

Radio Vaasas årsplan och framtid

En plan på hur verksamheten ska utvecklas för att bli ekonomiskt hållbar

Herman Hagnäs

Examensarbete för Herman Hagnäs 1801034 (YH)-examen

Yrkehögskolan Nova

Vasa 2023

EXAMENSARBETE

Författare: Herman Hagnäs

Utbildning och ort: Företagsekonomi, Tradenom, Vasa

Inriktning: Internationell handel

Handledare: Tomas Sabel

Titel: Radio Vaasas årsplan

Datum: 20.11.2023 Sidantal: 37

Bilagor: 18

Abstrakt

Syftet med att göra detta examensarbete är att hjälpa Radio Vaasa få en stadig grund att bygga sin verksamhet på. Radio Vaasa var på konkursens brant år 2020 tills HSS Media köpte kanalen.

Vilken roll ska en tvåspråkig lokalradio ha i Österbotten år 2023? Vilka samarbetsmöjligheter kan man utveckla inom koncernen med Vasabladet, ÖT, Sydin och Segermarketing? Hur ska man kunna öka radions trovärdighet som reklamkanal för annonsörer? Vilken sorts samarbete kan man tillämpa med andra finska kommersiella radiostationer i Finland? Vilka begränsningar finns det för att öka vår marknadsandel i Österbotten? Hur ska man utveckla kanalen till hela Kust-Österbottens egen radio (från Karleby till Kristinestad)? Hur ska man förbättra och modernisera ljudbilden för att locka en bredare lyssnarskara för Radio Vaasa? Hur ska man bygga upp en ny hemsida?

Examensarbetet kommer att delas in i 3 olika delar. Först och främst en årsklocka som beskriver vad man ska satsa på vilka tider på året. För det andra kommer den andra delen att handla om utvecklingen av olika samarbetsmöjligheter inom koncernen, vilka olika paketmöjligheter kan man erbjuda kunder (tidning, webb, podcast, video osv.), finska nyheter från Vasabladet på hemsidan. Den tredje delen kommer att handla om utveckling av kanalens ljudbild, visuella outlook och hur hemsidan ska se ut.

Metoder för att genomföra det här arbetet är att sammanställa det som redan funkar och genom att hitta på nya kostnadseffektiva alternativ som gynnar både annonsörerna och kanalen.

Det resultat som vi vill nå är att kunna bygga en stadig ekonomisk grund för Radio Vaasa som säkerställer radions framtid i Österbotten som mediekanal.

THESIS

Author: Herman Hagnäs

Education and county: Företagsekonomi, Tradenom, Vasa

Orientation: Internationell handel

Supervisor: Tomas Sabel

Titel: Radio Vaasa annual plan

Date: 20.11.2023 Pages: 37 Attachments: 18

Abstract

The purpose of doing this thesis is to help Radio Vaasa get a good ground to build its business on. Radio Vaasa was on the verge of bankruptcy in 2020 until HSS Media bought the channel.

What role should a bilingual local radio play in Ostrobothnia in 2023? What cooperation opportunities can be developed with Vasabladet, ÖT, Sydin and Segermarketing? How can radio's credibility be increased as an advertising channel for advertisers? What kind of cooperation can be applied with other Finnish commercial radio stations in Finland? What are the limitations to increasing our market share in Ostrobothnia? How should the channel be developed into the whole region from Kokkola to Kristiinankaupunki? How to improve and modernize the sound image to attract a wider audience for Radio Vaasa? How to build a new website?

The thesis will be divided into 3 different parts. First of all, an annual clock that describes what to bet on at which times of the year. Secondly, the second part will be about the development of different collaboration opportunities within the group, what different package options can be offered to customers (newspaper, web, podcast, video, etc.), Finnish news from Vasabladet on the website. The third part will be about development of the channel's sound image, visual outlook and how the website should look.

Methods for carrying out this work are to compile what already works and by inventing new cost-effective alternatives that benefit both the advertisers and the channel.

The result we want to achieve is to be able to build a stable financial foundation for Radio Vaasa that ensures the future of local radio in the Ostrobothnia area.

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Vad vill vi få reda på med detta slutarbete?	1
1.2	Problem.....	1
2	Radiobranschen.	1
2.1	Genomgång av undersökningen ”Näin suomalainen kuuntelee – Digiaudio 2023”. 2	
2.2	Finlands kommersiella radiofält.	2
2.3	Finlands kommersiella radiofält jämfört med övriga Norden.	2
2.4	Kritik mot de stora kommersiella i Finland.....	3
2.5	Radio Vaasas möjlighet att utöka sin marknadsandel.	4
2.6	Öka synlighet och få fler lyssnare på andra håll i Österbotten.....	5
2.7	Målgrupp.	Fel! Bokmärket är inte definierat.

2.8	Undersökning angående finskspråkig nyhetsportal under namnet Radio Vaasa...	7
3	Radio Vaasas innehåll.	10
3.1	Varför har vi en programtablå?	10
3.2	Programtablån för tillfället.	10
3.3	Programtablån i utvecklad textform.	13
3.4	Jinglar i Radio Vaasa.	14
3.5	Reklam i Radio Vaasa.	14
4	Samarbete mellan VBL, ÖT och Sydin. Fel! Bokmärket är inte definierat.	
4.1	Samarbete mellan redaktionen och radions innehåll. Fel! Bokmärket är inte definierat.	
4.2	Samarbete annonsförsäljningen i Radio Vaasa med VBL, ÖT och Sydin. Fel! Bokmärket är inte definierat.	
4.3	Finskspråkiga lokalnyheter i radion. Fel! Bokmärket är inte definierat.	
5	Metod för förnyad årsplan.	18
5.1	Vad är en årsklocka?.....	18
5.2	Radio Vaasas årsklocka.	19
5.3	Konkurrens inriktad bench marking.	21
5.4	Ny logo och ljudbild.	21
5.5	Paketlösningar för företag.	23
5.6	Vilka paketlösningar kan erbjudas i samarbete med VBL, ÖT och Sydin?	26
5.7	Vilka paketlösningar kan erbjudas i samarbete Segermarketing?	28
5.8	Musikprofil?	29
5.9	Podcast-produktion.	30
5.10	Podcast produktion och samarbete med Vasabladet och ÖT.	33
5.11	Hemsidan	34
5.11.1	Uppdatering av hemsidan.	34
5.11.2	Samarbete kring Vasabladets hemsida.	34
6	Sammanfattning.....	34
7	Källor.....	36

1 Inledning

Hela mediabranschen står inför stora förändringar inom de kommande åren. Detta på grund av att de traditionella medierna som TV, Radio och Tidningar utmanas av internet och sociala medier. Det knepiga är att kunna hitta en hållbar framtid för dessa. Detta slutarbete tar fasta på utvecklingen av Österbottens och Finlands enda tvåspråkiga radiokanal Radio Vaasa. Dethär projektarbetet bygger på egna erfarenheter, studerande av hur andra radiokanaler gör och olika undersökningar.

1.1 Vad vill man få reda på med detta slutarbete?

Med detta slutarbete vill man försöka se möjligheter för Radio Vaasas framtid och utveckling med en förnyad årsplan. Slutarbetet ska också ta fasta på mera samarbete med HSS Media och möjligheter till utveckling som finns inom koncernen som äger Vasabladet, Österbottens Tidning, Syd-Österbotten och Segermarketing.

1.2 Problem

Radio Vaasa var nära att göra konkurs just före coronapandemin, verksamheten såldes då till HSS Media. När en media kanal har varit på konkursens brant länge så är det mycket arbete med att arbeta upp varumärket igen och öka trovärdigheten bland kunderna/annonsörerna. Radio Vaasa fungerar som en kommersiell kanal vilket betyder att man är beroende av annonsintäkter och såld programtid. Ifall man ser igenom budgeten för fjolåret 2022 så låg vi efter i försäljningen med c. 40 000€, vilket är en markant ökning från 2021 då vi låg efter med c. 100 000€. Nu har vi sakta men säkert börjat bygga upp en hållbar årsklocka som man förlorat greppet om innan pandemin. Problemet har varit bl.a. att man lämnat kvar i att försöka sälja reklam till samma företag som kanske tackat nej ifjol. Listan på kunder och program idéer hade stagnerat.

2 Radiobranchen.

Enligt färskas undersökningar mår det finländska radiofältet relativt bra ifall man jämför med andra traditionella medier. Det finländska radiofältet går att dela in i två olika fack det kommersiella och statsägda YLE - Rundradion. Radiomedia representerar alla finländska kommersiella radiokanaler, det finns c. 50 radiokanaler för tillfället av vilka 20 är nationella och resten lokala radiostationer. Radion är ännu väldigt stark för oss finländare och

kommersiell radio når ut till c. 3,4 miljoner personer under en vecka i bilen, hemma och på jobbet. (Radiomedia.fi, 2023)

2.1 Genomgång av undersökningen ”Näin suomalainen kuuntelee – Digiaudio 2023”.

Radiomedia är branschens intressebevakare och gör hela tiden nya undersökningar som går att använda för alla inom branschen.

I årets undersökning kommer man fram till att hela 82% av finländarna lyssnar varje vecka på digitalt audio innehåll. Det gäller podcasts, närradio, radioprogram eller musik via streamingtjänster. Samma siffra 82% gäller för FM-radion som ensam når ut till den här procenten tillsammans med närradion stiger siffran till 85%. Ifall man slår ihop all audio lyssning i Finland så kan man konstatera att den när 98% av hela befolkningen detta framkommer i Digiaudio 2023 – undersökningen.

Med i arbetsgruppen i för undersökningen hittar vi Asennestudio, Bauer Media, IAB Finland, Podme, Podimo, RadioMedia, Sanoma Media Finland, Suomen Podcastmedia ja Yle. (Radiomedia, 2023)

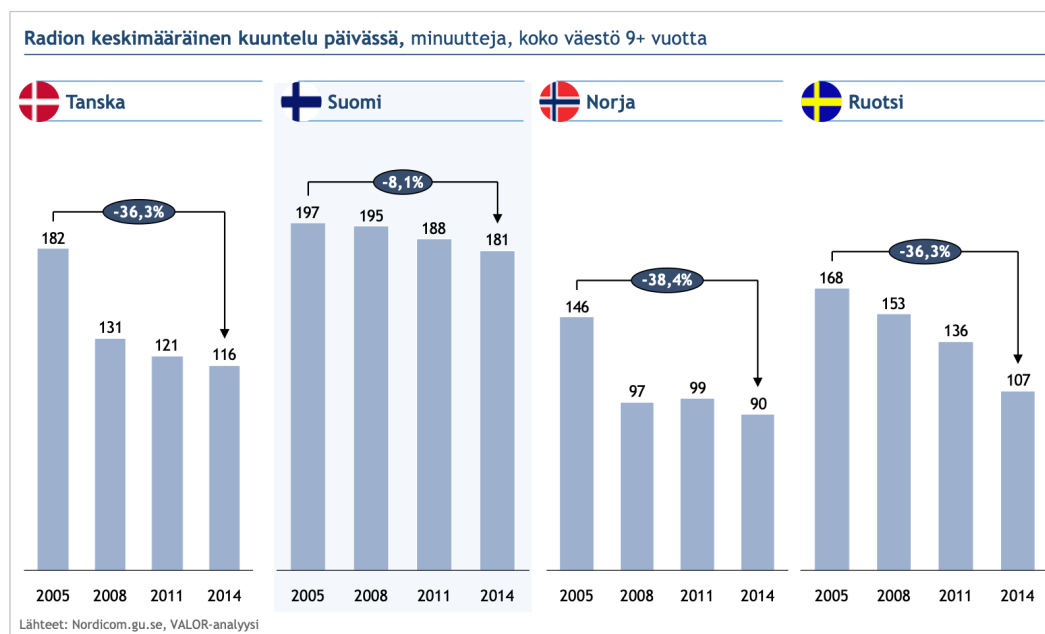
2.2 Finlands kommersiella radiofält.

Finlands kommersiella radiofält är idag till största del indelat i två stora aktörer. Bauer Media som ägs av Tyska Bauer Media Group och Sanoma Media Finland som hör till Sanoma Oyj koncernen som är i finsk ägo. För tillfället finns det 48 kommersiella radiokanaler i Finland av vilka 10 tillhör Sanoma Media Finland och Bauer Media har 16 radiokanaler, av dessa kanaler är största delen nationella med frekvenser och en bred hörbarhet över hela landet. Det betyder att över 50% av Finlands kommersiella radiofält 26 kanaler tävlar med 22 lokala eller andra privatägda radiostationer. (Bauermedia, 2023), (Sanoma, 2023)

2.3 Finlands kommersiella radiofält jämfört med övriga Norden.

Ifall man jämför Finland som kommersiellt radioland jämfört med övriga Norden så visar en del undersökningar att radion mår förhållandevis bra i Finland och ännu har ett väldigt

starkt fäste på mediefältet. Jämför man tyska Bauer Media Group kedjan som har 16 kanaler i Finland så har koncernen 11 kanaler i Sverige idag, 7 kanaler i Norge och 8 kanaler i Danmark. Detta kan till en del förklaras med att Finland har ett starkare fäste till FM-radion. Finland har en befolkning på c. 5,59 miljoner idag, Sverige 10,55 miljoner, Norge 5,53 miljoner och Danmark 5,95 miljoner. Ifall man ser på folkmängden jämfört med antalet radiokanaler så har Bauer mest radiokanaler i Finland jämfört med övriga Norden. (ssb.no, 2023) (scb.se, 2023) (stat.fi, 2023) (dst.fi, 2023)



Figur 1. Medellängden för radiolyssnande per dag i norden. (Valor-analyysi, 2016).

