



Kaupallinen televisio Suomen mediakentässä ja Yleisradio

Ylen parlamentaarinen työryhmä MTV:llä 24.11.2023

Johannes Leppänen, Ilkka Ahtiainen ja Taina Roth

The MTV logo, consisting of the letters 'mtv' in white lowercase font inside a red circle, is positioned in the upper left quadrant of the image. The background is a blurred studio setting with a large camera lens visible on the left and bright studio lights creating beams of light across the scene.

mtv

Suomen johtava
kaupallinen TV-yhtiö

SUORATOISTOPALVELU



TV-KANAVAT



UUTIS- JA AJANKOHTAISOHJELMAT



MAHDOLLISUUKSISTA TEOIKSI -
OHJELMAKOKONAISUUS

TV&MEDIA
2023

YHTEISKUNNALLINEN FESTIVAALI

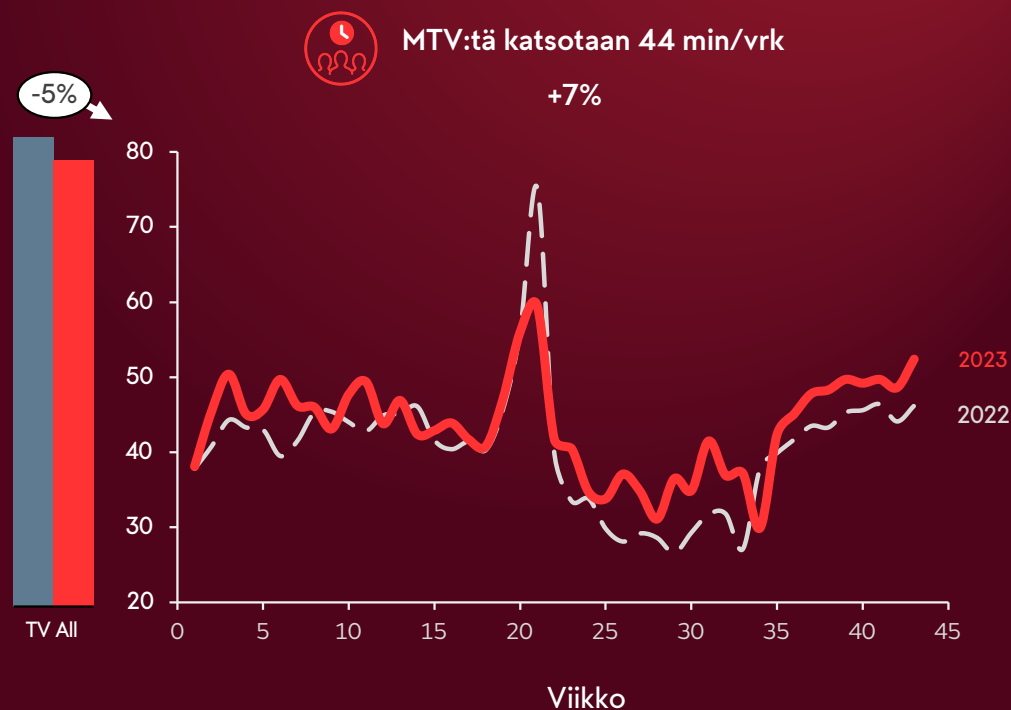
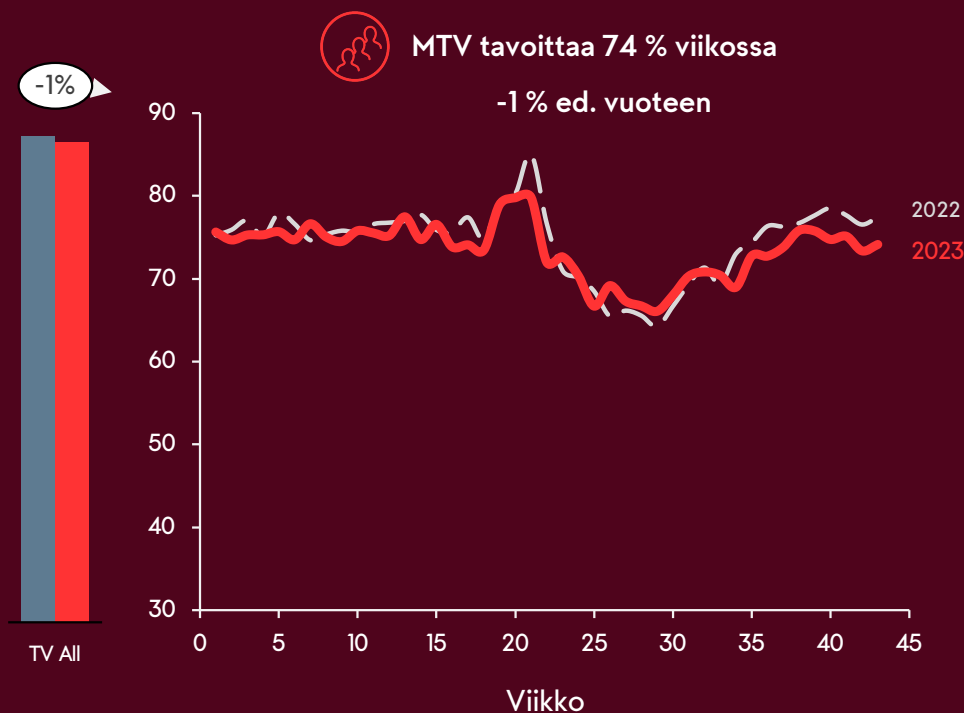
Yhteistyössä Porin kaupunki

