

Bauer Median näkemykset Yle parlamentaariselle työryhmälle

Kuulemistilaisuus 1.12.2023
Johanna Halkola

BAUER MEDIA on Suomen kaupallisen radion markkinajohtaja ja harjoittaa lähettää 17 radiokanavaa. Radiokanavat koostuvat sekä valtakunnallisista että paikallisista radiokanavista. Uusimpia radiokanavia ovat marraskuussa 2023 avattu Pohjoismaiden ensimmäinen tekoälyradio sekä Oulussa kuuluva paikallisradio Radio Mega.

Lisäksi Bauer Media tarjoaa ja kehittää digitaalisen audion palveluja, kuten podcast-palvelua ja digitaalisen mainonnan ratkaisuja mainostaja-asiakkaille.

Yhtiö työllistää 180 media-alan ammattilaista.

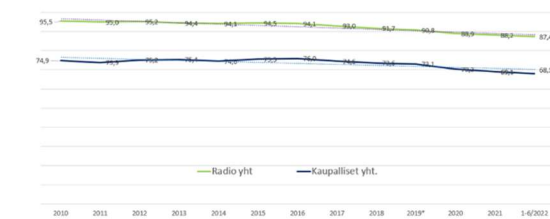
Toimintaympäristön muutos

Kaupallisen radion toimintaympäristö on muuttunut merkittävästi viimeisten vuosien aikana. Mediakulutuksen muutokset, teknologinen kehitys sekä kilpailun lisääntyminen ja globalisoituminen haastavat kotimaisen audiomedian toimintaedellytyksiä.

Radion kehitys mukalee samaa kehitystä muun perinteisen median kanssa. Lineaarisen radion kuuntelu on vähentynyt tasaisesti viimeisen kymmenen vuoden ajan. Kehitys näkyy erityisesti nuorissa ikäryhmissä. Samaan aikaan digitaalisen audion kulutus kasvaa. Kehitystrendi on pääpiirteissään yhtenevä kaupallisten radioiden ja Ylen välillä.

Kilpailuympäristö on muuttunut globaalisti digijättien markkinoille tulon myötä. Kilpailun voidaan nähdä kasvaneen ja globalisoituneen. Digijätit, erityisesti Google ja Meta, kasvattavat jatkuvasti osuuttaan mediamarkkinasta ja mainoseuroista. Kansainvälisten digijättien osuus verkkomainonnasta oli viime vuonna jo 65 prosenttia. Digijättien mainosbudjetit ovat lähes nelinkertaistuneet vuodesta 2015 lähtien.

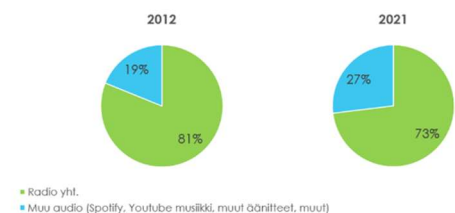
RADION KUUNTELU ON VÄHENTYNYT TASAISESTI VIIMEISEN KYMMENEN VUODEN AIKANA



Lähde: Pöytäkirja, Kansallinen radiokulutus, vuosikertaus 2010-2021 ja 1-6/2022. Radion osuutta prosentteina % 9+ vuotiaat.



MUUN AUDION KUUNTELU KASVAA



■ Radio yhti.
■ Muu audio (Spotify, Youtube musiikki, muut äänitteet, muut)

Lähde: Pöytäkirja, Kansallinen radiokulutus, Kuuntelumuutokset 9+ vuotiaat.



Ylen tehtävän tarkkarajaisuus

Ylen tehtävän täsmällinen ja tarkkarajainen määrittely on olennaista kaupallisen median toimintaedellytysten turvaamiseksi.

Yleä ei tule käsitellä erillisenä saarekkeena vaan osana mediamarkkinaa. Poliittisen päätöksenteon keskiössä ja yleisenä tavoitteena tulee olla monipuolisen kotimaisen mediatarjonnan saatavuuden varmistaminen kansalaisille. Tavoitteeseen pääsemiseksi on olennaista tarkastella Yleä osana koko mediamarkkinaa.

