

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Viestinnän koulutusohjelma / yhteisöviestintä

Jonna Nurminen

KUUNTELIJATUTKIMUS RADIO VOIMALLE

Opinnäytetyö 2011

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Viestintä

NURMINEN, JONNA

Opinnäytetyö

Työn ohjaaja

Toimeksiantaja

Huhtikuu 2011

Avainsanat

Kuuntelijatutkimus Radio Voimalle

39 sivua + 25 liitesivua

Nina Hartikainen, lehtori

Radio Voima

Radio, paikallisradio, tutkimus, kuuntelijatutkimus.

Tämän opinnäytetyön aiheena on kuuntelijatutkimus Radio Voimalle. Radio Voima on kaupallinen paikallisradio, joka sijaitsee Lahden keskustassa, mutta kuuluu Lahden lisäksi Asikkalassa, Hämeenkoskella, Hartolassa, Hausjärvellä, Heinolassa, Hollolassa, Iitissä, Kärkölässä, Kouvolassa, Lahdessa, Lammilla, Mäntsälässä, Mäntyharjulla, Nastolassa, Orimattilassa, Padasjoella, Pertunmaalla, Pukkilassa, Sysmässä ja Valkealassa.

Kuuntelijatutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, kuinka hyvin Radio Voima tunnetaan ja mikä on toiseksi suosituin radiokanava vastaajien keskuudessa. Toiseksi suosituinta kanavaa haluttiin selvittää sen takia, koska oli tiedossa, että suurin osa radionkuuntelijoista kuuntelee Yleä tai Radio Novaa, joka on vuosi toisensa jälkeen kaupallisten radioiden kuunnelluin kanava.

Opinnäytetyössä tarkastellaan paikallisradion toimintaa Suomessa. Paikalliset radiot voidaan jakaa kahteen kategoriaan: paikalliseen radioon ja kaupalliseen paikalliseen radioon. Koska tämän opinnäytetyön tilaaja on kaupallinen paikallisradio, on tässä tarkasteltu myös kaupallisen radion kehitystä.

Kuuntelijatutkimus toteutettiin puhelinkyselynä, johon osallistui 150 25–60-vuotiasta ihmistä Lahdesta, Asikkalasta, Hollolasta, Orimattilasta ja Nastolasta. Tutkimuksen avulla Radio Voima sai arvokkaita vastauksia tunnettuudestaan ja kehitysehdotuksia, joita Radio Voima pystyy myöhemmin hyödyntämään markkinoinnissaan.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Design and Media

NURMINEN, JONNA

Bachelor's Thesis

Supervisor

Commissioned by

April 2011

Keywords

Listener Survey for Radio Voima

39 pages + 25 pages of appendices

Nina Hartikainen, senior lecturer

Radio Voima

Radio, local radio, research, listener research.

The premise of this bachelor's thesis is listener research to Radio Voima. Radio Voima is local commercial radio in Lahti. It is located in the center of Lahti but it can be heard in Asikkala, Hämeenkoski, Hartola, Hausjärvi, Heinola, Hollola, Iitti, Kärkölä, Kouvola, Lahti, Lammi, Mäntsälä, Mäntyharju, Nastola, Orimattila, Padasjoki, Pertunmaa, Pukkila, Sysmä and in Valkeala.

The objective of this listener research is to examine how well people know Radio Voima and which radio channel they find is the second best. Yle and Radio Nova are the most popular radio channels, which is why it is important to know which channel the listeners rank as second best.

In this bachelor's thesis studies local radio in Finland. In Finland there are two different types local radio: local radio and commercial local radio. Since this bachelor's thesis focuses on the commercial radio, also development of commercial radio is examined.

The listener survey was conducted by phone interview. All 150 participants were between the ages of 25–60 and they were from Lahti, Asikkala, Hollola, Orimattila and Nastola. Through this survey, Radio Voima acquired new information about the public esteem of Radio Voima and plenty of ideas for improving its marketing.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	5
2	RADIO VOIMA	6
	2.1 Historia	6
	2.2 Profili	6
	2.3 Kuuntelijoiden profilointi	8
3	PAIKALLISRADIOTOIMINTA SUOMESSA	10
	3.1 Paikallisradioiden historia	10
	3.2 Kaupalliset paikallisradiot	13
	3.3 Kaupallisen radion kehitys	14
4	KUUNTELIJATUTKIMUS	17
	4.1 Tutkimuksen tavoite	17
	4.2 Tutkimuksen toteutus	18
5	TUTKIMUKSEN TULOKSET	20
6	ANALYYSI TUTKIMUKSESTA	31
7	PÄÄTELMÄT	34
	LÄHTEET	37
	LIITTEET	
	Liite 1. Kyselylomake	
	Liite 2. Kyselyn vastaukset	

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä tarkastelen paikallisradion tunnettuutta paikallisten ihmisten keskuudessa. Tutkin paikallisradioiden ja kaupallisten radioiden historiaa ja otin selvää paikallisradioiden kehityksestä.

Produktiivisessa osiossa tein kuuntelijakyselyn Lahden seudulla kuuluvalle Radio Voimalle. Kysely toteutettiin puhelinkyselynä ja otanta oli 150 henkilöä Lahdesta, Asikkalasta, Hollolasta, Nastolasta ja Orimattilasta. Ensimmäiset 50 kyselyä tehtiin 25–60-vuotiaille, mutta niiden jälkeen tilaaja eli Radio Voima halusi, että seuraavat 100 kyselyä tehdään 35–60-vuotiaille. Tarkoituksena oli saada selville, kuinka hyvin ihmiset tuntevat paikallisen radion ja mitä mielikuvia nimi Radio Voima heissä herättää. Tilaajan tavoitteena oli saada tästä opinnäytetyöstä itselleen hyvää materiaalia markkinointiin ja uusia ideoita siihen, miten tilaaja voisi palvella kuuntelijoitaan paremmin ja kuinka he saisivat lisää kuuntelijoita taajuudelleen. Radio Voima on toiminut Lahden keskustassa vuodesta 2007. Sitä ennen radio toimi nimellä Radio 99. Nimen vaihdos oli myös yksi syy siihen, miksi Radio Voima halusi teettää tällaisen kyselyn.

Radio Voima halusi opinnäytetyöni kautta löytää vastauksia myös siihen, mitä lahtelaiset kuuntelevat radiosta. Jo 2010, jolloin aloitin kyselyn tekemisen, Radio Voima oli tietoinen, että lahtelaiset kuuntelevat eniten Ylen Lahden Radiota, mutta tilaajalle olikin nyt tärkeintä selvittää, mitä muuta radiokanavaa kuunnellaan.

Radio Voima on Lahden keskustassa sijaitseva kaupallinen paikallisradio. Radion pääkohderyhmään kuuluvat 35–55-vuotiaat. Radio Voima kuuluu Lahdessa ja Lahden lähialueilla.

Opinnäytetyön produktiivinen osio oli Radio Voiman vastaavan päätoimittajan Matti Even idea. Hänestä Radio Voima tarvitsi muutakin materiaalia kuin Kansallisen Radiotutkimuksen perustutkimuksen radionkuuntelusta. Tässä opinnäytetyössä kerron ensin Radio Voimasta historian, profiilin ja kuuntelijoiden profiloinnin kautta. Kolmannessa luvussa tarkastelen paikallisradiotoimintaa Suomessa ja kaupallisen radion kehitystä. Neljännessä luvussa kerron tutkimuksen tavoitteista ja siitä, miten tutkimus on toteutettu. Viides luku käsittelee tutkimuksen tuloksia, jotka on esitetty diagrammi-

en avulla. Kuudennessa luvussa analysoin tutkimusta ja esitän parannusehdotuksia Radio Voimalle.

2 RADIO VOIMA

2.1 Historia

Radio Voima sai alkunsa vuonna 2007, kun perinteinen lahtelainen paikallisradio Radio 99 muutti nimensä Radio Voimaksi. Radio 99:n toimintaa piti yllä Tiimarin perustaja Kari Sulkanen. Hänen omistamansa yhtiö ajautui konkurssiin 2000-luvun alussa, jonka jälkeen radion toimintaa jatkoi Mondays Special Oy. (Radio Voima 2010.) Vuonna 2000 Esan Kirjapaino Oy osti 40 prosenttia Radio 99:stä. Vuonna 2008 radio sai uudet tilat, jotka sijaitsevat nykyisinkin keskellä Lahtea.

Radio Voima on osa Esa-Konsernia, johon kuuluvat myös muun muassa Etelä-Suomen Sanomat, Itä-Häme, Uusi Lahti ja Esan lehtipaino. Tällä hetkellä Radio Voiman päätoimittajana ja toimitusjohtajana toimii Matti Eve. (Mediatalo Esa 2010.)

2.2 Profiili

Radio Voima on tarkoitettu 35–55-vuotiaille Lahdessa ja Lahden lähikunnissa asuville. Kanava soittaa kotimaista ja ulkomaista popmusiikkia sekä ulkomaisia pop- ja rockmusiikin klassikoita. Kanavan tavoitteena on olla vahvasti paikallinen, joten kanavalta kuullaan myös paljon paikallisia asioita. Taajuudelta lähetetään uutisia tasatunnein aamuseitsemän ja iltakuuden välillä. Radio Voiman paikallisuus korostuu siinä, että se lähettää lahtelaisen SM-liigajääkiekkjoukkueen Pelicansin pelit suorina koti- ja vieraskentiltä.

Radio Voima kuuluu seuraavilla paikkakunnilla: Asikkala, Hämeenkoski, Hartola, Hausjärvi, Heinola, Hollola, Iitti, Kärkölä, Kouvola, Lahti, Lammi, Mäntsälä, Mäntyharju, Nastola, Orimattila, Padasjoki, Pertunmaa, Pukkila, Sysmä ja Valkeala. (RadioMedia 2010a.)

Radio Voima on mukana myös sosiaalisessa mediassa. Facebookissa on Radio Voiman oma fanisivu, johon on laitettu muutamia kuvia studiossa käyneistä vieraista, juontajista ja Radio Voiman järjestämistä ulkoilmatapahtumista. Fanisivua päivitetään

silloin tällöin.

Radio Voiman ohjelmisto sisältää sen kuuluvuusalueen väestölle suunnatusta ohjelmistosta, joka sisältää erityisesti kuuluvuusalueen asioita käsittelevää tai sen erityisryhmiä palvelevaa aineistoa. Lähetysten pitää selkeästi olla tunnistettavissa omaksi, itsenäiseksi ohjelmistokseen. Näin edellytetään radiokanavan toimiluvassa. Kaikkien paikallisradioiden lupaehdoissa määrätään puhesisällöksi enintään 15 prosenttia. Tämä puhesisällön osuus tulee saavuttaa arkipäivinä kello 6:n ja kello 18:n välisenä aikana. Paikallisradiolupa sallii, että asema voi välittää lähettimistään päivittäin enintään kaksi tuntia sellaisia lähetyksiä, jotka mainoksineen ovat kuuluvuusalueen eri osissa erilaisia. (Ala-Fossi – Haara 2009, 137.)

Radiolähetysten rakenne suunnitellaan laatimalla ohjelmakaavio. Se saattaa kattaa koko ohjelmaviikon tai pidemmänkin ajan. Ohjelmakaavion avulla pyritään kanavan mukaisesti ryhmittämään radion ohjelmisto siten, että se palvelee mahdollisimman hyvin kohderyhmää. Tähän liittyy myös formaattikello, jonka avulla ohjelmakaaviota yleensä jaksotetaan. Suunnittelua kutsutaan yleensä kanavan profiilin luomiseksi tai formatoinniksi. Profilointi vaikuttaa myös radion ohjelmistoon ja antaa suuntaa myös musiikkivalintoihin. (Nukari – Ruohomaa 1997, 130.)

Johanssonin (2010) haastattelema radiokonsultti Niklas Norden kertoo, että sen takana, kuinka paljon radiossa soitetaan musiikkia, on paljon matematiikkaa. Hän on systematisoinut katsomustaan käyttäen esimerkkinä erityyppisiä lauluja, joita voi soittaa, ja tarkastellut sitä, miten erityyppiset laulut soljuvat yhteen. Nordenin mielestä pitää löytää tasapaino siinä, miten usein soitetaan samaa kappaletta, jotta sitä ei soiteta liian usein. Radiokanavan tyypistä riippuu, miten vaihtelevaa musiikki on.

Shinglerin ja Wieringan (1998, 30) mukaan musiikki on organisoitu kaiken muun ympärille. Vaikka radiokanava olisi pelkkä musiikkikanava, täytyy siihenkin kuulua perusasiat, kuten juontajan kertomukset kappaleesta, aika, sääennusteet ja mahdollisesti vielä liikennetiedotukset. Ilman selkeää rakennetta radio voi vaikuttaa formaatittomalta.

Oli radiokanavan formaatti mikä tahansa, jokaisella radiokanavalla jokainen ohjelma tuotetaan formaatin vaatimalla tavalla. Saman formaatin pitkäaikainen käyttö tuo kuuntelijoille tuttuuden tunteen ja antaa tuottajille turvallisen työskentely-ympäristön. Formaatin käsite muistuttaa lehtien typografiaa tai layoutia, jotka ovat jokaisessa leh-

dessä omanlaisensa, mutta toisin kuin lehtien rakenne, joka on heti tunnistettavissa, radio-ohjelmien formaatti on enemmänkin piilossa. Pitkäaikainen kuuntelu paljastaa formaatin muodon. Juontajan puhe, äänen sävy, tempo, kieli, käytetyt tehosteet ja tunnussävelmät luovat ohjelmalle oman formaatin. (Hendy 2000, 96.) Se, missä ja kenelle juontaja puhuu, vaikuttaa siihen, miten hän puhuu. Juontajan pitää etukäteen tietää radion kohderyhmä, jotta osaa toimia formaatin mukaisesti. Koska juontajat ovat useasti osa radion profiilia, kannattaa heidän osallistua myös ohjelmien tekemiseen, jotta he osaavat ottaa huomioon radion kohderyhmän oikealla tavalla. (Kaivola – Paukku-
nen 2009, 21.)

Hendy (2000, 96–97) kertoo, että tunnetuin keino luoda ajallinen formaatti on tehdä ohjelman rakenne kellon muodossa. Kelloon sijoitetaan juonnot, musiikkikappaleet, uutiset, sää, kilpailut, mainostauot ja kaikki, mitä ohjelmassa tunnin aikana tapahtuu. Kellon avulla juontaja pystyy seuraamaan sitä, ettei ohjelma-aika mene liian pitkäksi tai jää liian lyhyeksi. Radio Voimassa ja nykyisin melkein jokaisella radiokanavalla noudatetaan tätä kellotaulujärjestelmää.

Nukarin ja Ruohomaan (1997, 129–130) mukaan ohjelmissa kannattaa ottaa huomioon kuuntelijaryhmän päivän kulkuun liittyvät hetkelliset kiinnostuksen kohteet, kuten ajokeli, liikenne ja sää, mutta jokaisena hetkenä on oltava tietoinen yleisön rakenteesta ja tarpeista eli siitä, kenelle ja miksi ohjelmaa tehdään. Rakenteeseen vaikuttavat eri seikat, joista hankitaan tietoja samantapaisilla kuuntelututkimuksilla, jollaisen olen tässä opinnäytetyössä tehnyt. Myös Johanssonin (2010) haastatteleva Norden sanoo, että kun radiossa ei näe yleisöä, täytyy luottaa markkinatutkimuksiin yleisön mieltymyksistä ja luoda tuote niiden pohjalta.

2.3 Kuuntelijoiden profilointi

Radion kuuntelu tapahtuu yleensä samalla, kun teemme jotain muuta. Harvemmin olemme paikallamme radion ääressä ja keskitymme vain kuuntelemaan. Tämä on radion vahvuus ja toisaalta myös heikkous, mutta radio on vertaansa vailla oleva media, joka mahdollistaa sen, että kuulija voi toimia muiden asioiden parissa samaan aikaan, kun saa tietoonsa mitä esimerkiksi tapahtuu kotimaassa. Toki on olemassa edelleen ihmisiä, joiden päivän päätapahtuma on kuunnella uutiset radiosta. Lähetystä kuunnellaan tarkasti keskittymättä mihinkään muuhun. Tällaiset kuuntelijat eivät kuitenkaan ole peruskuuntelijakuntaa. Suurin osa radionkuuntelijoita yhdistää radionkuuntelun

johonkin muuhun päivän askareeseen. Radio on usein vain muun toiminnan taustalla. (Lindfelt – Eriksson-Sjöberg 2006, 12.) Radion kuuntelun on tutkittu olevan yksityistä, ja radiota on yleensä pidetty äänenä, joka puhuu suoraan kuuntelijalle yksilönä (Åberg 1999, 15).

Radion kuuntelijat voidaan listata erilaisiin kuuntelijaryhmiin. Hendyn (2000, 104) mukaan ryhmiä ovat aamukuuntelijat, iltapäiväkuuntelijat ja iltakuuntelijat. Aamukuuntelijat ovat ihmisiä, joilla on paljon tekemistä päivän aikana. He kuuntelevat radiota mahdollisesti jo aamupalan aikana, mutta lopettavat radion kuuntelun, kun saapuvat työpaikalle. Monet heistä, jotka kuuntelevat radiota vielä aamuohjelman jälkeen, vaihtavat kuitenkin kanavaa. Suurin osa kanavan kuuntelijoista on yleensä aamukuuntelijoita. Myöhemmin aamulla eli kymmenen jälkeen ihmiset ovat töissä, haluavat saada työnsä tehdyksi ja haluavat kuunnella radiokanavaa, joka on energinen ja hauska. Iltapäiväkuuntelijat haluavat yleensä kuulla uutisia ehkä jopa paikallisia uutisia, mutta tämä kuuntelijajoukko on jo aamukuuntelijamäärää pienempi. Neljän jälkeen suurin osa ihmisistä pääsee töistä, joten tällöin halutaan kuunnella radiota ja sieltä päivän tärkeimmät uutiset. Varsinkin, mikäli ihminen ei ole päivän aikana töissä kuunnellut radiota, matkalla kotiin on hyvä päivittää, mitä maailmalla on tapahtunut. Iltapäivällä kello 16:n aikaan on aamun jälkeen eniten kuuntelijoita radiotaajuuksilla. Iltakuuntelijoita on vähän. Yleensä iltakuuntelijat haluavat kuunnella rauhallista, helppoa sisältöä tai ohjelmia, jotka ovat lähellä omia kiinnostuksen kohteita. (Hendy 2000, 104–105.)

Tämä Hendyn (2000) esittämä erilaisista radionkuuntelijoista pitää hyvin paikkansa myös Radio Voiman kohdalla. Eniten kuuntelijoita on aamukuudesta aamukymmenen ja iltapäivällä neljän jälkeen, kun ihmiset lähtevät töistä. Iltakuuntelijoiden osuus kello 18:n jälkeen on taas pienin. Radio Voimalla iltakuuden jälkeen soitetaan vain musiikkia, paitsi jääkiekkoiltoina, jolloin Radio Voimasta kuullaan selostus Pelicansin ottelusta.

Ien Angin mukaan (1991, 46) radionkuuntelijat tulee mitata suuruudessa ja jakaa eri ajanjaksoille päivän aikana. Angin mielestä pääasia on kuitenkin kuuntelijan ja erilaisen ohjelman välinen yhteys, ei niinkään se, mihin aikaan ihminen radiota kuuntelee. Tämä Angin toteamus on jo vuodelta 1991 eli 20 vuotta vanha, mutta pitää hyvin paikkansa niiden radiokanavien kohdalla, jotka lähettävät erilaista ohjelmaa. Radio

Voiman kohdalla asia on eri, sillä Radio Voima lähettää samantyylistä ohjelmaa vuorokaudesta riippumatta.

Ruohomaa (2003, 145, 153, 160) on puolestaan jakanut radionkuuntelijat kolmeen eri kuuntelijaprofiiliin. Innokas kuuntelija kuuntelee radiota kaikkialla missä onkin. Kotona, työpaikalla, ulkona, työmatkoilla ja jopa ystävien luona. Valikoiva kuuntelija kuuntelee radiota autossa matkalla johonkin tai kotona. Autokuuntelijoita ovat yleensä miehet, jotka kotona vapaa-aikanaan katsovat televisiota. Välinpitämätön kuuntelija on kuuntelija, jolla hädin tuskin on minkäänlaista suhdetta radioon. Hän tuskin koskaan kääntää radiota päälle, koska radio ei anna hänen elämäänsä tarpeeksi sisältöä. Välinpitämätön kuuntelija saattaa olla tekemisissä radion kanssa ainoastaan sattumalta. Näissä Ruohomaan esittämissä kuuntelijaprofiileissa on kyse siitä, minkälaiseksi ihminen itse kokee suhteensa radioon.