**SUOMI
AREENA**

MTV:n tavoitavuus erinomainen.

Tavoitamme lähes 4 miljoonaa suomalaista viikossa

Laaja kotimainen sisältö ja MTV Uutiset vetävät katsojia puoleensa kaikilla alustoilla



Lähde: Finnpanel TotalTV-mittaus, A3+ , viikot 1-43. MTV = MTV + C More, RCH = viikossa väh. 1 min katselua



MTV on ainoa uutis- ja ajankohtaisohjelmia tarjoava kaupallinen TV-yhtiö Suomessa. Olemme johtava videomuotoisen laatujournalismin toimittaja.

Turvaamme osana mediakenttää sananvapautta ja demokratian toteutumista. Meillä on rooli myös kriisiviestijänä ja huoltovarmuuden turvaajana.

MTV on merkittävä kotimaisten ohjelma- tuotantojen tilaaja ja tuottaja. Viihteellä on kansallisen resilienssin tukemisessa tärkeä rooli.

Monimuotoinen media on demokratian elinehto. Valtion tulee taata medialle Suomeen tasapuolinen pelikenttä ja selkeä toimintaympäristö.

Tasapuolinen pelikenttä

Säätöjen ja sääntelyn pitää olla tasapuolista suhteessa kansainvälisiin toimijoihin ja –alustoihin.

Myös kansallisesti eri mediamuotoja ja -toimijoita on kohdeltava lainsäädännössä neutraalisti.

Selkeä toimintaympäristö

Mediaan liittyvää liiketoimintaa täytyy pystyä tekemään pitkäjänteisesti ja ennustettavasti.

Epäselvyyttä on liittyen esim. jakeluun, mainonnan kohdentamiseen ja tekijänoikeuksiin liittyvään sääntelyyn.

Median tukemisen tasapuolisuus?

Hallitusohjelma:

”Hallitus edistää reilua kilpailua mediakentällä ja digitaalisessa mainosmarkkinassa...”

KOTIMAINEN PRINTTIMEDIA

ALEMPI ALV-KANTA:

arvo **118** miljoonaa euroa vuonna 2023

JAKELUTUKI:

arvo **15** miljoonaa
1.10.2023 – 30.9.2024.

