

15.2.2024

Julkinen



Näkemyksiä media-alasta

Yleisradiota koskeva parlamentaarinen
työryhmä 16.2.2024

Digita Oy

Tom Jungell / SVP Broadcast



- **Digita omistaa** ja operoi Suomen johtavaa valtakunnallista maanpäällistä televisio- ja radioverkkoa
- **Maan suurin** riippumaton tietoliikennemastojen omistaja
- **Digitaalisen infrastruktuurin** ja palveluiden tarjoaja
- Tavoitteenamme on kehittää digitaalista infrastruktuuria mahdollistamaan **tulevaisuuden digitaaliset palvelut**
- Kehittyvien Broadcasting-ratkaisujemme avulla **media tavoittaa suomalaiset** nyt ja tulevaisuudessa

Menestystekijämme

24/7

Palvelukeskus
(SOC)

38

Pääasemaa

5 400

Saittia*

Sisältää Digitan mastot
ja Digitan hallinnoimat saitit.

200

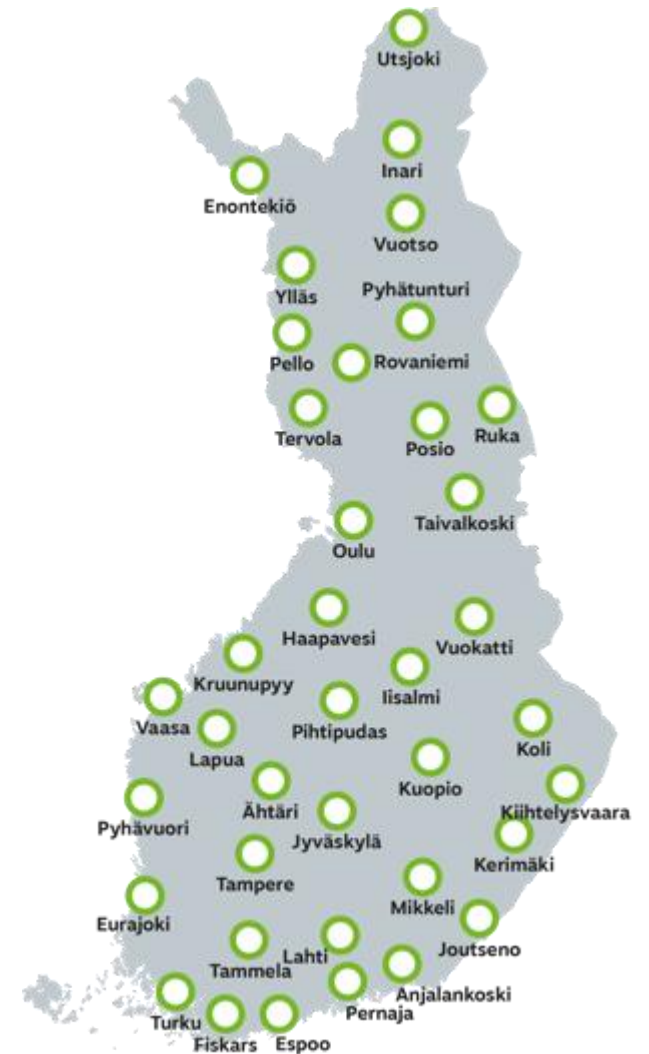
Ammattilaista

90 milj. €

Liikevaihto

4

Edge Data centeriä



Kaikissa tilanteissa toimiva verkko

- Digitan ylläpitämät ja operoimat maanlaajuiset radio- ja tv-verkot ovat osa maamme kriittistä infrastruktuuria
- Verkot ovat turvalliset ja palvelun käytettävyys hyvin korkea: **TV 99.996 %**, **radio 99.996 %** (2022)
- Huoltovarmuus- ja varautumistyötä tehdään usean tahon kanssa, esim. Traficom, Huoltovarmuuskeskus, Puolustusvoimat ja Yle
- Kansalaisten tiedonsaanti kriisitilanteissa varmistetaan **Digitan FM-radioverkon välityksellä (YLE Radio Suomi, YLE Radio Vega)**

