

MAHDOLLISUUKSISTA VAIKUTTAVUUTEEN

ARVIOINTI YOUTUBEN TALOUDELLISISTA,
YHTEISKUNNALLISISTA JA KULTTUURISISTA
HYÖDYISTÄ SUOMESSA



YouTube auttaa ihmisiä päivittäin oppimaan uusia taitoja, perustamaan yrityksiä, luomaan työpaikkoja ja saamaan lisää sisältöä arkeensa. Tässä Oxford Economicsin tekemässä tutkimuksessa arvioidaan kaikkia niitä taloudellisia, yhteiskunnallisia ja kulttuurisia vaikutuksia, joita maailman suosituimmalla videoiden jakosivustolla on Suomessa. Tutkimuksessa on käytetty edistyneitä kyselytekniikoita ja taloudellista mallinnusta.

YouTube-videoita katsotaan joka päivä noin miljardin tunnin verran ympäri maailman.¹ Suomessa näistä katselukerroista syntyy merkittäviä tuloja YouTube-sisällöntuottajille ja muille yrityksille. Tämä puolestaan tukee toimitusketjujen taloudellista toimintaa ja työpaikkojen syntyä sekä taloutta laajemmin.

Laskelmiemme mukaan YouTube'n luovan ekosysteemin vaikutus oli vuonna 2020 arviolta seuraavanlainen:

41 miljoonan euron
vaikutus Suomen BKT:hen



2400

kokoaikaista työpaikkaa vastaavaa
määrä työtä Suomessa



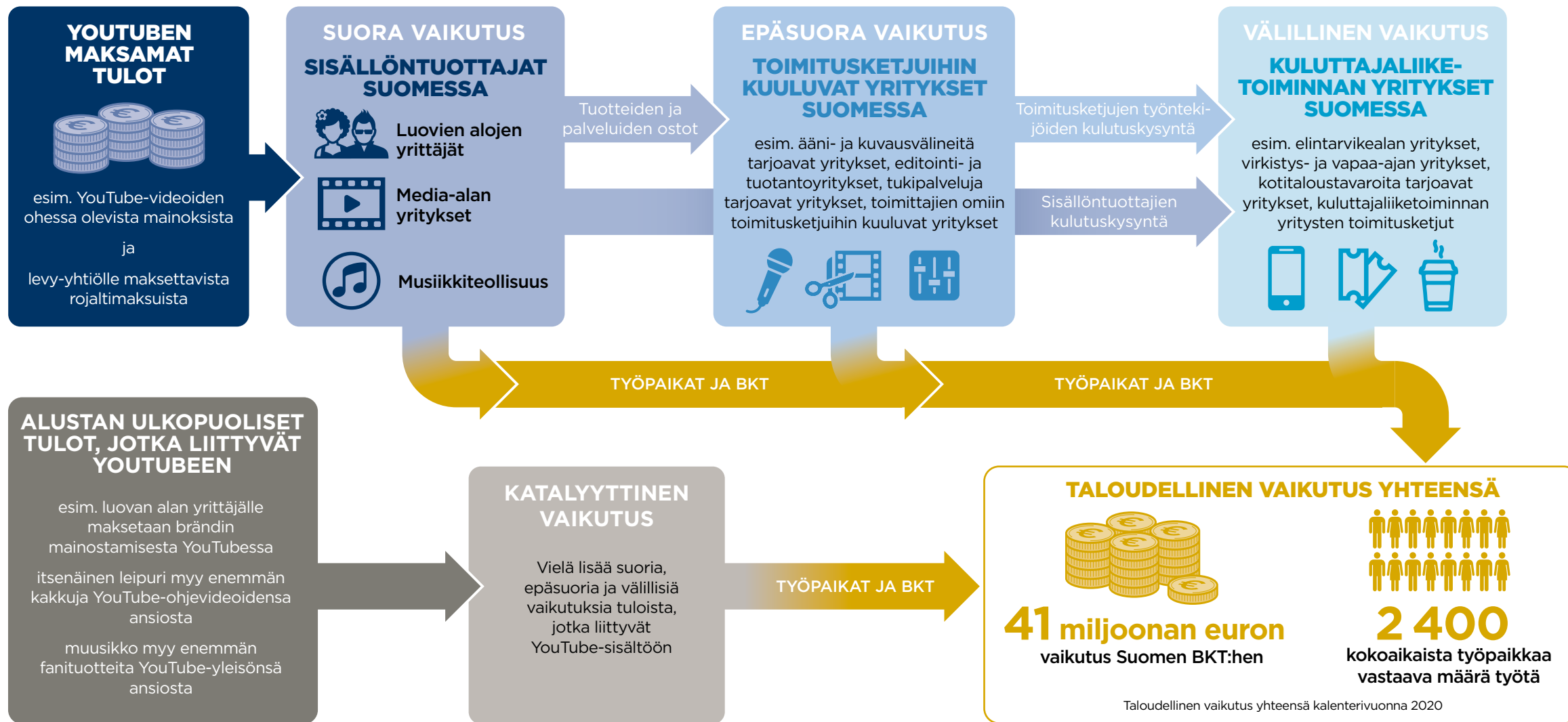
MENETELMÄMME

Oxford Economicsin taloudellisessa mallinnuksessa arvioitiin kyselytuloksia ja julkaistuja tietoja käyttäen, miten YouTube vaikuttaa tärkeisiin taloudellisiin mittareihin, kuten bruttokansantuotteeseen ja työllisyyteen.

