

Viite: Sidosryhmätilaisuus postilain uudistamisesta 21.3.

Postilain kokonaisuudistus aikakauslehtien näkökulmasta

Kiitän ministeriötä avoimesta ja monipuolisesta sidosryhmätilaisuudesta. Kokoan oheen aikakauslehtialan puolesta yhtäältä näkökohtia, joita Aikakauslehtien liitto on tuonut jakeluasioissa aikaisemminkin esiin, ja toisaalta kantoja, jotka perustuvat maanantain sidosryhmätilaisuudessa esiin nostettuihin huomioihin.

Aikakauslehtien liiton kannalta olennaista postilain uudistamisessa on aikakauslehtien jakelun kustannustehokkuuden turvaaminen. Lailla on luotava reilu kilpailuympäristö paitsi jakelutoimijoiden myös eri jakelutuotteiden välille. Jälkimmäinen edellyttää tuotekohtaiseen asiakastarpeeseen perustuvaa hinnoittelua.

Aikakauslehtien liitto edustaa toimialaa, joka kustantaa ja julkaisee painettuja ja sähköisiä aikakauslehtiä. Suomessa ilmestyy säännöllisesti yhteensä yli 4000 aikakauslehteä, jotka edustavat poikkeuksellista moniarvoisuuden kirjoa joukkoviestinnässä. Lehdet edustavat eri poliittisia näkemyksiä, eri elämänkatsomuksia, eri tieteen ja kulttuurin aloja, eri ammattiryhmiä, palkansaajia ja elinkeinoelämää, viihdettä ja toimialakohtaista erityisasiantuntemusta, luksusta ja kulutuskriittisyyttä. Jakelun kustannustehokkuus on yksi kriittisimmistä toimialan menestystekijöistä.

Vahvin muutostrendi aikakauslehtialalla kuten lukuisilla muillakin toimialoilla on digitalisaatio kaikissa muodoissaan. Digitalisaatio tarkoittaa aikakauslehdille kuitenkin enemmän palveluvalikoiman laajentumista kuin saman palvelun siirtymistä käyttöliittymästä toiseen. Aikakauslehdistä kehittyvät hybridituotteita, jotka hyödyntävät paperimuodossa painetun käyttöliittymän ja sähköisessä muodossa digitaalisten sovellusten vahvuuksia. Printissä vahvuudet liittyvät syventyvään lukemiseen, rentoutumiseen ja taukoon elektronisesta työskentelystä, digitaalisessa muodossa mm. ajantasaisuuteen, personointiin, verkkoyhteisöihin ja helppojen ostopolkujen luomiseen. Juuri alkanut maailmanlaajuinen painettujen kirjojen myynnin kääntymisen kasvuun antaa viitettä siitä, että myös merkittävä osa aikakauslehtien käyttötavoista suosii painettua muotoa digitalisaatiokehityksen edetessäkin.

Aikakauslehdille riittää 2–3 jakelupäivää viikossa ja niiden volyymit ovat jakeluyritykselle helposti ennakoitavissa. Tässä suhteessa aikakausmedia on varsin joustava suhteessa jakelun optimointiin digitalisaatiokehityksen edellyttämällä tavalla. Tulevaisuudessa nimenomaan aikakriittisen, ajankohtaisuutisointiin perustuvan median voidaan ennakoida

keskittyvän digitaaliseen muotoon. Painetun käyttöliittymän vahvuudet puolestaan korostuvat erikoistuneissa, vähemmän aikakriittisissä medioissa. Voidaan ennustaa, että markkinoille syntyy tulevaisuudessa medioita, jotka kombinoivat näitä vahvuuksia tuottamalla nopean digitaalisen uutispalvelun ja taustoittavaan syventyvään lukemiseen tarkoitettujen laadukkaiden painotuotteiden yhdistelmiä. Tässäkin skenaariossa fyysisen jakelun kustannustehokkuudella on keskeinen merkitys pitkälle tulevaisuuteen. Mikäli aikakauslehdet ovat mukana rahoittamassa volyymitasoltaan jatkuvasti supistuvaa viisipäiväistä jakeluverkkoa liian pitkään, pohja tältä liiketoimintamallilta on vaarassa rapautua enneaikaisesti.

Yleispalvelutuotteiden viiden päivän jakeluvelvoite ja postidirektiivin 3 artiklan mahdollistamat joustot siitä eivät ole relevantteja aikakauslehtien tarvitseman jakelutiheyden kannalta. Jakelun hinnoittelun lähtökohtana on kuitenkin oltava kunkin jaettavan tuotteen tarvitsema jakelutiheys. Aikakauslehtijakelun tuotoilla ei ole oikeutettua eikä pitkällä tähtäimellä mahdollistakaan subventoida muita jakelutuotteita.

Suomen väkilukuun suhteutettuna ennätysellinen aikakauslehtivalikoima edustaa moniarvoista sananvapautta rikkaimmillaan. Tämän ovat tehokkaan jakelun ohella osaltaan turvanneet tilattujen lehtien alennettu arvonlisäverokanta ja järkevästi mitoitettut etämyyntinormit kuluttajansuojalainsäädännössä. Näiden ansiosta lehtivalikoima on ollut lukijoiden ulottuvilla kaikkialla Suomessa. Tämän tasapainon säilyttäminen on entistäkin tärkeämpää median nykyisessä kehitysvaiheessa.

Annan mielelläni lisätietoa asiasta.

AIKAKAUSMEDIA – Aikakauslehtien liitto ry



Mikko Hoikka
liittojohtaja
mikko.hoikka@aikakausmedia.fi