K 6/2024 vp Ylen hallintoneuvoston kertomus eduskunnalle yhtiön toiminnasta vuonna 2023

Sinuhe Wallinheimo, hallintoneuvoston pj

Ylen mediakulutuksen muutos

1. TV- ja radiokanavien tavoittavuus
   - Yle TV1 säilyttää asemansa Suomen suosituimpana kanavana.
2. Alueelliset uutislähetykset ja Yle Radio Suomi ovat edelleen suosittuja, vaikka niiden kuuntelu on laskussa.
   - SD- jakelun päättäminen
3. Digitaalisten palveluiden kasvu
   - Yle.fi ja Yle-sovellus tavoittavat viikoittain yli 2 miljoonaa suomalaista (tunnistautumisen vaatiminen)
   - Yle Areenan käyttö kasvaa, erityisesti audiosisältöjen osalta.
4. Suosituimmat verkkopalvelut
   - Yle Uutiset on myös kolmanneksi suosituin verkkouutispalvelu Suomessa. (Sanoma 1. ja Alma media 2.)
   - Yle Areena rankattu maan parhaaksi mediabrändiksi.

Ylen strategia (uudistumista uudessa mediaympäristössä)

1. Brändin vahvistaminen keskiössä
2. Digitaalisten palveluiden kehittäminen
3. Yhteiskunnallisen monimuotoisuuden korostaminen

Digitaalinen siirtymä ja yleisön tavoittavuus

1. Digitaalisten palveluiden käytön kasvu
2. Perinteisen television ja radion yleisötrendit
3. Suoratoistopalveluiden suosion kasvu, erityisesti nuorten keskuudessa.

Innovaatiot ja sosiaalinen media

1. Sosiaalisen median strategian uudistaminen nuorten tavoittamiseksi
2. Vastuullisen tekoälyn periaatteiden käyttöönotto
3. Generatiivisen tekoälyn käyttö sisällöntuotannossa.

Yhteisöllisyys ja turvallisuus

1. Läsnäolon vahvistaminen 32 paikkakunnalla Suomessa
2. Merkittävien yhteisöllisten tapahtumien ja varainkeruuaktiviteettien isännöinti
3. Turvallisuustoimenpiteiden ja hätätilanteiden lähetysoikeuksien vahvistaminen.

Johtopäätökset

1. Kattavuus ja brändi kunnossa
2. Ylen strategia on vahvasti digitaalinen ja tekoälyllinen (YLE-areena)
3. Ylen verkkopohjainen uutistarjonta on vahvaa (problematiikka tekstimuotoisista uutisista)
4. Nuorten saavutettavuus erityisen hankalaa
5. Huoltovarmuuskysymykset ovat nousseet vahvasti pinnalle