I denna tabell som beskriver medellängden på lyssningen av radio per dag så framkommer det också att radion tappat minst lyssnare av alla andra Nordiska länder bara c. 8% medans andra länder har en procenttappning på c. 36-38% mellan år 2005 till år 2014. Försökte hitta färskare statistik men detta var den senaste utredningen av den finska radiomarknaden som gjorts på begäran av Kommunikationsministeriet. Publikationsdatum 22.1.2016.

2.4 Kritik mot de stora kommersiella i Finland.

Det kan läsas ofta på olika chatt-forum t.ex. Suomi24 om hur smal spellista de kommersiella radiokanalerna i Finland har. Kollar man på info från biisit.info, så kan man konstatera att Radio Nova spelar under en månad över 5000 låtar av vilka olika låtar är c. 1000. Det betyder att samma låt spelas flera gånger om dagen, under ett år har man allt som allt spelat 3250 olika låtar. Kollar man t.ex. på Nordmans gamla klassiker Vandraren så har den spelats hela

120 gånger detta år, vilket betyder c. varannan eller var tredje dag. Radio Nova har relativt bred spellista ifall man jämför med ungdomens LOOP som under en månad spelar nästan 7000 låtar av vilka olika låtar är 229 st. Lewis Capaldis fjolårshit Forget Me har spelat hela 2886 gånger detta år vilket blir ungefär 9 gånger per dag. (Biisit.info, 2023) (Suomi24, 2017)

Musikbranschen, media och vanliga lyssnare kritiserar med jämna mellanrum de kommersiella kanalerna för att ha för smal musikprofil. Mikko Koivusipilä som är chef för spellistorna hos Sanoma Media Finland försvara sig med att kanalerna håller sig vid liv genom att sälja radioreklam och att man måste få lyssnarna att stanna på kanalen så länge som möjligt och detta gör man genom att spela ”känd musik” med en igenkänningsfaktor säger Koivusipilä i en artikel till Helsingin Sanomat. En ny låt måste spelas x antal gånger för att den ska kännas som en ”känd låt” och då har man etablerat en ny radiohit. (HS, 2017)

Iltalehti lyfter intressant fram musikbranschen och det finländska radiofältet som ett ”musikmonster” som kan bestämma över allting, detta i om med en företagsaffär år 2019 då Kaiku Entertainment köptes upp av Nelonen/Sanoma. Journalisten Mikko Räsänen lyfter fram i artikeln att det är oroväckande att det finländska musikfältet domineras av ett bolag som äger både radio och TV-kanaler samt festivaler och ett eget skivbolag. (Iltalehti, 2019)

I Arto Vilkkos avhandling för Suomen musiikintekijät – musiikintekijöiden etujärjestö om formatradion och spellistans symboliska makt från år 2013, så jämför han populärmusiken med hamburgare. ”Hamburgarkedjorna är en global produkt som har makten så länge folk äter hamburgare, det samma gäller populärmusiken och formatradions list-hitar de har makten så länge folk lyssnar”. Han säger vidare att ”Det har pratats mycket om hamburgarnas hälsorisker och varenda kedja symboliserar kommersialism och matkulturens fördärv. Det samma gäller den kommersiella populärmusiken som fyller formatradions spellistor”. (Musiikintekijät, 2013)

2.5 Radio Vaasas möjlighet att utöka sin marknadsandel.

Som man kan konstatera här tidigare så utsätts det kommersiella radiofältet för en del kritik av både lyssnare, media, musiker och musikorganisationer. Detta är allmänt ganska känt för att media har skrivit mycket om det de senaste 10-åren. Radio Vaasa faller utanför alla dessa stora kommersiella kanalers formatradio och spellist-koncept som många tröttnat på. Detta ger oss möjlighet att branda oss som mångsidig och lokalt förankrad.

Det som också skiljer Radio Vaasa från resten av Finland är att det bor nästan 100 000 svenskspråkiga längs med kusten och många följer med musik och nöjesfältet på svenska sidan. Det tvingar radion som tvåspråkig lokalradio att även följa med det svenska musikfältet och spela en andel musik på svenska. Detta ger Radio Vaasa automatiskt en mångsidighet som inte syns eller hörs i finska kommersiella radiostationer. (Tilastokeskus, 2023)

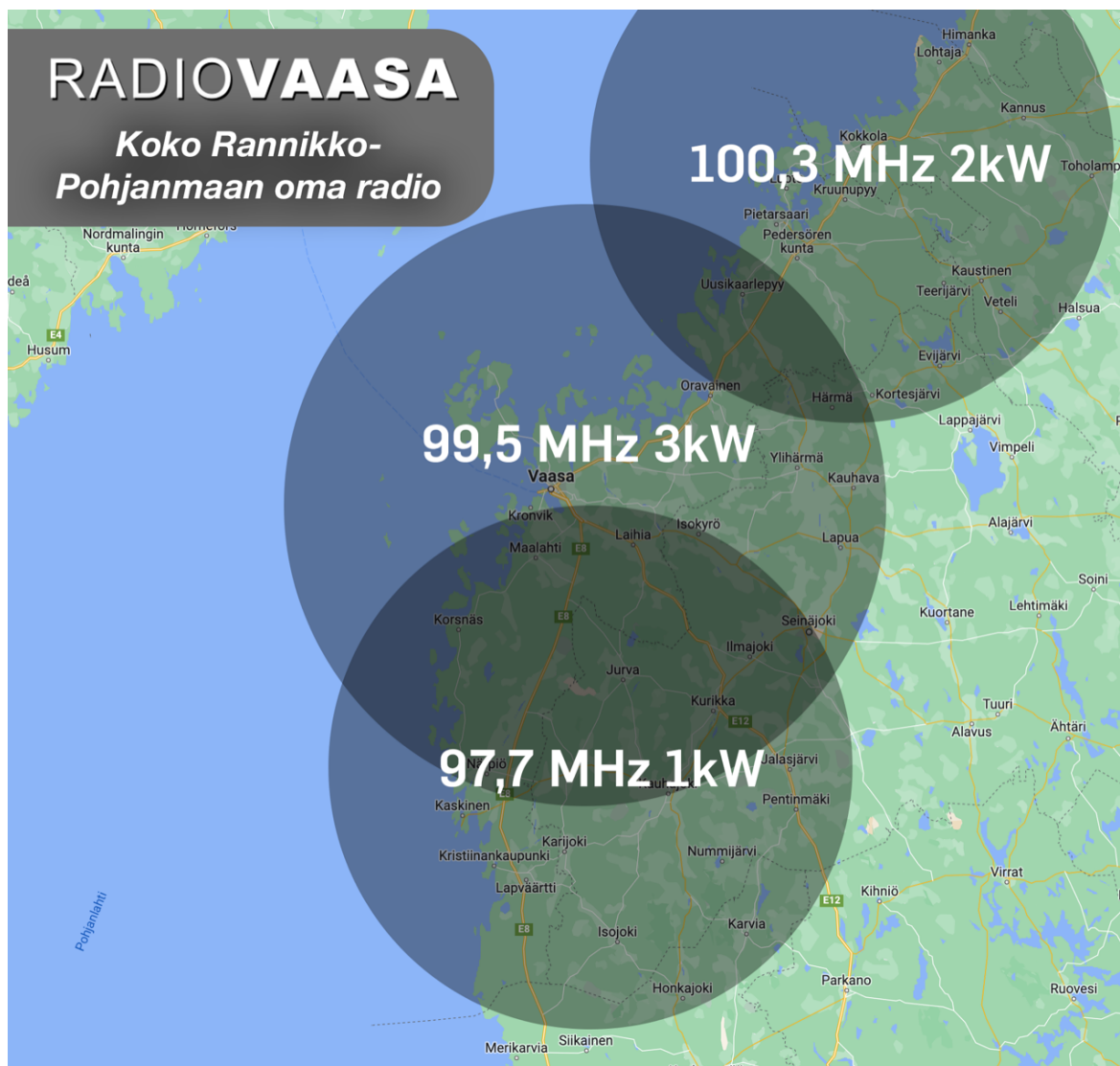
Den lokala musiken som inte tillhör de stora skivbolagen lämnar många gånger i skymundan och det är Radio Vaasas jobb att även inkludera den och följa med det lokala musikfältet från Karleby till Kristinestad på både finska och svenska. Där kunde man även profilera sig bättre med nya jinglar som påminner om att vi spelar lokal musik och kanske börja med något specialprogram för bara lokalmusik någon timme i veckan.

Det som är andras svaghet kan bli Radio Vaasas styrka, därför är det en idé att gå mot strömmen och erbjuda mångsidig musik för alla, utan förvalda artister och spellistor som inte inkluderar någon viss artist eller genré.

2.6 Öka synlighet och få fler lyssnare på andra håll i Österbotten

Vad kan man göra för att få bättre synlighet på andra håll i Österbotten? Hörbarheten är bra i hela Kust-Österbotten. I landskapet Österbotten bor det 176 041 personer enligt uppgifter från år 2022, i Mellersta Österbotten 67 915 personer men vi hörs inte i Perho, Lestijärvi och delar av Toholampi så vi kan dra av c. 5000 personer, istället hörs vi i delar av Kalajoki (Himango) som hör till Norra Österbotten. Inom landskapet Södra Österbotten täcker vi c. 80 000 personer vid gränsområden till Österbotten. Allt som allt blir det c. 320 000 personer som bor inom vårt hörbarhetsområde. Av dessa har närmare 100 000 personer svenska som modersmål och 220 000 finska som modersmål vilket ger en språkfördelning på c. 30% svenskspråkiga och 70% finskspråkiga. För tillfället ser det ut som Radio Vasas lyssnare ungefär har en sådan fördelning också. Enligt den senaste undersökningen av Finnpanel hade vi c. 15 000 unika lyssnare i veckan och för 45+ var Radio Vaasa den mest lyssnade kommersiella radiokanalen i Vasa. (Tilastokeskus, 2023) (Finnpanel, 2023)

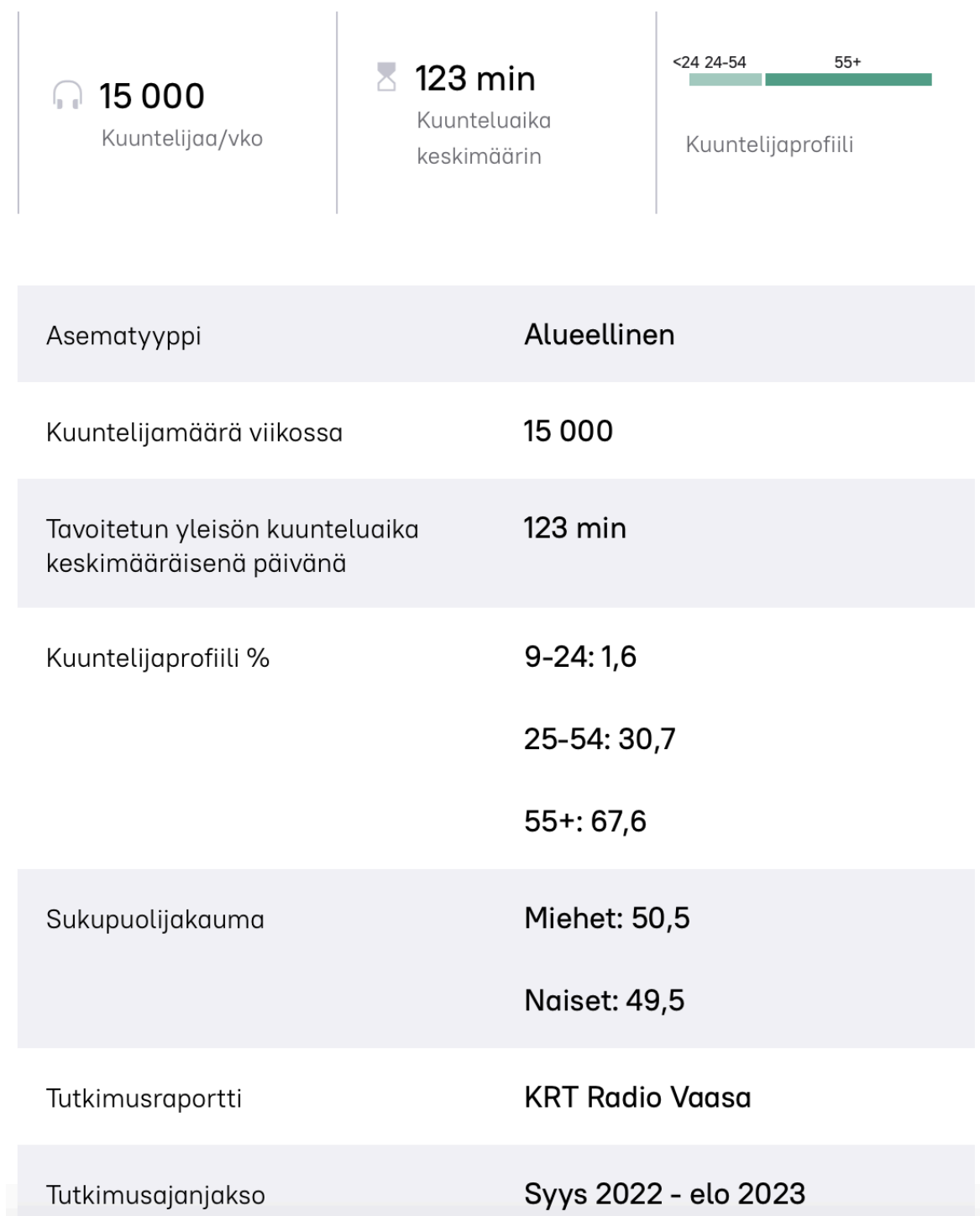
Ett realistiskt mål skulle kunna vara en marknadsandel på c. 25 000 lyssnare per vecka, en ökning på 10 000 personer är inte omöjligt. Radio Vaasa var för c. 20 år sedan den populäraste kanalen i Vasanejden och då var lyssnarmängden i dessa sfärer. Nu med hela kusten som täckningsområde så finns det alla möjligheter att uppnå detta mål. Radio Keski-Suomalainen som också har tre olika frekvenser i Jyväskylä trakten har för tillfället 23 000 lyssnare per vecka enligt Radiomedia.fi. (Radiomedia, 2023)



