissa, yrittäjissä ja esimerkiksi kuljetusammateissa toimivissa. Nuorilla aikuisilla painottuvat kotona yhdessäolon hetket.



Musiikki on merkittävä osa identiteettiä

59 % suomalaisista kokee, että musiikkimaku on osa omaa persoonallisuutta, joka tekee heistä erottuvan oman itsensä.

Musiikki näyttäytyy suomalaisille identiteettitekijänä samalla tavalla kuin harrastukset.

Erityisen vahvaa tämä on...

- 19-25-vuotiailla 66 %
- 26-35-vuotiailla: 67 %



Musiikkimaku syntyy osin yhdessä eli musiikkimakuihimme ovat vaikuttaneet

3. Omat vanhemmat

paljon 12 %

vähintään jonkin verran 51 %

2. Seurustelu- tai elämänkumppanit

paljon 15 %

vähintään jonkin verran 65 %

1. Nuoruuden kaverit

paljon 30 %

vähintään jonkin verran 78 %

Musiikin kuuntelu on suurinta opiskeluiässä samaan aikaan, kun omaan uuteen viiteryhmään samaistumalla teemme irtiottoa lapsuudestamme.



4. Musiikki, jota kuuntelemme



TEOSTO

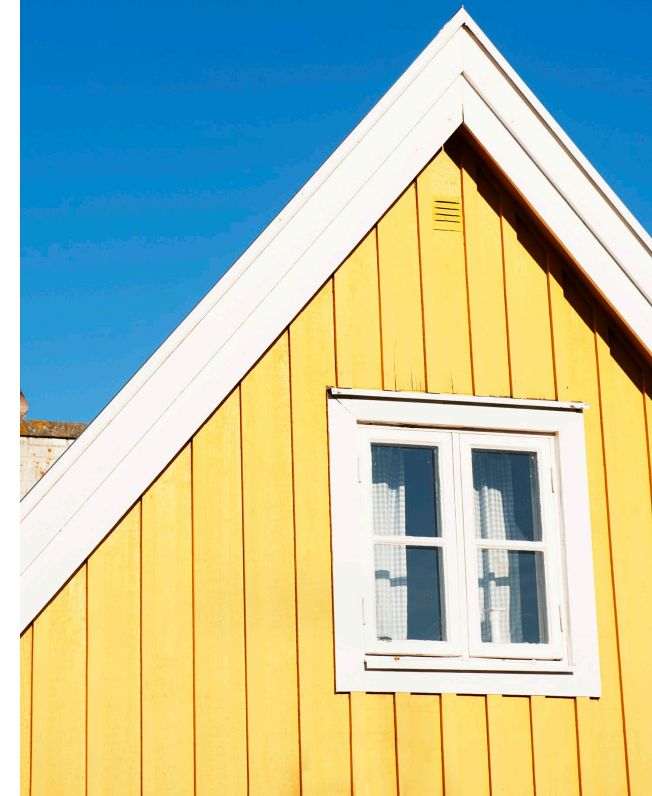
Kotimaisen musiikin vahva asema säilyy

Vaikka kansainväliset suoratoistopalvelut ovat globaaleja, suomalainen yleisö kuluttaa edelleen runsaasti kotimaista sisältöä.

Kotimaiset artistit dominoivat kaikkein isoimmissa hiteissä. Kaikesta kuunnellusta musiikista enemmistö on ulkomaista.

Suomen kieli on musiikissa kestävämpi kilpailuetu samaan aikaan, kun verkkopalveluiden suomenkieliset versiot kääntyvät tekoälyn avulla automatisoidusti yhä laadukkaammin.

Kotimaiset hitit voivat menestyä erittäin hyvin ilman kansainvälistä läpimurtoa. Toisaalta pikkuhittejä tulee entistä useammin kuulijoille täysin vierailla kielillä ympäri maailmaa – yli kielirajojen tarttuvalla kertosäehokemalla ryyditettyinä.



Kotimainen musiikki on tärkeää

"Olen iloinen, että Suomessa on oma musiikkikulttuurinsa ja musiikintekijänsä" 84 %

"Minusta musiikki on niin tärkeä asia, että yhteiskunnan kannattaa tukea ja vaalia musiikkikulttuuriamme" 77 %

Miten mieluisia eri musiikkityylit sinulle ovat

Peräti viisi musiikkityyliä ovat suomalaisille melko tasavahvoja siinä mielessä, kuinka suurelle osalle ne ovat erittäin mieluisia.