UUTISTUKI 2023:

7 miljoonaa, jota mahdollista myös muiden medioiden hakea, mutta tulee kohdentumaan printille jo perustelutekstien mukaan.

Max. **0,2** miljoonaa euroa/mediayhtiö.

YLE

Yle-vero **572**
miljoonaa.

KAUPALLINEN TELEVISIO

Vuodesta 2023 alkaen mahdollisuus hakea uutistukea, jos uutistoimitus.

Max. **0,2** miljoonaa euroa /
mediayhtiö.

ILTALEHTI

KOTIMAA

MTV valtavissa talousongelmissa – Loppuvatko tv-uutiset?

Media-alan tutkimussäätiön Noora Alanteen mukaan demokratian kannalta on tärkeää, että mediasisältö säilyy monimuotoisena.



MTV on tuottanut tappiota viimeisen neljän vuoden aikana yhteensä lähes 90 miljoonaa euroa.



Riika Tauriainen

Perjantai 28.7.2023 klo 19:14



Pääkirjoitus | Pääkirjoitus

MTV on kokoaan tärkeämpi media

Television ja mainosmarkkinan muutos kuristavat MTV:tä, joka on journalismin moniarvoisuuden kannalta tärkeä toimija.



MTV siirtyi tänä vuonna upouusiin tiloihin Vallilan Konepajaan. KUVA: TERHI YLIMÄINEN

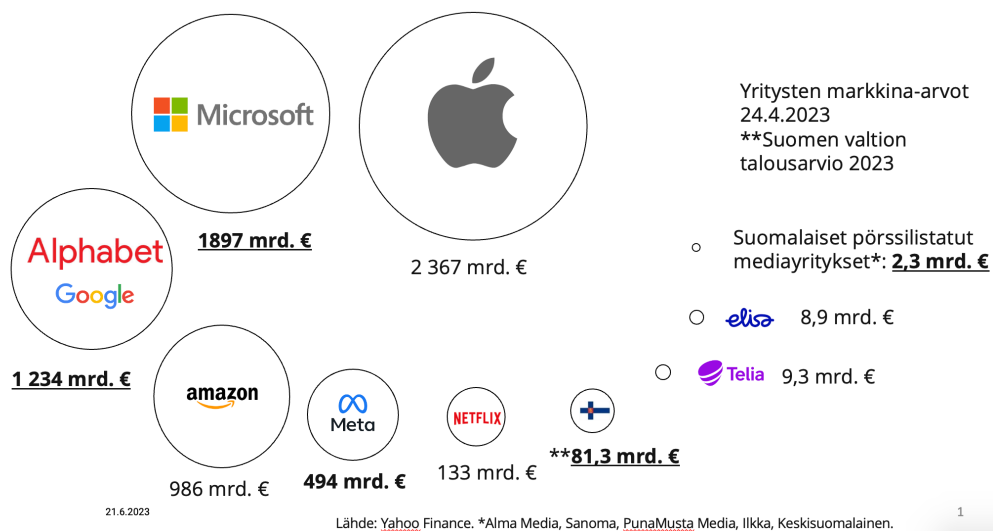
Helsingin Sanomat

31.7. 16:30

MTV:n vaikea taloudellinen tilanne on synnyttänyt kysymyksiä yhtiön tulevaisuudesta. Telian vuodesta 2018 omistama MTV on tuottanut neljässä vuodessa noin 90 miljoonan euron tappiot, eikä suuntaa ole helppo nähdä. Jaa vaikea taloustilanne lausua ennestäänkin.



