

Jouluradion projektisuunnitelma 2023–2025

Johdanto

Jouluradio on joulumusiikkimedia, joka on ansainnut 20-vuotisen historiansa aikana täysin oman ja merkittävän paikkansa Suomen mediakentässä. Jouluradiota sanotaan jopa ihmeeksi ja ilmiöksi, sillä kanava kerää vuosi toisensa jälkeen miljoonayleisön ja on joulukuussa yksi Suomen kuunnelluimmista radiokanavista. Jouluradiolla on 27 FM-taajuutta ja 10 erityylistä nettikanavaa. Kanavat ovat viime vuosina käynnistyneet 1. marraskuuta ja soineet aina loppiaiseen saakka. Jouluradio tarjoaa kuuntelijoille hyvin mietittyjä soittolistoja radiokanavien lisäksi myös Spotifyssa ja YouTubessa. Sen parissa halutaan viettää aikaa.

Jouluradion ihme johtuu joulumusiikin voimasta, joka koskettaa ihmisiä – myös heitä, joiden suhde kirkkoon on ohut. Koskettavuuden lisäksi Jouluradion tärkeä tehtävä on pitää esillä joulun sanomaa. Jouluradiolla on merkittävä tehtävä myös monipuolisen joulumusiikkikulttuurin ylläpitämisessä ja asiantuntijuudessa. Tuoreen kuuntelijatutkimuksen mukaan ihmiset kuuntelevat Jouluradion kanavia myös löytääkseen uusia joululauluja ja sovituksia. Jouluradio tuo ihmisille aineetonta hyvää joulumusiikin muodossa ja toimii kestävän kehityksen periaatteiden mukaan. Eräs kuuntelija kertoo näin: ”Jouluradiosta voi kuunnella kattavan tarjonnan eri joululauluja, ja eihän joulua ole, jos ei Jouluradio soi.”

Jouluradio on muutamassa vuosikymmenessä juurtunut ihmisten joulunviettoon. Jouluradiosta haetaan ensisijaisesti joulun tunnelmaa ja rauhaa. Jouluradiota kuunnellaan jo toisessa sukupolvessa, koska siitä on tullut jo perinne, osa perheen joulua. Tämä on yksi vastaus myös siihen kysymykseen, miksi nuoret sukupolvet ovat innokkaita Jouluradion kuuntelijoita.

Jouluradio vahvistaa joulun merkitystä soittamalla ihmisille rakkaita ja muistoihin vieviä joululauluja ja jouluvirsiä, mutta myös aivan uusia joululauluja yli generarajojen. ”Kun avaa Jouluradion, avaa sydämen” (Kirkkoherra Kari Kanala 2022). Jouluradio tavoittaa erityisesti heitä, joiden suhde kirkkoon on ohut. Jouluradio on monelle ovi kirkkoon.

Jouluradion brändin rakentaminen on ollut pitkäjänteistä työtä. Asiakaskunta on monipuolinen ja arvokas. Jouluradio on uniikki palvelu, joka kaikessa yksinkertaisuudessaan uppoaa ihmisiin. Jouluradio tarvitsee kestävän rahoituksen, jotta se voi jatkossakin palvella kuuntelijoita ja pysyä teknologian aallon harjalla.

Jouluradion tämänhetkinen tilanne

Jouluradion 20. tuotantokausi oli menestys. Jouluradion brändi voi erinomaisesti. FM- ja nettikuuntelumäärät kasvoivat ja Jouluradio sai valtavan medianäkyvyyden. Jouluradio oli Kansallisen radiotutkimuksen (KRT) mukaan joulukuussa 2022 Suomen 3. tavoittavin radiokanava. Jouluradio oli koko Suomen ykkönen 9–24-vuotiaiden kuuntelijoiden tavoitettavuudessa. Jouluradion nettikanavien kuuntelu kasvoi aiemmasta kaudesta 8 prosenttia.

Kaikkiaan Jouluradio tavoitti 20 v. tuotantokaudella 1 766 950 FM- ja nettikuuntelijaa. Yhden kuuntelijan hinnaksi tulee 19 senttiä. Keräämme sitoutuneen miljoonayleisön kustannustehokkaasti.

Jouluradion kuuntelijakyselyiden ja palautteiden mukaan Jouluradio tuo ihmisille joulun tunnelmaa: ”Ihana! Yksi tärkeimmistä asioista, jota ilman joulu ei tuntuisi joululta.” ”Se kuuluu joulun aikaan, sen avulla pääsee oikeaan mielentilaan.”