Anonymisoidussa kyselyssämme oli mukana 2 000 Suomessa asuvaa YouTube'n käyttäjää. Lisäksi kyselyssämme oli mukana 780 sisällöntuottajaa ja 500 yritystä Pohjois-Euroopasta.² Näistä 99 sisällöntuottajaa ja 59 yritystä oli Suomesta.

Esittelemme seuraavilla sivuilla taloudellisen mallinnuksemme tulokset sekä muita tutkimuksesta saatuja keskeisiä tuloksia. Lisäksi esittelemme menestyneiden YouTube-sisällöntuottajien henkilökohtaisia tapaustutkimuksia.

YOUTUBEN LUOVAN EKOSYSTEEMIN TALOUDELLINEN VAIKUTUS YHTEENSÄ





SUOMALAISEN KULTTUURIN MONIPUOLISTAMINEN JA VIEMINEN ULKOMAILLE

YouTuben sisällöntuottajat saavat mahdollisuuksia ja taloudellista menestystä sekä alustalta että sen ulkopuolelta Suomesta ja ulkomailta.

61 % suomalaisista sisällöntuottajista oli samaa mieltä siitä, että YouTube auttaa heitä viemään sisältöä sellaisille kansainvälisille yleisöille, joita he eivät muutoin tavoittaisi.

Yli 80 % Suomessa sijaitsevien kanavien tuottaman sisällön katseluajasta tulee Suomen ulkopuolelta.³

3. Lähde: YouTuben sisäiset tiedot, kesäkuu 2021

/ **HYDRAULIC PRESS CHANNEL**

Seitsemän vuotta sitten Lauri Vuohensilta julkaisi YouTubeessa videon epäonnistuneesta yrityksestä taitella paperinpala seitsemän kertaa kahtia 140 tonnin hydraulipuristimella. Videosta tuli niin suosittu, että tämä suomalainen insinööri tekee ja julkaisee vaimonsa Annin kanssa edelleen videoita, joissa he tuhoavat kaikkea metallikappaleista maitotölkkeihin.

Pariskunnalla on nyt kolme YouTube-kanavaa, joilla on yhteensä 3,2 miljoonaa tilaajaa, ja heidän videoita on katsottu noin miljardi kertaa. Kanavat tuottavat myös merkittäviä tuloja. AdSense-tulot muodostavat näistä suurimman osan, mutta Lauri ja Anni ovat ansainneet tuloja myös brändisopimuksista. *”En usko, että olisimme pystyneet saavuttamaan menestystämme niin varhain ilman tätä”*, Lauri sanoo.

Menestys on tuonut laajempia taloudellisia ja yhteiskunnallisia hyötyjä. Pariskunta työllistää kaksi osa-aikaista freelanceria, jotka auttavat videotuotannossa. Lauri ja Anni uskovat, että heidän tieteeseen liittyvät videonsa ovat auttaneet teknisen alan ammattien tunnettuuden lisäämisessä. Se, että Anni on tärkeä hahmo kanavilla osoittaa, että myös naiset voivat tehdä työtä tällaisella alalla, he lisäävät.

Lauri, joka kommentoi kokeita englanniksi, kertoo videoiden osoittaneen, että Suomessa voidaan tuottaa viihdettä katsojille ympäri maailman. *”Minusta on hienoa, että voin jakaa suomalaista kulttuuria muulle maailmalle”*, hän sanoo.





KULTTUURISEN MONIMUOTOISUUDEN EDISTÄMINEN

YouTubeen saavutettavuus tarjoaa suomalaisille sisällöntuottajille mahdollisuuksia heidän taustastaan ja asuinpaikastaan riippumatta, sillä alustaa käyttämällä kulut ovat pienemmät ja perinteiseen mediaan kuuluvia prosesseja voidaan kiertää. Näiden sisällöntuottajien monimuotoisuus näkyy YouTubeen erittäin monimuotoisessa sisältökirjastossa, jossa käyttäjät voivat tutustua kaikenlaisiin kulttuurin muotoihin.

82 % suomalaisista käyttäjistä oli samaa mieltä siitä, että YouTubeessa on monipuolista sisältöä.