Suurin syyllinen ongelmiin on kansainvälisten media- ja alustajättien valta-asema

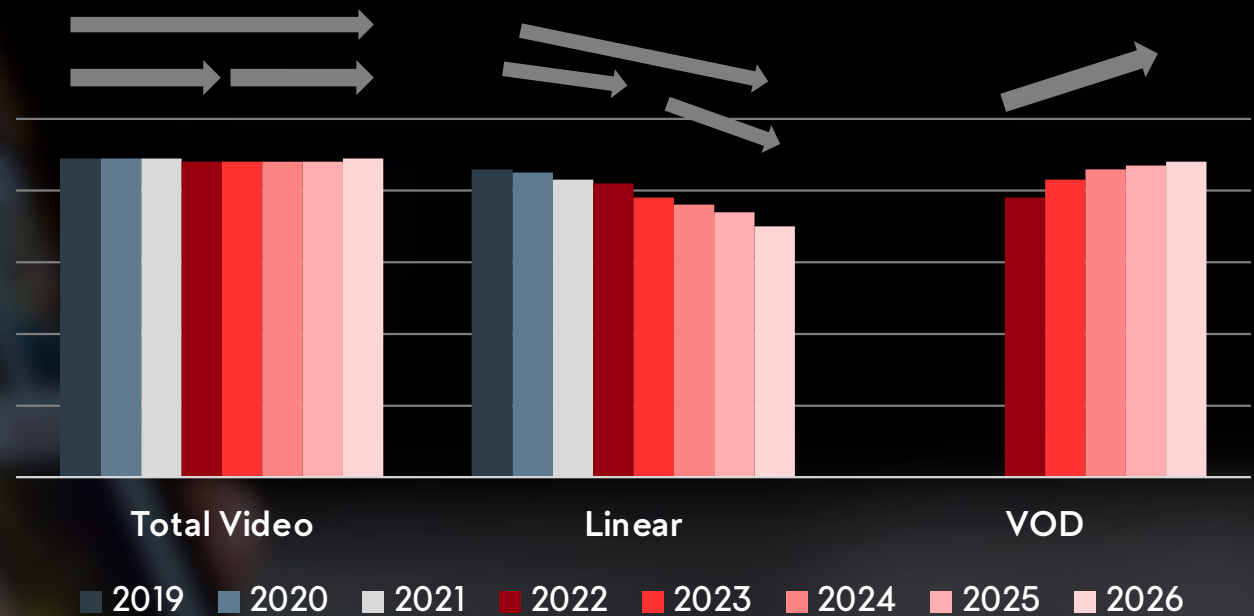


Kuva: Medialiitto

Ennusteidemme mukaan lineaari-TV:n kulutus tulee seuraavina vuosina laskemaan, VOD-kulutus lisääntymään