Norstat-kuuntelijakyselyn mukaan vastaajat pitävät Jouluradiota erityisenä ja tärkeänä palveluna joulumusiikin saralla. 82 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että Jouluradiota tarvitaan edelleen. Jouluradion teettämään Norstat-kyselyyn vastasi yli 1000 kuuntelijaa tammikuussa 2023.

”Jouluradion saavutettu yleisö on arvokas omaisuus kirkolle tai se voisi olla sijoitus mille tahansa mediatoimijalle. Huomiotalouden aikana media taistelee ihmisten huomiosta ja lojalleista kuulijoista, lukijoista. Niiden saavuttaminen on arvokkainta mitä on.” Näin sanoo mediastrategi Ritva Leino, joka työskenteli 2020–2021 Tampereen yliopiston journalistiikan laitoksen työelämänprofessorina ja vastasi Yle Teeman kulttuuriohjelmistosta.

”Jouluradio on kirkon luultavasti ainoa toiminta-alue, jossa se tavoittaa 19–24-vuotiaat PAREMMIN kuin kukaan muu. Tämä täytyy ymmärtää ja kirkon pitää osata hyödyntää kontaktipinta maksimaalisesti.” Sanoo Aito Median perustaja ja TV-tuottaja Eero Hietala Take Two Studiosista.

Kirkko kadottaa jotain arvokasta, jos se ei panosta Jouluradioon. Ovet auki -strategiassa korostetaan, että kirkon tulee käyttää kieltä, jota ihmiset ymmärtävät.

Jouluradio on nyt murrosvaiheessa. Jouluradiossa alusta saakka toiminut toimituspäällikkö Riitta Kalliorinne on jäänyt taka-alalle kauden 2022 jälkeen. Myös pitkäaikainen musiikkipäällikkö ja tekninen vastaava Aura Neuvonen lopetti juhla-kauteen 2022. Jouluradion tuottaja-toimittaja Katri Ketola jatkaa vastaavana tuottajana ja ainoana päätoimisena työntekijänä. Muu tarvittava henkilökunta palkataan määräaikaista tai palkkiopohjaisesti. Jouluradiolla on etsinnässä uusi musiikkipäällikkö, jonka tehtävänä on luoda kanavan musiikillinen linja ja tehdä soittolistat. Jouluradion päätoimittajana toimii Kirkko ja kaupunki -median päätoimittaja.

Jatkamme kauden 2023 olemassa olevalla Zenon-järjestelmällä, jonka teknisenä tukena toimii Esa Lötjönen. Toteutimme kesällä 2022 markkinavuoropuhelun Jouluradion teknisestä toteutuksesta, mutta kilpailutusta ei toteuteta vuonna 2023. Tulevaisuudessa Jouluradion tekninen toteutus olisi tarkoitus hankkia avaimet käteen -periaatteella ja kilpailutus kannattaa tehdä vuonna 2024. Nyt liian monet asiat ovat auki. Päätoimittajuus, vastaavan tuottajan johdolla tehtävä Jouluradion sisällöllinen toteutus, viestintä ja sosiaalinen media jäisivät jouluradiolaisten hoidettavaksi. Tätä suunnitelmaa käynnistetään vuonna 2024.

Jouluradion strategia

Jouluradiolta on puuttunut ajankohtainen strategia. Tämän vuoksi syksyllä 2022 Jouluradiossa käynnistettiin strategiaryhmä pohtimaan linjauksia vuosille 2023–2026.

Jouluradion strategiatyö nojasi evankelis-luterilaisen kirkon. Ovet auki -strategiaan, jossa korostetaan, että kirkon tulee käyttää kieltä, jota ihmiset ymmärtävät. Jouluradio toteuttaa toiminnallaan Suomen ev.lut. kirkon tehtävää. Strategian mukaan Jouluradion rahoituspohjaa pitää vahvistaa ja varmistaa nimenomaan kirkon rahoittamana palveluna.

Jouluradion rahoituspohja on vakiinnutettu myös tuleville vuosille. Vahvistamme seurakuntien kanssa tehtävää yhteistyötä, jotta Jouluradio nähdään osana ev.lut. kirkon työtä. Pyrimme siihen, ettei Jouluradion taloutta tarvitsisi rakentaa mainosten varaan.