Figur 2. Radio Vaasas hörbarhetsområde.

2.7 Målgrupp.

Radio Vaasas kärn målgrupp är idag 55+ med c. 67% av våra lyssnare och på andra plats 25-54 åringar med c. 30% resten under 25 år. Detta framgår i Radiomedias relativt färsk undersökning som blev färdig i augusti detta år. För tillfället har man en lyssnarskara på c. 15 000 personer under en vecka och ett medeltal på hur länge man lyssnar på Radio Vaasa är över 2 timmar per dag. Jämför vi med andra kanaler på Radiomedias hemsidor så ligger Radio Vaasa i linje med andra lokalstationer på andra områden i Finland. (Radiomedia, 2023)



Figur 3. Radio Vaasas lyssnare. (Radiomedia, 2023)

2.8 Undersökning angående finskspråkig nyhetsportal under namnet Radio Vaasa.

HSS Media hade Taloustutkimus att göra en undersökning för att ta reda på ifall det finns intresse för en finskspråkig nyhetsportal på nätet som skulle kunna gå under namnet Radio Vaasa. Tanken var att kunna översätta och erbjuda finskspråkiga nyheter från Vasabladet

när Pohjalainen blivit uppköpt av Ilkka och nyhetsbevakningen på finska i Vasa brister. I denna undersökning kom man fram till att endast 13% skulle kunna vara villiga av att betala för en finskspråkig digital nyhetstjänst för 7,90€ i månaden. Undersökningen gjordes bland personer i åldern 35-54 år som bor i antingen Vasa, Korsholm eller Laihela.

Det som också är intressant som kom fram i undersökningen är att 45% av alla som deltagit i undersökningen lyssnar på Radio Vaasa aktivt eller nån gång emellanåt. Det som även framkom är det att de som lyssnar är oftare män än kvinnor och att mest lyssnare finns i dem som tjänar under 60 000 i året, minst lyssnar man på Radio Vaasa i Korsholm. Av de som inte lyssnar på Radio Vaasa nämner de som faktorer som att man lyssnar på andra kanaler, man lyssnar inte alls på radio, tvåspråkigheten, musiken, kanalen låter gammalmodig, det finns inte tillräckligt intressanta program eller att kanalen inte hörs tillräckligt bra. Hela 93% av de tillfrågade visste inte vem som äger Radio Vaasa. (Taloustutkimus 2023)

Bilderna är kapade från undersökningen.

Bild 1. Berättar om strukturen på alla de som deltagit i undersökningen.

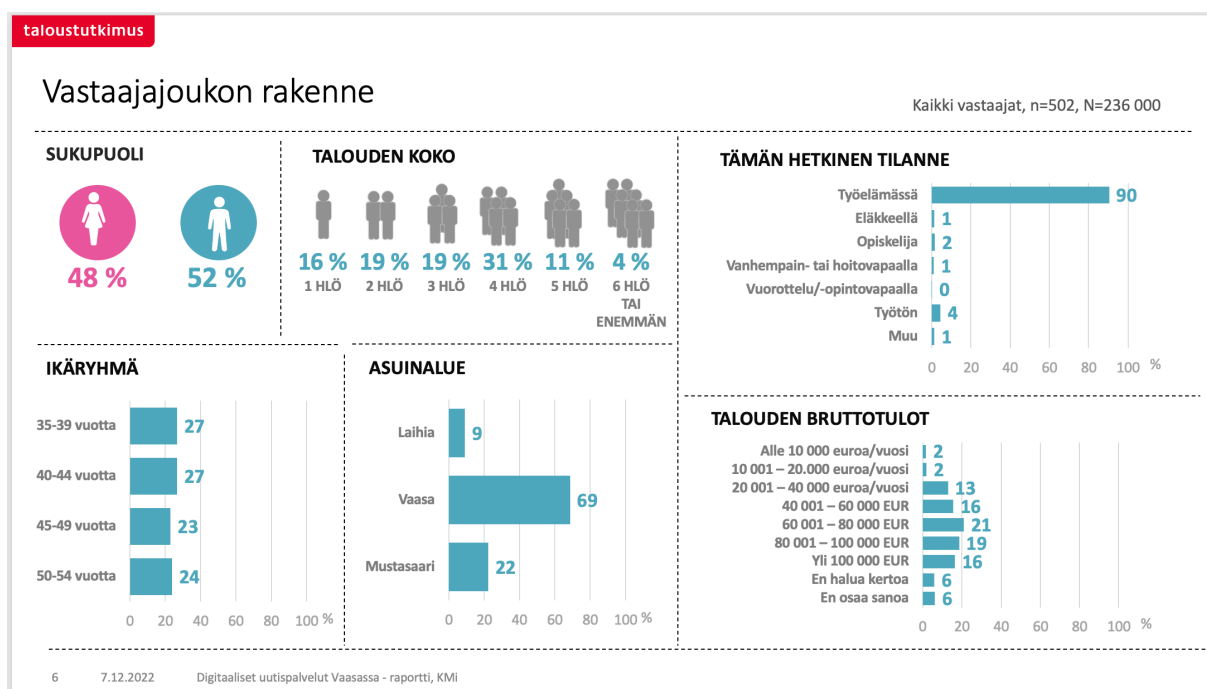


Bild 2 berättar om varför man inte lyssnar på Radio Vaasa.

taloustutkimus

Miksi ei kuuntele Radio Vaasaa

Niiltä, jotka eivät kuuntele Radio Vaasaa n=

- *Kerrotko tarkemmin, miksi et kuuntele Radio Vaasaa? ? AVOIN*
- Useimmin mainittiin seuraavat asiat:
 - Ei yleensäkään kuuntele radiota
 - Kuuntelee radiota hyvin vähän /harvoin (lähinnä vain autossa)
 - Kanavan musiikki ei sovi omaan makuun
 - Kuuntelee radiosta pääasiassa vain musiikkia
 - Kuuntelee muita kanavia (esim. Suomi Pop, Nova, Yle Vega, Radio Rock)
 - Koska se on kaksikielinen, liikaa ruotsinkielisiä ohjelmia (haittaa kun ei osaa ruotsia)
 - Ei ole mielenkiintoista ohjelmaa
 - Kanava on vanhanaikainen
 - Kanava ei kuulu kunnolla kaikkialla (katvealueita)

Kaikki avoimet vastaukset on listattu asuinkunnan ja ikäryhmän mukaan erilliseen excel-dokumenttiin.

18 7.12.2022 Digitaaliset uutispalvelut Vaasassa - raportti, KMI

Bild 3 beskriver hur många av de som intervjuats lyssnar på Radio Vaasa och vem som man tror är ägare.

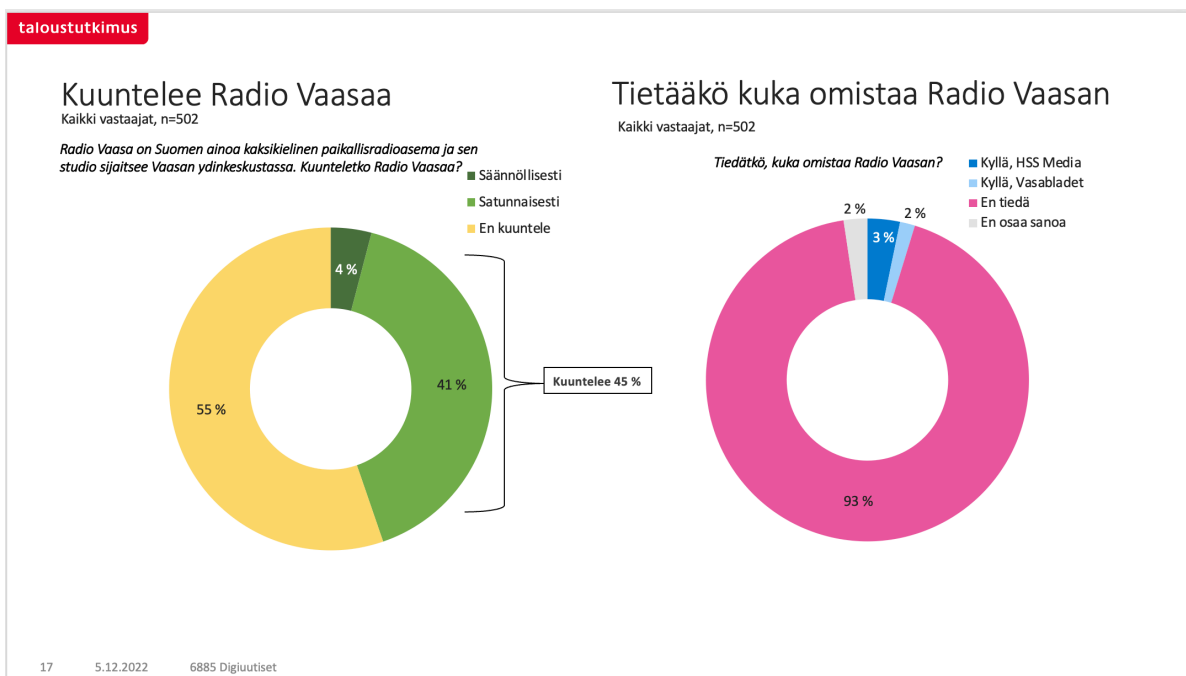


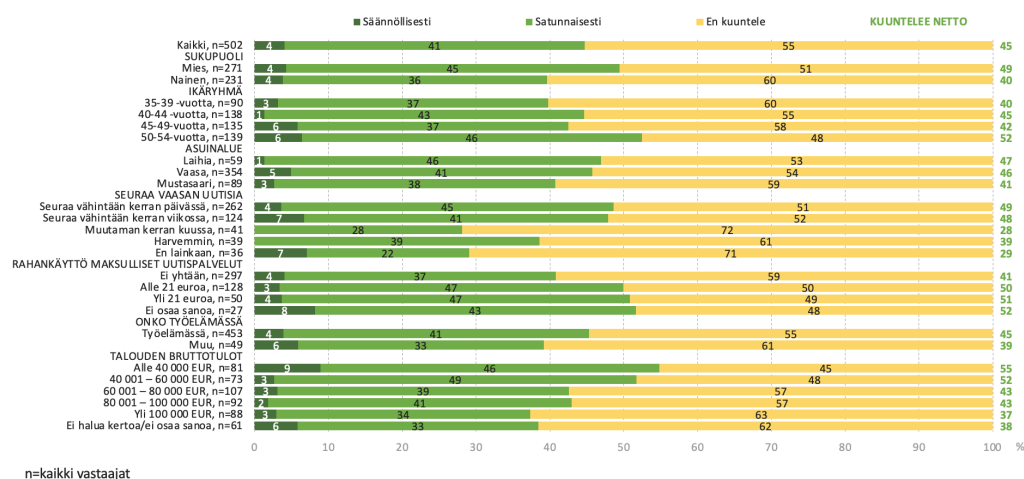
Bild 3 beskriver en kommentar av de 500 som intervjuats.