Vuosien 2015–25 aikana suosiotaan nostaneet iskelmä ja suomalainen pop laskivat hieman suosiossaan vuonna 2026.

Rap ja K-Pop jatkavat musiikkityylien suosiossa hidasta nousuaan. Vuoden 2025 countrymusiikin suosio ei kuitenkaan ollut kestävä.

Mieluinen-luku sisältää myös erittäin mieluinen -vastauksen lukumäärät. Mieluinen-luvun muutosprosentti edellisvuodesta on merkitty pienellä musiikkityylin perässä.

	Mieluinen	Erittäin mieluinen
Suomenkielinen pop -3 %	53 %	24 %
Perinteinen rock +1 %	53 %	22 %
Englanninkielinen pop +2 %	53 %	18 %
Metalli/Hard rock	40 %	24 %
Iskelmä -3 %	40 %	18 %
Hiphop/rap +1 %	28 %	11 %
EDM -1 %	26 %	10 %
R&B ja Soul	25 %	7 %
Klassinen musiikki -1 %	24 %	8 %
Indierock +1 %	19 %	5 %
Latinomusiikki -1 %	18 %	6 %
Country -3 %	18 %	4 %
Jazz -	14 %	4 %
K-Pop +2 %	11 %	5 %
Kansanmusiikki -1 %	10 %	3 %
Gospel -1 %	9 %	3 %

Pitää musiikkityylistä erittäin paljon - joka ikäryhmällä eri suosikit

13-24-vuotiaat

Rap
Suomenkielinen pop
Englanninkielinen pop
Metalli
Perinteinen rock

25-45-vuotiaat

Metalli
Perinteinen rock
Suomenkielinen pop
Englanninkielinen pop
EDM

46-65-vuotiaat

Perinteinen rock
Suomenkielinen pop
Metalli
Iskelmä
Englanninkielinen pop

66-75-vuotiaat

Iskelmä
Suomenkielinen pop
Perinteinen rock
Klassinen
R&B ja Soul

Viime vuodesta suosiotaan ikäryhmässä kasvattaneet tyylit on merkitty punaisella.
Kesän 2026 Eppu Normaali -ilmiö ja yhtyeen viimeiset keikat näkyvät perinteisen rockin suosion kasvuna.

Oma suurin suosikkiartisti, elokuu 2026

1. Eppu Normaali
2. Isac Elliot
3. Ares
4. Haloo Helsinki!
5. Mirella
6. Kaija Koo
7. Juha Tapio
8. Arttu Wiskari
9. BTS
10. Eminem

Seuraavat kotimaiset:

Behm, JVG, Suvi Teräsniska, Lauri Haav ja Gettomasa.

Seuraavat ulkomaiset:

Taylor Swift, Lady Gaga, Rihanna, Lana Del Rey ja Drake

Kärkikolmikko muuttuu isosti joka vuosi: tämä kertonee siitä, että aivan ylivoimaisia yhteisiä suosikkiartisteja ei nykyaikana ole. Uudet isot hitit ja keikat muuttavat listaa vuosittain.

Eppu Normaalin hittien huippukausi oli jo 80-luvulla, mutta yhtyeen suosio laveni sekä iäkkäimpiin että uusiin nuoriin ikäluokkiin vielä vuosikymmeniä tämän jälkeen.

Elokuussa tehty tutkimus palautti sen vielä kerran listan ykköseksi.

Eri ikäryhmien suosikkiartistit

13–24-vuotiaat

1. Isac Elliot
2. Ares
3. Mirella
4. JVG
5. BTS
6. Taylor Swift
7. Ahti
8. Gettomasa
9. Lauri Haav
10. Sexmane



Ares. Kuva: Karim Awad.

25–39-vuotiaat

1. Ares
2. Haloo Helsinki!
3. Behm
4. Mirella
5. Nightwish
6. Eminem
7. Linkin Park
8. Käärijä
9. Apulanta
10. JVG

Ares näyttää olevan suosituin artisti alle 40-vuotiaiden keskuudessa ja toisena myös nuoremmissa. 2000-luvun rock (Linkin Park, Nightwish) näkyy edelleen vahvasti 25–39-vuotiaiden mieltymyksissä.

