

Jouluradio – Kausiraportti 2025

Johdanto

Jouluradion kausi 2025 sujui kokonaisuutena hyvin ja vahvasti Jouluradion asemaa merkityksellisenä, valtakunnallisena joulun ajan mediana. Jouluradio kuului kaudella 29 FM-taajuudella ja kahdeksalla nettikanavalla. Uutena FM-taajuutena aloitti Loimaa.

Jouluradio tavoitti ja kosketti kuulijoita laajasti eri puolilla Suomea. Kauden aikana korostuivat erityisesti Jouluradion emotionaalinen merkitys, vahva kuuntelijaluottamus sekä kyky erottaa kaupallisesta radiokentästä joulun rauhaa ja tunnelmaa vaalivana poikkeuksena.

Kaudella 2025 Jouluradion musiikillinen pääpaino oli perinteissä ja klassikoissa. Myös vanhoja kotimaisia helmiä nostettiin takaisin soittolistoille kuulijoiden toiveiden pohjalta. Monelle kuulijalle Jouluradion startti on osa jotain pysyvää ja turvallista. Vähän kuin ystävä, jota tavataan kerran vuodessa aina jouluna.

Jouluradio näkyi kaudella 2025 mediassa muun muassa Huomenta Suomessa, sosiaalisen median kattavuus kasvoi ja Sanoma mainosti Jouluradiota näkyvästi omilla rajapinnoillaan. Jouluradio sai myös näkyvyyttä useissa eri tapahtumissa.

Jouluradion kanssa yhteistyötä teki Kirkon viestintä, joka julkaisi Jouluradion kausitiedotteet ja osallistui Hoosianna-videon kustannuksiin. Pääkanavalla kuultiin kolmatta vuotta peräkkäin kaupallisena yhteistyönä Merimieskirkon Joulun toiveet merten takaa ja merten taakse -toivekonsertit.

Tiimi

Jouluradion vastaavana tuottajana toimi **Katri Ketola** ja päätoimittajana **Pauli Juusela**. Musiikkipäällikkönä jatkoi **Joni Hartikainen**. Sometoimittajana työskenteli **Reetta Isomäki**, tapahtumatuottajana toimi **Miia Valenko**. Jouluradion toimitus päätti ottaa tukikohdakseen Kirkko ja kaupungin toimituksen, koska siellä on enemmän tilaa ja parempi työergonomia kuin Töölön seurakunnan tilassa kauppakeskus Triplassa.

Kuuntelijaluvut ja tavoitavuus

Kansallisen Radiotutkimuksen (KRT, joulukuu 2025) mukaan Jouluradio oli joulukuussa **Suomen toiseksi tavoittavin ja toiseksi kuunnelluin kaupallinen radiokanava**. Sama sijoitus oli myös pk-seudun luvuissa.

- Viikkotavoitavuus: **810 000 kuuntelijaa**. Pk-seudulla vastaava luku oli **188 000**.
- Tavoitavuus kasvoi **15** prosenttia edellisestä kaudesta. Pk-seudun tavoitavuus kasvoi yli seitsemällä prosentilla.
- Jouluradiota kuunneltiin **57** minuuttia (2024: 40 min). PK-seudulla kuuntelu oli **43** minuuttia (2024: 38 min.)

Kohderyhmittäin tarkasteltuna:

- 25–44-vuotiaissa ja 9–24-vuotiaissa Jouluradio oli ykkönen kaupallisessa viikkotavoitavuudessa ja kuunteluosuuksissa. PK-seudulla Jouluradio on 9–34-vuotiaiden keskuudessa kaikkein tavoittavin kanava ja toiseksi kuunnelluin kanava.
- 25–54-vuotiaissa Jouluradio oli toiseksi kuunnelluin ja toiseksi tavoittavin kaupallinen kanava. PK-seudulla Jouluradio oli tämän kohderyhmän tavoittavin kanava ja viidenneksi kuunnelluin kanava.
- Naisten keskuudessa Jouluradio oli tavoittavin ja toiseksi kuunnelluin kaupallinen kanava. PK-seudulla kanava oli myös tavoittavin sekä kuunnelluin kaupallinen radiokanava.
- Miesten kohderyhmässä Jouluradio oli valtakunnallisesti kolmanneksi tavoittavin ja kolmanneksi kuunnelluin kaupallinen kanava. Pk-seudulla kanava oli miesten toiseksi tavoittavin ja neljänneksi kuunnelluin kaupallinen kanava.