Ylen lakisääteisenä tehtävänä on tuoda ohjelmistoa jokaisen saataville. Ylen itseisarvoisena tavoitteena ei tulisi olla se, että Yle tavoittaa kaikki suomalaiset.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto on todennut lausunnossaan, että julkisen palvelun tehtäviksi tulisi lähtökohtaisesti säätää vain yleisen edun kannalta välttämättömät palvelut. Ylen sisältöjen tuottaminen verorahoin on omiaan heikentämään yksityisen median mahdollisuuksia harjoittaa sekä kasvattaa elinkeinotoimintaansa tapauksissa, joissa Ylen verorahoin tarjoamat palvelut kilpailevat yksityisten toimijoiden tuottamien palveluiden kanssa.

Riippumaton valvonta

Nopeasti muuttuvassa mediamarkkinassa korostuu riippumattoman valvonnan merkitys. Myös Ylen tulee kehittää toimintaansa julkisen palvelun tehtävän rajoissa. Tämän mahdollistamiseksi on olennaista, että Ylen valvonta on annettu yhtiöstä riippumattoman tahon tehtäväksi.

Riippumattomalla valvonnalla tulee varmistaa myös Ylen toiminnan ennakoitavuus, mikä on olennaista erityisesti mediamarkkinan muutosvaiheessa, jossa yksityiset toimijat investoivat uusien palveluiden kehittämiseen. Julkisilla varoilla tuotettu julkisen palvelun sisältö ja laajuus tulee olla yksityisten toimijoiden ennakoitavissa.

Julkista palvelua on valvottava läpinäkyvästi ja tehokkaasti tehtävään soveltuvan viranomaisen tai nimetyn elimen toimesta. Tällainen voisi olla esimerkiksi Traficom tai Kilpailu- ja kuluttajavirasto.

Valvonta voi olla tehokasta vain silloin, kun siitä vastaa taho, joka on tosiasiallisesti riippumaton yleisradioyhtiön johdosta ja jolla on toimivalta ja riittävät valmiudet ja resurssit säännölliseen valvontaan.

Ylen Rahoitus

Ylen rahoitusta on arvioitava suhteessa mediamarkkinan kokonaisuuteen ja erityisesti kotimaiseen kaupalliseen radioon ja televisioon. Ylen liikevaihto on 511,85 miljoonaa euroa, kun kaupallisten radioiden yhteenlaskettu liikevaihto on 71,2 miljoonaa euroa ja kaupallisen television yhteenlaskettu liikevaihto 255,3 miljoonaa euroa.

Ylen rahoitus on korkea myös suhteessa bruttokansantuotteeseen, kun vertailukohtana ovat esimerkiksi naapurimaamme. Rahoitus on korkea myös suhteessa väestömäärään. Nämä muuttujat tulisi huomioida julkisen palvelun rahoituksen oikeasta ja riittävästä tasosta päätettäessä.

Ylen rahoituksen tarkastelussa tulisi lisäksi huomioida myös julkisen talouden yleinen tila.

Yhteenveto

Kaupallisen radion toimintaympäristö on muuttunut olennaisesti kilpailun lisääntymisen ja globalisoitumisen, mediakulutuksen muutosten sekä teknologisen kehityksen myötä.

Toivomme parlamentaarisen työryhmän asettavan päämääräksi monipuolisen kotimaisen mediatarjonnan saatavuuden turvaamisen ja huomioivan arvioinnissa mediamarkkinan kokonaisuuden, johon kuuluvat sekä Yle että kaupalliset mediatoimijat.

Arvioinnissa tulisi kiinnittää erityisesti huomiota Ylen tehtävän tarkkarajaisuuteen, riippumattomaan valvontaan sekä rahoituksen oikeaan tasoon.

Lisätietoja:

Johanna Halkola

Johtaja, Strategia

johanna.halkola@bauermedia.fi

p. 050 377 9836