Eri ikäryhmien suosikkiartistit

40–54-vuotiaat

1. Eppu Normaali
2. Kaija Koo
3. Haloo Helsinki!
4. Juha Tapio
5. Behm
6. Bess
7. Eminem
8. Arttu Wiskari
9. Apulanta
10. Nightwish

55–64-vuotiaat

1. Eppu Normaali
2. Juha Tapio
3. Kaija Koo
4. Arttu Wiskari
5. Suvi Teräsniska
6. Ismo Alanko
7. Yö
8. Katri Helena
9. Haloo Helsinki!
10. Popeda

65–75-vuotiaat

1. Kaija Koo
2. Juha Tapio
3. Eppu Normaali
4. Katri Helena
5. Suvi Teräsniska
6. Arttu Wiskari
7. Hector
8. Kari Tapio
9. Yö
10. Pekka Simojoki

Oman kesän paljon kuunneltu ja mieluinen kesähitti

1. **Liekinheitin (Pete Parkkonen / Linda Lampenius)**
Säv. & san. Antti Riihimäki, Lauri Halavaara, Linda Lampenius, Pete Parkkonen, Vilma Alina.
2. **Vielä on kesää jäljellä (Mamba)**
Säv., san. & sov. Tero Vaara, sov. Code, Harri Lehtonen, Heikki Keskinen, Jukka Immonen, Reijo Anttila, Timo Mynttinen.
3. **Suomi Finland Perkele (Arttu Wiskari)**
Säv. Janne Rintala, Jonas Olsson, san. Janne Rintala, sov. Mika Laakkonen.
4. **Sisko ja sen veli (Ahti)**
Säv. Ahti Peltonen, Tommi Kaukua, Wille Mannila, san. Ahti Peltonen.
5. **Valokuvii (Jami Faltin)**
Säv. Tero Vaara, Daniel Okas, san. Tero Vaara, Jami Björklöv.
6. **Ai että (Isac Elliot)**
Säv., san. & sov. Arttu Istala, Iiro Paakkari, Isac Elliot.
7. **Voiko enkelitkin eksyä (Haloo Helsinki!)**
Säv. Jere Marttila, Leo Hakanen, Erno Laitinen, san. Elli Haloo, sov. Jere Marttila, Leo Hakanen, Erno Laitinen, Gabi Hakanen.
8. **Koko Suomi tanssii (Portion Boys & Komiat)**
Säv. & san. Matias Keskiruokanen, Mikael Forsby, Raimo Paavola, Tiina Forsby, Janne Rintala, Jaakko Puusaari, Eero Nummela.

Mieluisin biisi tänä kesänä genren mukaan

1. Pop 35 %
2. Rock 25 %
3. Iskelmä 15 %
4. Rap / hiphop 10 %
5. Metalli 8 %
6. Klassinen 3%
7. EDM / techno 3 %

Kotimainen vs. ulkomainen 65 % vs 35 %

Kun saman artistin eri biisit lasketaan yhteen, ovat Isac Elliot ja Eppu Normaali koko listan ykkösiä.

Ulkomaisista artisteista eniten mainittuja ovat BTS, Billie Eilish, Zara Larsson, Bad Bunny, Linkin Park ja System of a Down.

**Suomalaisen musiikkimarkkinan suurin
muutos ei ole ollut se, mitä kuunnellaan...**

**...vaan se, mistä kuunnellaan, ja miten uudet
artistit löytyvät.**

Uusien artistien ydinyleisö

Uusien suomalaisten artistien nykyinen ydinyleisö on 16-35-vuotias kaupunkilainen nainen, joka kuuntelee suomenkielistä ja kansainvälistä poppia, ja joka löytää musiikkinsa TikTokista, Instagramista ja Spotifysta.

Sekundäärinen yleisö ovat samanikäiset miehet.

Hiphop- ja rap-artistien kohdalla ydinyleisö on yhä niukasti miesvaltainen, mutta rapin kuuntelijoista naisten osuus kasvanut yli 40 % rajan.

Uusien artistien tunteminen, elokuu 2026

Sara Siipola 77 %
Jaakko Kulta 53 %
Sara Bee 50 %
Aliisa Syrjä 50 %
Joalin 45 %
Minttu 45 %
MELO 27 %
Karim B 26 %
Helmi Marleena 25 %
ATLAS 24 %
Axel Kala 21 %
TINA 17 %
M/O 16 %
Rebekka Holi 13%

Sara Bee ja Aliisa Syrjä ovat artisteja, joilla on erityisen vahva kyky saada artistin tuntevat uudet kuulijat laajasti pitämään itsestään.

MELO sitoo kuulijoita vahvasti nuorten miesten ryhmässä.

Kasvavien artistien suosion kehitys on erityisen aika- ja hittiherkkää.