3 PAIKALLISRADIOTOIMINTA SUOMESSA

3.1 Paikallisradioiden historia

Yleisradiolla oli Suomessa radiotoiminnan monopoli vuosina 1926–1985. Suuri murros suomalaisessa radiotoiminnassa tapahtui vuonna 1985, kun paikallisradioille myönnettiin toimiluvat. Tämä tarkoitti radion muuttumista osittain yksityiseksi ja kaupalliseksi. (Median Maailma 2010.) Silloin valtioneuvosto myönsi 33 hakijalle kokeiluluvat kahdeksi vuodeksi (Kujala – Lahti – Tamminen 1998, 118). Ensimmäisenä eetteriin ehti nivalalainen Radio Lakeus, jonka jälkeen vappuaattona aloitti helsinkiläinen Radio city (Väätäinen 2010).

Ensimmäisten paikallisradioiden joukossa olivat Radio Lakeuden ja Radio Cityn lisäksi muun muassa Radio Ykkönen, Radio 957, Radio Auran Aallot, SBC Radio ja Kouvolan Ääni. Viimeisenä kokeiluradiona ääneen ehti turkulainen Radio Iniö tammikuussa 1986. Vuosien saatossa osa radioasemista kaatui taloudellisten ongelmien kasvaessa liian suuriksi. Näiden joukossa olivat vuosina 1986–1987 lopettaneet toijalalainen Radio 951, kuusamolainen Radio Ruka ja Karkkilan seudulla lähettänyt Radio West. (Toivonen 2010.)

Kaupallinen radio täytti 25 vuotta huhtikuussa 2010. Kaupallisista kanavista Radio 957, Auran Aallot, Radio Pori, Radio Vaasa ja Kuopion Iskelmä Oikea Asema ovat

lähettäneet 25 vuotta ohjelmaa. Radio Satahämeen jatkajan Radio SUNin juuret ovat 25 vuoden takana Ikaalisissa. Paikallista ohjelmaa on harjoitettu näiden lisäksi pitkään myös Lapualla. (Toivonen 2010.)

Ei-kaupallisille radioille myönnettiin toimilupia suurimpiin kaupunkeihin Helsinkiin, Tampereelle ja Turkuun sekä hyvin pienille paikkakunnille Inariin, Haapavedelle, Ruovedelle ja Tornioon. Kun paikallisradiotoiminta käynnistettiin Suomessa, suurin osa toimiluvista myönnettiin kaupallisille radioasemille, jotka myös saivat osakseen pääosan huomiosta. Ei-kaupalliset radioasemat jäivät vähälle huomiolle, ja enimmäkseen on ollut voimassa seitsemän ei-kaupallisen aseman toimilupaa. Yksi syy siihen, ettei ei-kaupallinen paikallisradiotoiminta kasvanut Suomessa suureksi, on se, että esimerkiksi ammattiyhdistysliike tai muut resursseiltaan vahvat toimijat eivät olleet kiinnostuneita ei-kaupallisesta radiotoiminnasta. Suomi erosi tässä selvästi useista muista Euroopan maista. Toinen syy oli Yleisradion monopolia vastaan suuntautunut kritiikki, joka purkautui kaupallisten paikallisradioiden käynnistyessä. Kaupalliset radiot saavuttivat yleisön suosion ja kanavoivat tyytymättömyyden. Kolmas tekijä oli se, ettei ei-kaupallisille paikallisradioille ollut tarjolla mainostuloja, eikä niitä myöskään tuettu julkisista varoista. (Punkki 2010.)

Vuoden 1986 alussa 19 radioasemaa oli käynnistänyt toimintansa. Paikallisradiotoiminta vakinaistettiin vuonna 1989. Silloin siitä oli tullut elinvoimainen toimiala ja satojen radiotyöntekijöiden työpaikka. (Kujala ym. 1998, 118.)

Vuonna 1987 myös Lahteen saatiin oma paikallisradio, kun 7.12.1987 toimintansa aloitti Rytmiradio. Radiossa uransa aloitti muun muassa Antero Mertaranta. Kun vuonna 1999 Rytmiradio lopetti toimintansa, Lahteen saatiin tilalle Radio 99, joka muuttui vuonna 2007 Radio Voimaksi. (Radioharrastajat 2010.)

Taloudellisen tilanteen muutokset ja mediamarkkinoiden myllerrys vaikuttivat myös radioalan kehitykseen 1990-luvulla. Vuonna 1990 Yleisradio oli tuskailnut pari vuotta kuuntelijapulassa, koska paikalliset radiot olivat vieneet osan kuuntelijoista. Silloin Yleisradio perusti koko kansalle suunnatun Radio Suomen ja nuorisolle suunnatun Radio Mafian. Tämä ei kuitenkaan heikentänyt paikallisradioiden suosiota. (Radio-Media 2010b.)

1990-luvun muutostrendejä suomalaisessa paikallisradiotoiminnassa olivat ketjuuntuminen ja globalisoituminen. Ketjuuntuminen on vähentänyt paikallisista asioista puhumista ja paikallisia uutisia. Lisäksi kanavien omistus pohjat ovat muuttuneet osittain monikansallisiksi. Esimerkiksi Radio 957:n, Radio Megan, Radio Sadan ja Radio Jyväskylän omistaa mediayhtiö Scandinavian Broadcasting System (SBS). (Median maailma 2010.)

Vuonna 1997 syntyi ensimmäinen valtakunnallinen mainosradio, Radio Nova. Sitä seurasi joukko osavaltakunnallisia ketjuradioita. Radiotoiminnan rakennemuutoksen seurauksena radiomarkkojen painopiste siirtyi paikallisradioista ketjuradioihin. (RadioMedia 2010b.)

Nordenstreng ja Wiio (2003, 97) kertovat, että paikallisradioiden toimilupaehdoissa ohjelmistolle asetettiin vaatimuksia. Niitä olivat muun muassa se, että ohjelman tulee sisältää tietoa paikallisista asioista ja edistää paikallista kulttuuria ja kansalaisten avointa keskustelua. Tätä vaatimusta paikallisradiot toteuttavat vieläkin. Kyselytutkimuksen perusteella pääpaino sanotuissa asioissa oli se, että ihmiset haluavat kuulla paikallisia uutisia siellä missä ikinä ovatkaan. Jos mökki sijaitsee Saimaalla, ihmiset haluavat kuulla sen alueen paikallisia asioita, ja kun he ovat taas kotona esimerkiksi Lahdessa, he haluavat kuulla Radio Voimalta tai Ylen paikallisradiosta Lahden ja lähialueiden paikallisia uutisia. Vaatimusten tarkoituksena oli Nordenstrengin ja Wiion (mts. 97) mukaan turvata paikallisradioiden paikallisuus. Rajoituksilla oli haluttu estää paikallisradioiden ketjuuntuminen eli samanlaista ohjelmaa eri paikkakunnilla lähettävien radioverkkojen syntyminen.

Voidaan sanoa, että paikallisradioiden elinaikana paikallisuuden käsite on muuttunut. Nykyään paikallisuus mielletään niin läheisyydeksi, tuttuudeksi ja epämuodollisuudeksi kuin paikalliseksi, paikallisten asioiden tiedottamiseksi. (Kempainen 2001, 56–57.) Paikallisuus on siis edelleen tärkein asia paikallisille radioille, mutta paikallisuus nykyisin tarkoittaa entistä enemmän läheisyyttä ja tuttuutta kuuntelijoiden ja radion kesken. Paikallinen radio ei ole vain paikallisradio vaan radio, jota kuunnellaan ja joka tunnetaan kuin mikä tahansa valtakunnallinenkin radio.

3.2 Kaupalliset paikallisradiot

Suomalainen radiokenttä on muuttunut viimeisten vuosikymmenien aikana. Taustalla on yleiseurooppalainen kehitys, jossa yleisradioiden monopoli on muuttunut kilpailuksi radioaalloilla. Muutoksen aikana kaupalliset radioasemat ovat lisääntyneet. Ne rahoittavat toimintansa pääasiassa mainostuloilla. Kaupallisten radioasemien ohjelmisto perustuu kansainvälisiin musiikkiformaatteihin. Ohjelmarungon muodostavat yleisesti kevyt musiikki, lyhyet välijuonnot, uutiset ja mainokset. (Ammattinetti 2010.) Esimerkiksi Radio Voiman lähetyksessä puhetta on laskettu noin 7 minuuttia yhtä tuntia kohden. Mainokset ja musiikki vievät tunnista suurimman osan.

Yksityinen radiotoiminta on pääasiassa liiketoimintaa. Yksityinen kaupallinen radio on yleensä luonteeltaan liikeyritys ja toiminnan tavoitteena on mahdollisimman hyvä taloudellinen tulos. Se määrää toiminnan luonteen: taloudellisesti kannattamatonta radiotoimintaa ei harjoiteta, vaikka se olisikin journalistisesti kunnianhimoista ja kulttuuripoliittista kunnioitusta herättävää. Liiketaloudellisesti yksityisen kaupallisen radiotoiminnan tehtävänä on myydä mainosaikaa. Näin mainostajat saavat kohdeyleisönsä mukaisia asiakaskontakteja. Yksityinen radiotoiminta siis tarjoaa mainostajille mahdollisuutta tavoittaa kohderyhmänsä, ja sen luonteeseen kuuluu markkinoida omia ja muiden tuotteita. Kaupallisen radion ponnistelut tähtäävät mainostajien kannalta käyttökelpoiseksi mediaksi niin paikallisesti, alueellisesti kuin valtakunnallises-
tikin. Kaupallinen radio kilpailee mainostajista muiden kaupallisten radioiden, lehdistön ja television kanssa. Kuuntelusta kilpaillaan kaikkien radioiden kanssa, Yleisradion radiotoiminta mukaan lukien. Kaupallisen radion jatkuvuuden ratkaisee mainostajien mielenkiinto mainostaa radiossa. Sen tueksi tarvitaan muun muassa luotettavaa yleisötutkimusta, joka kertoo, millainen yleisösuhte radiolla on. Toisaalta myös radion on oltava uskottava mainosvälineenä. (Kujala ym. 1998, 120–121.)

Nykyisin kaupallinen radio tarjoaa mainostajalle erinomaisen mahdollisuuden toteuttaa niin valtakunnallisia kuin alueellisiakin mainoskampanjoita tavoittavasti, kohdistetusti ja kustannustehokkaasti. Vuonna 2009 Suomessa käytettiin radiomainontaan noin 49,7 miljoonaa euroa. Radion osuus mediamainonnan kokonaisinvestoinneista oli 3,9 prosenttia. Kaupallisen radion kokonaiskuuntelu pysyi lähes ennallaan vuonna 2009. Kaupallinen radio tavoitti keskimäärin 3,6 miljoonaa kuuntelijaa viikoittain. Kaupalli-

sen radion keskimääräinen kuuntelu-aika vuonna 2009 oli tunti ja 33 minuuttia. (RadioMedia 2010b.)

Kansallisen Radiotutkimuksen mukaan vuonna 2010 syys–marraskuussa radiota kuunteli päivittäin 3,7 miljoonaa suomalaista. Keskimääräinen kuuntelu-aika oli 3 tuntia ja 10 minuuttia päivässä. Tähän kuuluivat mukaan kaikki radiokanavat, niin kaupalliset kuin ei-kaupallisetkin. Vaikka kaupallisia radioita toimii Suomessa monta, ei mikään kuitenkaan vedä vertoja Ylen ei-kaupalliselle radiotoiminnalle, joka pitää pintansa tutkimuksissa jokaisena vuonna. Tässäkin tutkimuksessa selvisi, että vuorokaudessa Yleä kuunneltiin tunti ja 42 minuuttia ja kaupallisia yhteensä tunti ja 28 minuuttia. (Finnpanel 2010.)

3.3 Kaupallisen radion kehitys

Kaupallinen radiotoiminta alkoi Suomessa vuonna 1985. Silloin valtioneuvosto antoi toimiluvan yli 20 asemalle. Silloin sallittiin myös radiomainonta kaikilla näillä asemilla. (Isohookana 2007, 151.)

Yleisradion monopolia purettiin kahdesta hyvin vastakkaisesta lähtökohdasta. Toisten tavoitteena oli saada radio yksittäisten ihmisten ja kansalaisjärjestöjen haltuun sekä lisätä tällä tavoin viestinnän moniarvoisuutta ja kansalaisten vaikutusmahdollisuuksia. Toisaalta tavoitteena oli ajaa amerikkalaistyypisten kaupallisten radioiden mallia Suomeen. Ajan myötä paikallisradioiden kehitystä määrittänyt mainosrahoitteisuus ja sille rakentuva kaupallisen radion kehitys on tuskin vastannut ensimmäisen lähtökohdan kannattajien toiveita. (Kemppainen 2001, 56–57.)

1980-luvulla Pohjoismaat oli niitä englantilaiseen kielialueeseen kuulumattomia alueita, joiden nuorisomarkkinat omistautui amerikkalaiselle massakulttuurille. Populaarikulttuurin nousu Eurooppalaisen radion murroksessa merkitsi viihteellisen elementin korostamista aikaisempaan verrattuna. Samalla populaarikulttuurin kaupallinen luonne silotti tietä myös kaupallisen radion ja television nousulle. Osallistumisen ja esiintymisen vapaus olivat muutoksen keskeisiä vaatimuksia. Lähtökohdat olivat tältä osin yhteneväiset riippumatta siitä, oltiin perustamassa epäkaupallisia lähiradioita (Ruotsi ja Norja) vai ensi sijassa kaupallisia paikallisradioita (Suomi). Varsinkin vallitsevaksi tuli kaupallisen radion liiketaloudellisiin laskelmiin perustuva malli. Sananvapausoptimismi muuttui yhä selvemmin kaupalliseksi toiminnaksi, jonka omis-

tus ketjuuntui ja kansainvälistyi. 1990-luvun alussa saatiin jo nähdä, että toiveet paikalliselle yleisölle suunnatusta demokraattisemmasta ja osallistuvammasta medias-
ta osoittautuvat unelmaksi, josta kaupallisuus teki lopun. Paikallisradioiden alku-
peräisenä tarkoituksena oli täydentää, ei kilpailla. (Kempainen 2001, 56–57.)

Niemisen ja Pantin (2004, 24–25) mukaan median kaupallistuminen on tehnyt median sisällöstä viihteellisempää. Yleensä törmätään sellaiseen mustavalkoiseen ajatteluun, että kaupalliset mediaesitykset olisivat huonompia kuin ei-kaupalliset. Mediaesityksiä pitäisi arvioida sen perusteella, minkälaisia identiteettejä mediat tarjoavat malleiksi, miten ne edistävät kansalaisten osallistumista demokratiaan, miten syvällisesti ja moniarvoisesti ne kommentoivat aikaansa ja ihmisiä koskettavia poliittisia, sosiaalisia ja kulttuurillisia kysymyksiä sekä miten mediat viihdyttävät, herättävät ajatuksia, antavat näkökulmia ja tuottavat kauneutta.

Euroopassa kaupalliset radiot alkoivat verkottua ja niiden omistus ja ohjelmisto keskittyä 1990-luvulla. Tämä tapahtui usein siten, että kun paikallisradiot olivat raivanneet tiensä radiokenttään sananvapauden laajentamisen hengessä, muuttuivat ne formatoiduiksi musiikkiradioiksi, joiden hittivirratt katkaisivat mainokset ja lyhyet uutiset. Asemien ohjelmistot yhdistettiin, niistä tehtiin ketjuja, jolloin ohjelmatuotannon tuntihinta halpeni ja laatu yhtenäistyi. Taloudellisemmat tuotantomenetelmät formaattiradioille mahdollistivat kovalevykapasiteetin halpeneminen ja musiikinohjausjärjestelmien kehittyminen. Viisi vuotta kaupallisen radiotoiminnan alkamisen jälkeen Suomessa tavoiteltiin uutta näkemystä kaupallisen radion kyvystä täyttää odotuksia. Näin odoteltiin myös vielä kymmenen vuodenkin jälkeen. (Kempainen 2001, 58.)

Radiotoiminnan kehitykseen kohdistuivat samat paineet kuin muuhunkin yhteiskuntaan. Liberaalin talousajattelun mukainen perusnäkemys on se, että markkinavoimat voivat huolehtia taloudellisesti kannattavasta radiotoiminnasta. Julkinen palvelu hoitaisi loput. Perinteisen vanhan Yleisradio-ajattelun mukaan radio-ohjelmat eivät ole kauppatavaraa, vaan radioon liittyy paljon henkisiä ja kulttuurisia sisältöjä ja arvoja. Radion kaupallistumisesta seuraa, että ohjelmat nähdään teollisina tuotteina, joiden tuotannossa pätevät normaalit teollisen tuotannon tehostamistoimenpiteet: tuotannon rutinointi, standardointi ja laadun valvonta. Radion kehitys on merkinnyt ohjelmien ja ohjelmistojen tuotteistumista ja yhdenmukaistanut ohjelmia. Julkisen palvelun radio suhtautuu kuuntelijoihin kansalaisina, jotka jakautuvat erilaisiin sosiaalisiin ryhmiin.

Kaupallinen radio näkee kuuntelijat kuluttajina ja mainosten yleisönä, joka jakautuu segmentteihin. Näkemys kuuntelijasta kuluttajana on havaittavissa myös julkisen palvelun radion kaupallisilta radioilta omaksumissa ohjelmissa. Kaupallisten radioiden pyrkimyksenä erityisesti toimintansa alussa oli tavoittaa nuoret kuuntelijat, koska he olivat mainostajien kannalta halutumpi kohdetyhmä kuin vanhat kuuntelijat. Julkisen palvelun radiot perustivat omat nuorisokanavansa (Radio Mafia), koska ne tahtoivat myös olla mukana tarjoamassa nuorille kuuntelijoille tarkoitettua ohjelmaa. (Kempainen 2001, 60–61.)

Teknologinen kehitys on vaikuttanut radion muutokseen suorasti ja epäsuorasti. Suoraan ovat vaikuttaneet esimerkiksi transistoriteknologian kehittyminen, joka teki radiosta liikkuvan ja kevyen sekä siirtyminen ULA-lähetystyypin (ultra lyhyet aallot), mikä moninkertaisti radioaaltojen käyttötehokkuuden. Tämä lisäsi erityisesti paikallista radiotoimintaa ja paransi äänen laatua. Radion kuuntelutilanteeseen vaikuttanut teknologinen muutos on ollut pikavalintanäppäinten yleistymisen vastaanottimissa. Nykyisin melkein kaikissa radioissa on pikavalintanäppäimet ja automaattisen haun mahdollisuus. Radiota voi kuunnella niin matkapuhelimen kuin MP3-soittimen kautta. Epäsuora vaikutus radion kehitykseen puolestaan on ollut uusilla välityskanavilla kuten viestintäsatelliiteilla ja kaapelilla, jotka ovat yleistyessään luoneet televisiotoiminnan laajenemiselle suotuisat puitteet. Radion ohjelmatoiminnan kehityksen kannalta keskeisin merkitys oli, että ihmisten tapa käyttää radiota muuttui. Televisio syrjäytti radion olohuoneen nurkkapöydältä, mutta sitten radio valtasi auton, keittiön, makuuhuoneen, kesämökin ja uimarannat. Radiosta tuli ihmisille kumppani, osa jokapäiväistä elämää, jonka kanssa vietettiin aikaa myös kodin ulkopuolella. (Kempainen 2001, 61, 63–64.)

Liikenne- ja viestintäministeriö myöntää kaupalliset radiotoimiluvat aina viideksi vuodeksi kerrallaan. Nykyiset toimiluvat ovat voimassa tämän eli vuoden 2011 loppuun. Valtioneuvosto on korostanut lupaehdoissaan paikallisuutta ja paikallisesti tuotettua ohjelmaa. Kun vuosiksi 2007–2011 myönnettiin uudet toimiluvat, silloin myös Lahteen tuli Radio Voima. Myös Joensuuhun, Kokkolaan, Ouluun ja Rovaniemelle tulivat uudet kanavat. Kaupallisista radioista Nova on ollut jo monena vuonna kaikista suosituin. (Isohookana 2007, 151.)

