

TAMPEREEN KAUPUNKI

Kilpailukykyjohtaja Anna-Kaisa Heinämäki

Elinvoiman ja kilpailukyvyyn palvelualueen johtaja Teppo Rantanen

EHDOTUS STRATEGISESTA KUMPPANUUDESTA TAMPEREEN KAUPUNGILLE TIIVISTELMÄ

1. Music Finland ry Musiikki & Median strategisena kumppanina

Music Finlandin missio on edistää suomalaisen musiikin elinvoimaisuutta ja kansainvälistymistä. Music Finland on viime aikoina vahvistanut rooliaan toisaalta myös **elinkeinopoliittisena vaikuttajana** toisaalta **elämystalouden innovaattorina**, joka ennakkoluulottomasti analysoi toimintaympäristöä ja sen mahdollisuuksia musiikkialan uudenslaisiin yhteistyömalleihin ja elämystalouden monialaiseen kehittämiseen.

Musiikki & Median ja Music Finlandin strateginen kumppanuus rakentuu kansainvälistymisen sekä strategisen kehittämistyön kautta. Music Finland on tuottanut vuosittain Musiikki & Media -tapahtuman kansainvälisen ohjelman sekä kutsunut vuosittain n. 40-50 hengen kansainvälisen delegaation.

Vuosina 2020-2021 Music Finlandin rooli on ollut aiempaa vahvempi ja strategisempi. Vuonna 2021 Music Finland tuotti tapahtumaan monialaisen tulevaisuustyöpajan yhdessä ennakkoinnin ammattilaisten kanssa. **Tuolloin tehty toimintaympäristöanalyysi on toiminut ja tulee toimimaan myös vahvana pohjana Musiikki & Median uudessa strategiatyössä. Vuonna 2021 Music Finland pyrkii sitomaan Musiikki & Media tapahtumaan laajemmin yhteiskunnan eri sektoreihin, niin elämystalouteen, liiketoimintaan kuin yhteiskunnalliseen vaikuttamiseenkin.** Vuonna 2021 Musiikki & Median konferenssi-ohjelma tavoittelee monipuolisempaa ammattilaisyleisöä; muun muassa yhteiskunnallisten vaikuttajien, liiketoiminnan ammattilaisten sekä av-alan asiantuntijoiden määrä on aiempia vuosia huomattavasti suurempi (puhujien osalta arviolta 65% nousu, yleisön osalta arviolta 35% nousu). Lisäksi eri musiikin genret ovat aiempaa vahvemmin edustettuna. Vuodesta 2022 eteenpäin tavoitteena on myös kokonaisuusallistujamäärän kasvattaminen, sekä konferenssin että Lost In Music -tapahtuman osalta. Kuluvan vuoden osalta se ei pandemiarajoitusten aiheuttamien yleisörajoitusten vuoksi ollut mahdollista.

2. Music Finlandin strategian 2021-2023 keskeiset tavoitteet ja painopisteet liittyen Musiikki & Median strategiseen kumppanuuteen

1. Uudenslaisiin bisnesmalleihin ja musiikkialan innovaatioihin kannustaminen;

Music Finlandilla on Musiikki & Mediassa keskeinen rooli tutkia uudenslaisia monialaisia mahdollisuuksia sekä kannustaa musiikkialan toimijoita yhteistyöhön muun muassa AV-alan, teknologiayritysten, muiden luovien alojen yritysten, matkailualan, hautomoiden ja pääomasijoittajien kanssa ja pyrkiä uusien liiketoimintamallein mahdollistamaan menestystä sekä bisneksessä että luovassa työssä.

2. Elinkeinopoliittinen vaikuttaminen ja luovan talouden vakiinnuttaminen osaksi Suomen kokonaisviientä

Yhteiskunnallisten muutosten myötä Music Finlandin rooli avoimen keskustelun ylläpitäjänä ja musiikkialan moninaisten äänten kokonaisuuden esille tuojana on korostunut. Music Finlandilla on ollut maaliskuusta 2020 lähtien poikkeuksellisen vahva vaikuttajaviestinnän rooli paitsi musiikkialan kansainvälistymisen viestijänä myös keskustelun avaajana ja kokoavana musiikkialan äänenä. Musiikki & Mediaan Music Finland tuottaa kolme ratkaisukeskeistä vaikuttajaviestinnän aihiota.

Keksinen strateginen tavoite on, että Musiikki ja Media 2021 tulee toimimaan käytännön foorumina uudenslaisen yhteiskunnallisen yhteistyön synnyttämiseksi ja kehittämiseksi.

3. Elämystalouden mahdollisuudet yhteiskunnassa

Music Finlandin sekä Musiikki & Median yhteiset elinkeinopoliittiset tavoitteet liittyvät luovan talouden tunnistamiseen sen uusien liiketoimintamahdollisuuksien kehittämiseen, vientiin ja kansainvälistymiseen sekä siihen liittyvien tuki- ja rahoitustoimenpiteiden kehittämiseen.