Total TV reach, ages 15-64, Finland

Weekly reach, %



Source: 3YO assumptions; Finnpanel Total TV

STRATEGINEN FOKUS

Teknologia



DIGITAALISET
PALVELUMME



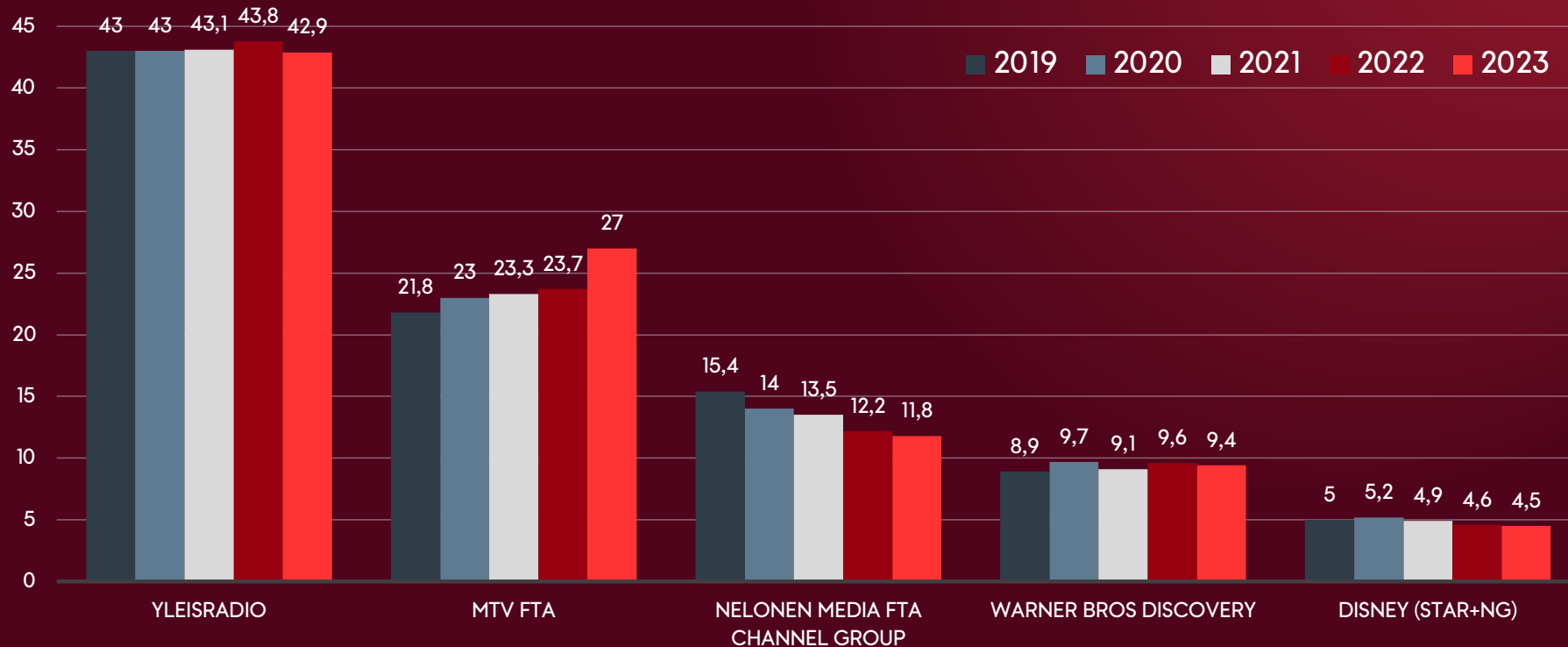
Kotimainen sisältö



UUTISET
VIIHDE
DRAAMA
URHEILU