Vertailuksi: uusien artistien tunnettuus vuonna 2022

Pehmoaino 23 %
Kuumaa 18 %
Lauri Haav 17 %
Averagekidluke 11 %

Vuonna 2022 tutkittujen uusien artistien tunnettuudet olivat verrattain matalia vuonna 2026 tutkittujen uusien artistien tunnettuuteen.

Vuoden päästä voimme odottaa tämän vuoden listan uusilta artisteilta isompia läpimurtoja otollisen hitin tukemana.

Musiikki hakeutuu aina sinne, mihin ihmisten huomio liikkuu

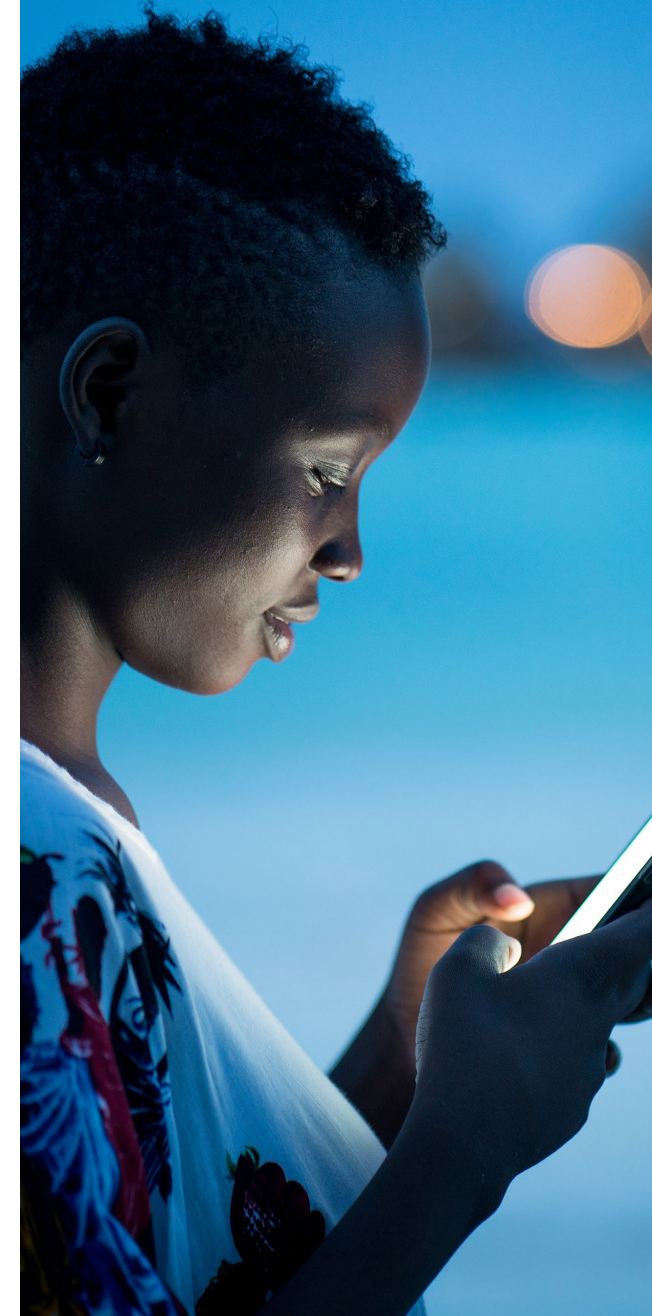
Älypuhelimesta on tullut ihmisten arkiviihtymisen keskus, kun aiemmin kärkipaikkaa ovat vuorollaan pitäneet tietokone, televisio ja radio. Todennäköisimmin puhelimen seuraaja musiikissakin on myös muun viihdekulutuksemme tuleva keskus.

Kehitys viittaa siihen, että Spotifyn, YouTube'n ja muiden palveluiden käyttäjämäärien automaattinen kasvu alkaa olla lähellä saturaatiota paitsi nuorten, myös keski-ikäisten joukossa.

Palvelut pyrkivät lisäämään sitoutumista esimerkiksi algoritmisilla suosituksilla, videoilla, podcasteilla ja yhteisöllisillä ominaisuuksilla. Samalla ne pyrkivät kehittymään verkkokaupan alustoiksi.

Vuoteen 2030 mennessä musiikki on yhä enemmän osa laajempaa viihde-ekosysteemiä, eikä erillinen palvelu.

Suomen musiikkimarkkina muuttune vuosina 2026–30 väistämättä myös sukupolvenvaihdoksen vuoksi.



kari.tervonen@omc.com



TEOSTO