Viikkotavoitavuudet joulukuussa 2025. (Lähde: KRT joulukuu 2025, Jouluradio)

2019	2022	2023	2024	2025
779 000	958 000	831 000	703 000	810 000

Viikkotavoitavuudet prosentteina 2025. (Lähde: KRT joulukuu 2025, Jouluradio)

2019	2022	2023	2024	2025
16	19	16	14	16

Viikkotavoittavuudet joulukuussa PK-seutu 2025. (Lähde: KRT joulukuu 2025, Jouluradio)

2019	2022	2023	2024	2025
204 000	223 000	194 000	174 000	188 000

Kansallinen Radiotutkimus on Yleisradion ja kaupallisten radioiden yhteistutkimus, joka on alan perustutkimus. Jouluradio luetaan Sanoma-kumppanuuden myötä kaupalliseksi radiokanavaksi.

Nettikuuntelu: startit kasvoivat, kuunteluajat laskivat hieman

Jouluradion kaikki nettikanavat olivat kuunneltavissa Jouluradio.fi:ssä, Suplassa, Ruudussa ja Elisa Viihteessä. Lisäksi pääkanava oli kuunneltavissa RadioPlayrissä.

Jouluradion nettikuuntelun starttien määrä kasvoi kaudella 2025, vaikka kokonaiskuunteluajat laskivat hieman edelliskaudesta. Kuunteluajojen lasku selittyy osittain sillä, että piipahtelijoiden osuus kasvoi, ja lisäksi Ruutu tuli mukaan uutena jakelukanavana. Ruudussa radiokanavia kuunneltiin keskimäärin selvästi lyhyempiä aikoja kuin perinteisissä nettiradioissa, mikä laskee kokonaiskeskikestoa.

Nettikanavien yhteenlasketut startit kasvoivat erityisesti Jouluradio.fi:ssä ja Suplassa. Pääkanavan startit kasvoivat myös RadioPlayerissa. Kuunteluajat sen sijaan kehittivät positiivisesti Suplassa, jossa kanavien kuunteluajat kasvoivat noin 20 prosenttia.

Kaikkiaan Jouluradion nettikuunteluajat laskivat kaudella 2025 yhdeksän prosenttia edellisestä kaudesta. Kuunteluiden keskikesto pysyi kuitenkin vahvana: keskimääräinen kuuntelu-aika oli edelleen **63 minuuttia**, mikä kertoo pitkäkestoisesta ja sitoutuneesta kuuntelusta.

Elisa Viihteessä viime vuosien voimakas kasvu taittui kaudella 2025. Kuuntelijaluvut ja kuuntelut laskivat edellisvuodesta. Jouluradio oli Elisa Viihteessä näkyvillä hyvin samankaltaisesti kuin vuotta aiemmin, eikä selkeää yksittäistä syytä kasvun katkeamiselle ole toistaiseksi tunnistettu. Mahdollinen tulkinta on, että Elisa Viihteen kuuntelu on siirtymässä kasvuvaiheesta kypsään vaiheeseen, jossa kuuntelu on valikoivampaa ja kilpailu huomiosta aiempaa kovempaa.

Tässä kaikkien kanavien yhteenlasketut kuunteluminuuttien keskikestot. Kauden 2025 luvuissa ovat mukana Jouluradio.fi:n, Suplan, Ruudun ja RadioPlayerin luvut.

	Keskikesto 2024 (min)	Keskikesto 2025 (min)
Kaikki kanava yhteensä	67,8 min	62,6 min

Tässä kaikkien kanavien päätelaitteiden ja kuuntelustarttien yhteismäärät. (Jouluradio.fi, Supla, Ruutu ja RadioPlayer 2025) RadioPlayerissa soi ainoastaan Jouluradion pääkanava.

	2024 päätelaitteet	2025 päätelaitteet	2024 startit	2025 startit
Kaikki nettikanavat yhteensä	275 444	285 207	1 735 373	1 829 887

Nettisivukäynnit

Jouluradion verkkosivustolla oli kaudella 2025 yhteensä **1,6 miljoonaa käyntiä**, mikä on yhden prosentin kasvu edelliskauteen verrattuna. Jouluradion nettikanavia kuunnellaan useiden eri rajapintojen ja jakelukanavien kautta, minkä vuoksi verkkoliikenne jakautuu useille eri sivustoille. Tästä huolimatta Jouluradion omat sivut ovat selvästi keskeisin kuuntelun alusta: 89 prosenttia kaikista kuuntelustarteista tapahtui Jouluradion omalla sivustolla. Verkkosivukävijöistä **74 prosenttia** tuli älypuhelimilla ja **20 prosenttia** tietokoneella, mikä korostaa mobiilikäytön merkitystä palvelun käytössä.