71 % suomalaisista käyttäjistä oli samaa mieltä siitä, että YouTubeen ansiosta he voivat katsoa sisältöä, jota he eivät saavuttaisi perinteisen median kautta.

“[YouTube on] tuonut iloa arkeen.”

Käyttäjä, 45–54-vuotias, Turku

/ **VALTTERI SANDBERG**

Kauneus- ja meikkibloggaaja Valtteri Sandberg sai kumppaniltaan – tunnetulta tubettajalta nimeltään naaG – innoituksen esitellä alustalla muotia, tyyliä ja kuluttajatuotteita laajemmalle yleisölle. Kahdeksan vuotta myöhemmin hänellä on lähes 80 000 tilaajaa ja hänen videonsa ovat saavuttaneet yli 14 miljoonaa näyttökertaa.

YouTube-kanavansa menestyksen ansiosta hän pystyi palkkaamaan avustajan editointiin, ideointiin ja brändisopimusten neuvotteluun. YouTube-kanavansa ansiosta Valtteri on voinut tehdä yhteistyötä maineikkaiden yritysten kanssa, esimerkiksi Coca-Cola ja NYX Professional Makeup.

Koronapandemian alkaessa YouTubeesta tuli hänen ainoa tulonlähteensä muutamaksi kuukaudeksi, kun suunnitellut tapahtumat peruttiin. Videoiden tekeminen auttoi häntä taloudellisesti, ja lisäksi hänen yleisönsä sai muuta ajateltavaa sulkutilan aiheuttamassa tylsyydessä.

Hän uskoo myös, että hänen videoillaan on ollut laajempi vaikutus suomalaiseen yhteiskuntaan. Kertomalla elämästään ja kiinnostuksen kohteistaan verkossa videoidensa kautta hän on pystynyt tukemaan Suomen LGBTQ+-nuoria.





OPPIMISPAIKKA

YouTube:n avulla kaikenikäiset ihmiset voivat kehittää henkilökohtaisia ja ammatillisia taitojaan sekä syventää tietämystään. Suomalaiset käyttäjät käyvät alustalla päivittäin katsomassa tietoja uusista harrastuksista, ratkaisemassa käytännön ongelmia ja tutustumassa sen runsaaseen opetus sisältöön.

87 % suomalaisista käyttäjistä ilmoitti käyttävänsä YouTubea tietojen ja tietämyksen hankkimiseen.

81 % suomalaisista opettajista, jotka käyttävät YouTubea, sanoivat käyttävänsä YouTube:n sisältöä oppitunneillaan.

“Kitaran soittoa olen opetellu vuoden youtuben kautta!”

Käyttäjä, 25-34-vuotias,
Tampere

“Helppo tapa oppia uusia taitoja, lähes mitä vain!”

Käyttäjä, 35-44-vuotias,
Jyväskylä



Kun Ville Mäkipelto perusti YouTube-kanavansa vuonna 2015, hän oli Helsingin yliopiston väitöskirjatutkija, joka halusi täydentää teostaan jollakin luovemmalla ja vuorovaikutteisemmalla tavalla.

Hänen nimeään kantavalla kanavalla, jonka alaotsikkona on ”tutkimusmatkoja ihmismieleen ja maailmaan”, on 121 000 tilaajaa, ja hänen videoita on katsottu yli 30 miljoonaa kertaa. Kanavan menestys tarkoittaa, että YouTube on ollut kahden ja puolen vuoden ajan hänen kokoaikatyönsä. Hän työllistää tällä hetkellä itsensä mutta ostaa palveluita myös muilta freelancereilta ja uskoo kanavansa kasvavan suuremmaksi yritykseksi, joka voisi työllistää elokuvaajia ja editoijia.

Hänen videoissaan käsitellään henkilökohtaisella tavalla vloggaustyyliin häntä kiinnostavia asioita – historiaa, kulttuuria, psykologiaa, uskontoja ja tiedettä. Ville sanoo, että YouTube:n ansiosta hän on pystynyt luomaan aktiivisen tilaajayhteisön, jonka jäsenet haluavat oppia lisää ihmisyydestä. Hän on erityisen mielissään kuullessaan opiskelijoista, jotka ovat päättäneet pyrkiä akateemiselle urapolulle, vaikka koulussa opiskelu ei heitä motivoinutkaan. ”Se on parasta palautetta, jota voin saada”, hän sanoo.



TIETOA OXFORD ECONOMICSISTA

Oxford Economics on Oxfordin yliopiston kauppakorkeakoulun yhteyteen vuonna 1981 perustettu liikeyritys. Se tarjoaa talousennusteiden tekoa ja mallinnusta isobritannialaisille yrityksille ja rahoituslaitoksille, jotka laajentavat toimintaansa ulkomaille. Yrityksestä on tullut yksi maailman merkittävimmistä riippumattomista maailmanlaajuisista neuvontayrityksistä, joka toimittaa raportteja, ennusteita ja analytiikkatyökaluja yli 200 maahan, 250 toimialalle sekä 7 000 kaupunkiin ja alueille.