430	Vaasa	45-49-vuotta	On jokin dinosaurus, että voin olla väärässäkin. Vähän jämähtynyt, vanha, jäänyt 90-luvulle.
-----	-------	--------------	--

Bild 4 berättar mera om hur intervjuobjekten lyssnar eller inte lyssnar.

taloustutkimus

Kuuntelee Radio Vaasaa



n=kaikki vastaajat

19 7.12.2022 Digitaaliset uutispalvelut Vaasassa - raportti, KMI

3 Radio Vaasas innehåll.

3.1 Varför har man en programtablå?

En programtablå används för att ha en systematisk uppdelning av Radio Vaasas sändningsvecka helt enkelt. Veckan delas upp i morgon och eftermiddagsskift och det är en person som är i sändning under ett skift. Lördagssändningen görs för det mesta i förhand och då är det repris från veckan som har gått som gäller. Andra program som sänds görs antingen på frivillig basis eller som såld programtid t.ex. Vasa finska församlings gudstjänst. För tillfället är det tre personer som delar på en veckas skift. Ingen har nåt skilt morgonprogram eller eftermiddagsprogram utan det kan vara en olik person varje gång. (radiovaasa.fi, 2023)

3.2 Programtablå för tillfället.

Maanantai / Måndag

7:00 Radio Vaasan aamu / Radio Vasas morgon

Uutiset, sää ja ajankohtaista. 8:15 päivän synttärিসankarit ja tapahtumat vuosien varrelta, 9:30 Aamupähkinä - Morgonnöten. 10:30 Päivän vieras. Dagens gäst.

11:00 Tauotonta musikkia / Non stop musik**12:00 Radio Vaasan iltapäivä / Radio Vasas eftermiddag**

Uutiset ja sää tasatunnein. Iltapäivän ajankohtaiset aiheet ja haastattelut aina puolelta. Nyheter och vädret varenda timme. Eftermiddagens aktuella ämnen och en intervju vid halv.

13:03 Uutuuslevyjä / Skivnyheter

15:30 ALMA-opiston ajankohtaisia kuulumisia.

16:30 Nyheter från Vasabladet.

17:00 Tauotonta musiikkia

17:30 Nyheter från Vasabladet.

Tiistai / Tisdag**7:00 Radio Vaasan aamu / Radio Vasas morgon**

Uutiset, sää ja ajankohtaista. 8:15 päivän synttärисankarit ja tapahtumat vuosien varrelta, 9:30 Aamupähkinä – Morgonnöten.

10:30 Koe Pohjanmaa – Upplev Österbotten, toimittaja/redaktör Herman Hagnäs.

11:00 Tauotonta musikkia / Non stop musik**12:00 Radio Vaasan iltapäivä / Radio Vasas eftermiddag**

Uutiset ja sää tasatunnein. Iltapäivän ajankohtaiset aiheet ja haastattelut aina puolelta. Nyheter och vädret varenda timme. Eftermiddagens aktuella ämnen och en intervju vid halv.

15:30 Timeout – Urheilun erikoisohjelma.

16:30 Nyheter från Vasabladet.

17:00 Tauotonta musiikkia

17:30 Nyheter från Vasabladet.

Keskiviikko / Onsdag**7:00 Radio Vaasan aamu / Radio Vasas morgon**

Uutiset, sää ja ajankohtaista. 8:15 päivän synttärисankarit ja tapahtumat vuosien varrelta , 9:30 Aamupähkinä – Morgonnöten. 10:30 Päivän vieras. Dagens gäst.

11:00 Tauotonta musikkia / Non stop musik**12:00 Radio Vaasan iltapäivä / Radio Vasas eftermiddag**

Uutiset ja sää tasatunnein. Iltapäivän ajankohtaiset aiheet ja haastattelut aina puolelta. Nyheter och vädret varenda timme. Eftermiddagens aktuella ämnen och en intervju vid halv.

12:30 Timeout – Urheilun erikoisohjelma (uusinta/repris)

16:30 Nyheter från Vasabladet.

17:00 Tauotonta musiikkia

17:30 Nyheter från Vasabladet.

Torstai / Torsdag

7:00 Radio Vaasan aamu / Radio Vasas morgon

Uutiset, sää ja ajankohtaista. 8:15 päivän synttärिसankarit ja tapahtumat vuosien varrelta, 9:30 Aamupähkinä – Morgonnöten. 10:30 Päivän vieras. Dagens gäst.

11:00 Tautotonta musikkia / Non stop musik

12:00 Radio Vaasan iltapäivä / Radio Vasas eftermiddag

Uutiset ja sää tasatunnein. Iltapäivän ajankohtaiset aiheet ja haastattelut aina puolelta. Nyheter och vädret varenda timme. Eftermiddagens aktuella ämnen och en intervju vid halv.

16:30 Nyheter från Vasabladet.

17:00 Tautotonta musiikkia

17:30 Nyheter från Vasabladet.

Perjantai / Fredag

7:00 Radio Vaasan aamu / Radio Vasas morgon

Uutiset, sää ja ajankohtaista. 8:15 päivän synttärिसankarit ja tapahtumat vuosien varrelta, 9:30 Aamupähkinä – Morgonnöten. 10:30 Päivän vieras. Dagens gäst.

11:00 Tautotonta musikkia / Non stop musik

12:00 Radio Vaasan iltapäivä / Radio Vasas eftermiddag

Uutiset ja sää tasatunnein. Iltapäivän ajankohtaiset aiheet ja haastattelut aina puolelta. Nyheter och vädret varenda timme. Eftermiddagens aktuella ämnen och en intervju vid halv.

16:30 Nyheter från Vasabladet.

17:00 Ooby-Dooby Rock`n Roll Show

Toimittajana / Programledare Janne Smeds

17:30 Instrumental Go Go

Toimittajana Mika Salomaa

18:00 Tautotonta musiikkia. Non Stop musik.

Lauantai / Lördag

10.00 Radio Vaasan lauantai / Radio Vasas lördag

Viikon parhaat palat. Uutiset ja sää tasatunnein. Det bästa från veckan som gått. Nyheter och vädret varje timme.

14:03 Toivon vartti

14.20 Tautotonta musiikkia

Sunnuntai / Söndag

10:00 Jumalanpalvelus Vaasan kirkosta.

12:00 Instrumental Go Go

Toimittajana Mika Salomaa

12:30 Ooby-Dooby Rock`n Roll Show

Toimittajana / Programledare Janne Smeds

13:00 **Tauotonta musiikkia**

19.00 Kohtaamispaikka (Kuukauden ensimmäinen ja kolmas sunnuntai)

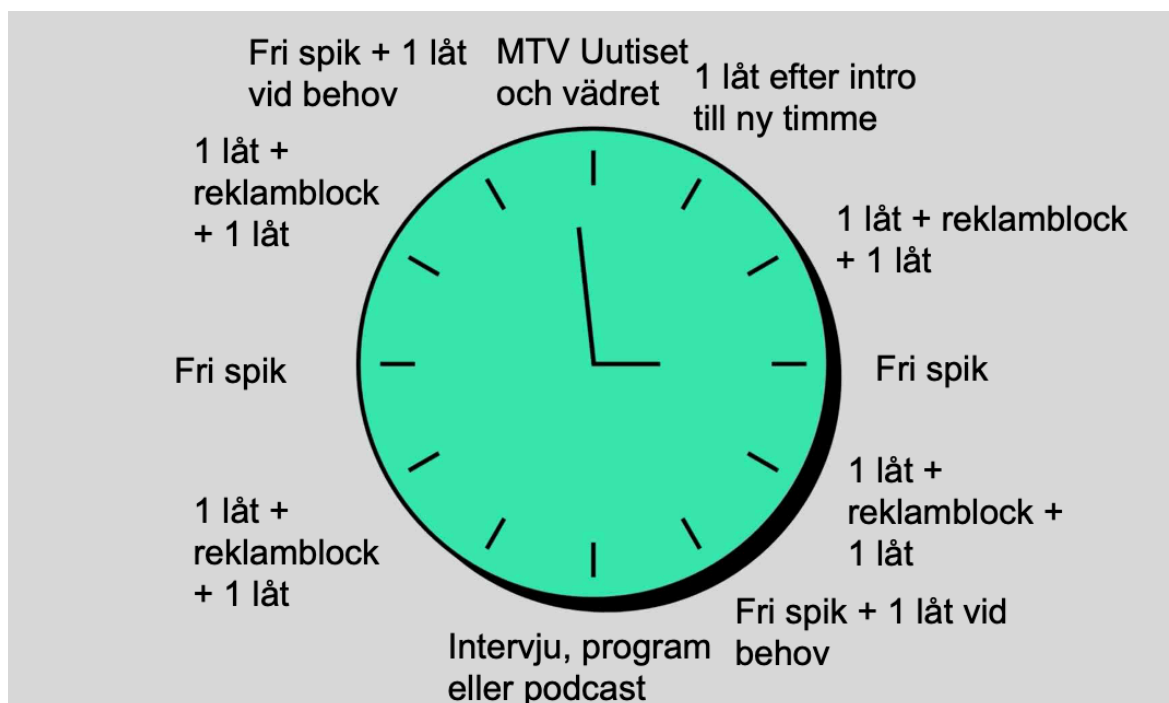
19.30 Tauotonta musiikkia

(Radiovaasa.fi, 2023)

3.3 Programtablå i utvecklad textform.

Programtablå förändras hela tiden litet enligt årstid osv. Det som består är att man har finska nyheter från MTV vardagar från kl. 6-22 och helger 8-22. Vardagar sänds nyheterna också i repris 6:30, 7:30, 8:30. Väderleksrapporten läses på finska och svenska direkt efter nyheterna kl. 7, 8, 9, 10 och 13, 14, 15, 16 samt lördagar kl. 8, 9, 10, 11, 12, 13. För tillfället har man svenskspråkiga nyheter vardagar endast kl. 16:30 och 17:30. Sedan sänder man intervjuer eller podcast/programserier varje vardag kl. 10:30, 12:30, 13:30, 14:30, 15:30 och 16:45. Under en vecka har man 30 platser att fylla med intervjuer, vilket går relativt enkelt när man kan sända samma intervju i repris c. 3 gånger per vecka under olika tider. Aamupähkinä – Morgonnöten frågesport sänds också varje vardag kl. 9:30. Under kvällarna sänds det musik varvat med reklam och jinglar.

Bilden nedanför förevisar hur en timme ser ut i regel under Radio Vaasas sändningstid.



Figur 4. Baseras på egna erfarenheter.

3.4 Jinglar i Radio Vaasa.

Wikipedia med källa till Nationalencyklopedin beskriver ”En jingel, av engelskans jingle, är en kort melodi. Jinglar kan i radiosammanhang användas mellan eller i musiken för att presentera information om radiostationen eller programmet som sänds, till exempel kanalnamn, frekvens och/eller slogan för stationen. Jinglar används också i ljudreklam.” (ne.se, 2023)

Radio Vaasa har satsat dåligt på jinglar under de senaste 20-åren och stampat på stället. Jingeln ”Kaupungin Sydämessä” har snurrat sedan 1990-tal. Syftet med en jingel är att bygga upp en kanalprofil som både hörs och känns som kanalen ifråga, en jingel ska kort och koncist berätta vad kanalen står för. Alla finländska större kommersiella radiostationer har arbetat med jinglar och bildande av radions ljudbild sedan sent 1990-tal när datorsändningar tog över traditionella analoga sändningar.

Källa: Radio kuuluu kaikille! Kaupallisen radion historia Suomessa – Pentti Kemppainen

Radio Vaasa har under årens lopp samlat in jinglar med artister som är närmare 200 till antalet och hela tiden fylls arkivet på med nya artisters hälsningar och jinglar. Dessa artisters jinglar har klippts ihop med c. 4 artister till +- 1 minuts artistjinglar som spelas i sändningen en gång i timmen. På samma gång beskriver jinglarna den musik man spelar och står för. Jinglarna kan vara på finska och svenska om varandra för att beskriva den naturliga tvåspråkighet vi står för.

Artistitunnarit Rolling Stones, Lynnyrd Skynyrd, Dave Edmunds, Sweet:



Artistitunnarit Martin Stenmarck, Roger Pontare, Markoolio, Per Gessle:



3.5 Reklam i Radio Vaasa.


Radio Vaasa är en kommersiell radiokanal som man konstaterat redan tidigare. Detta betyder att man finansierar verksamheten genom radioreklam, sålda podcast-serier, såld programtid

och sponsorer. Allting produceras för det mesta i studion i Vasa, men man köper ofta in spikar av olika reklamröster. Man har en skild annonsavdelning som jobbar med endast med försäljning och produktion av radioreklam. Radioreklamer produceras enligt kundens önskemål eller genom egna idéer som man föreslår åt kunder. Alla radioreklamer produceras på två språk alltså i två olika språkversioner. (radiovaasa.fi, 2023)

Bilden nedan är taget från HSS Media och Radio Vaasas mediakort.