TV-yhtiöiden katseluosuudet, A4+ koko vrk

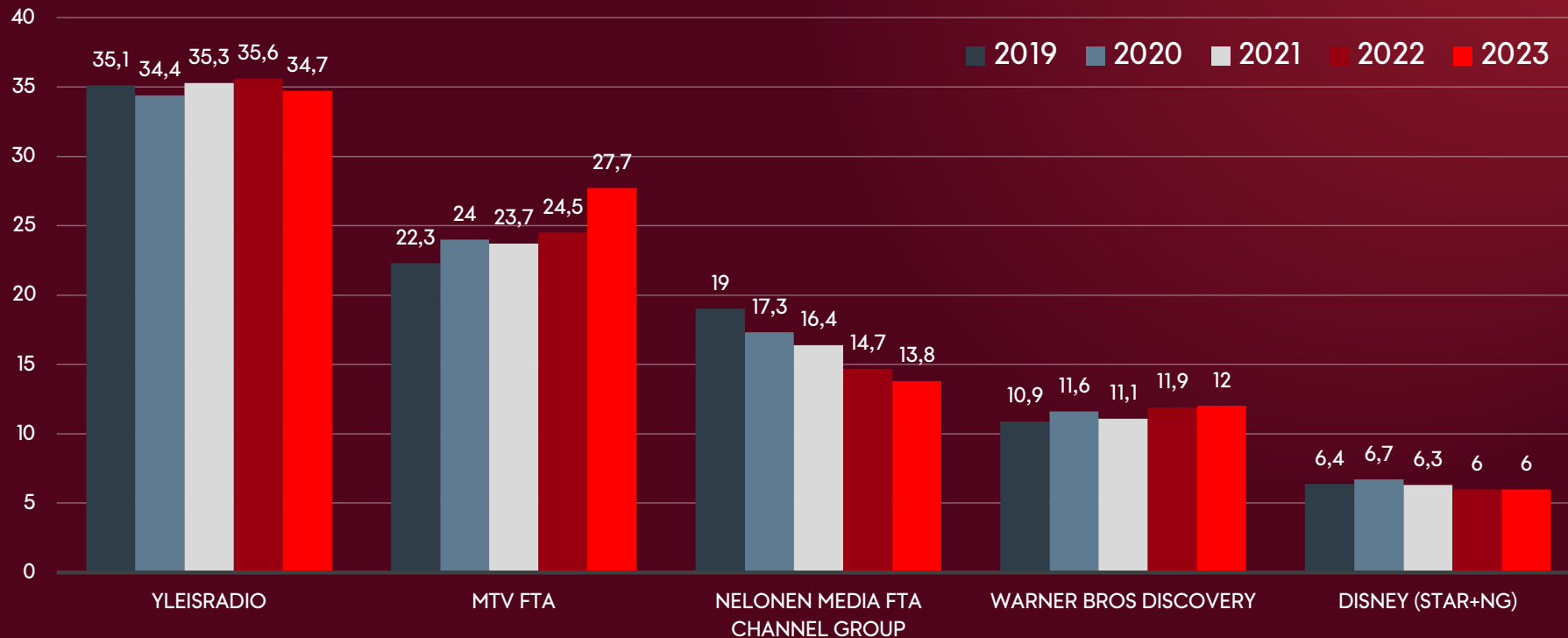
SOV-% YTD



Lähde: Finnpanel TV-mittaritutkimus (katselu TV-ruudulta 7 vrk:n sisällä lähetyksestä),
FTA=Free To Air eli vapaasti katsottavat kanavat, YTD = 1.1.-21.11. kunakin vuonna