4 KUUNTELIJATUTKIMUS

4.1 Tutkimuksen tavoite

Tutkimuksen tavoitteena oli löytää vastaus siihen, mitä radiokanavaa lahtelaiset ja lähialueiden ihmiset kuuntelevat eniten ja toiseksi eniten. Tavoitteena oli tietää, kuinka monen vastaajan suosikiksi Radio Voima lukeutuu. Alun perin tutkimukseen haluttiin tavoitella 25–60-vuotiaita, mutta 50 vastauksen jälkeen tilaaja halusi, että kysymykset esitetään 35–60-vuotiaille, koska he ovat enemmän Radio Voiman kohderyhmää. Tutkimuksen tavoitteena oli myös löytää vastauksia siihen, kuinka moni tuntee Radio Voiman ja mitä sana Radio Voima tuo heille ensimmäisenä mieleen. Tätä haluttiin selvittää sen takia, että Radio 99 nimi muuttui Radio Voimaksi vuonna 2007, ja tilaaja halusi tietää, ovatko ihmiset pysyneet nimenvaihdoksen mukana. Tilaaja oli tietoinen, että Yle Lahden Radio on heidän kohderyhmässään hyvin suosittu, joten erittäin tärkeäksi muodostui vastaus siihen, mikä on toiseksi suosituin radiokanava.

Tämä tutkimus on kuvaileva eli deskriptiivinen tutkimus. Se on empiirisen tutkimuksen perusmuoto. Se vastaa kysymyksiin ”mikä”, ”kuka”, ”millainen”, ”missä” ja ”milloin”. Mielipidetiedustelut ja erilaiset tilastonselvitykset voivat olla kuvailevia tutkimuksia. Tämä on myös ollut osaltaan evaluaatiotutkimus, koska tämä tutkimus pyrkii arvioimaan toiminnan vaikutuksia eli kuinka hyvin ihmiset tuntevat paikallisen Radio Voiman.

(Heikkilä 2008, 14–15.) Tutkimuksen avulla tilaaja saa tietää, onko mainonta mennyt perille, tuleeko ihmisille mieleen Radio Voimasta logo, paikallisuus, Pelicans tai jokin muu, missä Radio Voima on ollut esillä.

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus auttaa ymmärtämään tutkimuskohdetta ja selittämään syitä käyttäytymiseen ja päätöksiin. Yleensä siinä rajoitutaan pieneen määrään tapauksia, mutta ne pyritään analysoimaan mahdollisimman tarkasti. Kvalitatiivinen tutkimus hyödyntää psykologian ja muiden käyttäytymistieteiden oppeja. Selvittämällä kohderyhmän arvot ja asenteet tai jopa tarpeet ja odotukset, saadaan tarpeellista tietoa esimerkiksi markkinoinnin ja tuotekehittelyn pohjaksi. Tällöin voidaan ymmärtää paremmin, miksi asiakas valitsee tietyn kanavan tai miksi hän reagoi mainontaan tietyllä tavalla. (Heikkilä 2008, 16.)

Tässä tutkimuksessa haluttiin myös tiedustella, mitä mielikuvia tulee sanasta Radio Voima. Mielikuvat Juholinin (2006, 42) mukaan syntyvät monien tekijöiden tuloksena. Ihmiset eivät aina pysty kertomaan, mistä mielikuva heille on syntynyt ja mihin käsitys perustuu. Mielikuvat muotoutuvat itse koetun, nähdyn ja luetun perusteella. Kuitenkin yhtä paljon vaikuttaa se, mitä muut ihmiset kertovat. Organisaatio voi vaikuttaa omaan kuvaansa ja maineeseensa toiminnallaan ja viestinnällään.

Tutkimuksen vastaukset olisivat saattaneet olla erilaisia, jos haastattelut olisi tehty jääkiekkokauden aikana, sillä silloin ihmiset kuuntelevat paikallisen jääkiekkoyoukkue Pelicansin pelejä Radio Voimasta. Kesällä eli tämän kyselytutkimuksen aikaan, monet eivät välttämättä muistaneet koko jääkiekko-ohjelmaa, koska kesällä jääkiekko ei ole ajankohtainen aihe. Tämä oli tilaajalle silti parempi. Tilaaja halusikin tietää, minkälaista Radio Voiman kuuntelu on silloin, kun ei ole kiekkokautta, koska radiossa tiedetään jo, että jääkiekkokauden aikana kuuntelu on normaalia runsaampaa. Nyt tilaaja sai käsityksen, miten heitä kuunnellaan niin sanotuissa normaalioloissa.

4.2 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin puhelimitse. Tilaaja halusi, että haastattelun muoto on puhelinhaastattelu, koska se on nopea ja sen välityksellä saa rehellisen vastauksen, sillä vastaajaa ei ole johdateltu mihinkään suuntaan logoilla tai muilla mielikuvia aiheuttavilla asioilla. Tilaaja osti Enirolta 1000 puhelinnumeroa. Numeron omistajista tiedettiin nimi, asuinpaikkakunta ja iästä vain se, että vastaajat ovat yli 18-vuotiaita. Vastaukset kirjattiin Webropoliin, joka on kysely- ja tiedonkeruusovellus. Webropol toimii internetselaimessa ja oli tämän takia hyvin helppo käyttää missä tahansa. Webropoliin syötetään kyselylomakkeen tiedot ja vastaukset. Kyselyn valmistuttua webropolin kautta pystyi tekemään vastauksista Excel-taulukot. Webropolin avulla pystyy tekemään myös monenlaisia taulukoita, esimerkiksi ristiintaulukointia ja taulukoita, joissa on vain tiettyjä lukuja.

Valitsin kysymystyypeiksi avoimia ja suljettuja kysymyksiä. Avoimet kysymykset ovat sellaisia, joissa vastaaja saa omin sanoin kertoa mielipiteensä eikä vastaukseen millään tavalla johdatella. Suljetuissa strukturoiduissa kysymyksissä vastaukset ovat valmiina. Diklomit ovat kysymyksiä, joiden vastausvaihtoehtoja on vain kaksi. Mikäli vastausvaihtoehtoja on enemmän kuin kaksi, niitä sanotaan monivalintakysymyksiksi. (Heikkilä 2008, 49–51.) Ajattelimme tilaajan kanssa, että monivalintakysymykset ovat

helppo purkaa, ja puhelinhaastattelussa ne ovat helppoja kysyä vastaajalta, joten tässä kyselyssä suosimme eniten monivalintakysymyksiä.

Laadin kyselylomakkeen ensin itse miettimällä kysymykset tilaajan antamien tavoitteiden mukaisesti. Tutustuin aiheeseen kirjallisen lähteiden avulla ja ottamalla selvää edellisistä kyselyistä, joita ESA-konsernille oli tehty. Tilaaja kertoi jo etukäteen, että kyselylomakkeen tulee olla mahdollisimman helposti ymmärrettävä, joten vastausvaihtoehtoja ei saanut olla montaa. Kyselylomakkeen laadinnan jälkeen, kävimme sen asiakkaan kanssa yhdessä läpi ja tein tarvittavat korjaukset. Korjausten jälkeen asiakas halusi vielä muuttaa lomaketta, joten yhteensä tein kyselylomakkeen kolmeen kertaan, jonka jälkeen asiakas oli tyytyväinen niin kysymyksiin kuin vastausvaihtoehtoihinkin. (Liite 1.)

Kyselylomakkeen tekemiseen kannattaa uhrata aikaa, koska on tärkeää, että kysymykset on aseteltu oikein, jotta myös tulosten analysointi olisi helppoa. Kyselylomakkeeseen voi valita erilaisia kysymystyyppejä. Radio Voiman kuuntelijatutkimukseen käytin avoimia kysymyksiä silloin, kun vaihtoehtoja ei voitu määritellä tarkkaan. Ja kun halusin vastaajilta spontaaneja vastauksia. (Heikkilä 2008, 49.) Tällainen kysymys oli muun muassa ”Mitä Teille tulee mieleen sanasta Radio Voima?”. Avoimia kysymyksiä käytettiin myös, koska ne ovat hyvä keino saada uusia näkökantoja ja parannusehdotuksia (Heikkilä 2008, 50). Näitä Radio Voima juuri tarvitsikin.

Kyselylomakkeessa käytin myös suljettuja eli vaihtoehtoja antavia kysymyksiä. Näissä kysymyksissä vaihtoehdot on annettu valmiiksi, ja niistä vain valitaan sopiva. Näitä kysymyksiä kutsutaan myös strukturoiduiksi kysymyksiksi. Ne ovat tarkoituksenmukaisia, kun vaihtoehdot tiedetään etukäteen ja niitä on rajallisesti. (Heikkilä 2008, 50.) Tässä kyselyssä suljettu kysymys on esimerkiksi ”Kuinka hyvin tunnette Radio Voiman?”, ja sen vastausvaihtoehdot ovat ”hyvin”, ”jonkin verran” ja ”en lainkaan”.

Sekamuotoinen kysymys tarkoittaa kysymystä, jonka vastausvaihtoehdot on annettu, mutta yleensä yksi niistä on avoin kysymys ”Jokin muu. Mikä?”. Näin tehdään yleensä silloin, kun ei olla varmoja, onko kysymystä laadittaessa keksitty kaikki vaihtoehdot. (Heikkilä 2008, 52.) Tässä kyselyssä käytin yhteensä neljää sekamuotoista kysymystä. Esimerkiksi kysymys ”Mitä radiokanavia teillä on tapana kuunnella?” oli yksi sellainen, koska en voinut varmaksi sanoa, olinko luetteloinut kaikki Lahden alueella kuuluvat radioasemat. Asemien paljouden vuoksi kaikkia asemia ei edes olisi ollut

järkevää luetteloida. Kysely sisälsi siis ainoastaan suljettuja, avoimia, monivalintakysymyksiä ja sekamuotoisia kysymyksiä. Tilaajan mielestä erilaisten asteikkojen käyttö puhelinhaastattelussa olisi haastavaa vastaajalle, joten jätin asteikot pois kyselylomakkeesta.

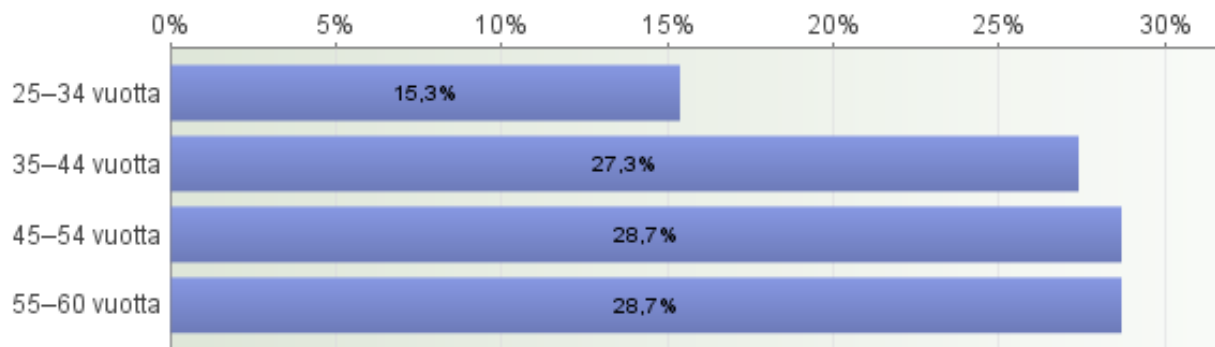
Kun kyselylomake oli valmis, tein sille esitestauksen. Soitin muutamalle kohderyhmään kuuluvalle ihmiselle, ja otin aikaa, kuinka kauan kyselyn tekeminen kesti. Samalla tarkastelin, kuinka hyvin vastaaja ymmärtää kysymykset ja onko niissä tarpeeksi sopivia vastausvaihtoehtoja. Bell (1999, 128) vahvistaa esitestaukseni olleen tarpeen, sillä hänen mukaansa kokeilun avulla saadaan tietää, kuinka kauan vastaamiseen kului ja mitkä ovat lomakkeen mahdolliset ongelmakohdat, joita voi selventää ja korjata ennen todellista kyselyn aloittamista.

Otantamenetelmiä on monia erilaisia. Ryväotanta on monivaiheinen ja tarkoittaa ositetun otannan periaatteiden mukaista ositusta ennen varsinaista ositusta ennen varsinaista otantaa (Valli 2001, 17). Heikkilä (2008, 40–41) esittelee kuitenkin vielä enemmän tämän tutkimuksen kaltaisen otantamenetelmän eli kiintiöpoiminnan. Siinä päätetään etukäteen, kuinka monta miestä ja naista ja mistä ikäryhmistä otetaan mukaan otokseen. Haastatteluja jatketaan kunnes kiintiö tulee täyteen. Heikkilän mukaan tämä menetelmä kuuluu harkintaan perustuviin otantamenetelmiin. Se on edullinen, käyttökelpoinen ja nopea menetelmä, kun tutkimus kohdistuu tietyn tuotteen tai palvelun käyttäjiin. Tässä tekemässäni tutkimuksessa tein juuri Heikkilän kiintiöpoiminnasta kertovan esimerkin mukaisesti. Tässä tutkimuksessa puhelinnumero valittiin satunnaisesti listalta. Jos numerosta vastattiin, piti ensin tarkistaa, kuuluiko vastaaja tämän tutkimuksen kiintiöön eli tässä tapauksessa oliko hän 35–60-vuotias. Jos näin oli ja vastaaja halusi osallistua kyselyyn, esitettiin kysymykset.

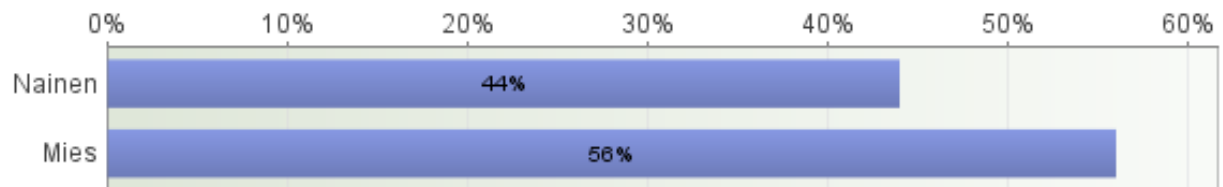
5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Esitän tutkimuksen tulokset pylväsdiagrammeina siten, että jokainen kysymys on eritelty omaksi kuvakseen. Tämän avulla on helpompi seurata vastausten vaihtelevuutta. Se auttaa myös vertaamaan vastauksia, kun myöhemmin esitän vastauksia, joihin on laskettu vain kohderyhmän, 35–60-vuotiaiden vastaukset.

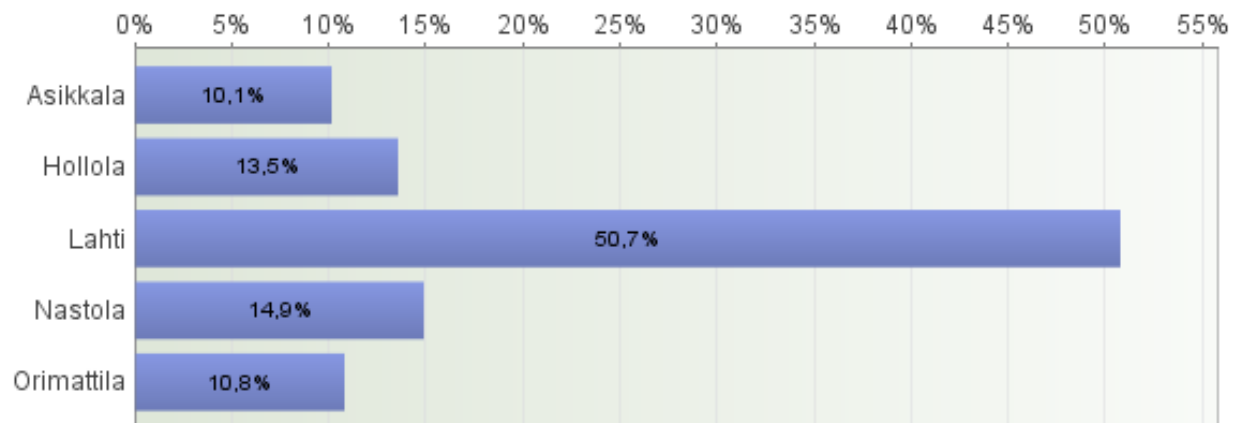
Kyselyyn vastasi 150, jotka olivat iältään 25–60-vuotiaita (kuva 1). Naisia heistä oli 66 ja miehiä 84 (kuva 2). Lahtelaisia vastaajista oli 75, ja loput vastaajista olivat Asikkalasta, Hollolasta, Nastolasta ja Orimattilasta (kuva 3).



Kuva 1. Vastaajien ikäjakauma.

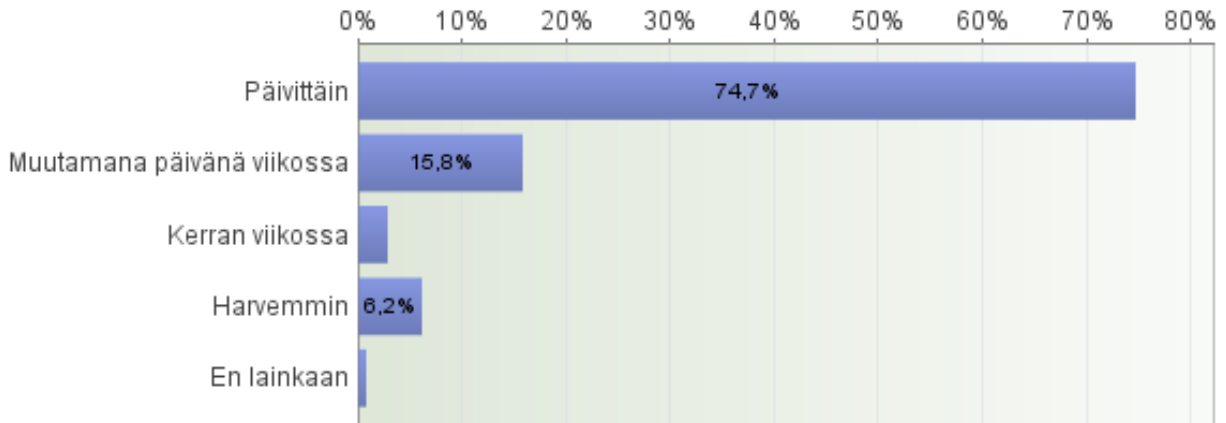


Kuva 2. Vastaajien sukupuoli.

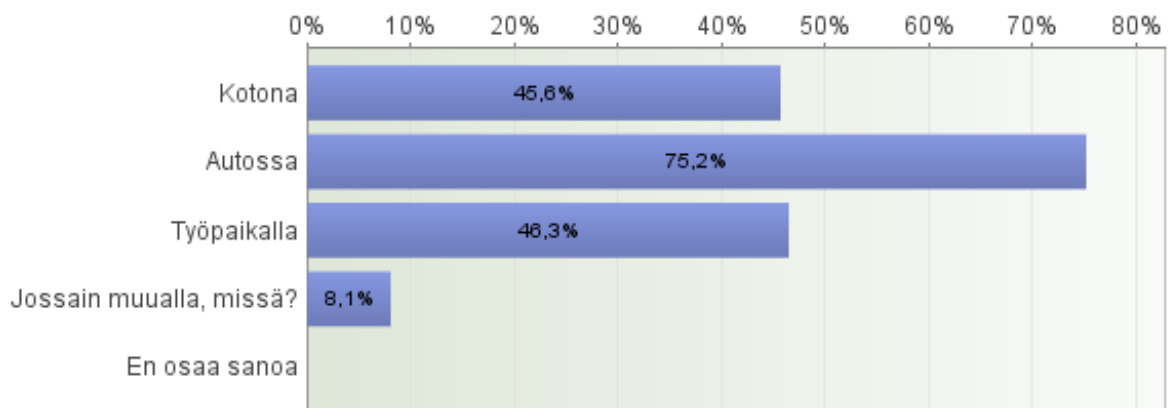


Kuva 3. Vastaajien asuinkunta.

Radiota kuuntelee päivittäin 109 vastaajaa, mikä tarkoittaa 74,7 prosenttia kaikista vastaajista (kuva 4). Eniten radiota kuunnellaan autossa, jonka osuus oli 75,2 prosenttia kaikista vastauksista. Seuraavaksi eniten sitä kuunnellaan kotona ja työpaikalla. Kesäaika vaikutti varmasti vastauksiin, sillä avoimeen kysymykseen ”Jossain muualla. Missä?” vastanneet kertoivat kuuntelevansa radiota mökillä (kuva 5).