Verkko sekä hyvän että pahan päivän varalle



yle



Puolustusvoimat

Försvarsmakten • The Finnish Defence Forces

TRAFICOM

Liikenne- ja viestintävirasto

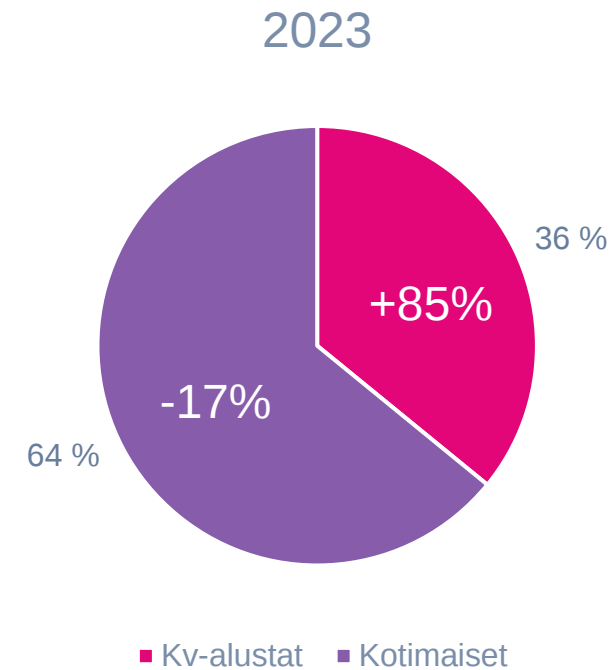
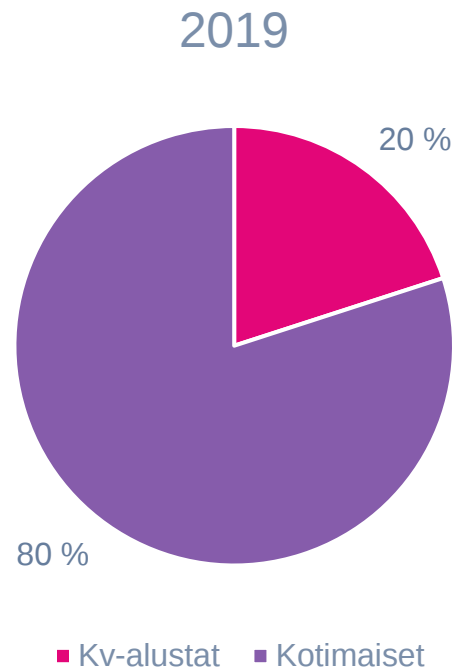


Huoltovarmuusorganisaatio

Försörjningsberedskapsorganisationen
National Emergency Supply Organisation

Mediapanostukset 2019-2023

Kv-alustat vs kotimaiset mediaryhmät



Mediapanostukset 2019-2023

Kv-alustat vs kotimaiset mediaryhmät

- Vuonna 2019 Kv-alustojen osuus koko mediamarkkinasta oli 20%. Vuonna 2023 osuus oli kasvanut 36%:iin.
 - Kv-alustojen osuus on kasvanut +85% samalla kuin kotimaisten medioiden osuus on laskenut 17%.
- Vuonna 2023 Suomen mediamarkkinan koko oli 1300M€. Tästä kansainväliset alustat ottivat 466M€ eli 36%.
- Kv-alustat vievät siten koko ajan suuremman ja suuremman osan Suomessa mediamainontaan käytetystä rahasta.
- Tämä on juurisyy siihen, miksi kaupallisilla mediataloilla on hankalaa. Syy ei ole YLE

Ennakoidut muutosprosentit 2024 vs 2023

TV	-2,6%
<u>Sanomalehdet</u>	-15%
Online	+1,5%
<u>Aikakauslehdet</u>	-15%
<u>Ulkomainonta</u>	+5,9%
Radio	-2,5%
<u>Elokuva</u>	+6,2%
Total	-1,5%

Totaali	offline	online
-1.5 %	-5.3 %	1.5 %

Lähde: Kantar & IAB Finland. OM ennuste.