RADIOVAASA.FI



RADIO VAASA - PARASTA PAIKALLISTA RADIOMAINONTA

hinnasto

SPOTIT

TOISTOJA	HINTA/KPL
30-50 kpl	15 €
51-70	14 €
71-90	13 €
91-110	12 €
111-130	11 €
131-150	10 €

Oikeudet muutoksiin pidetään.
Mainostuotanto 75€+alv/spotti.

ADVERTORIAALIT, KAUPALLINEN YHTEISTYÖ

OHJELMATYYPPI	TOISTOT/JAKSON PITUUS	HINTA
Haastattelu/Podcast	2 krt FM-radiossa, jaetaan radion nettisivuilla, vapaasti jaettavissa somessa	460 €
Päivän sää*	1 kk jaksoissa	700 €
Merisää	1 kk jaksoissa	700 €
Nimipäivät	1 kk jaksoissa	420 €
Sisältöyhteistyö juttusarjoissa		Kysy!

*Arkisin yhteensä 8 mainosta päivässä ennen ja jälkeen säätiedotusten

LOUNASRADIO

4 viikkoa	420€
2 viikkoa	250€

(ma-pe, yhteensä 60 spottia)

PUFFIMAINONTA

Toimittajien lukemat puffit, ohjelmavirrassa, ekisterioidyt yhdistykset ja yksityiset, kaupungit ja seurakunnat.

12,50€ + alv
Vähimmäismäärä 4 toistoa

**PUFFIN JULKAISU
VERKKOSIVUSTOLLA 100€/viikko**




Kuuluvuus:

- Vaasanseutu 99,5 MHz
- Elisan Kaapeliverkko 102,2 MHz
- Kokkola ja Pietarsaari 100,3 MHz
- Suupohjan alue 97,7 MHz
- Nettiradio: www.radiovaasa.fi

Radio Vaasan kuuntelijat:

- ydinkohderyhmä 25-65-vuotiaat
- 16 000 uniikkia kuuntelijaa viikossa
- 60% suomenkielisiä
- 40% ruotsinkielisiä





Christer Nyberg
050-530 2242
christer@radiovaasa.fi



Herman Hagnäs
045-204 1663
herman@radiovaasa.fi

OTA YHTEYTTÄ NIIN
SUUNNITTELEMME JA
TUOTAMME ILMOITUKSEN
VALMIIKSI SINULLE!

RADIOVAASA


Figur 4. Radio Vaasas mediakort. (Hssmedia.fi, 2023)

4 Samarbete mellan VBL, ÖT och Sydin.

4.1 Samarbete mellan redaktionen och radions innehåll.

Redaktionellt samarbete mellan Radio Vaasa och VBL, ÖT eller Sydins redaktioner är för tillfället minimalt. Det enda konkreta samarbete som fungerat och som pågår är den tvåspråkiga sportpodd-serien som heter Timeout mellan Radio Vaasas Anssi Marttinen och VBL-sportens Jona Nyström. Sport redaktionen skickar också med jämna mellanrum korta intervjuer med både fotbolls och ishockey spelare.

Det som fattas helt är redaktionellt innehåll angående vardagsnyheter och aktualiteter från hela Kust-Österbotten. Nyheter från Vasabladet gjordes en tid i början av Vasabladets redaktion och lades även upp på VBL-appen. Men efter en tid lades satsningen ner pga. resursbrist. Detta betydde för radions del att man fick stryka morgonnyheterna på svenska och i stället bara satsa på ett nyhetssammandrag per dag kl. 16:30 i repris 17:30.

Österbottens Tidning och Sydin har inte alls ännu gjort innehåll för radion.
(Vasabladet.fi, 2023)

Resten baserar sig på egna erfarenheter.

4.2 Samarbete annonsförsäljningen i Radio Vaasa med VBL, ÖT och Sydin.

Annonsförsäljningen har bättre tillämpat Radio Vaasa i sin årsplan och fått med en del stora annonsörer att även inkludera radion i årsavtalen. Detta gäller bara annonsförsäljningen på Vasabladet. ÖT och Sydin har sporadiskt fått någon affär nu och då men inte större årsavtal. För tillfället är det c. 10% av radions årsförsäljning som säljs av annonsförsäljningen på tidningssidan.

Annonsförsäljningen har dock bra kontaktyta med radion och är med och diskuterar när det pratas om nya försäljningspaket osv. Nya försäljningsidéer diskuteras med jämna mellanrum och en del blir till verklighet en del ej.

Samarbete gällande Podcast-produktion för betalda annonser på Vasabladets hemsida har fungerat bra och det har gjorts en hel del. Populärt blev artikeln ”Vill du bo i värmen? Österbottningar säljer lägenheter på den spanska solkusten”. (Vasabladet.fi, 2023)

Baseras på egna erfarenheter.

4.3 Finskspråkiga lokalnyheter i radion.

För tillfället har man inga skilda finskspråkiga lokalnyheter i Radio Vaasa utan bara riksnyheter som man köper av MTV, samma nyheter sänds även på andra finska radiokanaler t.ex. Radio Nova, Iskelmä, Radio Pori osv. Redaktörerna läser emellanåt Vasabladets nyheter fritt översatta till finska i flödet.

På basis av undersökningen som gjordes av Taloustutkimus så är det mycket osannolikt att en finsk nyhetsportal skulle bära sig ekonomiskt genom en månadsavgift. Det som man kunde ha i tankarna är att kanske översätta en del av nyheterna på Radio Vaasas hemsida och finansiera en persons lön med annonsintäkter som man kunde sälja till hemsidan. Det kan också tänkas att ha en frilansande person att göra det.

När Vasabladets nyheter finns tillgängliga på finska kunde man lyfta in några korta lokala nyhetstelegram direkt efter MTV:n Uutiset t.ex. kl 8, 10, 14 och 16. För tillfället gör Auran Aallot i Åbo på det viset. (Auran Aallot, 2023)

Baseras på egna erfarenheter.

5 Metod för förnyad årsplan.

5.1 Vad är en årsklocka?

En årsklocka är bra att ha som grund för ett företag eller en förening för att hålla koll på vilka saker man ska göra eller fästa uppmärksamhet vilka tider på året. En årsklocka håller även koll på tidsspektret för en företagare som måste vara alert flera veckor på förhand ifall någonting stort är på kommande som kräver förberedelser. Det är som ett recept av en lyckad produkt eller tjänst. En årsklocka behöver inte vara fulltalig direkt från början utan det går att fylla i efterhand bara man har en grund. Grunden behövs främst för försäljarna, årsklockan får inte ta slut på försäljningsidéer i första hand. Försäljarna ska ha en så lång lista att ringa igenom med olika reklam möjligheter och samarbeten att när t.ex. 10 kunder

tackat nej ska det finnas 10 olika andra möjligheter att försöka på. Vi ska sträva efter att det inte uppstår sådana situationer att en försäljare kan säga att jag har försökt med allt. Detta är någonting som jag kommit fram till i diskussioner med Anssi Marttinen som tidigare ägde radioverksamheten själv. (Omapaja.fi, 2022)

Tanken med denna årsklocka är att få en struktur i verksamheten som håller både försäljarna och redaktörerna alerta i vad som händer under vilka tider på året, så man hinner förbereda sig i god tid. Årsklockan ska delas upp i olika delar. Den första delen är den bredaste, berätta i korthet vad som sker under vår, sommar, höst och vinter men skilt för varje månad. Sedan gör vi en kort inblick på vilka veckor fokus ska ligga på vilka saker enligt veckonummer. Till sist går vi in på specialveckorna ifall det behövs göras upp ett skilt veckoschema för nån vecka. (Sevendays.fi, 2021)

Baseras på egna erfarenheter och möten och diskussioner med Anssi Marttinen och Christer Nyberg.

5.2 Radio Vaasas årsklocka.

Januari: Nyårslöften (Träning och gym), Företagande Kust-Österbotten, Hälsningar från teatern, Aamupähkinä – Morgonnöten 9:30 varje dag.

Väderleksrapporten 7, 9, 13, 15 + lö 8, 10, 12 och 8, 10, 14, 16 + lö 9, 11, 13.

"Kust-Österbottens morgontrafik kl. 7:05, 7:35, 8:05, 8:35 och eftermiddagstrafik 15:05, 16:05 och 16:35.

Februari: Sportlov, Vändagstävling, Företagande Kust-Österbotten, Aamupähkinä – Morgonnöten 9:30 varje dag.

Väderleksrapporten 7, 9, 13, 15 + lö 8, 10, 12 och 8, 10, 14, 16 + lö 9, 11, 13.

"Kust-Österbottens morgontrafik kl. 7:05, 7:35, 8:05, 8:35 och eftermiddagstrafik 15:05, 16:05 och 16:35.

Mars: Gemensam ansökan, Företagande Kust-Österbotten,

Väderleksrapporten 7, 9, 13, 15 + lö 8, 10, 12 och 8, 10, 14, 16 + lö 9, 11, 13.

"Kust-Österbottens morgontrafik kl. 7:05, 7:35, 8:05, 8:35 och eftermiddagstrafik 15:05, 16:05 och 16:35.

April: Påsken, Företagande Kust-Österbotten,

Väderleksrapporten 7, 9, 13, 15 + lö 8, 10, 12 och 8, 10, 14, 16 + lö 9, 11, 13.

"Kust-Österbottens morgontrafik kl. 7:05, 7:35, 8:05, 8:35 och eftermiddagstrafik 15:05, 16:05 och 16:35.

Maj: Morsdag, Får Jag Lov, eller ska vi dansa först? Företagande Kust-Österbotten, Väderleksrapporten 7, 9, 13, 15 + lö 8, 10, 12 och 8, 10, 14, 16 + lö 9, 11, 13.

"Kust-Österbottens morgontrafik kl. 7:05, 7:35, 8:05, 8:35 och eftermiddagstrafik 15:05, 16:05 och 16:35.

Juni: Får Jag Lov, eller ska vi dansa först? Företagande Kust-Österbotten, Väderleksrapporten 7, 9, 13, 15 + lö 8, 10, 12 och 8, 10, 14, 16 + lö 9, 11, 13.

"Kust-Österbottens morgontrafik kl. 7:05, 7:35, 8:05, 8:35 och eftermiddagstrafik 15:05, 16:05 och 16:35.

Juli: Får Jag Lov, eller ska vi dansa först? Företagande Kust-Österbotten, Väderleksrapporten 7, 9, 13, 15 + lö 8, 10, 12 och 8, 10, 14, 16 + lö 9, 11, 13.

"Kust-Österbottens morgontrafik kl. 7:05, 7:35, 8:05, 8:35 och eftermiddagstrafik 15:05, 16:05 och 16:35.

Augusti: Får Jag Lov, eller ska vi dansa först? Företagande Kust-Österbotten, Väderleksrapporten 7, 9, 13, 15 + lö 8, 10, 12 och 8, 10, 14, 16 + lö 9, 11, 13.

"Kust-Österbottens morgontrafik kl. 7:05, 7:35, 8:05, 8:35 och eftermiddagstrafik 15:05, 16:05 och 16:35.

September: Företagande Kust-Österbotten,

Väderleksrapporten 7, 9, 13, 15 + lö 8, 10, 12 och 8, 10, 14, 16 + lö 9, 11, 13.

"Kust-Österbottens morgontrafik kl. 7:05, 7:35, 8:05, 8:35 och eftermiddagstrafik 15:05, 16:05 och 16:35.

November: Höstlov, Företagande Kust-Österbotten,

Väderleksrapporten 7, 9, 13, 15 + lö 8, 10, 12 och 8, 10, 14, 16 + lö 9, 11, 13.

"Kust-Österbottens morgontrafik kl. 7:05, 7:35, 8:05, 8:35 och eftermiddagstrafik 15:05, 16:05 och 16:35.

December: Julhälsningar, Får Jag Lov, eller ska vi dansa först? – Jul special, Smakernas Österbotten – Jul special, Företagande Kust-Österbotten,

Väderleksrapporten 7, 9, 13, 15 + lö 8, 10, 12 och 8, 10, 14, 16 + lö 9, 11, 13.

"Kust-Österbottens morgontrafik kl. 7:05, 7:35, 8:05, 8:35 och eftermiddagstrafik 15:05, 16:05 och 16:35.