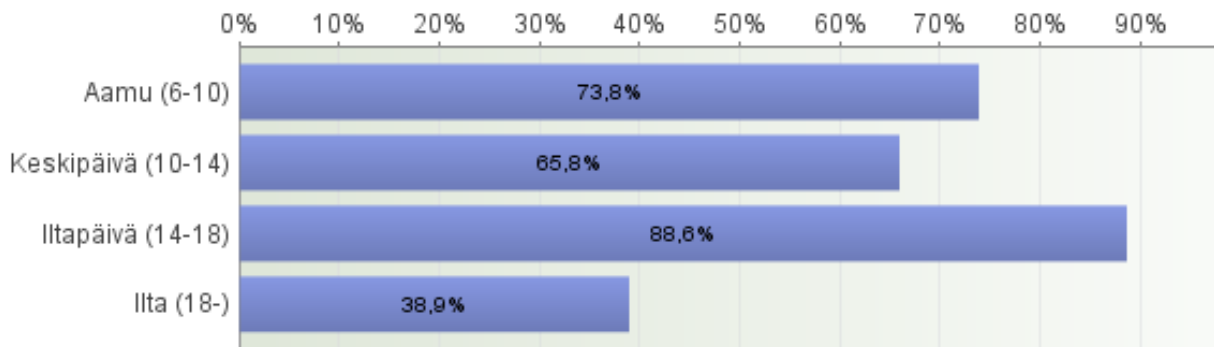
Kuva 4. Kuinka usein kuuntelette radiota?



Kuva 5. Missä yleensä kuuntelette radiota?

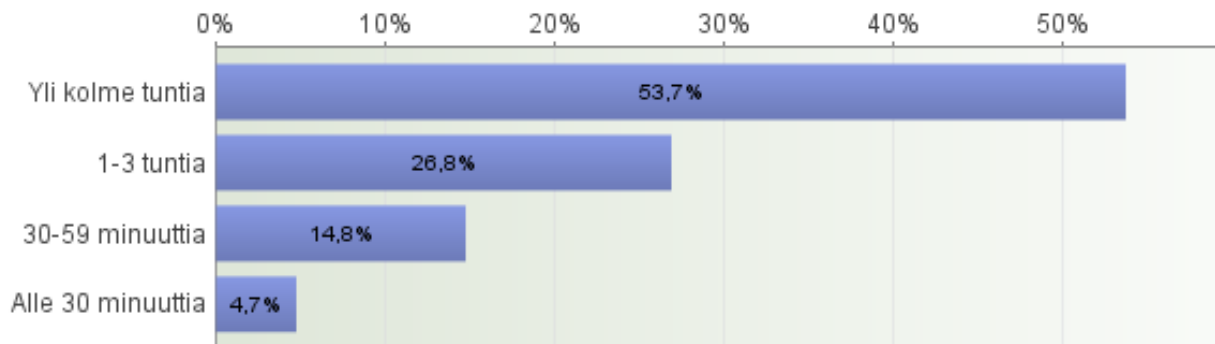
Kuuntelu on jakautunut hyvin tasaisesti pitkin päivää (kuva 6). Eniten vastauksia sai kuitenkin iltapäivä kello 14-18 (88,6 prosenttia vastaajista), jolloin palataan töistä kotiin. Vähiten ääniä sai ilta klo 18 eteenpäin. Silloin Radio Voimaa kuuntelee 38,9 prosenttia vastaajista. Tähän ovat varmasti syynä televisionkatselu, joka vie aikaa radionkuuntelulta sekä harrastukset ja muut iltatoimet. Tähän tulokseen voidaan silti olla tyytyväisiä, koska esimerkiksi Radio Voima ei lähetä ohjelmaa iltaisin, paitsi Pelicansin pelejä jääkiekkokauden aikana. 39,9 prosenttia on kuitenkin iso osuus vastaajista, etenkin, kun huomioi sen, että iltakuuden jälkeen kanava ei lähetä mitään tiettyä

ohjelmaa. Tässä kohtaa olisikin hyvä miettiä, pitäisikö iltakuuden jälkeiselle ajalle sijoittaa jokin ohjelma, koska kuulijoita kuitenkin olisi.



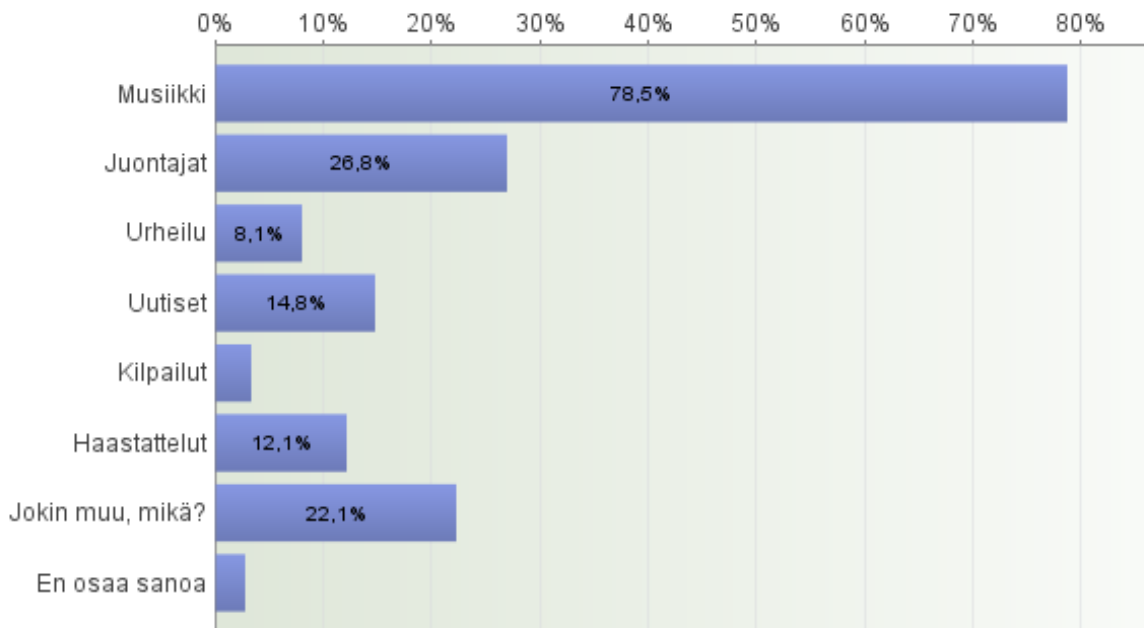
Kuva 6. Mihin aikaan yleensä kuuntelette radiota?

Monen päivä kuluu radion äärellä, sillä yli kolme tuntia päivässä kuuntelijoita oli hieman yli puolet vastaajista (kuva 7). Yhdestä kolmeen tuntiin kuuntelee 26,8 prosenttia vastaajista. Tämä on hyvä luku, sillä voidaan olettaa viitaten kuvaan viisi, että kaikki eivät kuuntele radiota pelkästään autossa, että kuuntelu jatkuu vielä kotona tai työpaikalla.



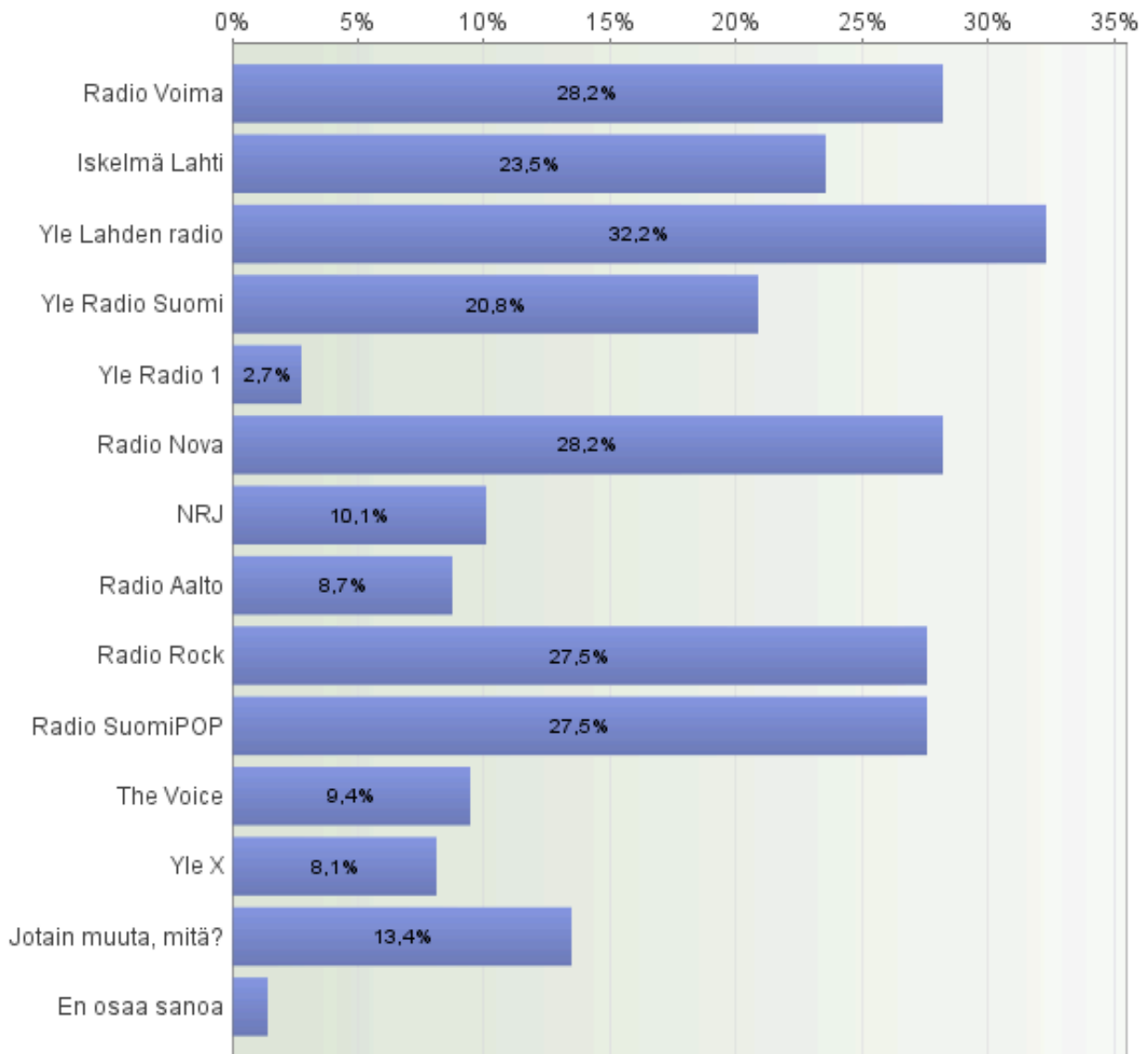
Kuva 7. Vastaajien päivittäinen radionkuuntelu-aika.

Kaikista vastaajista suurin osa valitsee radiokanavan musiikin perusteella (kuva 8). Toiseksi eniten valintaan vaikuttavat juontajat. Kolmanneksi eniten kysymykseen vastattiin vastausvaihtoehdolla ”Jokin muu. Mikä?”. Avoimissa vastauksissa ihmiset kertoivat eniten kuunteluperusteeseen vaikuttavan sen, lähettääkö radio asiaohjelmia ja onko radio paikallinen, lähinnä, lähettäkö radio paikallisia uutisia.



Kuva 8. Vastaajien radionkuuntelun perusteet.

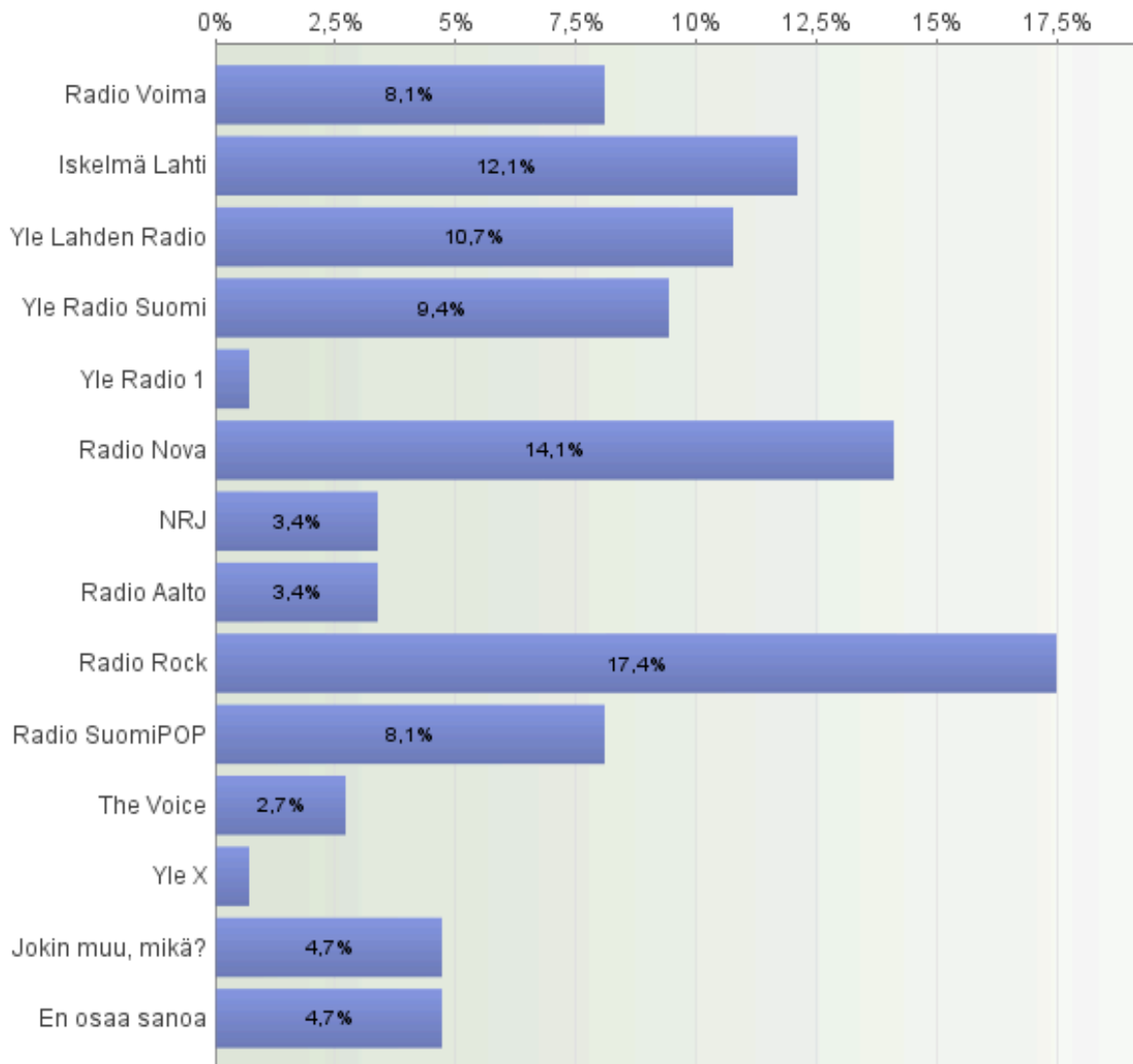
Eri radiokanavien kuuntelu (kuva 9) mitattiin siten, että vastaaja kertoi mitä radiokanavia kuuntelee. Yleensä vastaajat kertoivat kuuntelevansa kahta tai kolmea kanavaa. Vastaajat kuuntelevat eniten Yle Lahden Radiota (32,2 %) ja toiseksi eniten Radio Voimaa sekä Radio Novaa (28,2 %). Kolmannen sijan jakavat Radio Rock ja Radio SuomiPop, joita kuuntelee 27,5 prosenttia vastaajista. Tämä tulos yllätti tilaajan, koska missään aikaisemmissa tutkimuksissa ei ole tullut esille Radio Rockin olevan niin ksuuressa suosiossa Lahden seudulla



Kuva 9. Mitä radiokanavia Teillä on tapana kuunnella?

Suosikiradiokanavakysymyksessä vastaajat saivat nimetä vain yhden kanavan (kuva 10). Tämä kohta oli varsin selkeä. Radio Rock oli 17,4 prosentin mielestä parhain radiokanava. Radio Nova oli suosikki 14,1 prosentilla. Radio Voiman listasi suosikikseen 8,1 prosenttia vastaajista. Tähän syy selittyy pitkälti avoimista vastauksista kysymykseen miksi kyseinen kanava on suosikki. Suurin osa Radio Rockin nimenneistä pitää rock-musiikista ja valitsee aina sen kanavan, josta tulee pelkästään rockia. Vaikka Radio Voimaltakin tulisi rock-musiikkia, sieltä tulee välillä myös muunkinlaista musiikkia, joka ei välttämättä miellytä rockin ystäviä. Tähän lukeutuvat myös ne, jotka kuuntelevat Radio Voimalta vain uutiset, ja ne, jotka kulkevat päivän aikana yli Radio Voiman kuuluvuusalueen, eivätkä näin ollen kuule välttämättä kuin pienen hetken paikallista radiota. Radio Rockin juontajat ja varsinkin aamun juontajat saivat ke-

huja monelta. Rempseä tyyli selkeästi puree lahtelaisiin kuuntelijoihin. He, jotka valitsivat Radio Voiman suosikikseen, kertoivat pitävänsä paikallisista uutisista ja ajan-kohtaisista asioista. Myös Pelicans ja ylipäänsä urheilu kanavalla saivat paljon kiitosta. Monet muistivat Radio Voiman juontajan Joni Heinosen, jonka takia sanoivat kuuntelevan aamulla juuri Radio Voimaa.

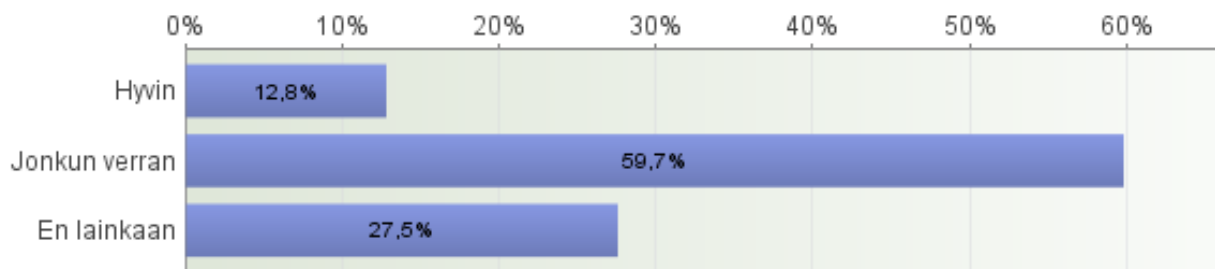


Kuva 10. Mikä on Teidän suosikkiradiokanavanne?

Seuraavaksi kysyin, miksi kyseinen kanava on suosikki. Vastaajat kertoivat, että Radio Voima on sopivan paikallinen, että kanavalla on hyvät juontajat ja että Pelicansin pelit ovat kanavan parasta antia. Muista kanavista suurin osa sanoo suosikin löytyvän juontajien ja musiikin perusteella.

Seuraavana oli kysymys ”Mitä teille tulee mieleen sanasta Radio Voima?”. Tässä vastaukset olivat välillä jopa yllättäviä. He, jotka eivät koskaan olleet kuulleetkaan koko nimeä, sanoivat ensimmäisenä tulevan mieleen tietysti radiokanava, koska nimessä on sana radio, mutta arvelivat sieltä tulevan hengellistä musiikkia ja ohjelmaa, koska sana voima viittaa kirkkoon ja Jumalaan. Vastaajista he, jotka tiesivät kyseisen kanavan, vastasivat tähän paikallisuuden, Lahden, Pelicansin, Joni Heinosen ja Etelä-Suomen Sanomat.

Radio Voiman tunnettuus oli kohtalaista (kuva 11). 59,7 prosenttia vastaajista koki tuntevansa Radio Voimaa jonkin verran ja 12,8 prosenttia hyvin. Hälyttävintä oli se, että jopa 27,5 prosenttia vastasi, ettei tunne kyseistä radiokanavaa lainkaan. Toisaalta, tämä asia oli hyvä kuulla. Tämän tuloksen avulla tilaaja tietää, että 27,5 prosenttia vastaajista on mahdollista saada kanavalle oikeanlaisen markkinoinnin avulla. Radio Voiman kuuntelijoiden osuus voisi siis täydellisellä onnistumisella nousta 27,5 prosenttia.