- Kv-alustojen kasvu koko markkinasta jatkuu myös vuonna 2024
- Kv-alustojen kasvuennuste on 8%, vastaava kotimaisille mediaryhmille on –1,5%

Suomi tarvitsee monimuotoiset ja luotettavat kotimaiset mediayhtiöt tulevaisuudessa

- Kaupallinen media-ala konsolidoituu ja uutisoinnin moninaisuus vähenee samalla kun median moniäänisyys vähentyy alueellisesti
- Kaupalliset mediasisällöt viihteellistyvät läpikotaisin mainontalogiikka edellä
- Suuret kansainväliset mediatalot, sosiaalisen median toimijat ja teknologiayritykset lisäävät läsnäoloaan suomalaisten arjessa älylaitteiden ja tekoälysovellutusten kautta vieden yhä suuremman osan kotimaisten mediatoimijoiden ansainnasta ja kuluttajien ajasta
- Journalistisen median merkitys ja käyttö kasvavat, kun epävarmuuksien keskellä medioista haetaan luotettavaa tietoa. Tässä uutisoinnissa Ylellä on keskeinen rooli, niin valtakunnallisesti kuin paikallisesti
- Ihmiset odottavat kuluttamiltaan medioilta yhä enemmän selkeyttä: luotettavaa ja varmistettua tietoa tai puhdasta viihteellisyyttä ja hyvin tehtyjä genresisältöjä

YLE

- YLEllä on keskeinen rooli monikulttuurisena mediatalona, joka toiminnassaan tuottaa moninaista sisältöä kaikille eri kohderyhmille. Tällainen laaja toiminta ei ole kaupallisille toimijoille kiinnostavaa, sillä se ei ole kaupallisesti kannattavaa.
- YLE tarjoaa luotettavaa ja ajankohtaista tietoa kaikille suomalaisille. YLEllä on myös tärkeä rooli demokratian, tasa-arvon ja kansallisen yhteenkuuluvuuden edistäjänä.
- YLEllä on kriittinen rooli huoltovarmuudessa, vaaratiedottamisessa ja kriisitilanteiden tiedottamisessa eikä tätä tule vaarantaa. Voidaan kuitenkin pohtia tulisiko huoltovarmuuden toiminnan kulut kattaa muualta kuin YLEn omasta budjetista.
- Merkittävät leikkaukset YLEn budjettiin vaikuttaisivat negatiivisesti mm eri ryhmien huomioimiseen, vähentäisivät kuluttajien kannalta relevanttia paikallista uutisointia sekä heikentäisivät myös merkittävästi tuotantoyhtiöiden ja muiden tahojen liiketoimintaa. Yleä koskevat leikkaukset vaikuttavat siten suoraan suomalaisen tuotantokentän elinvoimaan.

Ajatuksia tulevast

- Nykyinen kehityssuunta on huolestuttava. Valeuutiset lisääntyvät ja vääristävät suomalaisten näkemyksiä. Ne voivat myös lisätä vastakkaisasettelua.
- On tärkeää varmistaa, että meillä on jatkossa kotimaiset, monimuotoiset, luotettavat ja hyvinvoivat mediatyhtiöt. Näillä ylläpidämme mm sivistystä ja lähdekritiikkiä.
- Suomen tulisi tukea kotimaista mediaa ja suomalaisen kulttuurin ylläpitoa Kv-jättejä vastaan
- Mediatukea uutismedioiden journalistiselle toiminnalle tulisi harkita. Samalla voisi pohtia voidaanko löytää yhteistyömuotoja Ylen ja kaupallisen mediakentän välillä.
- YLEn rahoituksen merkittävä leikkaaminen nykytilanteessa ei ole järkevää. Kotimainen kaupallinen uutismediakenttä kapenee Kv-alustojen kääriessä suuremman osuuden mainosrahoista. YLEn toiminnan pienentäminen rahoitusleikkauksen kautta vain nopeuttaisi tätä valitettavaa suuntaa suomalaisten kannalta.
- Uuden Eurooppalaisen Mediavapaussäännösten vaatimukset tulisi huomioida parlamentaarisen työryhmän työssä

Yhteenveto

- I. Kansainväliset alustayhtiöt ja niiden kasvava osuus mediamainontaan käytetystä rahasta ovat syy kotimaisen mediakentän ahdinkoon, ei YLE.
- II. Suomen tulisi tukea kotimaista mediaa ja suomalaisen kulttuurin ylläpitoa kansainvälisiä jättejä vastaan mm. turvaamalla Ylelle riittävä, kestävä ja ennustettava rahoitus julkisen tehtävän suorittamiseksi.
- III. Ylen huoltovarmuusroolia ei saa vaarantaa



Huomisen arvoinen digitaalinen toimintaympäristö