3. Music Finlandin rooli Musiikki & Median strategisena partnerina 2021

Vuonna 2021 Music Finlandin rooli Musiikki & Median strategisena partnerina on huomattavasti aikaisempaa vahvempi. Music Finland tuottaa tapahtumaan nimenomaan sisältöjä ja kumppanuuksia, joilla vahvistetaan elämystalouden kasvua mahdollistavia uudenlaisia yhteistyömalleja ja liiketoimintamahdollisuuksia analyysoivia ja rakentavia sisältöjä. **Tämä on jo merkittävä strateginen avaus.**

Lisäksi Music Finland koordinoi **luovan talouden eri aloja yhdistäviä ohjelmasisältöjä** eri järjestöjen kanssa, joista urauurtavin esimerkki on vahva audiovisuaalisen alan yhteistyö Suomen Musiikkikustantajat ry:n kanssa.

Muutamia esimerkkejä muusta Music Finland tuottamasta elämystalouden uusia mahdollisuuksia rakentavista kansainvälisistä sisällöistä.

- **MUSIC & GAMING – PELIALAYHTEISTYÖ, UNELMOINTIA VAI UUSI MARKINA?**

Peliteollisuus on kasvanut nopeasti vuosi vuodelta ja on ohittanut sekä urheilu että elokuvateollisuuden yhteenlaskettuna vuonna 2020. Tällainen koko teollisuuden kattava kasvu tarjoaa loistavan hetken pohtia mihin musiikkiala sijoittuu tässä kaikessa.

Mikä on musiikin rooli peleissä? Miten musiikkia voisi markkinoida ja promotoida peleissä ja pelien kaltaisissa virtuaalisissa ympäristöissä? Löytyykö perinteiselle musiikin markkinoinnille uusia mahdollisuuksia vai jopa kokonaan uusia musiikkituotteita? Kuinka musiikki ja pelillistäminen vaikuttavat tunteisiimme ja rakentavat uudenlaista osallistamista?

Miten teknologia voi auttaa kehittämään uusia musiikkikokemuksia, sosiaalista kanssakäymistä, vetovoimaa ja näkyvyyttä peleissä sekä virtuaalisissa maailmoissa?

Alustaja: Kush Patel (Musically) **Keskustelijat:** aivotutkija Katri Saarikivi, Hanna Toivonen (Rovio), Kush Patel
Moderattori: Turo Pekari (Music Finland)

- **THE ROLE OF MUSIC TECH IN THE FUTURE MUSIC INDUSTRY ECOSYSTEM**

Koronapandemia on aiheuttanut katastrofaalisia tulonmenetyksiä musiikkialalle. Siitä huolimatta olemme nähneet nopeaa kasvua uusien teknologioiden hyödyntämisessä musiikin luomisessa, promotiossa, jakelussa, oikeuksien hallinnassa ja kulutuksessa. Miten yhteistyö startup-yritysten ja innovaatioekosysteemien kanssa voisi luoda mahdollisuuksia musiikkialalle, johtuen lopulta pitkäaikaisiin strategisiin yhteistyösuhteisiin sekä uusiin liiketoimintamahdollisuuksiin? Mitkä ovat musiikkiteollisuuteen vaikuttavat keskeiset teknologiatrendit ja mitä toimijoita musiikkialan tulisi seurata tässä toimintaympäristössä?

Keskustelijat:

Jake Beaumont Nesbitt (IMMF), Markku Mäkeläinen (Nexit Ventures), Sara Herrlin (STHLM Music City, SWE), Anna Zò (Music Innovation Hub, ITA)

Moderaattori:
Turo Pekari (Music Finland)

- **LIIKETOIMINNAN SPARRAUS YHDESSÄ BISNESGURU KIM VÄISÄSEN KANSSA**

Music Finland tarjoaa Musiikki & Median yhteydessä suomalaisille kansainvälistymiseen ja kasvuun tähtääville musiikkialan yrityksille yritysvalmennusta bisnesenkelin, sijoittajan ja yrittäjän Kim Väisäsen kanssa. 90 minuutin kahdenkeskisissä tapaamisissa tarjotaan apua ja sparrausta muun muassa liiketoimintavision kirkastamiseen, kansainvälistymisstrategian kehittämiseen tai toiminnan sopeuttamiseen muuttuneisiin olosuhteisiin.

Palvelu on tarjolla Musiikki & Mediaan rekisteröityville yrityksille, joilla on olemassa oleva kasvu- ja kansainvälistymisstrategia.