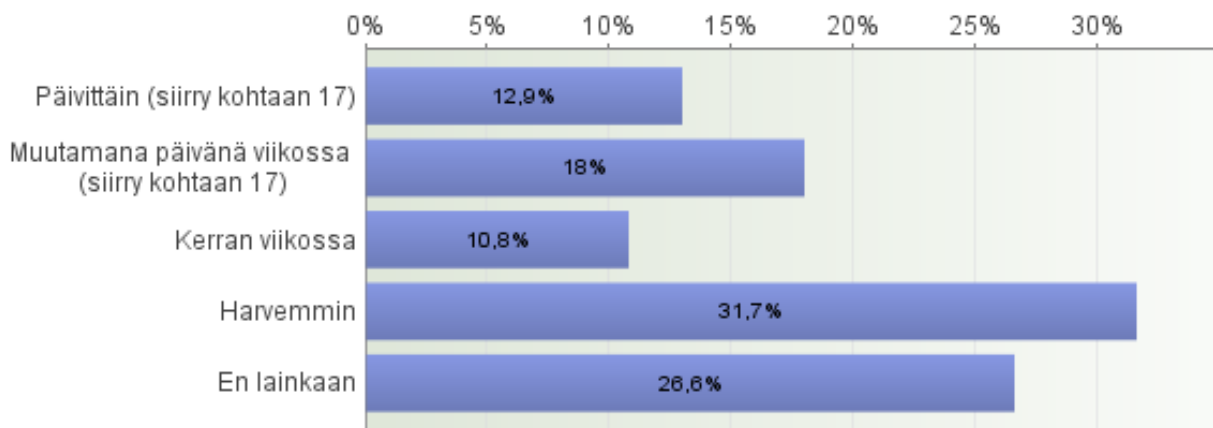


Kuva 11. Kuinka hyvin tunnette Radio Voiman?

Radio Voiman tunnettuutta voidaan myös tarkastella kohderyhmän kannalta tutkimaan sitä, kuinka monta prosenttia Lahdessa asuvista kokee tuntevansa hyvin Radio Voiman ja kuinka hyvin tuntevat he, jotka asuvat muilla paikkakunnilla. Lahtelaisista vastaajista 11,9 prosenttia sanoi tuntevansa Radio Voiman hyvin ja 66,7 prosenttia osittain. 21,4 prosenttia vastasi ettei tunne Radio Voimaa lainkaan. Muualla kuin Lahdessa asuvista 7,3 prosenttia tuntee Radio Voimaa hyvin, 65,9 prosenttia jonkin verran ja 26,8 prosenttia eivät lainkaan.

Myös näistä lukemista voidaan päätellä, että Radio Voimalle tekisi hyvää näkyvä kampanjointi, laajempi markkinointi, ja mahdollisesti myös jalkautuminen ihmisten keskelle erilaisissa tapahtumissa, kuten messuilla ja ulkoilmatapahtumissa.

Päivittäin tai muutamana päivänä viikossa Radio Voimaa kuuntelee 30,9 prosenttia. Kerran viikossa kuuntelee 10,8 prosenttia. Harvemmin kuuntelee 31,7 prosenttia. Vastaajista 26,6 prosenttia ei kuuntele kanavaa lainkaan. Harvemmin- tai ei lainkaan -vastauksen antaneita on yhteensä 58,3 eli reilusti yli puolet vastaajista (kuva 12).



Kuva 12. Kuinka usein kuuntelet Radio Voimaa?

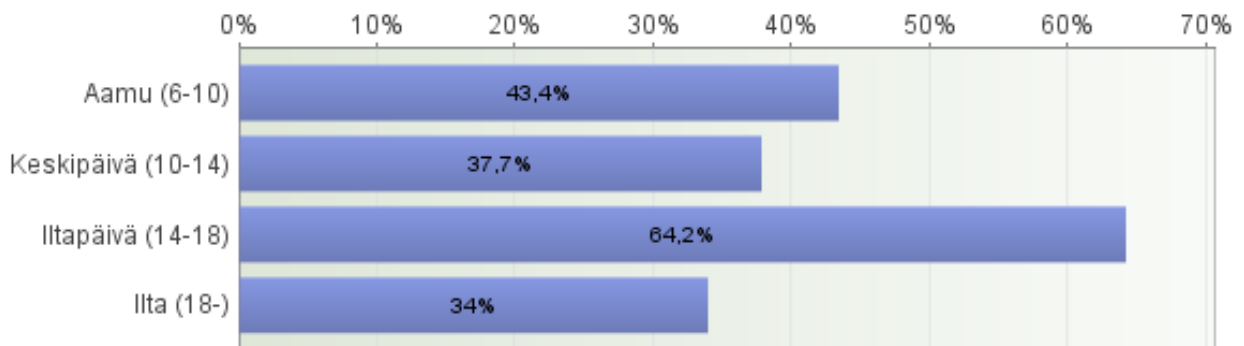
Mikäli vastaaja vastasi jotain muuta kuin kuuntelevan kanavaa päivittäin tai muutamana päivänä viikossa, kysyin syytä siihen, miksi vastaaja ei kuuntele. Vastaus oli hyvinkin yksimielinen. Vastaajien mielestä kanavalta ei tule omanlaista musiikkia. Monet vastaajista kokivat musiikin olevan liian vaihtelevaa, koska joskus tulee iskelmää, ja pian saattaa tulla nuorison suosimaa popmusiikkia. Tätä nimitettiin taas hyvin usein Novamaisuudeksi eli kanavaksi, joka tarjoaa käytännössä kaikille kaikkia. Toinen asia, joka nousi esille, olivat juontajat, joista osa vastaajista ei pitänyt.

Seuraavaksi kysyin niiltä vastaajilta, jotka eivät kuuntele Radio Voimaa päivittäin tai muutamana päivänä, mikä saisi heidät kuuntelemaan Radio Voimaa useammin. Eri-lainen musiikki nousi esille suurimmassa osassa vastauksia. Tähän on varmasti vaikea vaikuttaa, sillä makuja on monia, mutta ehkä yleisimmät toiveet olivat, että kanava ot-taisi enemmän vanhempaa rockia ohjelmistonsa ja että ohjelmistosta jätettäisiin nuorismusiikki pois. Seuraavaksi eniten vastauksissa tuli esille tavat, joista ihmiset eivät pääse eroon. He kokivat jumiutuneensa jollekin tietylle kanavalle, eivätkä halunneet vaihtaa siltä pois. Näiden lisäksi nousi esille mielenkiintoisempi kuin nykyinen asia-

sisältö, josta pitäisi tietää vähän enemmän. Esimerkiksi hyvällä mainoskampanjalla saisi ihmisiä heräteltyä kuuntelemaan paikallista radiota ja se tarkoittaisi, että kerrottaisiin mitä asioita on minäkin päivänä tarkoitus puhua. Muutama vastaajista kaipasi kanavalle enemmän eläväisempiä juontajia. Paljon myös kaivattiin erikoisohjelmia esimerkiksi rock-musiikkia käsittelevää ohjelmaa tai ylipäänsä ohjelmaa, jossa olisi jokin teema.

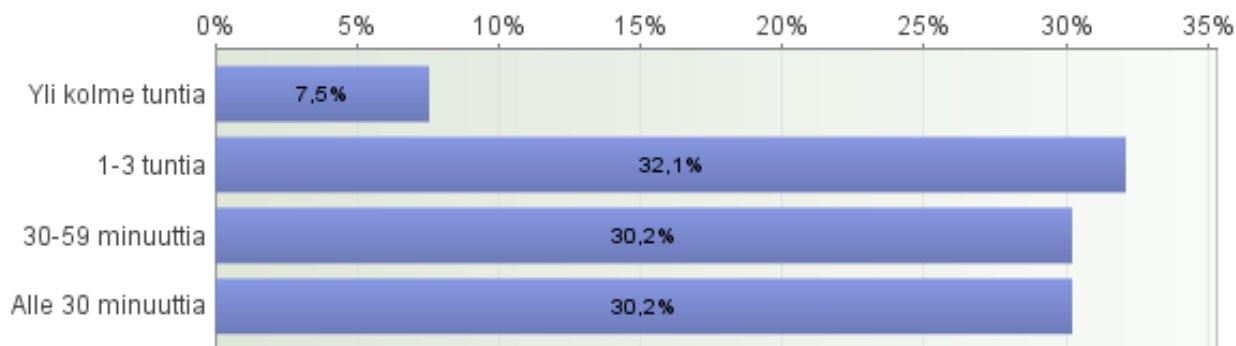
Niiltä vastaajilta, jotka vastasivat kuuntelevansa Radio Voimaa päivittäin tai muutamaana päivänä viikossa, kysyin miksi he kuuntelevat ja he kertoivat syyksi paikalliset uutiset ja asiat, Pelicansin pelit ja juontaja Joni Heinosen.

Ne vastaajat, jotka kuuntelivat edes harvoin Radio Voimaa kysyin seuraavaksi mihin aikaan he yleensä Radio Voimaa kuuntelevat. Suurin osa vastaajista (64,2 prosenttia) vastasi kuuntelevansa Radio Voimaa iltapäivällä. Seuraavaksi eniten vastauksia tuli aamulle, keskipäivälle ja illalle (kuva 13). Radio Voima oli lanseerannut uuden aamuohjelman hieman ennen kuin tein kyselyn. Tässä huomaa selvästi, että kuuntelijat eivät ole vielä löytäneet kanavalle aamulla. Toinen mahdollisuus on se, että he eivät pidä aamuohjelmasta, kun he kuitenkin iltapäivällä ovat kanavan äärellä.



Kuva 13. Mihin aikaan yleensä kuuntelette Radio Voimaa?

Suurin osa vastaajista kuuntelee Radio Voimaa tunnista kolmeen tuntiin päivässä. Vain alle 10 prosenttia sanoi kuuntelevansa Radio Voimaa yli kolme tuntia päivässä. Kyselyyn vastaajista 30,2 prosenttia kuuntelee alle puolituntia ja saman verran vastaajista kuuntelee kanavaa puolesta tunnista tuntiin (kuva 14). Aiemmistä vastauksista päätellen näitä yli kolme tuntia kuuntelevia ovat henkilöt, joiden työpaikalla kuunnellaan Radio Voimaa.



Kuva 14. Kuinka kauan yleensä kuuntelette Radio Voimaa päivän aikana?

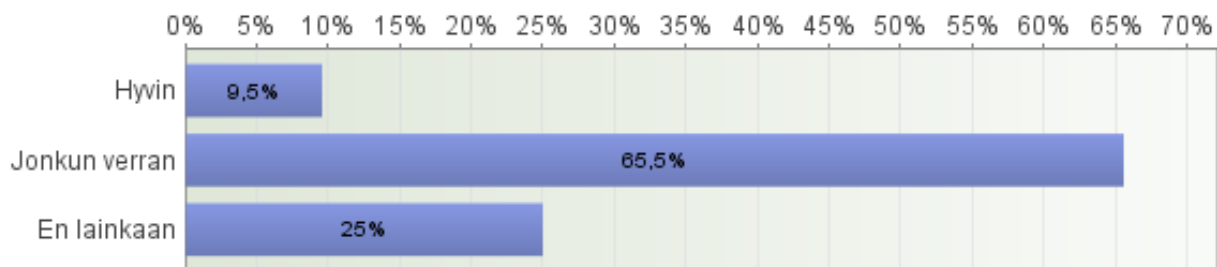
Kyselyssä suurimman mielenkiinnon herätti viimeinen kysymys kehitysideoista Radio Voimalle. Kuten jo aiemminkin olen maininnut, musiikkivalinnoista ja niiden muuttamisesta puhuttiin tässäkin yhteydessä. Vastaajat kaipasivat erikoisohjelmia, kuten viikonloppuihin musiikin erikoisohjelmaa tai jotain muuta ohjelmaa, joka eroaa tavallisesta juontamisesta. Juontajien esiintymiseen kaivattiin enemmän räväkkyyttä ja tilannekomiikkaa. Osa vastaajista myös kaipasi lisää markkinointia ja mainostusta, koska heistä Radio Voima näkyy liian huonosti. Kesällä 2010 ollutta Kesä Elvis -kampanjaa kiiteltiin, mutta toivottiin lisää vastaavanlaisia kampanjoita. Vastaajien mielestä myös radiomainoksia pitäisi muunnella, koska tuntuvat kuuntelijoista liian samanlaisilta. Mielestäni tämä kohta sisälsi paljon hyviä kehitysehdotuksia ja pyysin asiakasta kiinnittämään erityishuomiota juuri tähän kysymykseen.

Kun tarkastellaan kyselyä Radio Voiman pääkohderyhmässä eli 35–55-vuotiaiden joukossa, selviää, että kyselyyn vastanneita miehiä on 57. Naisia on vain 27. Tästä ryhmästä yli 78 prosenttia kuuntelee radiota päivittäin, joten Radio Voimalla voisi sanoa olevan hyvin valittu kuuntelijaryhmä. Kun tarkastellaan sitä, että 78 prosenttia vastaajista kuuntelee radiota, mutta vain 28,2 prosenttia kuuntelee Radio Voimaa, voi todeta, että kanavalla olisi mahdollista saada kuuntelijoita enemmänkin. Radio Voiman

kuuntelijaprosenttia on siis mahdollista nostaa, ja tästä uutisesta asiakaskin oli hyvin tyytyväinen.

Kanavan kohderyhmä kuuntelee eniten Radio Novaa, Radio Voimaa ja Radio Rockia, mutta kun vastaajat saivat valita vain yhden suosikkikanavansa, suosituimmaksi nousi Radio Rock ja toiseksi suosituimmaksi Radio Nova. Vain kuusi prosenttia vastaajista piti Radio Voimaa suosikkikanavanaan. Tähän syy on aika selvä: Radio Nova ja Radio Rock ovat valtakunnallisia kanavia, jotka kuuluvat ympäri Suomea. Muistan monen vastaajan kertoneen, että he ajavat autoa työkseen, mistä syystä heidän suosikkikanavansa tuli olla sellainen, joka kuuluu kaikkialla ja josta saa liikennetietoja. Radio Rockin suosio oli taas selvä sen suhteen, että miehistä suurin osa vastasi kyseisen kanavan olevan suosikki, koska sieltä tulee heidän mieleistään musiikkia. Muilta kanavilta joutuu kuuntelemaan myös muuta kuin rock-musiikkia.

Kohderyhmän kannalta tunnettuus on aika hyvä, koska 65,5 prosenttia vastaajista kokee tuntevansa Radio Voimaa jonkin verran. Vain alle 10 prosenttia tuntee kanavan hyvin, mutta jopa 25 prosenttia vastasi, ettei tunne lainkaan Radio Voimaa. (Kuva 15). Tästäkin vastauksesta saadaan selville, että tämä 25 prosenttia, jotka eivät tunne lainkaan Radio Voimaa, olisi mahdollista saada taajuuksille oikeanlaisen markkinoinnin avulla.



Kuva 15. Kuinka hyvin tunnette Radio Voiman? Tarkasteltavana 35–54-vuotiaiden vastaukset.

6 ANALYYSI TUTKIMUKSESTA

Tämä tutkimus osoitti sen, että Radio Voiman tunnettuus on heikkoa. Radio Voiman pitäisi tuoda itseään ja logoaan paremmin esille. Tällä hetkellä kanavan logo on näkyvillä Lahden satamassa, jäähallissa ja Etelä-Suomen Sanomissa. Kun logoon liittyy kanavan taajuuden, ihmiset muistaisivat sen ja etsisivät kanavan radioistaan.

Radio Voiman internetsivut ovat myös uudistuksen tarpeessa. Radiokanavan tulisi tehdä niistä selkeämmät ja informatiivisemmat. Tällä hetkellä sieltä näkee kuka toimittajista on äänessä mihinkin aikaan, mutta ohjelmaa voi seurata vain yhden päivän kerrallaan. Siellä on myös kuvia tapahtumista ja äänitteitä radiohaastatteluista. Yleisilmeeltään sivut ovat hieman sekavat, eivätkä ne ole niin informatiiviset, kuin niiden ehkä pitäisi olla. Mistään ei oikein löydy tietoa mikä radiokanava on kyseessä, eivätkä kaikki sivuston linkit toimi. Näistä asioista mainitsivat myös kyselyyn vastanneet ihmiset.

Radio Voiman internetsivuilla pääsee kuuntelemaan radiolähetystä. Tämä toiminto on hyvin suosittu varsinkin SM-liigakauden aikana, koska monet kuuntelevat Pelicansin pelejä myös ulkomailla ollessaan. Tämänkin takia olisi hyvä, että sivuja uudistettaisiin. Silloin radion kuuntelupainikekin löytyisi helpommin ja yhä useammat saattaisivat kuunnella internetin kautta vaikka esimerkiksi työpaikoilla ja matkoilla ollessaan.

Tutkimuksen tulosten perusteella Radio Voiman kannattaisi puuttua tarkemmin kysymykseen minkä perusteella kuuntelija valitsee radiokanavan (kuva 8). Kolmanneksi eniten vastaajista kertoi kuuntelevansa radiota paikallisten uutisten takia, joten mielestäni nyt Radio Voiman pitäisi mainostaa sitä, että Radio Voimalta kuulee uutiset tasatunnein. Mietin myös, pitäisikö uutisotsikoita kerrata pitkin lähetystä ja pitäisikö miettiä uutisten laatua tarkemmin. Onko hyvä, että uutiset vain luetaan, vaan voisiko uutisten joukkoon lisätä haastatteluja ja näin saada myös näkyvyyttä paikallisten ihmisten keskuudessa, kun Radio Voiman toimittaja käy tekemässä jutun? Uutiset voisi olla keino, jolla saada lisää kuuntelijoita Radio Voiman taajuudelle.

Tilaaaja oli tutkimukseen hyvin tyytyväinen. Tilaajan mielestä kyselyn otanta oli tarpeeksi suuri, ja Radio Voima sai aineistoa, jonka avulla se voi parantaa radiokanavaa. Tilaaja oli saanut uutta ajateltavaa kyselyn pohjalta ja elokuussa 2010 tilaaja kertoi miettivänsä uudelleen mikä merkitys on paikallisuudella tai persoonilla. Tilaaja aikoo ottaa huomioon myös tulevaisuudessa sen mitä kuuntelijat odottavat Radio Voiman olevan. Markkinoinnissa aiotaan lisäksi ottaa huomioon se, miksi kilpailijat ovat Radio Voimaa parempia. Tilaaja aikoo myös lisätä Radio Voiman tunnettuutta Lahden alueella. (Eve 2010.)

Ropen (2000, 280) kommunikaation hierarkiamallit AIDA (lyhennys sanoista Attention, Interest, Desire, Action) ja DAGMAR (lyhennys sanoista Defining Advertising

Goals for Measured Results) soveltavat viestinnän tavoiteasetantaa kuviota, jonka alimmalla askelmalla on tietämättömyys, seuraavalla tietoisuus ja seuraavalla tunteminen. Sitten tulevat kiinnostus, ensiosto ja uusintaosto. Korkeimmalla askelmalla on sitoutunut suosittelija. Heti kyselyn jälkeen huomasi, että suurin osa vastaajista on Radio Voiman suhteen tietämättömyys-portaalla. Tällä hetkellä, vuonna 2011 asia voi olla muuttunut ja portaikolla on saatettu edetä tietoisuuteen.

Tutkimuksen tulosten perusteella Radio Voiman kannattaisi mainostaa enemmän, jotta Even (2010) mainitsema tunnettuuden lisääminen onnistuisi. Suomalaisille mainostaminen ja itsensä kehuminen on silti välillä hyvin vaikeaa. *Suomessa on todella hyvä innovaatiotaso ja teknisesti osataan tehdä erittäin hyvää työtä, mutta markkinointi on vaikeaa. Pettymys tulee vastaan siinä, kun pitää kertoa muulle maailmalle osaamisestaan*, kertoo Sulakkeen hallituksen puheenjohtaja Mika Salmi. (Seuguenot 2010, 34.)

Tämä tutkimus osoitti sen, että Radio Voiman suurin kilpailija Lahden alueella on Yle Lahden Radio. Jos pitäisi tarkastella kilpailijaa ja verrata sitä Radio Voimaan, jää mainosrahoitteinen paikallisradio auttamatta jälkeen imagonsa ja tunnettuutensa suhteen. Ylen tunnettuus on niin suurta, että siihen uusittu Radio Voima ei yllä, ainakaan vielä. Mainosrahoitteinen radio saattaa myös ärsyttää kuulijaa, koska kanavalla lähetetään mainoksia, mutta suurin osa vastaajista ei kuitenkaan kyselyssä edes mainitse radiomainontaa. Lähinnä ihmisiä kiinnostavat ohjelmien sisältö, musiikki ja juontajat. Näiden tekijöiden ansiosta Radio Voima tavoittaa nuorempaa lahtelaista yleisöä kuin Yle Lahden Radio. Mikäli on kyse samanikäisistä kuuntelijoista, musiikkimaku ja se, mitä haluaa radiosta kuulla, ratkaisevat. Yle lähettää paikallisia asioita sisältävää lähetystä prosentuaalisesti enemmän, koska Ylen kanavilla mainokset eivät vie aikaa. Myös Radio Voima kertoo paikallisista ajankohtaisista asioista, mutta rajallisemmassa ajassa.