5.3 Konkurrens inriktad bench marking.

För att kunna öka vår marknadsandel har jag gjort en del egna studier och undersökningar genom att lyssna på andra radiokanaler för att analysera deras verksamhet och hur de gör för att kunna utveckla nya idéer för Radio Vaasa. Jag har bandat av en timme av olika andra finländska radiostationer och lyssnat igenom hur de jobbar och på det viset skrivit upp plus och minus. En del idéer har man direkt kunnat dra nytta av och en del saker har man inte kunnat dra nytta av för att vi inte har tillräckligt stort täckningsområde. Denna research har också gått ut på att studera in andras hemsidor och göra en jämförelse av vår egna. Yle Arenan och Supla.fi tjänsterna har också studerats och det har varit funderingar om Radio Vaasa borde utveckla sin hemsida till en dylik podcast-portal i stil med dem. (Supla.fi, 2023) (arenan.yle.fi, 2023) (Radioramona.fi, 2023) (Radiosun.fi, 2023)

5.4 Ny logo och ljudbild.

Nya logon ska innehålla ”RADIO VAASA – *Koko Rannikko-Pohjanmaan oma radio / Hela Kust-Österbottens egen radio*”.

Ljudbilden ska byggas upp enligt programblocken. Radio Vasas morgon 7-11 (6-11) får en egen ljudbild liksom eftermiddagen 12-17, lördagen (Jazz) 10-14 (8-14), vardagskvällarna 17-23, nätterna 23-06, helgerna: lördag 14-23 och söndag 8-23.

Det viktigaste är att det är samma tema som genomsyrar ljudbilden men i olika versioner. Längre jinglar på c. 20 sek och sedan korta 5 sek. Alla programblock har en egen säregen ljudprofil. T.ex. på morgonen lite ballad liknande och på eftermiddagen lite poppigare, på vardagskvällarna kan det vara lite mera fart dance aktigt, på nätterna riktigt lugnt och på helgerna en lätt rockig version. Snack sätts på i efterhand på jinglarna på både finska och

svenska. På finska kunde man använda Laura Elo som arbetat med radioljud i över 25 år. På svenska borde man göra lite research men jag skulle börja med att fråga vid Wasa Teater. Man kunde också eventuellt göra två st. roliga versioner en på svensk-Österbottnisk dialekt (Vörå) och en på finsk-Österbottnisk dialekt (Kurikka). För sommaren Juni, Juli, Augusti och julen December kunde man tänka sig att göra helt egna versioner som passar enligt årstid.

Vi borde också satsa på nya ”statements”.

Radio Vaasa – Koko Rannikko-Pohjanmaan oma radio / Hela Kust-Österbottens egen radio.
Radio Vaasa – Kahdella kielellä ja hyvällä mielellä. Radio Vasa – Tvåspråkigt och aldrig tråkigt.

Suomen monipuolisin radiokanava – Kaksikielinen Radio Vaasa / Finlands mångsidigaste radiokanal – Tvåspråkiga Radio Vaasa.

Aurinkoista seuraa – Radio Vaasa Koko Rannikko-Pohjanmaan oma radio

Soligt sällskap – Radio Vasa Hela Kust-Österbottens egen radio

Aina ajan tasalla / Alltid aktuell – Radio Vaasa

Radio Vaasa - Aina paikallinen ja läsnä / Radio Vasa - Alltid närvarande och lokal

Radio Vaasa - Molemmilla kotimaisilla / Radio Vasa - På båda inhemska

Kristiinankaupungista Kokkolaan / Från Kristinestad till Karleby – Radio Vaasa

Koko Rannikkoa pitkin / Längs med hela Kusten – Radio Vaasa

Paikallinen vuodesta 85 / Lokal sedan år 1985 – Radio Vaasa

Koko Rannikko-Pohjanmaan kaksikielinen Radio Vaasa / Hela Kust-Österbottens tvåspråkiga Radio Vasa.

Radio Vaasa – Musiikkia laidasta laitaan, Ulkomaan ja kotimaan parhaat pop, rock ja Iskelmäklassikot 60-luvulta asti, blandat med Svenska favoriter sekä parhaat uutuuudet – Radio Vaasa / Koko Rannikko-Pohjanmaan oma radio / Hela Kust-Österbottens egen radio.

Radio Vasa – Med musiken du inte visste att du gillar, De bästa utländska pop och rock klassikerna från 60-talet och framåt, höystettytä Suomiklassikot och Svenska favoriter varvat med de hetaste poplåtarna.

5.5 Paketlösningar för företag.

Enligt egen erfarenhet behöver du ha en färdig idé när du ringer upp en kund och erbjuder reklam i radion. En paketlösning beskrivs i Nationalencyklopedin som en ”helhet av åtgärder som är avsedd att lösa olika problem”. Det går att tänka som så att problemet är hur vi ska kunna sälja reklam till ett företag och det kräver en del åtgärder som bildar en helhet som är intressant för företaget ifråga. Därför har jag enligt egna erfarenheter med tre år i branschen byggd upp flera olika paketlösningar färdigt skraddarsytt för olika företag vissa tider på året.

För tillfället har vi samarbete kring dessa program:

- Upplev Österbotten – Koe Pohjanmaa. Tillsammans med olika städer och kommuner angående sommarens program vid respektive ställe. Sänds i April-Maj flera gånger i veckan.
- Smakernas Österbotten – Makujen Pohjanmaa. Tillsammans med Linda Alanen/Herman Hagnäs. Sänds vid behov året om. Kulinariska upplevelser och intressanta mikroföretag inom temat mat och smaker lyfts fram ur en positiv synvinkel.
- Trädgårdsradion – Puutarharadio. Har gjorts en säsong tillsammans med Blomtorget och Lena & Kenneth Gillberg i studion. Lyssnarnas frågor om trädgården besvaras samt tips kring det gröna. Sänds i Maj-Juni. Redaktör: Herman Hagnäs.
- Företagande Kust-Österbotten – Yrittävä Rannikko-Pohjanmaa. I den här programserien lyfts den Österbottniska företagsamheten upp i etern. Sänds vid behov året om. I samarbete med Hippi Hovi/Herman Hagnäs. Har gjorts i samarbete med bl.a. Hartman 160-år (5 generationer Podcast-serie med Björn Hartman), Vasek, Talenom, YIT osv.

- Får jag lov, eller ska vi dansa först? Programmet går fredag och lördagskvällar kl. 18-19 från maj till september i exakt 4 månader. Programsamarbeten säljs för 470€ per månad eller 1800€ hela säsongen.
- Får Jag Lov, eller ska vi dansa först? – Julspecial. Svenska kända jullåtar i för det mesta dansbandstappning samt företags julhälsningar hörs i etern.
- Samarbete med teatrar. 270€ / månad hela höst och vårsäsongen. Vaasan kaupunginteatteri, Wasa Teater och Kokkolan kaupunginteatteri. Detta paket innehåller en reklamspot som snurrar i etern samt intervjuer kring dom olika pjäserna.
- Puffsamarbeten med olika föreningar och organisationer. T.ex. Vaasan kaupunginorkesteri, Keski-Pohjanmaan kamariorkesteri, Ritz, Schaumansalen, Kuula institutet med flera. Puffsamarbetet kan skraddarsys enligt önskemål. Vi puffar i sändningen för olika konserter och händelser.
- Samarbete kring revyer/sommarteater/pjäser osv. 450€ en månads kampanj + intervju i radion.
- Podcast-produktion på finska och svenska 480€.
- Väderleksrapporten har vi erbjudit för vardagar kl. 7, 9, 13, 15 och lö 8, 10, 12 samt vardagar kl. 8, 10, 14, 16 och lö 9, 11, 13. Det går ut på att efter nyheterna går en kort jingel på finska och sedan väderleksrapporten på finska och svenska, sedan en kort jingel på svenska. 700€ per månad.
- Merisää / Sjövädret kan vi också erbjuda för företag under sommartid. 7:45, 9:45, 13:45, 15:45. 700€ / månad.
- Aamupähkinä / Morgonnöten vardagar kl. 9:30. Det går att erbjuda sponsorerat samarbete under en längre tid enligt önskemål eller så säljer man en vanlig kampanj åt et företag och företaget sponsorerar gratisbiljetter till evenemanget.
- Olika tematävlingar längs med året. När du hör den och den låten ring då genast in till studion och du är med i utlottningen av biljetter.
- Vi kan erbjuda programtid för föreningar och olika institutioner. För tillfället har vi några kristliga samarbeten Vasa Finska församlingens Gudstjänst och några

frikyrkliga program. Vi har också sålt programtid bl.a. för Vasa stad Självständighetsfesten 2021.

Efter att ha lyssnat och analyserat andra radiokanaler t.ex. Radio Nova så är trafikmeddelanden något som används flitigt och intresserar lyssnarna. Fintraffic i Tammerfors håller koll på trafikläget i hela Finland. Aktuell information om t.ex. en trafikolycka kommer direkt till studios e-post och aktuella vägarbeten kan man följa med på Fintraffic's egna hemsida. Radio Nova kör med programmet Radio Nova liikenteessä i samarbete med nåt företag bl.a. "AD jatkaa auton matkaa ... AD" på helgerna och under kvällarna. Då kom jag på idén att vi också borde köra igång ett likadant program som skulle följa med morgon och eftermiddagstrafiken under vardagarna i Kust-Österbotten för dom som kör till jobbet. "Kust-Österbottens morgontrafik kl. 7:05, 7:33, 8:05, 8:33 och eftermiddagstrafik 15:05, 16:05 och 16:35. Detta betyder i praktiken att efter MTV Uutiset eller Nyheter från Vasabladet och väderleksrapporten skulle man hastigt gå igenom trafikläget i vårt hörbarhetsområde under dessa tider när folk kör till jobbet. Programpunkten skulle gå ut på det att först går en kort reklamjingle på finska max 30 sek "Radio Vaasan aamu/iltapäivä liikenteessä mukana ... sedan läser redaktören trafikmeddelandet på finska och svenska med en matta under och sedan samma jingle på svenska max 30 sek. Detta skulle innebära 7 st. spottar per språkversion per vardag vilket innebär 14 allt som allt, under en månad blir det 280 spottar allt som allt. Priset kunde ligga på 1000€ per månad för ett företag. Ifall det inte finns nåt aktuellt trafikmeddelande att läsa så kan redaktören berätta om ett vägarbete som pågår i området.

I princip kunde man också sälja sponsorerade samarbeten för de program som vi redan har. Radio Vaasan aamuissa mukana ... , Radio Vaasan iltapäivissä mukana ..., Radio Vaasan illoissa mukana ..., Radio Vaasan viikonlopuissa mukana ..., Detta efter lyssning på Auran Aallot i Åbo. 1000€ / månad för företaget vilket skulle ge i medeltal över 200 spotter per månad.

5.6 Vilka paketylösningar kan erbjudas i samarbete med VBL, ÖT och Sydin?

Efter ett möte med Produktionschef Camilla Lindström och Teamledare Ulrik Södergran kom vi fram till att största försäljningssamarbetet kan utvecklas kring temabilagorna som görs under året för VBL, ÖT och Sydin. Jag inflikade och kom på att vi kan köra en temavecka samma vecka som bilagan går ut med papperstidningen. Temaveckan i radion skulle köra med samma tema som tidningsbilaganbilagan. Det som går att sälja till radion är:

- Podcast för företag enligt tema: 495€ på finska och svenska.
- Radiokampanj 50€ för alla företag som läses upp i en gemensam spot som snurrar samma vecka som temaveckan. Spotten är en reklam för temaveckan på samma gång.
- Vanlig radiokampanj enligt spotpris.

Det skulle alltså kulminera i att en Tema-bilaga blir till en hel Tema-vecka och Radio Vaasa kommer att fästa uppmärksamhet kring samma ämnen som tidningen över hela hörbarhetsområdet Kristinestad-Vasa-Karleby. Jag tänker att Tema-veckan kommer höras i sändningarna hela tiden. Radio Vasas morgon 7-11, Radio Vasas eftermiddag 12-17 och Radio Vasas lördag 10-14 eller 8-14 beroende på hur mycket företag vi fått sålt med. De programplatser som säljs för podcasts är vardagar 10:30, 12:30, 13:30, 14:30, 15:30 och 16:45. Programmen går i repris på lördagen.

Det som kan nämnas är att i Radio Vaasa kommer Tema-bilagorna även att kunna göras på finska för finskspråkiga kunder, vilket VBL, ÖT och Sydin inte når. Tanken är hela tiden tvåspråkigt. För webbsidan kunde man utveckla en finskspråkig Tema-vecka sida där man samlar alla podcasts lätt tillgängligt för intresserade kunder att lyssna på och få idéer. Där kan man även kort sammanfatta programmet i text-form. Det är viktigt att det både i radioreklamen framkommer att det är i samarbete med dessa företag ... och på hemsidan ska man skriva ”Kaupallinen yhteistyö” – ”Betalt samarbete”.

Årsklocka för Tema-bilaga.

Januari 28.1 Vårvinter-bilaga. Vad kan man göra under vårvintern, aktiviteter, fritidsresor osv.

Februari 11.2 Studera. Vad erbjuder vårt hörbarhetsområde för olika studeringsmöjligheter inför gemensam ansökan. T.ex. Yrkeshögskolan Novia, Vaasan Yliopisto, Yrkesakademin, Centria, Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu. Osv. Kanske man också kunde tänka på Seinäjoki trakten när det även når ut till finskspråkiga.

