

Jouluradion tulevaisuussuunnitelma vuosille 2023–2025

Kirkko ja kaupungin johtokunta 29.03.2023 § 36
716/00.01.01/2022

Esittelijä Seurakuntayhtymän johtaja Rintamäki Juha

Päätösehdotus

Päätösehdotus

1. Kirkko ja kaupungin johtokunta hyväksyy Jouluradion tulevaisuussuunnitelman ja valitsee vaihtoehdon 1 eli nykyisen toimintamallin jatkamisen ainakin vuoden 2023 ajan.
2. Kirkko ja kaupungin johtokunta lähettää tulevaisuussuunnitelman tiedoksi Espoon, Helsingin ja Vantaan seurakuntayhtymille sekä Kauniaisten suomalaiselle seurakunnalle.

Käsittely

Jouluradion vastaava tuottaja Katri Ketola selosti asiaa.

Käsittelyn aikana käytettiin 25 puheenvuoroa.

Sovittiin, että johtokunta saa seuraavaan kokoukseen tarkempia tietoja Jouluradion rahoituksesta.

Päätös

Päätösehdotus hyväksyttiin.

Päätöshistoria

Selostus

Jouluradio on joulumusiikkimedia, joka on ansainnut 20-vuotisen historiansa aikana paikkansa Suomen mediakentässä. Kanava kerää vuosi toisensa jälkeen miljoonayleisön ja on joulukuussa yksi Suomen kuunnelluimmista radiokanavista. Jouluradiolla on tällä hetkellä 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 YouTubeissa. Sen parissa halutaan viettää aikaa.

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. Nettikanavien kuuntelu kasvoi aiemmasta kaudesta 8 prosenttia. Kaikkiaan Jouluradio tavoitti tuotantokaudella 1 766 950 FM- ja nettikuuntelijaa. Jouluradio kohtaa erityisen hyvin kirkon tavoittamia kohderyhmiä, joita muutoin on vaikea tavoittaa sekä sellaisia kuulijoita, joiden suhde kirkkoon on ohut.

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 juhlakautteen 2022. Jouluradion tuottaja-toimittaja Katri Ketola jatkaa vastaavana tuottajana ja ainoana päätoimisena työntekijänä. Muu tarvittava henkilökunta

palkataan määräaikaisesti tai palkkiopohjaisesti. Jouluradiolla on etsinnässä uusi musiikkipääällikkö.

Jouluradiolta on puuttunut ajankohtainen strategia. Tämän vuoksi syksyllä 2022 käynnistettiin strategiaryhmä pohtimaan linjauksia vuosille 2023–2026. Strategiatyö nojasi evankelis-luterilaisen kirkon Ovet auki -strategiaan, jossa korostetaan, että kirkon tulee käyttää kieltä, jota ihmiset ymmärtävät. Strategian mukaan Jouluradiossa vahvistetaan seurakuntien kanssa tehtävää yhteistyötä, jotta radio nähdään osana kirkon työtä. Pyrkimys on, ettei Jouluradion taloutta tarvitsisi rakentaa mainosten varaan.

Jouluradion strategiassa lupauksena on, että Jouluradio tuo ihmisille joulun rauhaa, tunnelmaa ja iloa joulumusiikin kautta. Visiona on vuonna 2026, että Jouluradio kuuluu suomalaisten joulunviettoon, Jouluradion toimintaedellytykset on turvattu ja Jouluradion ympärille rakennetaan jouluradioyhteisö. Yhteisö koostuu kuuntelijoista, jotka osallistetaan mukaan radion kehittämiseen. Innokas ja aktiivinen yhteisö toimii myös Jouluradion äänenkannattajana ja viestinviejänä. Strategia ja Jouluradion suunnitelma vuosille 2023–2025 ovat esityslistan liitteinä. Suunnitelmassa on otettu strategia huomioon.

”Rakastan jouluista tunnelmaa, ja Jouluradio on minulle merkittävä osa sen tunnelman luomista.” Näin vastasi eräs kuuntelija Katri Ketolan toteuttamassa tuotekehitystyön erikoisammattitutkinnon kehityshankkeen kuuntelijakyselyssä, johon vastasi 360 Jouluradion kuuntelijaa Facebookissa, Instagramissa ja Jouluradio.fi-sivustolla.

Jouluradio teetti tammikuussa 2023 myös Norstat-kyselyn, jossa 92 prosenttia vastaajista suhtautui myönteisesti tai neutraalisti siihen, että Jouluradio on erityinen ja tärkeä palvelu joulumusiikin saralla. Kyselyyn vastasi yli 1 000 Jouluradion tuntevaa ihmistä. Tutkimuksen mukaan 85 prosenttia kaikista vastaajista suhtautui myönteisesti tai neutraalisti siihen, että Jouluradio on ev.-lut. kirkon palvelu. 77 prosenttia vastaajista kokee myönteisenä tai neutraalina jinglen: ”Jouluradio on evankelis-luterilaisten seurakuntien lahja sinulle”.