Vuosi	2019	2022 (Juhlakausi)	2023	2024	2025
Jouluradio.fi käynnit (milj.)	1,78	1,84	1,78	1,55	1,6

Kuulijakysely

Jouluradio toteutti kausikyselyn, joka julkaistiin [Jouluradio.fi](https://www.jouluradio.fi)-sivustolla. Kyselyä jaettiin ja markkinoitiin kanavan sosiaalisen median tileillä. Kausikyselyyn vastasi 788 kuuntelijaa. Vastaajajoukko painottui naisiin (82 %) ja suurin ikäryhmä oli 45–54-vuotiaat (27 %). Seuraavina 55–64 (24 %) ja 35–44 (22 %).

Alueista korostui Uusimaa (19 %), mutta vastauksia tuli laajasti ympäri Suomen.

Kyselyn keskeinen viesti on, että Jouluradio täyttää perustehtävänsä vahvasti: 88 prosenttia vastaajista oli samaa mieltä siitä, että Jouluradio tuo joulun tunnelmaa.

“Se koskettaa. Välillä ihan itkettää, kun musiikki osuu oikeaan hetkeen.”

Mies, 45–54 v., Uusimaa

“Jouluradio tuo kotiin rauhan. Se on kuin lupa pysähtyä ja hengittää, vaikka muu maailma ympärillä pyörii.”

Nainen, 45–54 v., Uusimaa

Pääkanavan musiikkitarjontaa monipuolistettiin merkittävästi. Soittolistoille tuotiin satoja kappaleita lisää, erityisesti vanhempaa ja harvemmin kuultua joulumusiikkia.

Kaudella 2025 kaikkien teemakanavien musiikkikirjastot käytiin systemaattisesti läpi. Kanavia joko laajennettiin tai selkeytettiin vastaamaan entistä paremmin omaa kuvaustaan ja kohderyhmäänsä.

Musiikki koettiin tunnelman kannalta onnistuneeksi (pääkanavan musiikki joulutunnelman luomisessa keskiarvo 4,3/5), vaikka tyytyväisyys pääkanavan musiikkitarjontaan oli tätä maltillisempi (keskiarvo 3,8/5), mikä viittaa siihen, että sisältövalinnoissa on aiempaa hajautuneempia näkemyksiä esimerkiksi kappaleiden toistossa ja rytmityksessä.

Kuuntelijat toivovat, että Jouluradion musiikki säilyy ennen kaikkea joulun tunnelmaa ja rauhaa rakentavana. Perinteiset ja tutut joululaulut ovat pääkanavan ydin, ja uutta musiikkia hyväksytään, kun se on selvästi jouluisen tyylikästä ja kanavan henkeen sopivaa. Kotimaisuus ja suomenkielisyys korostuvat monille, ja nettikanavien koetaan mahdollistavan eri musiikkimakujen palvelemisen ilman, että pääkanavan identiteetti hajoaa.

Nettikanavavalikoimaa pidetään laajasti merkityksellisenä (77 % koki sen tärkeäksi/jonkin verran tärkeäksi), mikä tukee ajatusta, että eri kanavat palvelevat erilaisia kuuntelutilanteita ja -tarpeita.

“Sama musiikki vuodesta toiseen tuo jatkuvuutta. Se muistuttaa lapsuuden jouluista.”

Mies, 45–54 v., Keski-Suomi

Kuuntelu kytkeytyy vahvasti arkeen. Jouluradiota kuunnellaan ennen kaikkea kotona (89 %) ja autossa (70 %) ja myös työpaikoilla (26 %), mikä korostaa rauhallisen kokonaiskokemuksen ja kuuntelun sujuvuuden merkitystä.

Mainonta on noussut aiempaa näkyvämmäksi osaksi kuuntelukokemusta. 74 prosenttia vastaajista huomasi kaupallisen mainonnan pääkanavalla, ja mainoksia koskevaan avoimeen kysymykseen vastasi 435 henkilöä. Heistä 70 prosenttia hyväksyi mainokset vähintäänkin ehdollisesti ja 30 prosenttia ei pitänyt mainoksista.

Avoimissa vastauksissa toistui, että mainonta hyväksytään helpommin, kun se on maltillista, selkeästi kanavan henkeen sopivaa ja rytmitys ei riko joulutunnelmaa.