Jouluradion strategiassa lupauksena on, että Jouluradio tuo ihmisille joulun rauhaa, tunnelmaa ja iloa joulumusiikin kautta. Johdamme joulumusiikkiskeneä asiantuntevasti ja ammattitaidolla. Soitamme monipuolista joulumusiikkia ja tarjoamme alustamme uusille tekijöille ja musiikille. Pidämme ovet auki ja toimimme vuorovaikutuksessa yleisön kanssa.

Jouluradio vahvistaa joulun merkitystä soittamalla ihmisille rakkaita ja muistoihin vieviä joululauluja ja jouluvirsiä. Visiona on vuonna 2026, että Jouluradio kuuluu suomalaisten joulunviettoon, Jouluradion toimintaedellytykset on turvattu ja Jouluradion ympärille rakennetaan jouluradioyhteisö. Yhteisö koostuu kuuntelijoista, jotka osallistetaan mukaan Jouluradion kehittämiseen. Innokas ja aktiivinen yhteisö toimii myös Jouluradion äänenkannattajana ja viestinviejänä.

Jouluradion strategiassa huomioidaan toimintaympäristön jatkuva muuttuminen. Siksi strategia on rakennettu muuttuvaksi. Jouluradio on ajassa kiinni oleva musiikkimedia, joka seuraa media-alan kehitystä ja pysyy aallonharjalla.

Jouluradio pyrkii kaikissa ulostuloissaan heijastamaan arvojaan: 1) Edistämme rauhaa, rakkautta ja joulun sanomaa joulumusiikin keinoin, 2) Olemme helposti lähestyttävä, aito ja ihmisläheinen, 3) Olemme yhdenvertainen ja tasa-arvoinen musiikkimedia.

Jouluradion strategiaryhmään kuuluivat Jouluradion toimittajana työskennellyt medianomi Reetta Isomäki, päätoimittaja Jaakko Heinimäki, vt. päätoimittaja Pauli Juusela, Espoon seurakuntayhtymän viestintäjohtaja Urpu Sarlin, mediastrategi Ritva Leino sekä Jouluradion tuottaja-toimittaja Katri Ketola. Tämän suunnitelman liitteenä on Jouluradion strategia.

Jouluradion kuuntelijatutkimukset

Ihmiset kuuntelevat Jouluradiota päästäkseen joulun tunnelmaan. Se on Jouluradion ydin. Jouluradio on musiikkimedia, joka tarjoaa joulumusiikkia palveluissa, joissa kuuntelijat ovat. Kuuntelijat haluavat kuulla tuttua joulumusiikkia, mutta ovat kiinnostuneita myös uudesta musiikista. Jouluradiota kehitetään tulevaisuudessa palvelumuotoillen eli kuuntelijat huomioiden.

Kuuntelijat kertovat, että Jouluradiolla on erityinen paikka ihmisten joulunvietossa. ”Rakastan jouluista tunnelmaa, ja Jouluradio on minulle merkittävä osa sen tunnelman luomisesta.” Näin vastasi eräs kuuntelija Katri Ketolan toteuttamassa tuotekehitystyön erikoisammattitutkinnon kehityshankkeen kuuntelijakyselyssä, johon vastasi 360 Jouluradion kuuntelijaa Facebookissa, Instagramissa ja Jouluradio.fi-sivustolla.

Jouluradio20-juhlakauden jälkeen tehtiin kausikysely kuluneesta kaudesta. Siihen vastasi lähes 200 kuuntelijaa. Näistä kuuntelijoista 87 prosenttia kertoi, että Jouluradio loi hyvin tai erinomaisesti joulun tunnelmaa. Tämä kysely julkaistiin Jouluradio.fi-sivustolla ja jaettiin Facebookissa. Samassa kyselyssä 79 prosenttia oli sitä mieltä, että pääkanavalla soitetut joululaulut miellyttivät.

Jouluradio teetti tammikuussa 2023 Norstat-kyselyn, jossa 92 prosenttia vastaajista suhtautui myönteisesti tai neutraalisti siihen, että Jouluradio on erityinen ja tärkeä palvelu joulumusiikin saralla. Jouluradion kuuntelijakyselyyn vastasi yli 1 000 Jouluradion tuntevaa ihmistä.

Jouluradion kampanja: kirkon lahja suomalaisille

Jouluradio aikoo olla tulevaisuudessa aiempaa läpinäkyvämpi. Se toteuttaa yhdessä yhteistyöseurakuntien kanssa kampanjan, jossa Jouluradion kerrotaan olevan yksi kirkon lahjoista seurakuntalaisille. Kampanjaa suunnitellaan yhteistyössä Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymän viestinnän kanssa, ja siihen voivat osallistua kaikki Suomen seurakunnat.