Mars 16.3 Bygg & Renovera. Tanken här är för de som är intresserade av att renovera huset eller lägenheten kanske småningom också planera stugan.

April 7.4 Bil & Båt. Under denna temavecka lyfter vi fram båt och bilbranschen i Österbotten och olika företag som jobbar kring de teman.

Maj 6.5 Bygg & Bo, Villan och Trädgård. Blombutiker, Trädgårdsaffärer, olika byggvaruaffärer osv.

September 2.9 – 14.9 Bygg & Bo och Hus & Hem (Husplanering). Teri-Hus, Kannustalo osv. Husförsäljningsbolag får presentera sig i sändningen.

September 30.9 Höst & Fritid. Fritidsresor, aktiviteter i närregionen, Umeå osv.

Oktober 21.10 Bil & Motor. Bilaffärer, snöskoter och monokijärförsäljning.

November 15.11 och i Januari Kommunen/staden i fokus. Man säljer typ 5-10 podcasts till en kommun och presenterar kommunen under en vecka. Olika personer från kommunens ledning men även vanliga personer i olika åldrar om hur det är att bo i själva kommunen osv.

En annan sak som kom till tals är att VBL, ÖT och Sydin har ordnat en del evenemang tidigare. Tanken är att vi i framtiden ska kunna ordna Radio Vaasa Nights med olika artister som passar vår målgrupp. Det finns två möjligheter antingen så ordnar Radio Vaasa/HSS Media evenemangen själva eller så gör man det i samarbete med någon aktör. Man kan göra upp en deal som gynnar både Radio Vaasa/HSS Media och arrangören.

Mässor och evenemang. Vi ska kunna erbjuda möjligheten att sända live från olika evenemang och sälja det som ett paket för arrangören. Intervjuer, tävlingar med live-radio från platsen. Det är världens bästa PR-grej för en längre mässa ifall man vill få folk att väcka uppmärksamhet kring eventet.

5.7 Vilka paketslösningar kan erbjudas i samarbete Segermarketing?

Segermarketing producerar en hel del videomaterial och där har vi erbjudit dem möjligheten att vi kan använda våra radoröster och banda in olika spikar och eventuellt bakgrunder för bl.a. TV-reklam eller för Youtube, Instagram och Facebook. Där har vi en möjlighet att utveckla ett gemensamt paket där man kunde sälja radioreklam i Radio Vaasa kombinerat med samma reklam i videoformat för Instagram, Youtube eller Facebook.

Gällande olika programserier har det diskuterats med Segermarketing ifall vi kunde göra samarbete och eventuellt sända direkt eller banda samma radio-inslag i videoformat för webben eller sociala medier. Detta är konkret två enkla paketslösningar som man kunde utveckla och i framtiden erbjuda kunder både från radions försäljnings sida och från Segermarketings sida.

Nya logon ska innehålla ”RADIO VAASA – *Koko Rannikko-Pohjanmaan oma radio / Hela Kust-Österbottens egen radio*”.

Ljudbilden ska byggas upp enligt programblocken. Radio Vasas morgon 7-11 (6-11) får en egen ljudbild liksom eftermiddagen 12-17, lördagen (Jazz) 10-14 (8-14), vardagskvällarna 17-23, nätterna 23-06, helgerna: lördag 14-23 och söndag 8-23.

Det viktigaste är att det är samma tema som genomsyrar ljudbilden men i olika versioner. Längre jinglar på c. 20 sek och sedan korta 5 sek. Alla programblock har en egen säregen ljudprofil. T.ex. på morgonen lite ballad liknande och på eftermiddagen lite poppigare, på vardagskvällarna kan det vara lite mera fart dance aktigt, på nätterna riktigt lugnt och på helgerna en lätt rockig version. Snack sätts på i efterhand på jinglarna på både finska och svenska. På finska kunde man använda Laura Elo som arbetat med radioljud i över 25 år. På svenska borde man göra lite research men jag skulle börja med att fråga vid Wasa Teater. Man kunde också eventuellt göra två st. roliga versioner en på svensk-Österbottnisk dialekt (Vörå) och en på finsk-Österbottnisk dialekt (Kurikka). För sommaren Juni, Juli, Augusti och julen December kunde man tänka sig att göra helt egna versioner som passar enligt årstid.

Vi borde också satsa på nya ”statements”.

Radio Vaasa – Koko Rannikko-Pohjanmaan oma radio / Hela Kust-Österbottens egen radio.
Radio Vaasa – Kahdella kielellä ja hyvällä mielellä. Radio Vasa – Tvåspråkig och aldrig tråkig.

Suomen monipuolisin radiokanava – Kaksikielinen Radio Vaasa / Finlands mångsidigaste radiokanal – Tvåspråkiga Radio Vaasa.

Aurinkoista seuraa – Radio Vaasa Koko Rannikko-Pohjanmaan oma radio

Soligt sällskap – Radio Vasa Hela Kust-Österbottens egen radio

Aina ajan tasalla / Alltid aktuell – Radio Vaasa

Radio Vaasa - Aina paikallinen ja läsnä / Radio Vasa - Alltid lokal och närvarande

Parasta Paikallista / Det bästa lokalt – Radio Vaasa

Radio Vaasa - Molemmilla kotimaisilla / Radio Vasa - På båda inhemska

Kristiinankaupungista Kokkolaan / Från Kristinestad till Karleby – Radio Vaasa

Koko Rannikkoa pitkin / Längs med hela Kusten – Radio Vaasa

Paikallinen vuodesta 85 / Lokal sedan år 1985 – Radio Vaasa

Koko Rannikko-Pohjanmaan kaksikielinen Radio Vaasa / Hela Kust-Österbottens tvåspråkiga Radio Vasa.

Radio Vaasa – Musiikkia laidasta laitaan, Ulkomaan ja kotimaan parhaat pop, rock ja Iskelmäklassikot 60-luvulta asti, blandat med Svenska favoriter sekä parhaat uutuudet – Radio Vaasa / Koko Rannikko-Pohjanmaan oma radio / Hela Kust-Österbottens egen radio.

Radio Vasa – Med musiken du inte visste att du gillar, De bästa utländska pop och rock klassikerna från 60-talet och framåt, höystettyinä Suomiklassikot och Svenska favoriter varvat med de hetaste poplåtarna.

5.8 Musikprofil?

Musikprofilen ska hållas ungefär som den är nu baserad på egen erfarenhet och kommentarer man fått. Det går också att hänvisa till rapporten som Taloustutkimus gjorde och ta lite idéer från kommentarerna i undersökningen. Där kom det fram att Radio Vaasa låter

gammalmodig, det har vi redan åtgärdat under det senaste året och spelar mer modern musik än tidigare iom förnyandet av sändningssystemet.

Något för alla men ändå en lite intressantare och bredare musikprofil än de flesta kanalerna. Musikprofilen ska passa ett åldersspann på 25-75 år men är kärn målgrupp vi siktar in oss på är 35-65 år arbetsföra Österbottningar.

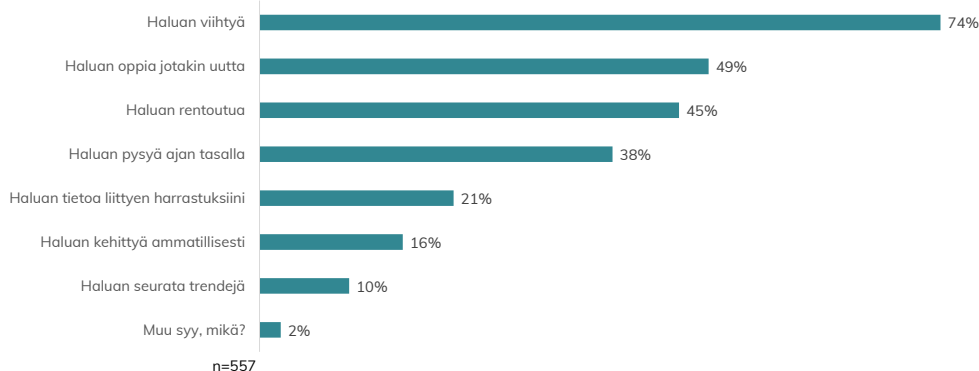
5.9 Podcast-produktion.

RadioMedia gjorde en Podcast-tutkimus år 2020, där intervjuade man över 1000 personer i åldern 15-64 år, i Finland har vi 3,4 miljoner personer i den ålderkategori. Under ett halvår hade över hälften av den målgruppen lyssnat på en podcast, 84 % visste vad en podcast var 9% svarade nej och 8% kan inte säga. Det framgår också att desto yngre man är desto mer vet folk vad en podcast är, gruppen 55-64% visste minst. Av de som svarat ja hade 20% lyssnat på en podcast den senaste veckan mest i åldern 15-29 år. Man lyssnar på Podcasts c. 3 h i veckan och främst via mobilen 80%, tabletten c. 10% och 27% via datorn. Mest lyssnar man på podcasts hemma eller i kollektivtrafiken när man är på väg någonstans sedan kommer bilen i tur. Prime time visar sig vara under kvällstid enligt Radiomedias Podcast undersökning.

Det som jag tycker är intressant att folk vill lyssna till Podcasts för att bli underhållna eller lära sig nånting nytt.

Podcasteja kuunnellessa halutaan viihtyä ja oppia samalla uutta

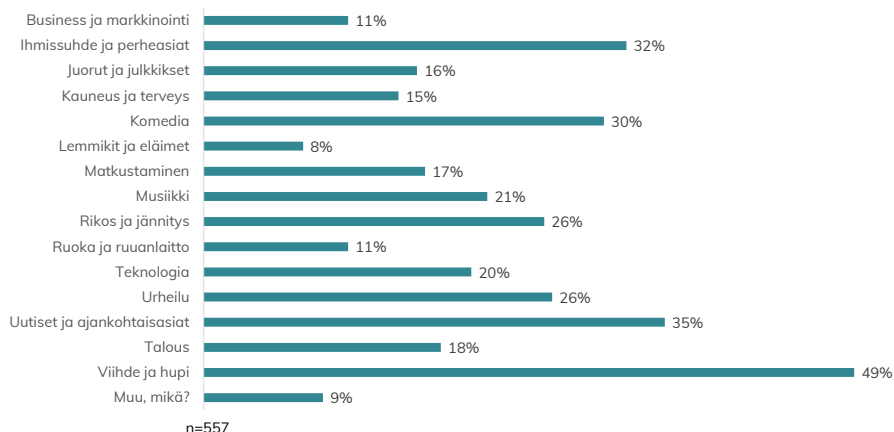
"Valitse seuraavista sopivimmat. Kuuntelen podcasteja, koska..."



RadioMedia

Podcastien kiinnostavimmat aihealueet

"Mihin aihealueisiin liittyen kuuntelet podcasteja?"



RadioMedia

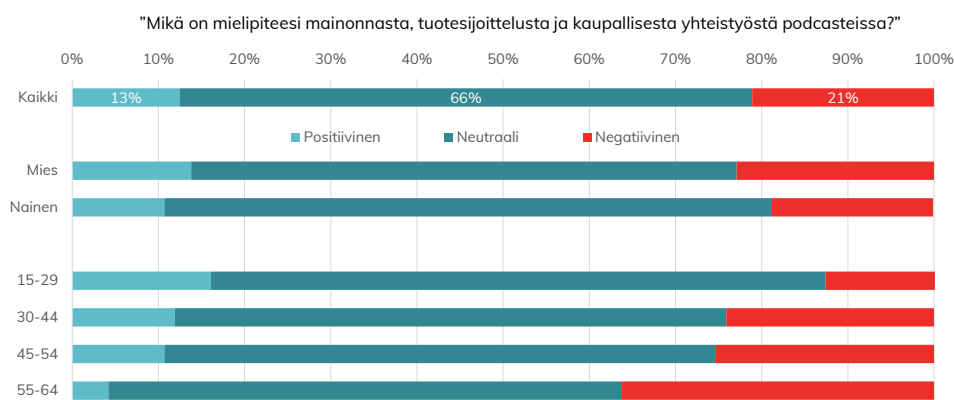
Podcast-sisällön löytäminen



Podcast-sisällön löytäminen poikkeaa varsin paljon eri ikäryhmissä

RadioMedia

Suhtautuminen mainontaan podcasteissa



RadioMedia

Det man kan analysera ifrån denna utredning är att folk vill främst lära sig nya saker via Podcasts eller bli underhållna men man väljer Podcasten enligt vad man är intresserad av. De intressantaste ämnesområdena kan vi direkt ha nytta av i försäljningen när vi funderar på vilka sorts företag vi kan kontakta och erbjuda en podcast eller en podcast-serie till. Det som jag tycker är intressant är hur folk är inställda till reklam eller finansierade podcasts. Det är främst den äldre målgruppen som är negativt inställd till reklam eller betalt samarbete medans en stor majoritet tar det neutralt.