Valtaosa vastanneista eli 93 prosenttia tiesi Jouluradion olevan ev.-lut. seurakuntien rahoittama palvelu.

Kokonaisuutena kysely antaa vahvan tuen sille, että Jouluradion tärkein kilpailuetu on joulun tunnelma ja rauhallinen kokonaiskokemus. Kehittämisen painopisteet liittyvät erityisesti

musiikin rytmyykseen/toiston hallintaan, nettikanavien valinnanvapauden näkyväksi tekemiseen sekä mainonnan määrän ja laadun pitämiseen Jouluradion arvojen mukaisena.

Sosiaalinen media

Jouluradio panosti kaudella 2025 sosiaalisen median näkyvyyteen ensisijaisesti Instagramissa ja Facebookissa. TikTokiin olisi panostettu enemmän, jos olisi ollut enemmän resursseja.

Sosiaalisen median selvästi kasvanut kattavuus ja videokatselut ovat todennäköisesti tukeneet Jouluradion tavoittavuuden lievää kasvua lisäämällä muistettavuutta ja madaltamalla kynnystä kokeilla kuuntelua. Vaikutus näkyy erityisesti siinä, että kauden vahvimmat sisällöt nostivat samanaikaisesti tavoittavuutta ja toiminnallisia mittareita (vierailut, linkkiklikit), mikä on tyypillinen polku näkyvyydestä kuunteluun. Kauden suosituin yksittäinen sisältö oli **Ida Elinan** sovittama Hoosianna, joka nousi viraaliksi ja keräsi katselukertoja laajasti eri alustoilla.

Tulokset kasvoivat selvästi Facebookissa ja Instagramissa. **Facebookissa** sisällöt tavoittivat **605 600** katsojaa ja keräsivät **2,7 miljoonaa katselua**. Lisäksi syntyi vahvaa toimintaa. Sivulle kirjattiin **28 500 vierailua**, julkaisuista kertyi **14 100 linkkiklikkausta** ja sisältöjen parissa tehtiin yhteensä **44 100 vuorovaikutusta**. Facebookissa kauden toimivin sisältömuoto oli video. Kelat keräsivät selvästi eniten katseluita ja vuorovaikutuksia suhteessa muihin julkaisutyyppeihin.

1.11.25–6.1.26	Facebook
Tykkääjät	110 129 (2024: 112 000, 2023: 113 600)
Kattavuus	605 600 (2024: 206 100)
Katselut	2,7 milj. (2024: 1,6 milj.)

Instagramissa näkyvyys ja vuorovaikutus kasvoivat voimakkaasti. Kauden kattavuus oli **143 800**, ja sisältöjen näyttökertoja kertyi **896 600**. Profiiliin tehtiin **6 100 vierailua** ja linkkejä klikattiin **2 500** kertaa. Vuorovaikutuksia kertyi yhteensä **17 500**, mikä kertoo sisällön herättäneen myös aktiivista reaktiota ja sitoutumista pelkkien näyttökertojen lisäksi.

1.11.25–6.1.26	Instagram
Seuraajamäärä	12 566 (2024: 11 653, 2023: 11 200)
Tavoitetut tilit	143 800 (2024: 87 847)
Katselut	896 600 (2024: 545 326)

TikTok

Jouluradio oli kaudella 2025 mukana myös TikTokissa. Tilillä julkaistiin kauden aikana 16 videota, ja seuraajamäärä kasvoi 373:sta 1 176:een. Julkaisujen yhteenlasketut näyttökerrat olivat kauden aikana 75 000. Profiilin näyttökertoja kertyi 1 795, ja sisältö keräsi 3 207 tykkäystä, 125 kommenttia ja 405 jakoa. TikTok-toimintaa toteutettiin kauden aikana pienimuotoisesti, sillä tiimillä ei ollut mahdollisuutta panostaa kanavaan täysipainoisesti muiden kauden tehtävien ohella.

Hoosianna

Jouluradion 14. Hoosiannan sovitti popkanteletar Ida Elina. Kappaleesta toteutettiin Kajawood Studioiden tuottama musiikkivideo, jonka kustansi Kirkon viestintä. Hoosianna nousi sosiaalisessa mediassa viraaliksi. Hoosianna ensiesitettiin Jouluradio pääkanavalla 1. adventtina 30.11. Klo 00:00. Musiikkivideo julkaistiin samaan aikaan Jouluradion YouTube-kanavalla, Facebookissa ja Instagramissa. Se keräsi Facebookissa 5300 reaktiota, 230 kommenttia ja yli 1200 jakoa. Instagramissa video sai 2300 tykkäystä, 115 kommenttia ja 540 lähetystä. Youtubessa video sai 28 100 katselua.