Tarkoituksena on toteuttaa Jouluradion näköinen viestintäkampanja, jota varten tehdään monipuoliset viestintämateriaalit. Materiaalit jaetaan kirkon mediapankissa ja niissä huomioidaan paikallisuus. Kampanja toteutetaan tuotantokaudella 2023. Jouluradion kanavilla soi jinkkuja, joissa kerrotaan ikonisella äänellä, että Jouluradion tarjoaa ev.-lut. seurakunnat. Ikonisiksi ääniksi tai ääneksi etsitään jotakuta tunnettua ja rakastettua ääntä, esimerkiksi näyttelijää.

Norstat-kuuntelijatutkimuksen mukaan 85 prosenttia kaikista vastaajista suhtautui myönteisesti tai neutraalisti siihen, että Jouluradio on ev.-lut. kirkon palvelu. 77 prosenttia kaikista vastaajista kokee myönteisenä tai neutraalina jinglen: ”Jouluradio on evankelis-luterilaisten seurakuntien lahja sinulle”. 15–34-vuotiaista 68 prosenttia pitää sitä neutraalina tai myönteisenä.

Jouluradion talous ja säästöt

Jouluradio on osa Kirkko ja kaupunki -mediaa ja sen talous on sidottu yhteisen median talouteen. Täten yhteisen median sopimuksessa määritelty kulujen karsintatavoite osuu myös Jouluradioon. Marraskuussa 2022 mediatoimituksen johtokunta asetti Jouluradiolle vuodelle 2023 myös lisätuottotavoitteen eli 80 000 euron tuotosta pitäisi päästä 130 000 euron tuottoon. Tämän pitäisi tapahtua esimerkiksi lisäämällä muiden kuin pääkaupunkiseudun seurakuntien tukea Jouluradiolle ja hankkimalla radiolle ilmoitustuottoa myymällä mainoksia nettisivuille. Viime mainittu oli periaatteessa mahdollista jo vuonna 2022, mutta yhtään ilmoitusta ei hankittu. Tuottoa ei ole tarkoitus käyttää korvamerkitysti Jouluradioon, vaan päätöksen mukaan sillä pyritään vaikuttamaan Kirkko ja kaupunki -median toiminnasta seurakunnille aiheutuviin menoihin. Niissä

viime aikoina suurin ongelma on ollut printtilehden paino- ja jakelukulujen nousu. Vaikka tämä päätös koski vain vuotta 2023, lisätuottojen hankinta on toki joka tapauksessa perusteltua.

Vt. päätoimittaja ja Jouluradion vastaava tuottaja ovat käyneet läpi mahdollisia tapoja lisätä Jouluradion tuottoja ja vähentää menoja. Tässä työssä on käytetty apuna Kehittämistoimisto Erinomainen Oy:n hallituksen puheenjohtajaa ja konsulttia Hannu Järveliniä. Jouluradiosta on tehty hänen kanssaan kustannushyötylaskelma eli Business Case. Lisäksi hänen johdolla on tehtiin laajemmassa työryhmässä Business Model Canvas eli liiketoimintamallin huoneentaulu. Mukana tässä työryhmässä olivat Espoon seurakuntayhtymän viestintäjohtaja Urpu Sarlin, Vantaan viestintäpäällikkö Rebekka Naatus, Helsingin seurakuntayhtymän kehittämistyön johtava asiantuntija Eeva Salonen ja Helsingin kehittämistyön asiantuntija, verkkopappi Markus Kartano.

Kustannushyötylaskelman pohjana käytettiin Jouluradion normaalia vuosibudjettia, joka on ollut noin 335 000 euroa. Vuonna 2022, joka oli Jouluradion juhlavuosi, menot ylittyivät reippaasti, usealla kymmenellä tuhannella eurolla. Niinpä säästöjä ja lisätuloja ei lähdetty hakemaan poikkeusvuoteen verrattuna, vaan siihen, mikä on yleisemmin ollut tavoite. Toisaalta näin tavoitteesta tehtiin tiukempi: kertaluonteisia menoja olisi ollut paljon helpompi leikata.