Tämä tutkimus osoitti erittäin vahvasti sen, miten suosittu Radio Rock Lahden alueella on. Tästä syystä ja avointen kysymysten vastausten mukaan Radio Voima voisi tarvita juuri nyt uutta rock-musiikkiin painottuvaa erikoisohjelmaa. Sillä saisi kuuntelijoita taas lisää kanavalle. Uuden ohjelman alkaessa voidaan hyödyntää kaikki markkinointikanavat.

Tutkimuksessa tuli usein esille musiikki. Kanavien musiikkivalinnat puhuttavat kuuntelijoita yleensäkin. Radio Voiman kohderyhmänä on 35–55-vuotiaat, mutta silti Ra-

dio Voima soittaa nuorille tarkoitettua musiikkia hyvin usein. En tarkoita, etteivätkö yli 35-vuotiaat voisi kuunnella ulkomaista valtavirtapopmusiikkia, mutta tutkimuksen perusteella Radio Voima voisi vähentää juuri näitä nuorten suosimien artistien musiikkia, mikäli haluavat pitää kohderyhmään kuuluvat kuuntelijat taajuudellaan.

Tutkimuksesta on kulunut nyt puoli vuotta, ja muutoksia on jo kuultavissa Radio Voiman lähetyksissä. Marraskuussa 2010 kuulin myös ensimmäistä kertaa Pelicansin ottelun aikana tulleen Radio Voiman mainoksen, jossa mainittiin hyvin selkeästi radion taajuus. Minulla ei ole muistikuvaa siitä, onko tällöinen mainos kuulunut aikaisemminkin Pelicansin pelissä, mutta tällä kertaa se olisi niin selkeä, että se erottui selostuksen taustalta ja jäi mieleeni. Olen havainnut myös, että Radio Voima on lisännyt mainontaa. Mainoksia Aamujobbarit-ohjelmasta on ympäri Lahtea katumainoksina ja Etelä-Suomen Sanomien lisäksi mainoksia on ollut myös Uusi Lahti -ilmaisjakelulehdessä. Parantamisen varaa toki vielä on, mutta luulen, että tekemäni kyselyn autta-
neen Radio Voiman väkeä saamaan lisää ideoita mainontaan, ja siihen miten he voisivat palvella paremmin kuuntelijoitaan. Vaikka Radio Voima ei ole koskaan ratsastanut juontajiensa maineella, mielestäni nyt olisi hyvä tehdä siihen muutos. Joni Heinonen selkeästi tunnetaan Lahden alueella, joten mainoksiin voisi laittaa juontaja Heinosen kuvan tai vähintäänkin nimen, jotta hekin, jotka kadottivat kanavan Rytmiradion muutosten yhteydessä, löytäisivät Radio Voiman ja Heinosen uudestaan.

Mikäli Radio Voima haluaa vielä kehittää itseään kuuntelijoiden haluamaan suuntaan ja tarvitsee siitä tarkempaa tietoa, mielestäni kuuntelijapäiväkirja olisi hyvä siihen. Kuuntelijapäiväkirja tarkoittaa, että kuuntelija kirjaa paperille milloin on kuunnellut radiota, mitä kanavaa ja kuinka pitkään. Jokainen merkitsee taulukkoon viikon ajan mitä radiokanavaa on kuunnellut, mihin aikaan ja kuinka kauan. Tällä tavalla saataisiin tarkemmin tietää, mitä ihmiset kuuntelevat viikolla ja mitä taas viikonloppuisin. Kuuntelijapäiväkirjan voisi lähettää lahtelaisille täytettäväksi pari kertaa kuussa. Otanta voisi olla ensin olla 500-1000 lähetettyä päiväkirjaa. Jos vastaajia tulee vähemmän kuin 500, voisi seuraavalla kerralla lähettää päiväkirjan yli tuhannelle henkilölle. Tämä auttaisi Radio Voimaa pitämään yllä tietoja lahtelaisten radion kuuntelusta.

7 PÄÄTELMÄT

Tein opinnäytetyönäni kuuntelijatutkimuksen Lahden kaupalliselle paikallisradiolle Radio Voimalle. Toteutin tutkimuksen puhelinkyselynä 150 ihmiselle. Opinnäytetyös-

sä tarkastelin myös kaupallisten paikallisradioiden kehitystä ja yleisesti paikallisradioita Suomessa.

Tutkimuksen tavoitteena oli saada tietää, kuinka hyvin Radio Voima tunnetaan Lahdessa ja sen lähialueilla. Olin yllättynyt niistä vastauksista, joissa vastaaja kertoi, ettei ole koskaan kuullutkaan koko radiokanavasta, vaikka kuuntelee radiota päivittäin ja on asunut Lahdessa jo pitkään. Tuli kuitenkin pian selväksi, että osa vastaajista ei vain tiennyt, että entinen Radio 99 on nykyiseltä nimeltään Radio Voima ja että Lahdessa suosittua radiotoimittajaa Joni Heinosta voi edelleen kuunnella radiosta Radio 99:n tultua taajuudelta 98,6.

Tämä opinnäytetyöprosessin aikana pohdin useaan otteeseen sitä, miksi Radio Voima ei ollut käyttänyt vuonna 2007 enemmän varoja mainostaakseen itseään ja tiedottaakseen lahtelaiskuuntelijoille, että Radio 99 tilalle on nyt tullut uusi radiokanava. Pohdin myös, miksi Radio Voima ei ole mainostanut itseään koko ajan erilaisin keinoin. Kansallisesta Radiotutkimuksesta näkee kuuntelijaprocentit, mutta se ei ole ilmeisesti herättänyt Radio Voiman väkeä tarpeeksi. Vasta nyt, tämän kyselytutkimuksen avulla, tilaaja ymmärsi, ettei Radio Voimaa tunneta niin hyvin, kuin tähän asti on luultu.

Nyt hieman yli puoli vuotta kyselyn jälkeen on ollut mukava huomata, että Radio Voima on tehnyt jo muutoksia markkinointiinsa ja on näkyvillä niin ulkomainoksissa kuin lehtimainoksissa toistuvasti. Mielenkiintoista olisi tietää, minkälaisia tuloksia tämä tulevaisuudessa tuo. Ainakin Kansallisen Radiotutkimuksen sivuilta voi seurata kuuntelijaprocentteja, mutta toivon jonkun tekevän ensi tai seuraavana vuonna samantyyllisen kyselyn, jotta selviäisi, kuinka hyvin Radio Voima tunnetaan ja miten markkinointi on vaikuttanut kuulijoihin.

Tulevaisuudessa Radio Voiman tulisi kuuntelijatutkimusten vastausten perusteella ottaa enemmän huomioon kohderyhmänsä eli 35–55-vuotiaat. Musiikki pitäisi kohdistaa enemmän heidän mieltymystensä mukaisiksi ja lisätä mahdollisia erikoisohjelmia. Kuitenkin, Radio Voiman tulisi miettiä kohderyhmänsä vielä tarkemmin, koska nyt kanava soittaa myös nuorekasta popmusiikkia, jota suurin osa kanavan kohderyhmän kuuntelijoista ei halua kuunnella. Radio Voiman pitäisi käydä läpi joko musiikkivalintansa tai muokata kohderyhmäänsä ja toimia valitun kohderyhmän vaatimalla tavalla. Radio Voima mainostaa itseään paikallisena radiona, mutta pelkäänsä se, että kanavalta kuulee paikallisia asioita ja paikallisen jääkiekkjoukkueen ottelut, tai se, että

Radio Voima sijaitsee keskellä Lahtea, ei tee siitä niin paikallista, että kaikki paikalliset kanavan tuntisivat. Nyt olisikin tärkeä ajatella sitä kuinka Radio Voima voisi ottaa osaa paikallisiin asioihin, kuten tapahtumiin Lahdessa ja lähialueilla. Kanavan tulisi näkyä tapahtumissa muutenkin kuin pelkkien mainosten avulla. Esimerkiksi siten, että juontaja olisivat yleisön joukossa ja heihin voisi tutustua.

Tähän työhön ei ollut kovin helppoa löytää julkaistuja lähteitä, jotka liittyisivät radioon ja olisivat 2000-luvulla kirjoitettuja. Ajatukset radiosta ja siitä, kuinka radio vaikuttaa ihmisiin, eivät juurikaan ole muuttuneet 1990-luvun lopulta tähän päivään, joten käytin myös vanhempia teoksia lähteinäni.

Koska aiheena oli oman kotipaikkakuntani paikallisradion kuuntelijatutkimus, oli tutkimuksen tekeminen hyvin mielenkiintoista. Haastattelujen saaminen puhelimitse oli työlästä, mutta hyvin palkitsevaa, koska jokainen vastaus oli lopulta hyvin tärkeä.

Asiakkaan mielestä kysely oli heille arvokas, ja tunnen onnistuneeni työssäni, koska asiakas on luvannut käyttää tutkimustani muutostyössään. Yleensä muutostyö on pitkä prosessi, joten voisin olettaa heidän käyttävän kyselyni tuloksia vielä pitkään.

LÄHTEET

Ala-Fossi, M. & Haara, P. 2009. Toimiluvanvarainen radiotarjonta. Saatavissa: http://www.lvm.fi/c/document_library/get_file?folderId=964900&name=DLFE-10544.pdf&title=Julkaisuja%204-2010 [viitattu 21.10.2010].

Ammattinetti. 2010. Audiovisuaalinen ala. Saatavilla: http://www.ammattinetti.fi:80/web/guest/alat?p_p_id=akyssearchammattiala_INSTANCE_6tRI&p_p_action=1&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_count=1&_akyssearchammattiala_INSTANCE_6tRI_command=browse&_akyssearchammattiala_INSTANCE_6tRI_searchType=search&_akyssearchammattiala_INSTANCE_6tRI_detailView=true&_akyssearchammattiala_INSTANCE_6tRI_allVisible=true&_akyssearchammattiala_INSTANCE_6tRI_indexId=3 [viitattu 18.7.2010].

Ang, I. 1991. *Desperately Seeking the Audience*. London: Routledge.

Bell, J. 1999. *Doing your research project*. Philadelphia: Open University press Buckingham.

Eve, M. 2010. Arvio kyselyn tuloksista. Sähköpostiviesti Jonna Nurmiselle 20.8.2010.

Finnpanel 2010. Kansallisen radiotutkimuksen tuloksia 2010. Saatavissa: <http://www.finnpanel.fi/tulokset/radio/krt/viimeisin/tavoittavuus.html> [viitattu 20.1.2010].

Heikkilä, T. 2008. *Tilastollinen tutkimus*. Helsinki: Edita.

Hendy, D. 2000. *Radio in the global age*. Malden: Blackwell Publishers Ltd.

Isohookana, H. 2007. *Yrityksen markkinointiviestintä*. Helsinki: WSOYpro.

Johansson, B. 2010. Han formulerar recept för radion. Helsingborgs dagblad 17.7.2010.

Juholin, E. 2006. *Communicare!* Helsinki: Infor.

Kaivola, M. & Paukkunen, K. 2009. Tahdon juontajaksi! Helsinki: MediaCaoch Oy ja KP-Mediat Oy.

Kemppainen, P. 2001. Radion murros. Väitöskirja. Helsingin yliopiston viestinnän laitos.

Kujala, T., Lahti, J. & Tamminen, H. 1998. Radiotyön perusteet. Tampere: Gaudeamus.

Lindfelt, E. & Eriksson-Sjöberg, L. 2006. Nyhetsradio. Stockholm: Carlsson bokförlag.

Median maailma. 2010. Kaupalliset paikallisradiot. Saatavissa: <http://www2.edu.fi/medianmaailma/kehitys/paikallisradiot.html> [viitattu 20.7.2010].

Mediatalo Esa. 2010. 110 vuotta sanomia Päijät-Hämeessä. Saatavissa: http://www.mediataloesa.fi/mediataloesa/tekstisivu.tpl?sivu_id=416 [viitattu 21.7.2010].

Nieminen, H. & Pantti, M. 2004. Media markkinoilla. Helsinki: Loki-kirjat.

Nordenstreng, K. & Wiio, O. A. 2003. Suomen Mediamaisema. Vantaa: WSOY.

Nukari, M. & Ruohomaa, E. 1997. Uusi vanha radio. Porvoo: WSOY.

Punkki, E. 2010. Radio Provinssin historian ensimmäiset 10 vuotta. Saatavissa: <http://www.radiopro.fi/?content=Historia> [viitattu 18.6.2010].

Radioharrastajat. 2010. Rytmiradio muistoissamme. Saatavissa: <http://www.radioharrastajat.com/rytmi/rytmi.html> [viitattu 20.6.2010].

RadioMedia 2010a. Radio Voima - Poppia, persoonia ja paikallista asiaa. Saatavissa: http://www.radiomedia.fi/radioasemat/mediakortit/fi_FI/radio_voima/ [viitattu 21.7.2010].

RadioMedia 2010b. Yksityisen radion kehitys. Kaksi vuosikymmentä yksityistä radio-toimintaa. Saatavissa: http://www.radiomedia.fi/radioasemat/fi_FI/kaupallinen/ [viitattu 20.6.2010].

Radio Voima. 2010. Intranet-sivusto [viitattu 15.6.2010].

Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Helsinki: Otavan kirjapaino Kauppakaari oyj.

Ruohomaa, E. 2003. The Mobility of Radio Listening. Yle audience Research. Research Report 5/2003. Helsinki.

Seuguenot, P. 2010. Digitaituri. Kauppalehti Optio 14/2010 34.

Shingler, M. & Wieringa C. 1998. On air – methods and meanings of radio. London, New York: Oxford University Press Inc.

Toivonen, T. 2010. Kaupallinen radio täyttää 25 vuotta. Saatavissa: <http://www.mediamonitori.fi/index.php/uutiset/radio/668-kaupallinen-radio-taeyttae-25-vuotta> [viitattu 16.7.2010].

Valli, R. 2001. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Jyväskylä: PS-kustannus.

Väätäinen, J. 2010. Kaupallinen radio 25 vuotta. Saatavissa: <http://hpguru.net/kaupallinen-radio-25-vuotta/> [viitattu 20.7.2010].

Åberg, C. 1999. The Sounds of radio. On radio as an auditive means of communication. Institutionen för journalistic, medier och kommunikation, Stockholm. Edsbruk: Akademitryck AB.

KYSELYLOMAKE

1. Vastaajan ikä

25–34 vuotta

35–44 vuotta

45–54 vuotta

55–60 vuotta

2. Vastaajan sukupuoli

Nainen

Mies

3. Asuinpaikkakunta

Asikkala

Hollola

Lahti

Nastola

Orimattila

4. Kuinka usein kuuntelette radiota?

Päivittäin

Muutamana päivänä viikossa

Kerran viikossa

Harvemmin

En lainkaan

5. Missä yleensä kuuntelette radiota?

Kotona

Autossa

Työpaikalla

Jossain muualla, missä?

En osaa sanoa

6. Mihin aikaan yleensä kuuntelette radiota?

Aamu (6-10)

Keskipäivä (10-14)

Iltapäivä (14-18)

Ilta (18-)

7. Kuinka kauan yleensä kuuntelette radiota päivän aikana?

Yli 3 tuntia

1-3 tuntia

30-59 minuuttia

Alle 30 minuuttia

8. Millä perusteella valitsette radiokanavan?

Musiikki

Juontajat

Urheilu

Uutiset

Kilpailut

Haastattelut

Jokin muu, mikä?

En osaa sanoa

9. Mitä radiokanavia Teillä on tapana kuunnella?

Radio Voima

Iskelmä Radio

Yle Radio Suomi

Yle Radio 1

Radio Nova

NRJ

Radio Aalto

Radio Rock

Radio SuomiPOP

The Voice

Yle X

Jokin muu, mikä?

En osaa sanoa

10. Mikä on suosikkikanavanne?

Radio Voima

Iskelmä Radio

Yle Radio Suomi

Yle Radio 1

Radio Nova

NRJ

Radio Aalto

Radio Rock

Radio SuomiPOP

The Voice

Yle X

Jokin muu, mikä?

En osaa sanoa

11. Miksi kyseinen kanava on suosikkikanavanne?

12. Mitä Teille tulee ensimmäisenä mieleen sanasta Radio Voima?

13. Kuinka hyvin tunnette Radio Voima -kanavan?

Hyvin

Jonkun verran

En lainkaan

14. Kuinka usein kuuntelette Radio Voimaa?

Päivittäin (siirry kohtaan 17)

Muutamana päivänä viikossa (siirry kohtaan 17)

Kerran viikossa

Harvemmin

En lainkaan

15. Jos ette kuuntele päivittäin/lähes päivittäin, miksi ette?

16. Mikä sai Teidät kuuntelemaan Radio Voimaa? (siirry kohtaan 20)

17. Jos kuuntelette päivittäin/lähes päivittäin, miksi kuuntelette?

18. Mihin aikaan yleensä kuuntelette Radio Voimaa?

Aamu (6-10)

Keskipäivä (10-14)

Iltapäivä (14-18)

Ilta (18-)

19. Kuinka kauan yleensä kuuntelette Radio Voimaa päivän aikana?

Yli kolme tuntia

1-3 tuntia

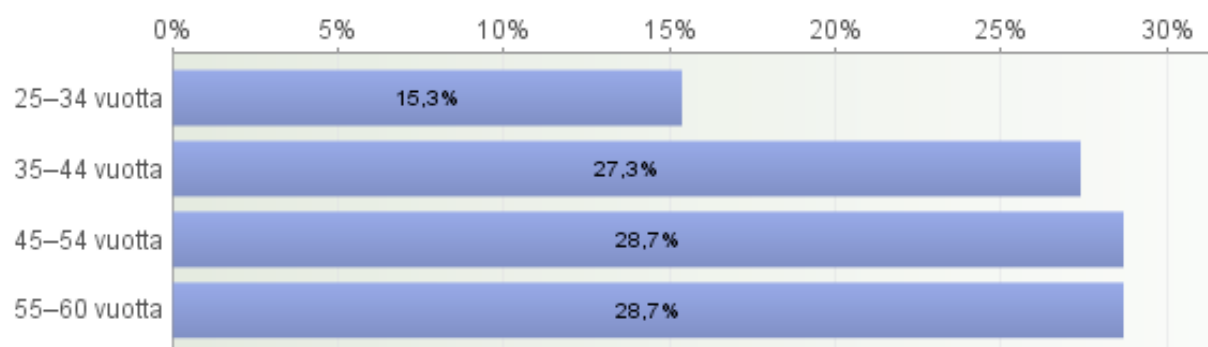
30-59 minuuttia

alle 30 minuuttia

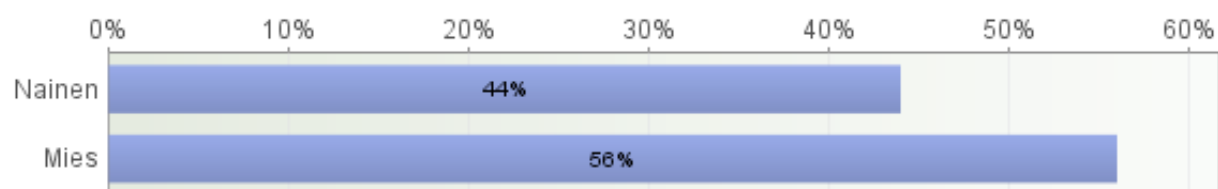
20. Mitä kehitettävää mielestänne Radio Voimassa on? Risuja ja ruusuja.