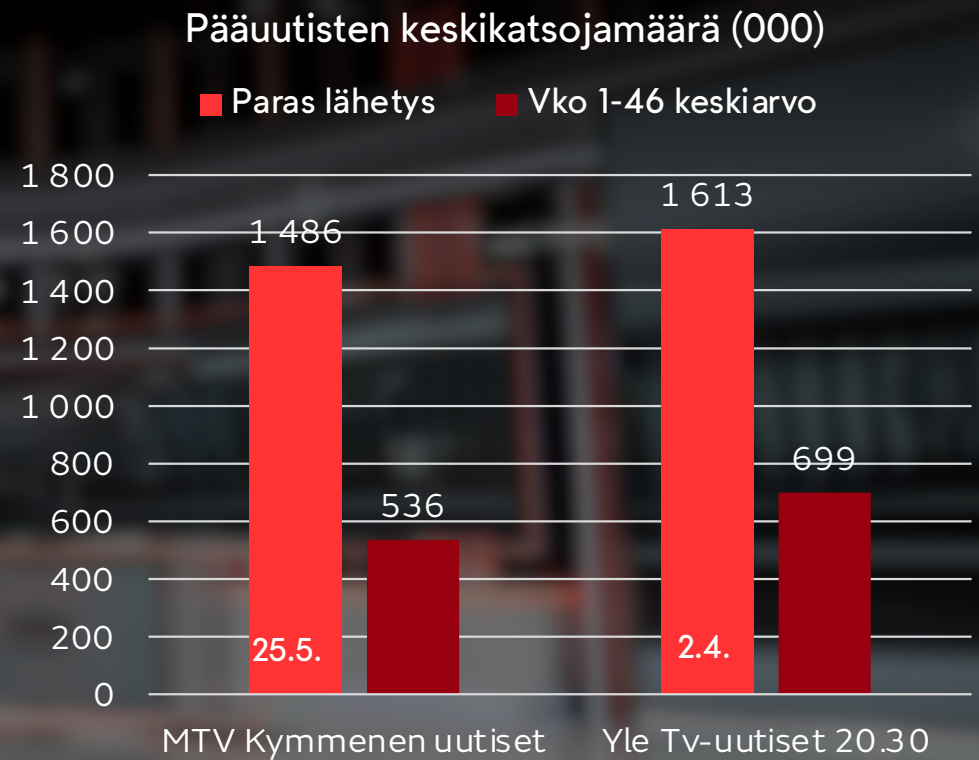
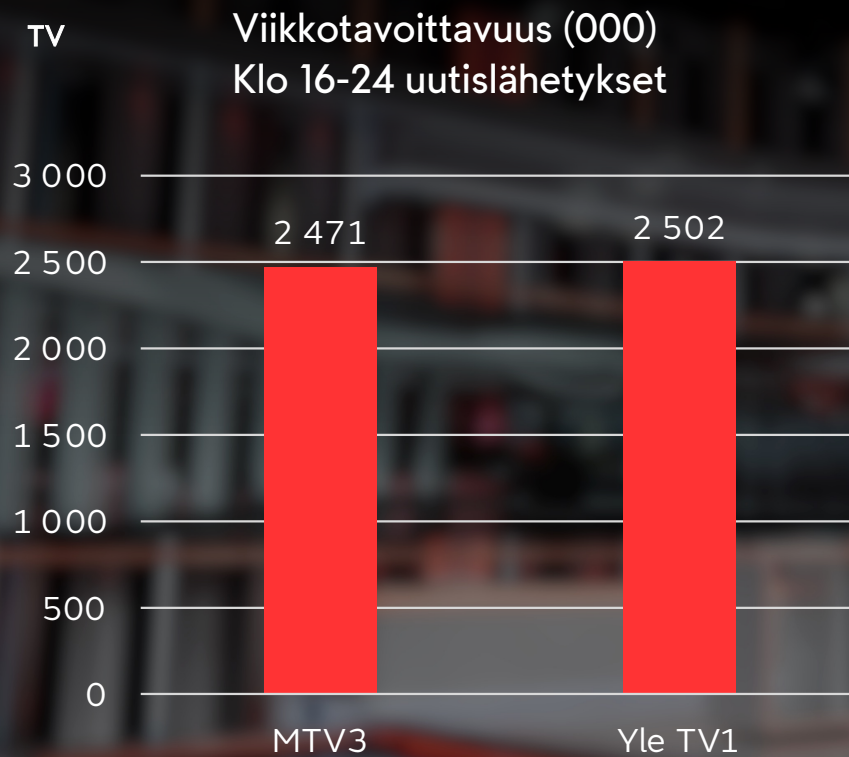
TV-yhtiöiden katseluosuudet, A15-64 koko vrk

SOV-% YTD



Lähde: Finnpanel TV-mittaritutkimus (katselu TV-ruudulta 7 vrk:n sisällä lähetyksestä),
FTA=Free To Air eli vapaasti katsottavat kanavat, YTD = 1.1.-21.11. kunakin vuonna

MTV:n uutisten tavoittavuus lähes Ylen tasolla



Lähde: Finnpanel TV-mittaritutkimus, kaikki 4+ vuotiaat, vko:jen 1-46 keskiarvo, tavoittavuus väh. 3 min yhtäjaksoista katselua.

Yle TV1 lauantai-ilta

Keskimäärin 938 tuhatta katsojaa



MTV3 lauantai-ilta

Keskimäärin 669 tuhatta katsojaa



Yle Areena vs. MTV Katsomo

MTV Katsomo hakee jalansijaa kv-suoratoistopalveluiden ja YLE Areenan välissä markkinalla.