Katselijoiden kommentteja Hoosiannasta:

“Kiitos. Kyyneleet silmissä kuuntelen.”

“Tunnelmallinen, avaa upeasti joulun ajan! Tätä tarvitaan meidän ajassamme.”

“Onpas hieno uusi sovitus. Tästä tulee hyvälle mielelle.”

Youtube-katselut	28 100
FB-katselut	292 000
IG-katselut	60 260

Suuri joululaulukilpailu

Jouluradio ja Aito Iskelmä järjestivät kaudella 2025 Suuren joululaulukilpailun, jonka tavoitteena oli löytää uusi joululauluklassikko. Kilpailuun lähetettiin noin **40 ennen julkaisematonta uutta joululaulua**. Tuomaristo valitsi finalistit, joista yleisö äänesti voittajan. Yleisöääniä kertyi **lähes 3500**, mikä kertoo kilpailun onnistuneesta tavoitavuudesta ja osallistavuudesta.

Kilpailun voitti **Henna Nieminen** kappaleellaan *Näin jouluun laskeudun*. Voittajakappale sai soittoaikaa Jouluradion ja Aito Iskelmän kanavilla. Voittaja palkittiin Tuomaan markkinoilla.

Kilpailun finalistien joukossa olivat mm. **Vilma Talvitie & ALDA** (*Maa musta valkenee*), **Isa & Aleks** (*Ensimmäinen joulu (Ilman sinua)*), **Juha Back** (*Hiutaleita*), **Mari Rantasila** (*Joulurauhaa jokaiselle*), **Arja Koriseva** (*Anna joulun jäädä sydämeen*) sekä **Pilven Piirtäjät** (*Urkurin Joulu*).

Tuomaristoon kuuluivat lauluntekijä ja muusikko **Janne Rintala**, laulaja-lauluntekijä **Annika Pudas**, Helsingin Sanomien kulttuurin ja uutisryhmän esihenkilö ja toimittaja **Mari Koppinen**, Kaiku Recordsin johtaja **Marja Kokko**, Nelonen Median musiikkipäällikkö **Matti Välisalo**, Aito Iskelmän ohjelmapäällikkö **Sanna Wänskä** sekä Jouluradion musiikkipäällikkö Joni Hartikainen. Tuomariston puheenjohtajana toimi Jouluradion vastaava tuottaja Katri Ketola.

Suuri joululaulukilpailu vahvisti Jouluradion roolia uuden joulumusiikin mahdollistajana ja yhteisöllisenä toimijana. Kilpailu saa jatkoa kaudella 2026.

Jouluradion tapahtumat

Studia-messut 25.–26.11.

Helsingin seurakuntayhtymän strategiassa korostuu tavoite olla merkityksellinen nuorille aikuisille. Jouluradio tavoitti nuorta kohderyhmää osallistumalla Studia-messuille 25.–26.11. Helsingin Messukeskuksessa, jossa vieraili lähes **20 000 nuorta eri puolilta Suomea**. Jouluradio herätti tapahtumassa selvästi kiinnostusta ja myönteisiä reaktioita. Messuilla yleisömagneettina toimi joulupukki, jonka luokse nuoret jonottivat ottamaan kuvia. Jouluradio jakoi tapahtumassa haalarimerkkejä ja kohtasi tuhansia nuoria kuuntelijoita.

Parisataa Jouluradion haalarimerkkiä jaettiin myös Kirkkoapprossa lokakuussa.

Muut tapahtumat ja nostot

30.10. Vaikuttajatapahtuma Weiste Wanha Villassa

Jouluradion kausi avattiin vaikuttajatapahtumalla Weiste Wanha Villassa. Tilaisuudessa lanseerattiin Jouluradion joulukoristepallot, ja tapahtumaan osallistui noin 50 henkilöä.

22.11. Helsingin joulunavaus

Jouluradio oli mukana Helsingin joulunavauksen Hyväntekeväisyyskadulla jakamassa heijastimia ja haalarimerkkejä.

6.12. Vantaan joulutori

Jouluradiolaiset olivat jakamassa heijastimia Vantaan joulutorin avajaisissa, ja Jouluradio soi tapahtumassa.

13.12. ja 20.12. Merimieskirkon toivekonsertti

Pääkanavalla kuultiin Merimieskirkon kustantama *Joulun toiveet merten takaa* -toivekonsertti.