- **KENEN ÄÄNTÄ KUULET – KUINKA VAKIINNUTETAAN JA VAHVISTETAAN YHTEISKUNNALLISTA DIALOGIA ELÄMYSTALOUDEN TOIMIJOIDEN KANSSA**

Globaalin pandemian kaltainen hybridiuhka kohdistuu laajalti sekä yksittäisten sektoreiden että yhteiskunnan toimintoihin. Musiikkialalle tämä on ollut tuhoisaa osaltaan siksi, että toimialan eri arvoketjujen väliset keskinäisriippuvuudet ovat vahvoja, mutta organisaatorakenne ja edunvalvonta hyvin siiloutunutta.

Maaliskuussa 2020 musiikkialan järjestöt ymmärsivät välittömästi, että alan on oltava yksiääninen. Kaikesta skeptisyydestä huolimatta pystyttiin pikaisella aikataululla luomaan yhteinen toimenpide-ehdotus kriisin selättämiseksi.

Viimeiset puolitoista vuotta koko kulttuuriala on ollut tiiviissä dialogissa päättäjien kanssa; kompensatiota, Tanskan mallia, kustannustukia, tartuntatautilakia, aluehallintoviranomaisia, kymmeniä lausuntoja, kuulemisia, tapaamisia, paineen alla perustettuja työryhmiä ja loputonta some-keskustelua.

Music Finlandin tuottamassa paneelikeskustelussa käydään läpi sitä, kenen ääni ja millaiset äänenpainot ovat pandemia-aikana läpäisseet hallituksen ja päättäjien seulan ja miksi? Missä kanavissa musiikki- ja kulttuurialan ääntä kuullaan? Kenen asiantuntemukseen luotetaan? Mihin vaikutetaan twitterissä ja mitä edistetään kabineteissa? Kenen ääntä kuullaan ja kenen kuunnellaan? Kenen ääni laittaa toimimaan?

Toimiiko sama taktiikka kuin kriisiaikoina tulevaisuuden vaikuttajaviestinnässä? Mitä olemme oppineet kaikesta tästä?

Alustus: Kaisa Rönkkö (Music Finland) **Keskustelijat:** Jenna Lahtinen (toiminnanjohtaja, LiveFIN), Juha Itkonen (kirjailija, taideneuvoston puheenjohtaja), Mikko Kosonen (kitaristi, kulttuurialan aktivisti), Matias Mäkynen (kansanedustaja, sd:n varapuheenjohtaja), Johanna Sumuvuori (ulkoministerin valtiosihteeri, vihreät), Eeva Kärkkäinen (tiede- ja kulttuuriministerin erityisavustaja, keskusta) **Moderaattori:** Aleksi Pahkala, kulttuuriaktiivi, toimittaja ja aktivisti.

SANOISTA TEKOIHIN – UUDISTETTU POLIITIKKOPANEELI

Music Finland ja Teosto työstävät tänä vuonna täysin uudistetun poliitikkopaneeliin, jonka tarkoituksena on luoda yhteishenkeä ja jaettava ymmärrystä musiikkialan tilanteesta. Tavoitteena on, valtiovallan ja musiikkialan yhdessä, elvyttää suomalainen musiikkiala, siirtyä työryhmistä tekoihin ja strategiapapereista konkreettisiin ratkaisuihin. Eduskuntapuolueiden kansanedustajat ratkaisevat musiikkialan kasvun kannalta keskeisimpiä haasteita ja musiikkialan asiantuntijaraati arvioi ratkaisujen toimivuutta. Yhteisenä tavoitteena on yhteisesti työstetty toimenpidelista, jolla musiikkiala nostetaan kuopasta takaisin kasvu-uralle.

Moderaattori: Stuba Nikula, **Keskustelijat:** Antti Kurvinen (tiede- ja kulttuuriministeri, kesk.), Jukka Gustafsson (sd.), Bella Forsgren (vihr.), Saara-Sofia Sirén (kok.), Veikko Vallin (ps.), Veronika Honkasalo (vas.)

Ammattilaisraati: Kaisa Rönkkö (Music Finland), Risto Salminen (Teosto), Ahti Vänttinen (Muusikkojen liitto)

Tampereen kaupungin strategiatyöhön myöntämällä avustuksella katetaan seuraavia kustannuksia:

- Vaikuttajaviestinäohjelman tuotantokustannukset 1200€
- Uusien kumppaneiden kutsuminen tapahtumaan 1500 €
- Kansainvälisen ohjelman laajentaminen hybridituotannoksi
 - Tekniset tuotantokulut 6800 €
- Music & Median strategiatyön allokoitut henkilöstökustannukset 6200 €
- Kansainväliset vieraat eri toimialoilta (peliala) 1200 €
- Live after Covid -kokonaisuuden tuotantokustannukset 4000 €
- Yhteistyö Century Median kanssa (tuotanto- ja matkakustannukset) 1000 €
- AV-yhteistyön ("Hittibiisi syntyy elokuvatuottajien liideistä") tuotantokustannukset (tilavuokrat) 3100 €