Oxford Economicsin pääkonttori on Englannin Oxfordissa, ja sillä on aluekeskukset New Yorkissa, Lontoossa, Frankfurtissa ja Singaporessa. Yritys työllistää 400 kokoaikaista työntekijää, joihin kuuluu yli 250 taloustieteilijää, alan asiantuntijaa ja taloustoimittajaa. Maailmanlaajuisella tiimillä on erinomaiset kyselytekniikoita koskevat taidot ja ajatusjohtajuuden valmiudet niin ekonometriseen mallinnukseen, skenaarioiden hahmotteluun ja taloudelliseen vaikutusanalyysiin kuin markkinakyselyihin, tapaustutkimuksiin, asiantuntijapaneelisiin kuin verkkoanalytiikkaankin.

Oxford Economics on tärkeä neuvonantaja, joka tarjoaa neuvoja niin yritysten, talouselämän kuin julkisen sektorinkin päättäjille ja ajatusjohtajille. Yrityksen maailmanlaajuiseen asiakaskuntaan kuuluu nyt yli 2 000 kansainvälistä organisaatiota, kuten johtavia monikansallisia yrityksiä ja rahoituslaitoksia, keskeisiä julkisen sektorin elimiä ja toimialajärjestöjä sekä huippuyliopistoja, konsulttitoimistoja ja asiantuntijaryhmiä.



MENETELMÄT - KYSYMYKSET JA VASTAUKSET

Miten arvioimme YouTubeen luovan ekosysteemin vaikutuksen bruttokansantuotteeseen?

YouTubesta vuonna 2020 saatujen kokonaistulojen arvioinnissa käytettiin Pohjois-Euroopan sisällöntuottajille tehdystä kyselystämme saatuja tuloksia sekä musiikkiteollisuuden tuloista julkaistuja tietoja.

Luovien alojen yrittäjien alustan ulkopuoliset tulot arvioitiin Pohjois-Euroopan sisällöntuottajille tehdystä kyselystä. Musiikki- ja media-alan yritysten alustan ulkopuoliset tulot arvioitiin EU:n yritysten antamista yrityskyselyn vastauksista.

Arvioimme luovien alojen yrittäjien suoran vaikutuksen bruttokansantuotteeseen vähentämällä välilliset kustannukset YouTube-toimintaan liittyvistä tuloista ("tuotantomalli"). Musiikki- ja media-alan yritysten suora vaikutus bruttokansantuotteeseen arvioitiin soveltamalla vakiomuotoista BKT:tuotos-suhdetta tuloarvioihin.

Käytimme sitten panos-tuotosmallia - yksinkertaistaen taulukkoa, jossa näkyy, kuka ostaa mitä ja keneltä Suomen taloudessa - arvioidaksemme sekä toimitusketjun (epäsuoria) että työntekijöiden kulutuksen (välillisiä) vaikutuksia. Suomen malli pohjautuu Oxford Economicsin Global Impact Model -malliin, joka puolestaan perustuu OECD:n tietoihin.

Tuloksemme esitetään bruttoperusteisesti: toisin sanoen niissä ei oteta huomioon sitä, mihin sisällöntuottajien käyttämiä tai heidän menoja kasvatavia resursseja olisi vaihtoehtoisesti voitu käyttää.

Onko tuloksista suljettu pois YouTubeen liittyvää toimintaa?

Arviomme eivät sisällä YouTubeen omien toimintojen taloudellista vaikutusta eivätkä hyötyjä, joita yritykset saavat myynnin lisääntyessä YouTube-mainonnan seurauksena.

Miten arvioimme YouTubeen tukemien työpaikkojen kokonaismäärän?

Luovien alojen yrittäjien osalta tuetut työpaikat kokoaikaisiksi muutettuna arvioitiin kyselyn vastauksista, jotka liittyvät YouTubeessa käytettäviin työtunteihin viikkoa kohti. Sisällytimme mukaan vain niiden luovien alojen työntekijöiden vastaukset, jotka työskentelevät YouTubeessa vähintään kahdeksan tuntia viikossa. Myös luovien alojen yrittäjien vakituisten työntekijöiden osalta tuetut työpaikat arvioitiin kyselyn vastauksista.

Media- ja musiikkialan yritysten osalta tuetut työpaikat ja työpaikat, joita koskevat kaikenlaisten sisällöntuottajien epäsuorat ja välilliset vaikutukset, arvioitiin soveltamalla tuottavuusoletuksia BKT-tuloksiin.

Huomautus: tässä asiakirjassa esitellyt tapaustutkimukset perustuvat YouTubeen antamiin tietoihin.