15.12. Suosituimmat joululaulut -yhteislaulutilaisuus Fazerilassa

Joululaulupäivänä järjestetty *Suosituimmat joululaulut #lupalaulaa* -yhteislaulutilaisuus keräsi 200 osallistujaa, ja tapahtuma oli loppuunvarattu. Laulattajana toimi **Mikael Konttinen**.

18.12. Pipari Live

Pipari Live toteutettiin Jouluradion YouTube-kanavalla. Illan aikana koristeltiin pipareita ruokatoimittaja **Raisa Laineen** opastuksella, kuunneltiin joulumusiikkia **Visa Luttisen** esittämänä ja valmistauduttiin joulun viettoon. Tilaisuus keräsi 670 katselua YouTubessa.

23.12. Kauneimmat Joululaulut -yhteislaulutilaisuus Espoossa

Jouluradio oli mukana kumppanina ja markkinoimassa Kauneimmat Joululaulut -yhteislaulutilaisuutta Espoo Metro Areenalla. Jouluradio arpoi lippuja tapahtumaan ja sai näkyvyyttä tapahtuman skreeneillä 10 minuutin ajan ennen suoran Yleisradion TV-lähetysten alkua. Tapahtumaan osallistui noin 5000 ihmistä. Tilaisuus oli loppuunvarattu.

Sanoma-kumppanuus ja mainonnan vaikutukset kuuntelijoihin

Jouluradio solmi Sanoma Median kanssa kumppanuussopimuksen kausille 2024–2025 (mahdollisuus yhteen optiovuoteen). Toinen kumppanuuskausi sujui mutkattomasti. Sanoman kautta Jouluradio sai käyttöönsä Kansallisen Radiotutkimuksen (KRT) luvut sekä nettiradioiden analytiikan. Sanoma Media hoiti myös Jouluradion lähetystekniikan. Kauden aikana Sanoma tuki Jouluradion näkyvyyttä useissa omissa mediapinnoissa. Jouluradiota markkinoitiin muun muassa HS.fi:ssä ja Ruudussa sekä Sanoman printti- ja digilehdissä, mukaan lukien Gloria, Me Naiset, Kodin Kuvalehti, Aamulehti, Helsingin Sanomat, HS Kuukausiliite, Satakunnan Kansa / Länsi-Suomi sekä Ilta-Sanomat. Kampanjalla ohjattiin kuuntelijoita erityisesti Suplaan Jouluradion kanavien pariin.

Kaudella Jouluradion pääkanavalla kuultiin kaupallista mainontaa noin kaksi minuuttia tunnissa. Mainoskatkoja oli kolme tunnissa. Sanoman myynti Jouluradiossa kasvoi kolminkertaiseksi edelliseen kauteen verrattuna, vaikka mainospaikkoja ei myyty täyteen. Kuulijakyselyn perusteella mainonta on tullut aiempaa näkyvämmäksi osaksi kuuntelukokemusta: **74 prosenttia** vastaajista huomasi, että pääkanavalla oli kaupallista mainontaa. Mainoksia koskevaan avoimeen kysymykseen vastasi 435 vastaajaa (N=788).

Kuulijoiden perusasenne Jouluradioon säilyi mainonnan lisääntymisestä huolimatta pääosin ymmärtävänä. Vastaajista noin 70 prosenttia suhtautui mainoksiin ehdollisesti hyväksyvästi tai myönteisesti ("ymmärrän, mutta..." tai "hyvä, että mahdollistaa toiminnan"). Noin 30 prosenttia suhtautui mainoksiin negatiivisesti ("ei kuulu Jouluradioon", "En pidä mainoksista").

Palautetta mainoksista tuli jonkin verran myös Jouluradion verkkosivujen palautekanavan ja Kuumalinjan kautta sekä satunnaisesti somessa.

Aineiston perusteella kuuntelijoille ratkaisevaa ei ole mainonnan olemassaolo, vaan sen määrä, rytmitys ja sopivuus Jouluradion henkeen. Mainonnan kehittämisessä kannattaa painottaa maltillisuutta ja laadullista yhteensopivuutta. Parhaiten toimivat mainokset ovat rauhallisia, joulun tunnelmaa tukevia ja selvästi kanavalle sopivia. Nykyinen mainonnan taso on kokonaisuutena hyväksyttävä, mutta kuuntelijoiden sietokynnys mainonnan määrän kasvulle on selvästi rajallinen.