Tavoitteeksi otettiin se, että Jouluradio voisi toimia strategiansa mukaisesti ja ettei sen radiokanaville oteta kuuntelijoiden hyvin vahvasti vierastamia mainoksia. Toinen vaihtoehto on se, että Jouluradio joutuu taloutensa vuoksi hylkäämään oman brändinsä ytimen ja muuttumaan suurelta osin mainosrahoitteiseksi. Vaihtoehto yksi, joka suunnitelman mukaan on tässä vaiheessa perusteltu, esitellään seuraavaksi. Vaihtoehto kaksi on jäljempänä tässä suunnitelmassa. Kummassakin vaihtoehdossa on arvioitu vahvuuksia ja heikkouksia, brändiä ja taloutta. Ehdotus on tämän suunnitelman lopussa.

Kaksi vaihtoehtoa toiminnan ja talouden kannalta

1. Nykymalli ja lisätulot, strategian mukainen

Tänä vuonna Jouluradion teknologiset järjestelmät eivät muutu, eikä näin ollen musiikkikirjastoa tarvitse siirtää. Radiojärjestelmien tekninen kehitys on murroksessa ja tekninen konsulttimme Esa Lötjönen kertoi, että vuoden aikana saattaa tapahtua isoja muutoksia. Siirrämme siis Jouluradion teknologian kilpailutuksen ensi vuodelle, koska se on järkevää.

Tulevaisuudessa Jouluradion tekniikka olisi tarkoitus ulkoistaa avaimet käteen periaatteella. Tässä mallissa emme lähtisi liisausyhteistyöhön, vaan pysyisimme vanhassa rahoitusmallissa. Tekninen toteuttaja ottaa vastuulleen Jouluradion radioautomaation ja musiikinhallintaohjelmiston, musiikkikirjaston siirtämisen eli migraation, FM- ja nettijakelun, Jouluradion kaapelitaajuuksien jakelun sekä lähetyksen valvonnan. Tämä on noin puolet Jouluradion kustannuksista.

FM-lähetyksiä lyhennetään puoleentoista tai kahteen kuukauteen. Nettikanavat räätälöidään uudelleen ja niiden määrää olisi tarkoitus vähentää kuuteen, joista yksi on pääkanava. Uudet nettikanavat suunnitellaan palvelumuotoillen eli kuuntelijat pääsevät vaikuttamaan kanavien

genreihin ja tyyleihin. FM-lähetysajan lyhentäminen ja nettikanavien määrän vähentäminen säästää sekä tekniikasta että tekijänoikeuksista maksettavia kuluja ilman, että Jouluradion kuulijoiden saama palvelu siitä oleellisesti heikkenisi.

Jouluradio vahvistaa myös Spotify-läsnäoloaan tekemällä erilaisia kuuntelijoita palvelevia joulumusiikkilistoja. Jouluradion identiteettiin kuuluu tarjota laadukkaita soittolistoja kuuntelijoille. Spotifyssa Jouluradio saa näkyvyyttä ja pystyy tarjoamaan kuuntelijoille yhä monipuolisempia soittolistoja.

Jouluradion kokoonpano kaudella 2023 koostuu vastaavasta tuottajasta, musiikkipäälliköstä, musiikkituottajasta, toimittajasta sekä Kirkko ja kaupungin toimituksen graafikosta ja osa-aikaisesta toimittajasta. Ulkopuoliset työntekijät ovat määräaikaista tai palkkiotoimisia.

Rahoitus ja liiketoimintamalli

Jouluradion Business Canvas -työskentelyssä kartoitettiin Jouluradion liiketoimintamallia. Jouluradion positiivinen vaikutus liittyy joulurauhaan ja joulun tunnelmaan. Se on pakopaikka tavallisuudesta ja ylläpitää suomalaisen joulun perinteitä.

Arvioimme työskentelyssä Jouluradion kestävyshyödyt kolmella tavalla:

- 1) **Taloudellinen kestävyys:** Tavoitteena on saada talous tasapainoon ja mahdollistaa kehittäminen talouden raameissa eli minimibudjetilla.
- 2) **Sosiaalinen kestävyys:** Kuuntelijoiden hyvinvointi on mahdollista. Joulurauha ja stressittömyys ja jopa huolettomuus. Merkitystä elämään sanoman kautta. Kasvava yhteisöllisyys tai suomalaisen identiteetin ja kulttuuriperinnön vahvistaminen. Tuote on saavutettava.
- 3) **Ekologinen kestävyys:** Tuote on aineeton. Tuotanto on kestävä ja päästötöntä.

Jouluradiolla on niukat resurssit varainhankintaan (vain yksi päätoiminen työntekijä). Kannattaa miettiä huolella, mihin yhteistyöhön on järkevää lähteä mukaan, jotta panos-tuotos-hyöty on mahdollisimman suuri.