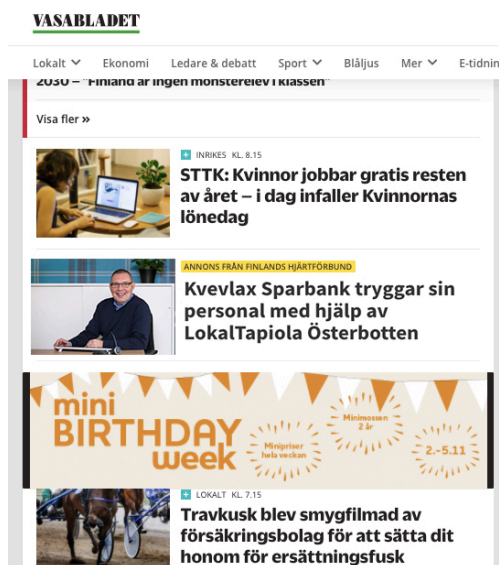
Det som inte kommer fram i Podcast-utredningen hur mycket folk är intresserade av lokalt innehåll 9% har svarat annat men där kan finnas en hel del annat under det svaret också. Jag tror att vi som lokalradio i Österbotten kan också intressera publiken med lokalt

innehåll om lokala kända företag osv. vilket inte kommer fram i undersökningen. Det största och viktigaste vi kan konstatera från undersökningen är att via Podcasts som ligger ute på nätet t.ex. Spotify eller annan tjänst så når vi ut till en yngre målgrupp 15-40 år. Denna målgrupp är idag svår att nå via vanlig FM-radio där vår kärn målgrupp finns i ålderskategorin 50+.

Jag skulle föreslå att man under namnet Radio Vaasa bygger upp en strömningstjänst där man samlar alla Podcasts vi producerar. Tanken är främst att vi säljer Podcasts och Podcastserier för företag vilket direkt genererar pengar till oss. Andra möjligheter ska gärna vara sponsrade isåfall av något företag ifall man t.ex. skulle köra igång en lifestyle serie eller dylikt.

5.10 Podcast produktion och samarbete med Vasabladet och ÖT.

Hittills har vi erbjudit möjligheten att dela en Podcast på Vasabladets eller ÖT:s hemsida som en sponsrad artikel 300€ för 3 dagar och 600€ en hel vecka.

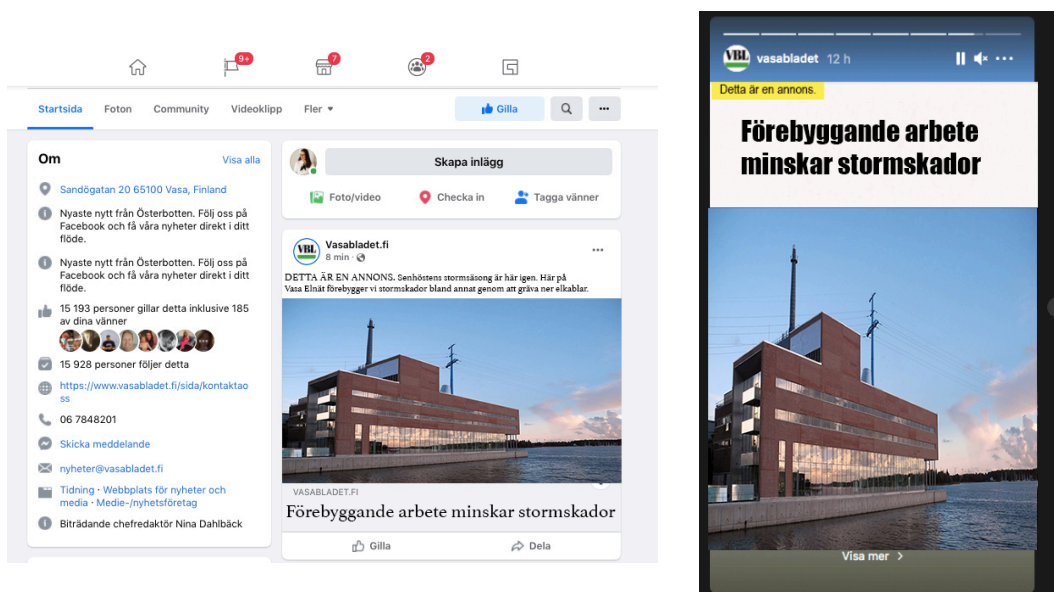


SPONSRAD ARTIKEL

- Viikon julkaisu www.vasabladet.fi - sivustolla
- Desktop/tablet/mobiili
- SOV% 100%



Vi kan också erbjuda delning i SOME för 50€ extra per kanal: facebook, instagram osv.



5.11 Hemsidan

5.11.1 Uppdatering av hemsidan.

Hemsidan borde vi få mer anpassad för podcast-lyssning. Ifall man går omkring på nätet och kollar in olika andra radiokanalers hemsidor har man mer och mer övervägt vanliga artiklar mot mera en ”streaming portal”, där du enkelt kan klicka fram gamla intervjuer/podcasts som du vill lyssna till. Det ska synas bra vilka som är vanliga redaktionella podcasts/intervjuer och de som är betalda samarbeten. Detta baserat på research som gjorts tidigare i examensarbetet.

5.11.2 Samarbete kring Vasabladets hemsida.

Man kunde inom hela HSS Media fundera på att enklare inkludera alla varumärken på sidan och på ett snyggt sätt länka mellan VBL, ÖT, Sydin och Radio Vaasa. På det sättet skulle alla sidors användare ha bättre nytta av varandra och besöks statistiken skulle kunna öka på alla sidor när VBL:s användare mittiallt kanske är inne på ÖT:s sidor och Sydins besökare halkar in på nån podcast på Radio Vaasa.

6 Sammanfattning.

Det som går att sammanfatta från detta examensarbete är att möjligheten till ökad marknadsandel inte är omöjlig. Detta kräver bara en arbetsresurs och vilja att samarbeta

kring nya idéer och framförallt att våga erbjuda nya möjligheter för kunder och tänka i nya banor. Mediabranschen lever i en stor förändring och genom att vara innovativ kan man finna nya lösningar för tidigare problem.

Radio Vaasa behöver ett ansiktslyft för att få kanalen att bli mer intressant och modern för allmänheten vilket framkommer ganska tydligt i Taloustutkimus rapport. Det som är positivt är att ändå 45% av de tillfrågade redan lyssnar på Radio Vaasa och c. 40% av dem aktivt. Det gäller att försöka övertala de 35 åringar som har minnen av Radio Vaasa från barndomens 1990-tal och tycker att kanalen stampat på ställe sedan dess. De som inte lyssnar på oss pga tvåspråkigheten kan vi direkt glömma som lyssnare, tvåspråkigheten är en styrka för oss framförallt när vi säljer reklam och kan säga till kunden att vi når ut till båda språkgrupperna.

Samarbete med övriga HSS Media är bara i startgroparna och med en liten större arbetsinsats från ledningen angående mer samarbete skulle få igång stora förändringar. Man kunde kanske kunna ordna en workshop för hela redaktionen där de får bekanta sig med radioproduktionen, det samma skulle gälla annonsavdelningen. Segermarketing borde man ta ett djupare möte med för att kunna eventuellt implementera mera samarbete kring ljud & videoproduktion.

Radio Vaasas styrka kommer alltid ligga i att vara lokal. Det som borde göras är att göra en ordentlig ombrändning för att involvera hela kust-österbotten bättre. Det finns potential att växa utanför Vasa i de norra och södra delarna. Detta skulle gå automatiskt ifall man skulle få ÖT och Sydin att aktivera sig med en del intervjuer från bägge områden, detsamma gäller annonsavdelningen på ÖT och Sydin. Radio Vaasa kan vara lokal i hela Österbotten och inte bara i Vasa som namnet säger, därför borde man få sagt i varje jingel att det rör sig om hela Österbotten.

Radio Vaasas ljudbild ska noga ses igenom och förnyas till en lämplig ljudprofil som beaktar de yngre och äldre lyssnarna. Det som en del lyssnare negativt associerar Radio Vaasa till i Taloustutkimus undersökning om att det låter som "en dinosaurus från 1990-talet" borde man få åtgärdat. Folk ska inte förknippa oss med en förbigående tid, vi ska vara aktuell låta modern och följt med utvecklingen sedan 1985. Varumärket är ändå att vi hållit på sedan det blev fritt att börja utöva radioverksamhet i Finland och vi är den sista lokalägda kanalen som klarat sig genom alla förändringar i branschen.

7 Källor.

(Tilastokeskus, 2023) (Online hämtat 18.11)

https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html

(Radiomedia.fi, 2023) (Online hämtat 18.11) Näin Suomalainen kuuntelee tutkimus – 2023

(Hämtat 18.11) <https://radiomedia.fi/tutkimukset/nain-suomalainen-kuuntelee-digiaudiotutkimus-2023/>

(Bauermedia,2023) (Online hämtat 18.11) <https://www.bauermedia.fi/mainostajalle/kanavat>

(Sanoma, 2023) (Online Hämtat 18.11) <https://www.sanoma.fi/mita-teemme/tuotteet-ja-brandit/>

(ssb.no, 2023) (Online hämtat 18.11)

<https://www.ssb.no/befolkning/folketall/statistikk/befolkning>

(scb.se,2023) (Online hämtat 18.11) <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/befolkning/befolkningens-sammansattning/befolkningsstatistik/>

(stat.fi, 2023) (Online hämtat 18.11) <https://www.stat.fi/tilasto/vamuu>

(dst.fi, 2023) (Online hämtat 18.11)

<https://www.dst.dk/da/Statistik/emner/borgere/befolkning/befolkningstal>

(Valor-analyysi,2016) (Online hämtat 18.11)

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/78261/Selvitys_Suomen_radiomarkkinoista.pdf?sequence=1&isAllowed=y

(Biisit.info, 2023) (Online hämtat 18.11) <https://biisit.info/loop>

(Suomi24, 2017) (Online hämtat 18.11) <https://keskustelu.suomi24.fi/t/14847458/miksi-radio-suomi-popilla-soi-samat-biisit>

(HS, 2017) (Online hämtat 18.11) <https://www.hs.fi/talous/art-2000005333911.html>

(Iltalehti, 2019) (Online hämtat 18.11) <https://www.iltalehti.fi/musiikki/a/ffbe5cd2-2bb7-4bf3-9837-e054044ee3ed>

(Musiikintekijät, 2013) (Online hämtat 18.11)

<https://musiikintekijat.fi/artikkeli/formaattiradion-ja-soittolistan-symbolinen-valta/>

(Tilastokeskus, 2023) (Online hämtat 18.11)

https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html

(Finnpanel, 2023) (Online hämtat 18.11)

<https://www.finnpanel.fi/tulokset/radio/krt/viimeisin/tavoittavuus.html>

(Radiomedia, 2023) <https://radiomedia.fi/radiokanavat/>

(Taloustutkimus, 2023) Niklas Nyberg chef på HSS Media har gett tillgång till undersökningen.

https://www.taloustutkimus.fi/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiA98WrBhAYEiwA2WvhOrR9g-q_LF3n-YmFZtI9-wMpFxFxKrCrboCisnjS7GZUf2__xQxIrmXBoCos8QAvD_BwE

(Radio Vaasa, 2023) (Online hämtat 18.11) www.radiovaasa.fi

(ne.se, 2023) (Online hämtat 18.11)

<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lang/jingel>

(Omapaja.fi, 2022) (Online hämtat 18.11) <https://www.omapaja.fi/blogi/vuosikello>

(Sevendays.fi, 2021) (Online hämtat 18.11) <https://sevendays.vasabladet.fi/senaste-nytt/foretagande/darfor-ska-du-gora-en-arsklocka-for-foretagets-kanaler-pa-sociala-medier>

(Auran Aallot, 2023) (Online hämtat 18.11) <https://radioplay.fi/auran-aallot/>

(Supla.fi, 2023) (Online hämtat 18.11) <https://www.supla.fi>

(arenan.yle.fi, 2023) (Online hämtat 18.11) <https://areena.yle.fi/tv>

(Radioramona.fi, 2023) (Online hämtat 18.11) <https://radioramona.fi>

(Radiosun.fi, 2023) (Online hämtat 18.11) <https://radiosun.fi>

(Radiomedia, 2020) (Online hämtat 18.11) <https://radiomedia.fi/tutkimuskategoria/podcast/>

(Vasabladet, 2023) (Online hämtat 18.11) <https://www.vasabladet.fi/Artikel/Visa/655275>

(Sydin, 2023) (Online hämtat 18.11) <https://www.sydin.fi>

(Österbottens tidning, 2023) (Online hämtat 18.11) <https://www.osterbottenstidning.fi>

(Segermarketing, 2023) (Online hämtat 18.11) <https://segermarketing.fi>

(Samarbete mellan försäljning och radio) Baseras på diskussion med Camilla Lindström och Ulrik Södergran från VBL:s försäljning.

(Radio Vaasa, 2023) Baseras på diskussioner mellan Christer Nyberg försäljningschef och Anssi Marttinen programchef.