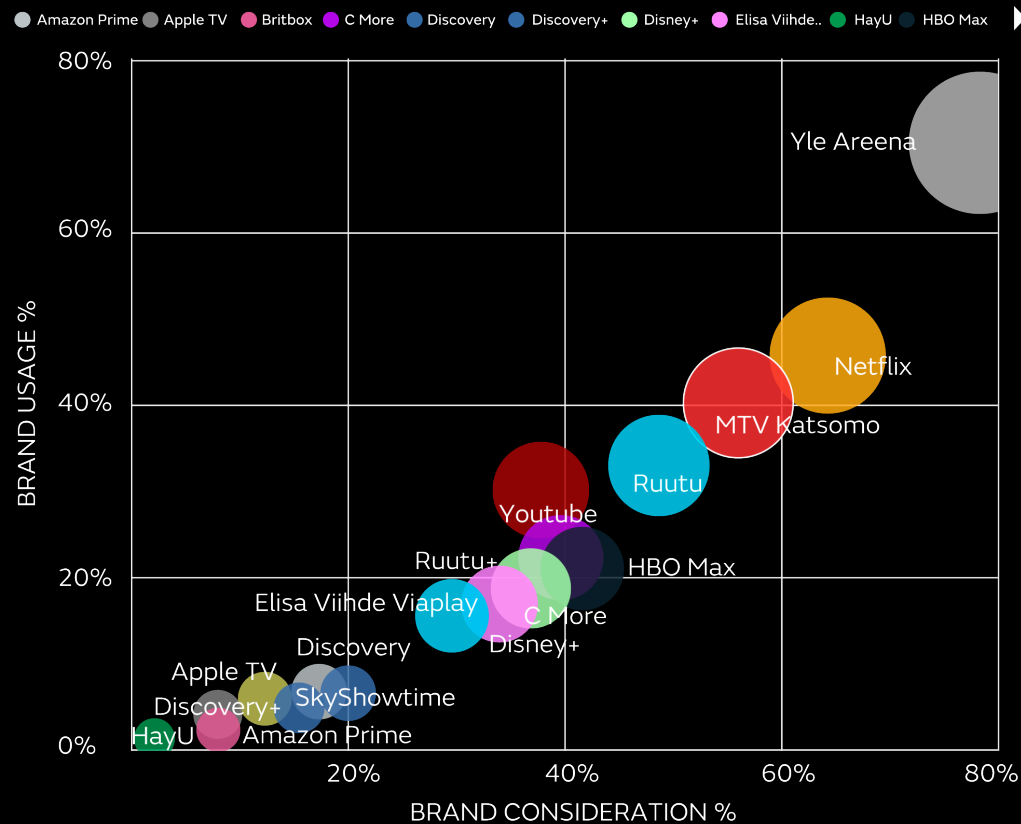
- Yle Areenaa käyttää **1,8** miljoonaa kotitaloutta joka kuukausi.
- MTV Katsomoa käyttää **0,9** miljoonaa kotitaloutta joka kuukausi.

Erityisesti Yle Areenan ulkomaiset sisällöt vievät katsojia.



Yle Areena suurin suoratoistobrändi

2023



Lähde: MTV Brand Tracking, tiedonkeruusta vastaa Nepa Insight Oy. Kohderyhmä 15-74 vuotiaat, jatkuva tiedonkeruu n=120 /Vko



Monimuotoinen media on demokratian elinehto.

Monimuotoiseen mediaan kuuluu vahva kaupallinen kansallinen mediakenttä, mukaan lukien kaupallinen kotimainen televisio. Kaupallinen kotimainen televisio on kuitenkin vaikeuksissa.

Tärkeintä mediasäätelyssä nyt on tasapainottaa kv-jättien, julkisen palvelun ja kaupallisten toimijoiden välistä markkinaepätasapainoa. Kaupallisen television ja uutistoiminnan elinvoimaisuus on varmistettava.