Kartoitimme Jouluradion yhteistyökumppanuuksia. Yksi tärkeimmistä kumppanuuksista on suomalainen media, joka tarjoaa Jouluradiolle vahvaa ansaittua näkyvyyttä. Aktivoimme kuuntelijayhteistyötä, jonka tarkoituksena on osallistaa kuuntelijoita Jouluradion kehittämiseen ja sisältöihin. Tällä tavoin myös kuuntelijat ovat Jouluradion viestinviejiä ja mikrovaikuttajia. Näin saisimme lisää ansaittua näkyvyyttä.

Pk-seudun seurakunnat ja seurakunnat ympäri Suomen ovat keskeisiä kumppaneita. Aiomme tehdä mukana olevien seurakuntien kanssa uudet sopimukset. Kaikki Jouluradiossa mukana olevat seurakunnat eivät ole maksaneet alueellaan olevista lähettimistä. Pyrimme kasvattamaan seurakuntarahoitusta tarjoamalla vastineeksi kattavan mediapaketin.

Jouluradion tärkeitä yhteistyökumppaneita ovat myös Metropolia AMK, Suomen Lähetysseura ja Piipiaseura, joiden kanssa olemme tehneet sisältöyhteistyötä. Yhteistyömahdollisuuksia aiotaan tutkia myös Kirkon Ulkomaanavun kanssa. Aiomme vahvistaa yhteistyötä Kirkkohallituksen kanssa.

Luovumme syyskuussa 2023 Redin Silta-tilasta ja kehitämme yhteistyötä Töölön seurakunnan ja sen Fokus-tilan kanssa Kauppakeskus Triplassa. Silta-tilan vuosivuokra on ollut noin 14 000 euroa, Fokus-yhteistyöhön ei liity vuokratuloja.

Uusia kumppanuuksia etsimme ulkosuomalaisten parissa toimivien tahojen kanssa, kuten Merimieskirkko ja valtion eri toimijat. Kartoitamme myös kirkon jo olemassa olevia kumppanuuksia, joihin Jouluradio voisi mennä mukaan. Myös erilaiset säätiöt ja rahastot saattaisivat lähteä tukemaan esimerkiksi ruotsinkielistä Julradionia. Muita mahdollisia kumppanuuksia ovat joulumessut, tapahtumat, kauppakeskukset, vaikuttajat ja tubettajat.

Aiomme kehitellä keinoja, joilla yhteistyökumppanit voisivat maksaa osan nettiradioista ja konserteista. Suunnittelemme tulevalle tuotantokaudelle yhteistyökumppaneiden kanssa toteutettuja teemakonsertteja esimerkiksi ulkosuomalaisten toivekonsertti, Kauneimmat joululaulut -konsertti, Joululaulupäivän konsertti jne. Tarkoituksena olisi jakaa konsertista syntyvät kustannukset yhteistyökumppanien kanssa.

Jouluradion nettisivuilla oli jo vuonna 2022 mainospaikat, mutta niihin ei myyty yhtään mainosta. Aiomme kehittää mainosmyyntiä tulevalla kaudella yhteistyössä Kirkko ja kaupungin ilmoitusmyynnin kanssa. Kovin suurta tuottoa tästä ei kuitenkaan ole odotettavissa.

Jouluradion juhlakauden kulut olivat poikkeuksellisen suuret. Kun verrataan suunniteltuja säästötoimia normaalivuoden kustannuksiin, vuoden 2023 säästöt ovat noin 15 000–20 000 euroa. Vuonna 2024 säästetään noin 30 000 lisää. Lisätuottoa arvioidaan saatavan yhteistyöseurakunnilta, kumppanuuksista ja mainoksista vuonna 2023 yhteensä noin 20 000 euroa ja vuonna 2024 vielä 5 000–10 000 euroa lisää. Tuottojen lisääminen on pitkäjänteistä työtä. Todellisiin vuoden 2022 kustannuksiin verrattuna säästöä tulee kymmeniätuhansia enemmän.

Strategian mukainen valinta ja kuuntelijan toive

Jouluradion strategiassa lupauksena on, että Jouluradio tuo ihmisille joulun rauhaa, tunnelmaa ja iloa joulumusiikin kautta. Jouluradio toteuttaa toiminnallaan Suomen ev.lut. kirkon tehtävää. Strategian mukaan Jouluradion rahoitus pohjaa on vahvistettu ja varmistettu kirkon rahoittamana palveluna. Pyrimme siihen, ettei Jouluradion taloutta rakenneta mainosten varaan. Jouluradio selvittelee uusia rahoituskeinoja ja yhteistyökumppanuuksia. Jouluradiolle on tärkeää, että yhteistyökumppanit jakavat samat arvot.