Jouluradio aikookin olla tulevaisuudessa aiempaa läpinäkyvämmän kirkon radio. Se toteuttaa yhdessä yhteistyöseurakuntien kanssa viestintäkampanjan, jossa kerrotaan Jouluradion näköisesti, että Jouluradio on kirkon lahja suomalaisille. Kampanja toteutetaan tuotantokaudella 2023. Jouluradion kanavilla soi kauden aikana jinkkuja, joissa kerrotaan ikonisella äänellä, että Jouluradion tarjoaa ev.-lut. seurakunnat. Ikoniseksi ääniksi tai ääneksi etsitään jotakuta tunnettua ja rakastettua ääntä, esimerkiksi näyttelijää.

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. 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 ja laajempaa työryhmää.

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. Jouluradion suunnitelmassa, joka on liitteenä, käydään läpi kaksi vaihtoehtoa Jouluradion toiminnalle ja rahoitukselle.

Vaihtoehto 1 on jatkaa Jouluradion toimintaa nykyisellä mallilla, jolloin rahoituksesta vastaavat seurakunnat ja muut mahdolliset yhteistyökumppanit. Tähän voidaan

sisällyttää Jouluradion tekniikan kilpailutus. Se kannattaa tehdä vasta vuonna 2024, koska tekninen kehitys on murroksessa ja Jouluradion toiminnassa tapahtuu muutenkin paljon muutoksia. Tulevaisuudessa tekniikka hankittaisiin avaimet käteen -periaatteella.

Vuonna 2023 kustannussäästöjä haetaan muun muassa lyhentämällä FM-lähetysaikaa puoleentoista tai kahteen kuukauteen. Nettikanavien määrää vähennetään ja räätälöiden uusiksi palvelumuotoilun keinoin eli kuulijoita kuunnellen. Tulevalla määräaikaisella musiikkipäälliköllä on tässä keskeinen rooli. Samalla vahvistetaan läsnäoloa Spotifyssa.

Koska Jouluradiolla on niukat työvoimaresurssit, varainhankinnassa pitää lähteä harkiten ja askel askeleelta liikkeelle. Tavoitteena on lisätä muiden kuin pääkaupunkiseudun seurakuntien maksuosuutta, sillä nyt osa ei maksa edes alueensa FM-lähttimen hintaa.

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

Luovomme 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 ulkosuomalaisen 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.

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 liene odotettavissa.

Norstat-kyselyssä nousi esiin, että 83 prosentille vastaajista on positiivinen merkitys sillä, 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. Muutos tähän olisi todella iso riski Jouluradiolle.

Vaihtoehto kaksi on osittainen mainosrahoitus siten, että kaupallinen yhteistyökumppani vastaa tekniikasta. Tämä malli toisi lisärahaa, lisäresursseja ja sekä lisää lähetysaikaa.

Neuvottelut vievät kuitenkin 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 huolellinen siinä, mitä sovitaan, miten raha liikkuu ja millä perusteella.

Jos Jouluradiosta tulisi mainosrahoitteinen kanava, miten Jouluradio erottuisi enää muista kanavista? 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.

Talouden heiketessä kaikki vaihtoehdot pitää toki pohtia ja kaupallisessa yhteistyössä on myös hyviä puolia. Mainosrahoitteisuus vähentäisi Jouluradion rahahuolia. Mikäli mainoksia myytäisiin, rahoitus olisi tukevammalla pohjalla. Jouluradion kehittämiseen löytyisi uudenlaisia resursseja ja mahdollisuuksia. Lisäksi käytössä olisi ison talon toimiva teknologia. Jouluradion kohdalla mainoslinjasta pitäisi kuitenkin sopia tarkkaan. Minkälaisia mainoksia Jouluradioon sopii, kuinka usein ja missä yhteydessä niitä ajettaisiin? Mainosrahoitteisuus tarkoittaisi myös tekijänoikeusmaksujen nousua sekä mahdollisesti uuden radiotoimiluvan hakemista, joten siksikin tämä olisi iso askel.

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 tilavuokrasta. Jouluradion tekniikka kilpailutetaan vuoden 2024 aikana.

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. Näin iso muutos on mahdollinen aikaisintaan vuonna 2024, jos siihen halutaan lähteä.

Lapsivaikutusten arviointi

Asiassa ei ole tarpeen tehdä lapsivaikutusten arviointia.

Lisätiedot

Vt. päätoimittaja Pauli Juusela, p. 09 2340 4020, pauli.juusela@kirkkojakaupunki.fi