Radio Voima kuuntelijatutkimus vastaukset

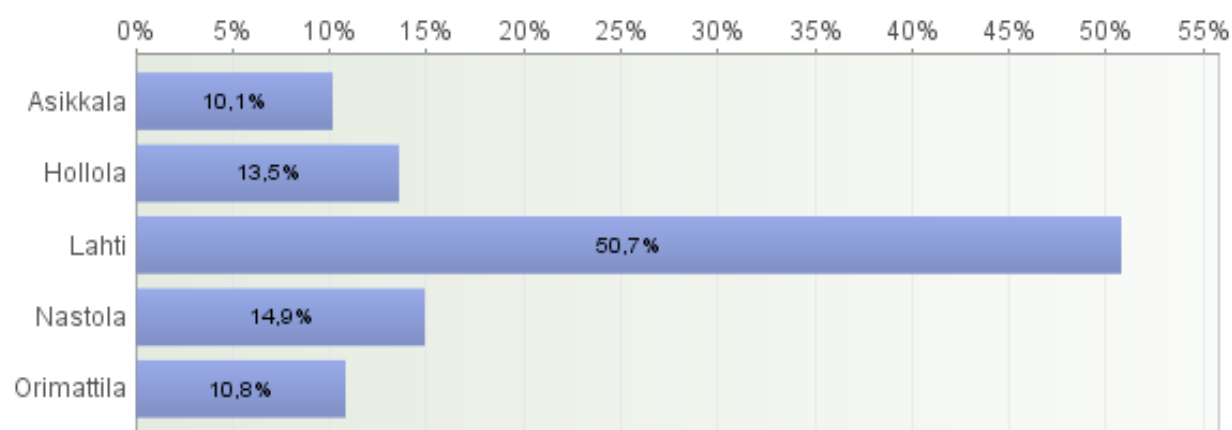
1. Vastaajan ikä



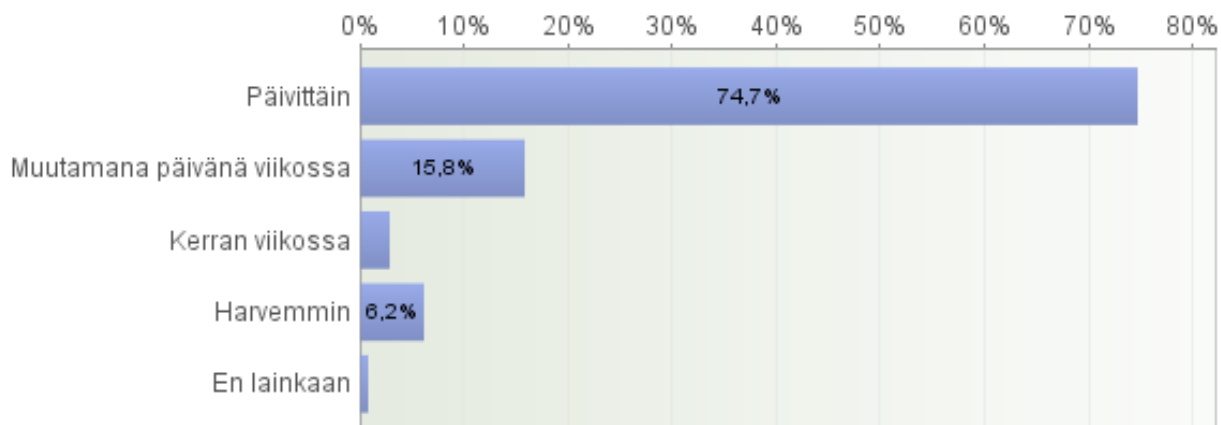
2. Vastaajan sukupuoli



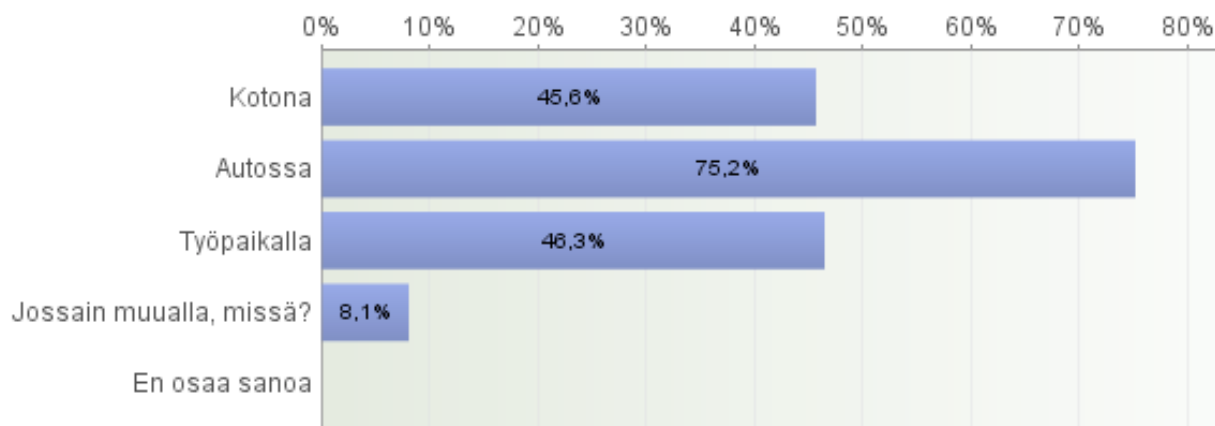
3. Asuinpaikkakunta



4. Kuinka usein kuuntelette radiota?



5. Missä yleensä kuuntelette radiota?



Avoimet vastaukset: Jossain muualla, missä?

mökillä

mökillä

mökillä

lenkillä

mökillä

mökillä

mökillä

mökillä

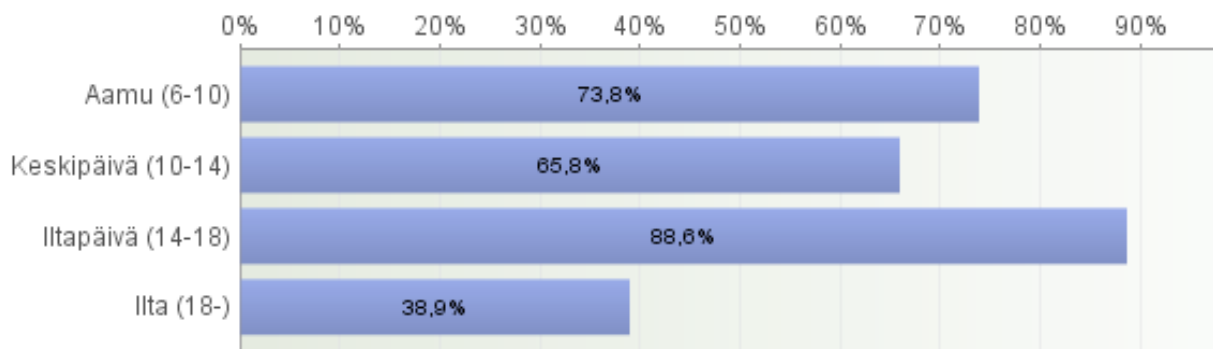
mökillä

puhelimien kautta reissussa

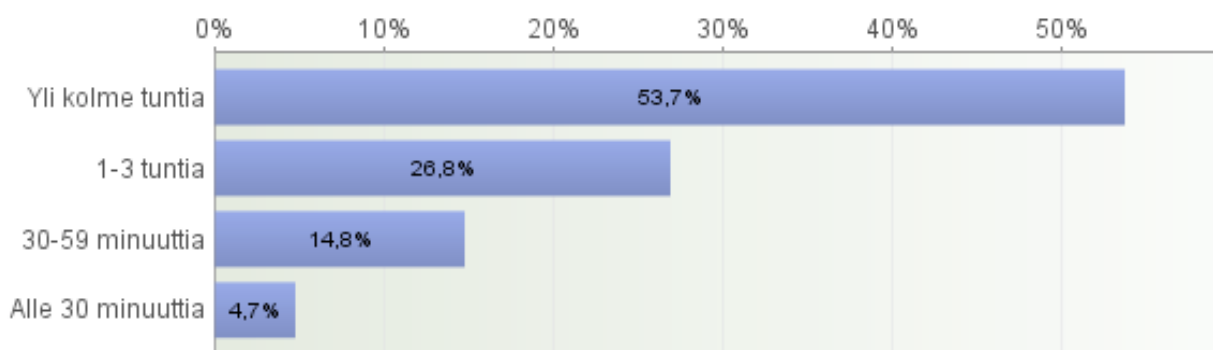
kuulosuojaimet

kuulokkeilla mökillä jne.

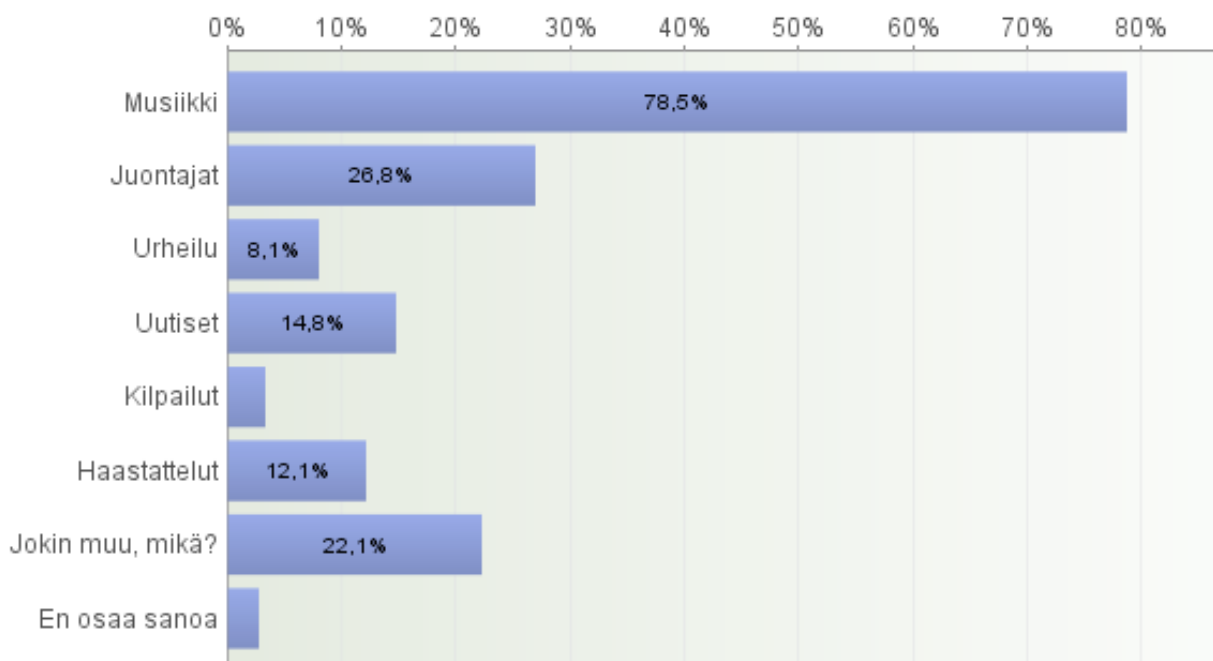
6. Mihin aikaan yleensä kuuntelette radiota?



7. Kuinka kauan yleensä kuuntelette radiota päivän aikana?

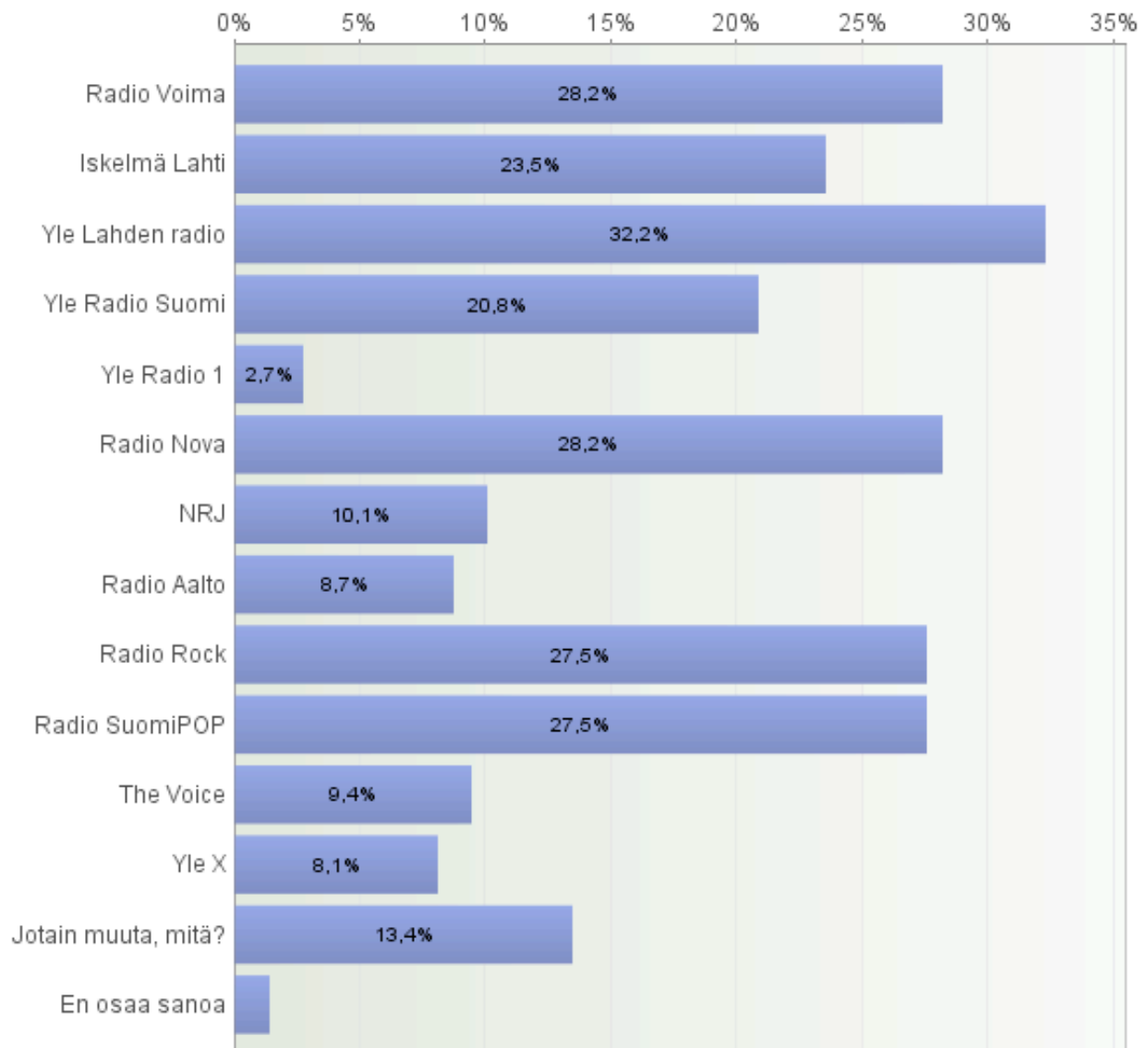


8. Millä perusteella valitsette radiokanavan?



Avoimet vastaukset: Jokin muu, mikä?
juttusarjat
erikoisohjelmat
tarinat
kuuluvuus
paikallisuus
paikallisuus
Paikallisuus
ne mistä on nettiradio saatavilla
parhain kuuluvuus
Paikallisuus, miten liikkuu ja mikä kuuluu, kuunnelmat
Paikallisuus
Asiaohjelmat
paikallisuus
kuuluvuuden perusteella
sen hetkisen fiiliksen
Paikallisuus
Alueradio
Paikalliset uutiset
mikä kuuluu
tottumus
Paikalliset uutiset
ei mainoksia
kollega määrä
Paikalliset uutiset, tapahtumat
alueen kuulumiset
tapa
tyylisuuntaus, asiasisältö
asiaohjelmat
Paikallisradio
se mikä vähiten ärsyttää (sama musiikki, samat juontajat)
tottumiskysymys
Sellanen mikä sopii lapsille
Paikallinen, korrekti

9. Mitä radiokanavia teillä on tapana kuunnella?



Avoimet vastaukset: Jotain muuta, mitä?

Ulkomaalaiset kanavat

Groove FM

Groove FM

mökillä savolaisten kanava

Groove FM

Groove FM

Classic

Lomaradio

Groove FM

Groove FM

Groove FM

Groove

Groove Fm

Radio Day

Lomaradio

Radio day

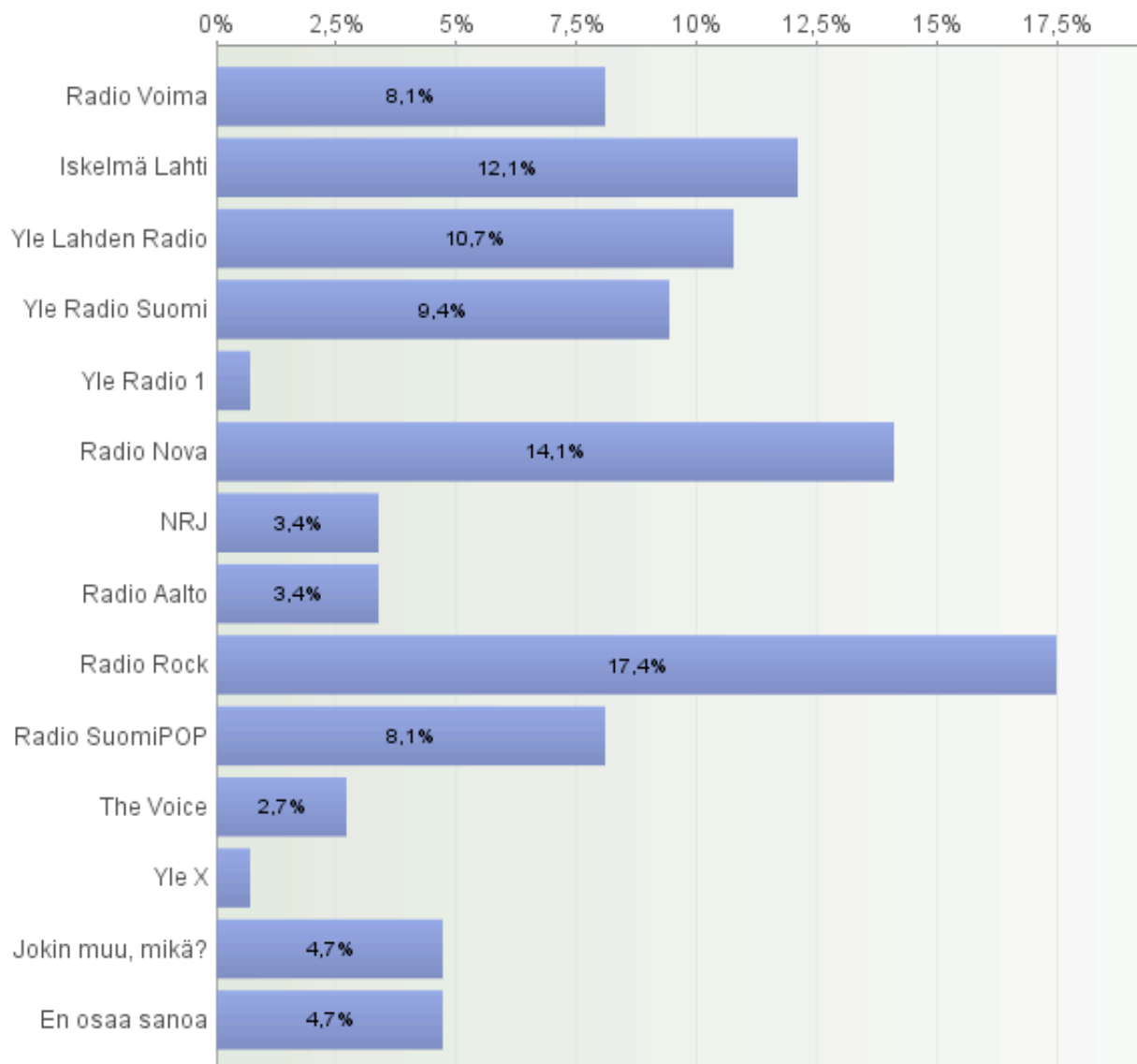
Radio Day

loma radio

Groove

Radio Day

10. Mikä on teidän suosikkiradiokanavanne?



Avoimet vastaukset: Jokin muu, mikä?