Jouluradiolla ei ole markkinointibudjettia, mutta Jouluradio on saanut vuosittain runsaasti ansaittua medianäkyvyyttä Suomen suurimmista medioista. Ansaittu medianäkyvyys on arvostetuinta, uskottavinta ja halutuinta medianäkyvyyttä. Se on julkisuutta, joka on syntynyt kolmannen osapuolen avustuksella eli riippumattoman journalistisen prosessin kautta. Tämä on

mahdollista siksi, että Jouluradio on uniikki toimija. Mainosrahoitteisena palveluna Jouluradio ei pystyisi samankaltaiseen medianäkyvyyteen.

Norstat-kyselyssä myös nousi esiin, että 83 prosentin mielestä sillä on positiivinen merkitys, ettei Jouluradiossa ole mainoksia. 70 prosentin mielestä mainokset eivät sovi Jouluradioon. Radiokanavien mainoksettomuus on aina ollut tärkeä osa Jouluradion brändiä ja identiteettiä.

Kirkollisena palveluna Jouluradiolla on mahdollisuus tarjota vaihtoehto kaupallisuudelle eli aito joulun rauha. Se on Jouluradion ainutlaatuisuuden tae ja samalla menestysmittari. Myös muissa kyselyissä ja kuuntelijapalautteissa nousee vahvasti esiin se, että kuuntelijat arvostavat mainoksettomuutta. ”Todella laadukasta ja monipuolista sisältöä ilman mainoksia.” ”Kiitos tämänkin joulun Jouluradiosta, mikä lähetettiin radion kautta!! Oli taas ihana kuunnella joululauluja mielin määrin ilman häiritseviä mainoksia tai keskusteluohjelmia. Jouluradio on minulle ihana joululahja!!”

Vahvuudet <ul style="list-style-type: none">- Jouluradion brändi on vahva- Kuuntelijalupaus säilyy- Jouluradio tuo joulun rauhaa- Kohtaamme kirkon kannalta tärkeitä kohderyhmiä – nuoria ja milleniaaleja- Tavoitamme pienellä budjetilla valtavan määrän kuuntelijoita- Jouluradio saa paljon ansaittua mediatilaa	Heikkoudet <ul style="list-style-type: none">- Palvelun kehittämiseen ei ole rahaa- Varainhankinnan osaamisesta on puutetta- Kirkolliset toimijat eivät ymmärrä, minkälainen brändi heillä on käsissään- Jouluradiota ei osata hyödyntää kirkon tuotteena
Mahdollisuudet <ul style="list-style-type: none">- Uudet yhteistyökumppanuudet- Kirkko haluaa pitää kiinni Jouluradiosta, koska se tavoittaa tärkeitä kohderyhmiä ja on osa kirkon strategiaa- Jouluradion saavutettu yleisö on arvokas ”omaisuus” kirkolle	Uhat <ul style="list-style-type: none">- Seurakuntien rahoitus vähenee- Jouluradion kehittämiseen ei jää tarpeeksi resursseja – pysyykö JR innovatiivisena?

2. Vaihtoehto kaksi, avaimet käteen -liisaus ja osittainen mainosrahoitus

Olemme käyneet alustavia keskusteluja eri palveluntarjoajien kanssa Jouluradion liisauksesta. Avaimet käteen -vaihtoehdossa Jouluradion tekniikka ulkoistettaisiin palveluntarjoajalle ja Jouluradion toimitukselle jäisi päätoimittajuus ja sisältövastuu. Tekniset kulut katettaisiin mainosmyynnillä. Tämä malli toisi lisärahaa, lisäresursseja ja sekä lisää lähetysaikaa.

Neuvottelut vievät aikaa, ja vaativat asioiden selvittelyä ja valmistelua. Sopimuksen tyyppi pitäisi Helsingin seurakuntayhtymän hankintapäällikön mukaan varmistaa lakimiesten kanssa. Vasta sitten selviää, pitääkö yhteistyö kaupallisen toimijan kanssa kilpailuttaa. Sopimusta laadittaessa on oltava hyvin huolellinen siinä, mitä sovitaan, miten raha liikkuu ja millä perusteella.

Jos Jouluradiosta tulisi mainosrahoitteinen kanava, niin miten Jouluradio erottuisi enää muista kanavista? Jouluradio menettäisi omintakeisuutensa ja brändi pitäisi rakentaa uudestaan. Mikä olisi Jouluradion ydin, kun tällä hetkellä lupauksena on tuoda kuuntelijoille joulun tunnelmaa ja rauhaa. Miten perustelemme mainosrahoitteisuuden kuuntelijoille? Mainosrahoitteisuus tarkoittaisi pahimmillaan brändin loppua ja mainehaittaa. Jouluradio tuskin saisi mainosrahoitteisena samanlaista runsasta ansaittua mediatilaa, mistä se on saanut aina nauttia. Ristiriita on tämänhetkisen brändin ytimessä. Jouluradio pitäisi miettiä uudelleen.

Tulevaisuudessa ei ole ideologisesti mahdotonta, että teemme yritysyhteistyötä. Se on monilla kirkon aloilla jopa toivottavaa ja monelle työmuodolle olemassaolon tae. Talouden heiketessä kaikki vaihtoehdot pitää tuki pohtia ja kaupallisessa yhteistyössä on myös hyviä puolia. Jouluradion kohdalla mainoslinjasta pitäisi sopia tarkkaan. Minkälaisia mainoksia Jouluradioon sopii, kuinka usein ja missä yhteydessä niitä ajettaisiin? Jouluradiolla voisi olla mahdollisuus löytää uusia tapoja tehdä mainosrahoitteista radiota. Mainosrahoitteisuus tarkoittaisi myös tekijänoikeusmaksujen nousua sekä mahdollisesti uuden radiotoimiluvan hakemista.

Mainosrahoitteisuus vähentäisi Jouluradion rahahuolia. Mikäli mainoksia myytäisiin, niin rahoitus olisi hyvällä pohjalla. Jouluradion kehittämiseen löytyisi uudenlaisia resursseja ja mahdollisuuksia. Lisäksi käytössä olisi ison talon toimiva teknologia.

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rahoitus on hyvällä pohjalla - JR:n kehittämiseen riittää resursseja - Ei jatkuvia rahahuolia - Ison mediatalon toimiva teknologia ja tuki - Pidempi lähetysaika 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jouluradio tarvitsee uuden strategian - Jouluradion merkitys pitää miettiä uudelleen - Uutta radiotoimilupaa pitää mahdollisesti hakea - Gramex-maksut kallistuvat - Kaupallisuus vähentää ansaittua medianäkyvyyttä, joten markkinointia pitäisi lisätä
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uusiin innovaatioihin ja kehittämiseen on rahaa - Mahdollisuus löytää uusia tapoja tehdä mainosrahoitteista radiota - Mahdollinen yhteistyö tapahtumatuottajien kanssa 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kuuntelijat kaikkoavat, jos musiikin väliin tulee mainoskatkoja - Jouluradio ei enää erotu muista kanavista – kuka tahansa voisi tehdä sen - Jouluradion omintakeisuus muuttuu – Se ei tarjoa enää joulun rauhaa kuuntelijoille

Johtopäätökset ja ratkaisuehdotukset

Edellä mainituista kahdesta vaihtoehdosta kannattaa tässä muutostilanteessa valita vaihtoehto 1 eli jatketaan vuosi 2023 nykymallilla ja hankitaan lisätuloja. Johtokunnan marraskuussa asettama tavoite 50 000 euron lisätuloista saattaa olla epärealistinen. Taloutta kuitenkin tasapainotetaan myös menoleikkauksilla, joten kokonaistavoitteeseen on tarkoitus päästä vuonna 2023. Vuosi 2024 tuo lisäsäästöjä niin henkilökuntakuluista kuin tilavuokrista. Jouluradion tekniikka kilpailutetaan vuoden 2024 aikana, mikäli päätetään jatkaa tällä mallilla.

Mikäli edellä mainitut toimet eivät riitä ja paineet lisäsäästöihin kasvavat, joudutaan harkitsemaan myös liisausvaihtoehtoa ja siihen liittyen osittaista mainosrahoitteisuutta. Tämä muutos on kuitenkin Jouluradion brändin kannalta iso ja voi vaarantaa sen, miksi radio on kuulijoille läheinen. Muutos pitää valmistella huolella ja tutkia, vaatiiko yhteistyömalli kilpailutusta. Näiden asioiden vuoksi muutos on mahdollinen aikaisintaan vuonna 2024.

Liitteet:

Jouluradion strategia 2023–2026

Jouluradion raportti 2022 ja Norstat-kyselyn tuloksia.