Groove FM

Groove FM

Radio Day

Radio Day

Radio day

Groove FM

11. Miksi kyseinen kanava on suosikkikanavanne?

Hyviä ohjelmia myös viikonloppuisin (yle suomi)
 Mukavia radiopersoonia koko kanava täynnä. Hauskaa kuunneltavaa.
 Tulee eniten sellaista musiikkia mikä pitää työpäivän aikana hereillä (Rock)
 Aallon aamut on hyvin hauska ja rempseä. Minun ikäiselle sopiva.
 Novaa kuuntelen eniten, koska siinä on sen verran hyvä kuuluvuus eri paikoissa mihin autolla kuljen.
 SuomiPop on lempimusiikkiani ja tältä kanavalta sitä tulee koko ajan, joten mikä voisi olla parempaa?
 Olen kuunnellut Joni Heinosta jo monta vuotta. Ei voi vaihtaa.
 Kuuluu parhaiten niin mökillä kuin kotonakin. Mielenkiintoisia juttuja. (yle suomi)
 Iskelmä soi töissä ja se on viihdyttävä kanava eikä ole ärsyttäviä mainoksia niin paljoa.
 Aamupojat on aika hauskoja (NRJ)
 Se on mukava ajanviete-kanava. (Groove)
 Töissä kuunnellaan sitä, kun siellä on hauskimmat juontajat ja mielenkiintoisimmat kilpailut.
 Juontajat ovat hauskoja ja musiikki mieleistä (Rock)
 Vaikea valinta, mutta kyllä se Iskelmä eniten soi. Ehkä sen leppoisuuden vuoksi ja musiikki on sellasta taustalle sopivaa.
 Sieltä tulee erilaisempaa musiikkia mitä muualta tulee.
 Menevää musiikkia.
 Radio Suomessa luetaan kirjoja. se on mukavaa ajanvietettä.
 Ei liikaa häiritseviä mainoksia. Mainoksistakin on tehty hauskoja.
 Siellä on niin hauskat juontajat pitkin päivää.
 Sieltä tulee mukavan leppoista musiikkia.
 Musiikki ja juontajat ovat minun tyylisiä (rock)
 Uutiset.
 Jaajon juttuja ei voi olla aamuisin kuuntelematta.
 Hauskat aamujutut (NRJ)
 Kuuluu monessa paikassa. Ihan mukavat juontajatkin ja uutiset tulee usein.
 Tykkään Voiman aamuista. Ja illoista, kun tulee vain pelkästään musiikkia. Kun on koko päivän kuunnellut töissä puhetta, on kiva vaan kuunnella musiikkia illalla.
 Musiikki on lähellä sydäntä (rock)
 Hanki Kinnunen.
 Tulee urheilua ja sieltä myös saa kuulla urheiluun liittyviä haastatteluja.
 Käyn tansseissa, joten Iskelmän kuunteleminen jatkaa tansseista tullutta hyvää fiilistä.
 Parhaimmat kilpailut (nova)
 Lapset kuunteli kanavaa ja sitä on vaan hurautanut niiden juttuihin mukaan. Ei osaa enää vaihtaa (voice)
 Mukavat juontajat ja Pelicansin pelit.
 Juontajat hauskoja. (SuomiPop)
 Monipuolinen musiikkitarjonta.
 Sieltä tulee hyviä musiikkiohjelmia ja muitakin erikoisia ohjelmia. Tykkään, kun siellä luetaan kirjoja.
 Rock kuuluu tosi hyvin ympäri Suomea. Siellä on mielenkiintoisia ohjelmia.
 Kuuluu asikkalassa hyvin ja sieltä tulee aina mielenkiintoisia juttuja.
 Musiikki on hyvää ja aamun juontajat parhaita! (rock)
 Mukavia kilpailuja, kuuntelijaystävällinen kanava.

Mahdollisimman neutraalia musiikkia. (Aalto)
Paikallisten juttujen takia. Ihan mukava musiikkikin soi.
Musiikki on sellasta mitä jaksaa kuunnella vaikka jauhaisivatkin samoja kappaleita monesti päivässä.
Olen kuunnellut sitä jo vuosia. Ei sitä vaan tule vaihdettua, kun on niin monipuolinen kanava (yle lahti)
Sieltä tulee hyvää musiikkia, eikä mainokset ole häiritseviä. (Iskelmä)
Tulee paljon urheilujuttuja ja kuuluu monessa paikassa, kuten Novakin. (yle suomi)
Kuuluu kaikkialla.
Paikallisten uutisten vuoksi.
Musiikki on monipuolista rockia eri vuosikymmeniltä ja juontajat ovat myös monipuolisia ja erilaisia persoonia
(Rock).
Musiikki on hyvää ja juontajat mukavia. Ei tule ihan liikaa mainoksia (iskelmä)
Musiikki pitää hereillä aina, kun ajelee. (Nova)
Suomipop on minun tyylistä musiikkia. Juontajatkään ei ole hullumpia.
Musiikki on suurimmalta osin sitä mistä tykkään (Rock)
Musiikki on minun makuuni (Iskelmä)
Sisältö (Nova)
Musiikki (NRJ)
Paikalliset uutiset
Musiikki ja juontajat (rock)
Alueelliset jutut (Yle)
Hyvät juontajat, hyvä musiikki, ei liika mainoksia (voice)
Paikalliset jutut.
Musiikki, juontajien jutut (rock)
Kuunnelmat (yle)
Musiikki, haastattelut, paikalliset uutiset. (yle)
Musiikki, ohjelma hyvää, paikalliset uutiset (Yle)
Hyvä musiikki. (iskelmä)
musiikki (nova)
Musiikkiohjelmat ovat parhaita.
Hyvä musiikki.
Musiikki (Rock)
Sisätö
Musiikki.
Musiikki.
Juontajat on hyviä (YleX)
Musiikin takia (iskelmä)
Rock musiikki on lähellä sydäntä. Aamuisin hyvät juontajat.
Musiikki, rock-henkiset juontajat.
Paikalliset asiat.
Juontajat on loistavia (suomi pop)
Hyvä musiikki ja uutiset tasatunnein, eri aiheisia ohjelmia (radio suomi)
Hengellinen kaunis musiikki.
Hyvä musiikki (NRJ)
Sisältö, tapa pitää auki.
Juontajat
Hyvät toimittajat. Paikalliset uutiset.

Harrastan kanavasurffailua, joten en osaa sanoa suosikkia Novan ja Suomi Popin välillä.
Vanhojen klassikkojen takia.
Kepeä musiikki.
Hyvä musiikki ja juontajat ovat hauskoja (suomi pop)
Sisältö ja arvomaailma kohtaa.
Musiikin takia. Perjantai yönä tulee mukavia pätkiä.
Ei tarvitse keskittyä. Vaikka uutiset kuuntelen muualta (Iskelmä)
Pelicansin pelien takia. Musiikki on mukavaa taustalla.
musiikin vuoksi
leppoista musiikkia
Paikalliset uutiset (Yle Lahden radio)
Paikalliset uutiset (Yle Lahden Radio)
Musiikki on parasta (rock)
Paikkakuntalaisuus (Yle Lahden radio)
Paras musiikkivalikoima (Rock)
Hyvät uutiset (Nova)
Paikallinen (voima)
Hyvä musiikki (Rock)
Rock on vaan hyvä.
Hyvä musiikki ja asiaohjelmat
Rocki sen perusteella, että tulee eniten omaa musiikkia.
YleX:ltä tulee hyvää ohjelmaa muuten.
Musiikki on rokka, josta tykkään. Aamukaksikko on hyvä rokilla!
Musiikki, juontajien jutut.
Klassikkobiisien takia.
Musiikki ja juontajat.
Parasta musiikkia.
Siihen on tottunut, mutta ei oikein jaksu vaihdella. Yöllä parempi musiikki. Viikonloppuisin erikoisohjelmat hyvä.
Paljon hyvää musiikkia enemmän kuin muualta.
Musiikki ja mukava ohjelma. Puhuvat säännöllisin väliajoin.
Musiikin takia, aamu juontajat.
Paikallisia asioita, monipuolinen tarjonta.
Hyvää musaa, varsinkin nyt kun ei samat biisit soi
Hyvät juontajat.
Aamun jutut on parhaita ja hauskoja. Miellyttävä kuunnella.
Hyvä musiikki, uutiset. Mainokset vähän häiritsee, mutta silti kuuntelen.
Siihen jää koukkuun, oltu iskelmän tapahtumissa.
Musiikki, mukavat juontajat, helppo kuunnella.
Paikalliset tapahtumat. Kiva kuulla uutisia ja asiaa eikä pelkkää musiikkia ja urheilu kuuluu myös.
Asiasisältö.
Paikallisten ajankohtaisten uutisten takia, musiikki.
En jaksu kuunnella meuhka musiikkia.
Hauskat juontajat, hyvä musiikki.
Tulee asiaohjelmia
Tapa kuunnella sitä. Ei tule käännettyä kanavaa. Tietää mitä kuuntelee. Tietää, että tulee paikallisuutiset jne.
Jaajolla on niin hauskat jutut, hyvä musiikki.
Aamuohjelma on hyvä. Musiikki.
Hyvä musiikki.

Musiikin takia.
Musiikki, haastattelut.
Monipuolista musiikkiä.
Hyvät juontajat aamulla. Iltapäivällä ihan mukavat juontajat.
Monipuolinen
Rytmiradion ajoilta jäänyt. Tulee suosikkimusiikkia 60-80 luvun rokkia.
mieleinen ohjelma ja musiikki
musiikki

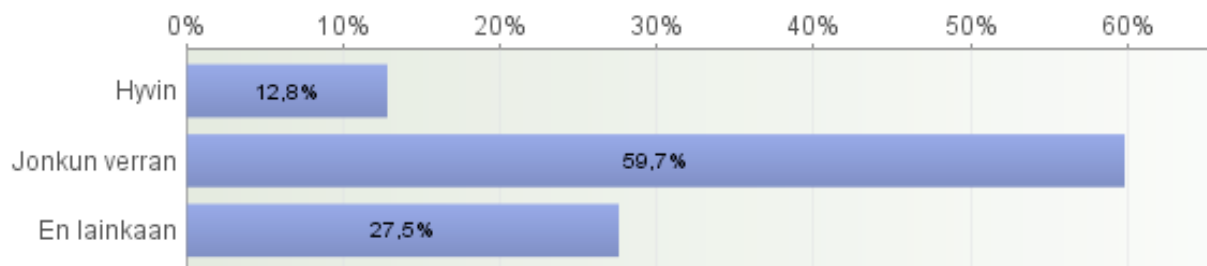
12. Mitä Teille tulee mieleen sanasta Radio Voima?

Radiokanava
Paikallisuus.
Aamujobbarit
Aleksanterinkatu
Paikalliset uutiset
Pelicans
Lahti
Joku uusi radiokanava?
Etelä-Suomen Sanomat
Työpaikka.
Lahti
Entinen radio 99.
uskonnollinen radio
Lahti
Lahden satama.
Lahden keskusta.
Lahti
Lahti
Paikallisuus
Työpaikka. Siellä me aina kuunnellaan sitä.
Pelicans ja Ili.
Etelä-Suomen Sanomat.
Radiokanava.
Lahti.
Lahti ja koti.
Lahti.
Joni Heinonen.
Paikallisuus.
Etelä-Suomen Sanomat.
Lahti
Kotikaupunki.
Paikallinen kanava.
Lahti.
Pelicans.
paikallinen kanava.
Lahti
Työpaikka. Siä sitä kuunnellaan aina.
Joni Heinonen
Paikallisuus.

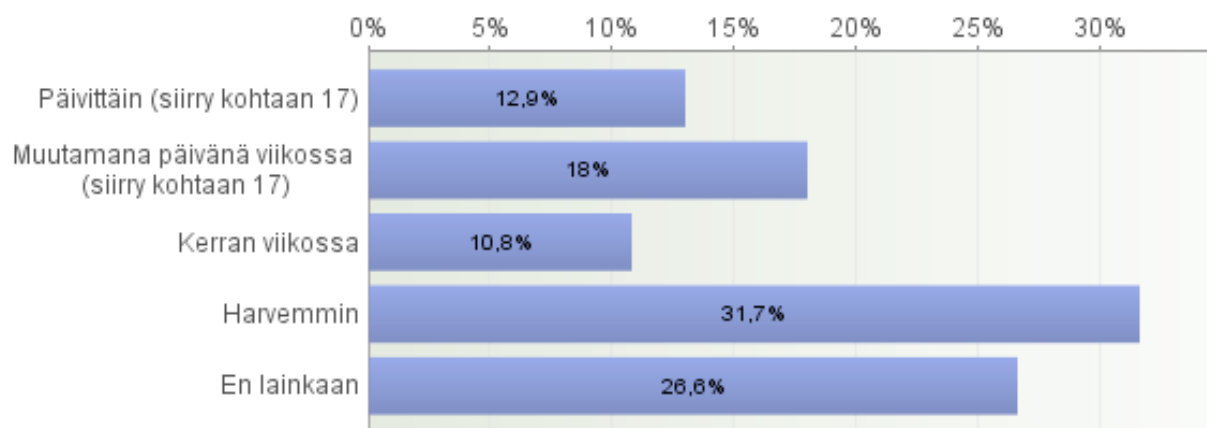
Lahden keskusta
Etlari
Paikallinen radio.
Satama.
Lahti
Lahti
Paikallinen radio.
Paikallinen radiokanava
Paikallisuus
Yksi kanava
Etelä-Suomen Sanomat
Radiokanava
Radio
Paikallisradio
Paikallisradio
Lahti
Hassu nimi. Paikallinen
Uskonnollinen radio tulee ensimmäisenä mieleen.
Radiokanava
Paikallisuus
Yksi radiokanava
Uusimpia radiokanavia
Lahden seutu
Lahti
Paikallisuus
Ei tule mitään mieleen
Nykyaikainen musiikki. joni heinosen höpötykset
Lahtelainen paikallisradio
Työpaikan taukotilaradio
Petra Kalliomaa
Joskus kuunnellut
Lahtelainen paikallisradio
Vanhempien ihmisten kanava
Lahden alueen radio
Hyvä radiokanava
Lahtelainen
Lahden keskusta
Joku radioliittymä
Joskus kuullut
Jotkut kuuntelee
Joskus kuullut
Aamutoimittajat
Yksi sellanen kanava mikä saattaa osua kohdalle
Lahtelainen. Sieltä tulee paljon musiikkia
Paikallinen
Vanha 99
Alunperin nuorille tarkoitettu kanava, mutta elänyt nurten asiakkaiden kanssa vanhemmaksi
Matti Eve
Etelä-Suomen Sanomat. Paikallisuus. Kansanedustaja Viljanen

Pelicans. Lahti
Lahtelainen paikallisradio
Paikallisuus
Radio Voima
Radiokanava
Paikallisradio
Paikallisradio. Eve & Heinonen
Paikallinen radiokanava
Lahti
Humppakanava
Ei yhtään mitään
Musiikki
Eräs radio kanava
Lahtelainen radio
Lahden paikallisradio
Entinen 99, ennen kuuntelin
Lahtelainen paikallisradio
Radiokanava
Etelä-Suomen uutiset, hyvä musiikki
Olen kuunnellut
Lehtimainos, kaksi miestä. Paikallisradio
En osaa sanoa
Paikallinen radio. Musiikkia enemmän kuin ylellä
Mainokset
Musiikki, suunnattu 20-40 vuotiaille
Ei oikein sano mitään
Tulee mieleen, että sisältö on voimallista
Kohtuullisen hyvä musiikki. Lahtelainen
Paikallisradio
Pelicans
Aamujobbarit
Paikallinen
Haastattelut
Kaksi äijää pukupäällä lehtimainoksesta
Toimittajat, keskusta, ulkona kuuluu musiikki
Tiedän että sellainen radio on olemassa, mutta ei siitä tule mitään mieleen
Paikallisuutiset
Lahti, nuoruus, Joni Heinonen
Paikallisuus
Radiokanava
Ei mitään

13. Kuinka hyvin tunnette Radio Voiman?



14. Kuinka usein kuuntelette Radio Voimaa?



15. Jos ette kuuntele päivittäin/muutamana päivänä viikossa, miksi ette?

En ole kuullutkaan moisesta radiosta.

Ei osaa vaihtaa kanavaa hyvältä toiselle.

Joskus tulee kuunneltua Pelicansin pelejä, mutta ei säännöllisesti. Mielikuva kanavasta liian erilaista musiikkia minun makuuni.

En usko sen kuuluvan täällä.

Se soi toimistolla, kun siellä käy, mutta itse en kuuntele. Liian erilaista musiikkia. Jennifer Lopezin jälkeen

saattaa tulla tyyliin Arja Korisevaa. En tykkää.

Kuuntelin joskus, mutta se sitten jäi, kun tuntui olevan vähän teennäistä se juontaminen.

Ollaan jumituttu töissä Novalle, ei tule vaihdettua.

Jos se on uskonnollinen radio, se ei kuulu tyyliini.

Lahden Radiosta kuulen myös paikalliset uutiset, ei oikein tule sitten tuota Voimaa kuunneltua.. ei vaan osu kohdalle.

ennen kuuntelin, kun siellä oli tuttu juontaja. nyt enää harvemmin, kun ei ole tuttuja.

Siellä tulee lähinnä vaan musiikkia. On mielenkiintoista kuunnella muutakin.

Ei niitä Sharikoita jaksu kuunnella.

Muksujen kanssa kuunnellaan nrj:tä ja itse kuuntelen muuna ainaka suomipoppiä, joten ei siinä joka päivä ehdi

kaikkia muitankin radiokanavia kuunnella.

Tulee kuunneltua kanavaa vain Pelicansin pelien takia. Ei muuten osaa edes eksyä kanavalle.

Kuuntelen niin harvoin radiota, että en ole etsinyt muita kanavia radiooni kuin Yle Suomen.

En jaksu niitä Rihannoja sun muita mitä sieltä välillä tulee.

Ei ole sattunut kanava kohdalle.

Enemmän tykkään Ylen ohjelmasta kuin mainosohjelmista, mutta välillä tulee käännettyä Voimallakin.

Sieltä tulee liian vähän iskelmämusiikkia.

Ei vaan osaa vaihtaa voicelta toiselle kanavalle.

En ole kuullutkaan koko radiosta.

Ei sieltä oikein niin mielenkiintoista ohjelmaa tule, että jaksaisi kuunnella, eikä se mökilläkään kuulu.

Ei tule erikoisohjelmia.

Ennen kuuntelin, kun oli vielä 99, mutta nyt se vaan on jäänyt. Siitä on tullut jotenkin liian kaupallinen, ei enää

niin paikallinen.

Liian Novamainen.

Suosikkia ei tule vaihdettua.

Ei tule käänneltyä sille kanavalle. Enkä oikein välitä niiden musiikistakaan.

Kesäaikana nyt ei tule kuunneltua. Joskus Pelicansin pelejä tulee kuunneltua, mutta muuten ei tule eksytyä

sille kanavalle.

Ei ole osunut kanavasurffailussa vastaan.

Kuuntelen niin harvoin, että sitten kun kuuntelen, kuuntelen vaan Lahden radiota.

Ei ole minun mieleinen musiikin ja juontajien takia. Rock on parempi.

Ei ole tullut vaan kuunneltua. Aina tietyt samat kanavat pyörii.

Nova kuuluu aina, en jaksu vaihtaa.

Ei ole osunut kohdalle koko kanava.

Televisio vie ajan.
tapana kuunnella vaan Yleä.
Musiikin takia
Tapojen orja, rokki vie mukanaan.
Ei ole sattunut kohdalle kanavia vaihtaessa.
Vaana, jos tulee futista tai jääkiekkoa, mutta ei muuten.
Ainoastaan Pelicansin pelit kuuntelen.
iskelmä on hyvä, en ole osannut vaihtaa kanavaa.
Muutenkin kuuntelee vähän radiota.
musiikin, eikä jaksa paikallisia juttuja..
Radio Day on ainoa kanava jota tulee kuunneltua.
Musiikki ei ole sopivaa minulle. Puheet ei jaksa kiinnostaa.
Kanavatarjontaa on niin paljon, ei ole osunut kohdalle. Tai ehkä kanavasurffailun yhteydessä joskus.
Jos tutustuisi enemmän..
Ainoastaan Pelsujen pelit tulee kuunneltua!
Musiikkivalinnat ei ole mieleen.
En jaksa kuunnella suomi-iskelmää..kuvittelen sieltä tulevan sellaista.
Suomi Pop on parempi.
Ei ole alettua kuuntelemaan. Radio 99 kuuntelin kyllä.
Ei löydy aina kanava matkaradiosta.
Ei tule sellaista musiikkia/ohjelmaa, että kiinnostaisi
Ei isompaa syytä.
Tapojeni orja, iskelmä riittää ja se on ohjelmoitu radioon.
Huononi, kun Ilkka lähti pois.
Kaipaa asiaa, sieltä ei niin paljon kuule asiaa.
en tiedä kanavasta
Aalto valmiiksi valittuna usein autossa
Kuuntelen ainoastaan Pelicansin vieraspelit.
Tapa ja tottumiskysymys. Työpaikalla ei kuulu.
Sisältö ei vastaa toiveita.
En ole päässyt sisälle radiokanavaan.
Siellä muistaakseni on erittäin ärsyttävä juontaja.
Ei viitti vaihtaa kanavaa. Vähän heikommin kuuluu Orimattilassa.
Muualta tulee parempaa musiikkia.
Ei tule vaihdeltua kanavia.
Ei tule vaan tule kuunneltua.
Iskelmään on tottunut.
Jäänyt koukkuun Voiceen, ei löydy pikavalinnasta autossa.
Mainokset välillä häiritsee. Olen kaavoihin kangistunut enkä työpäivän aikana jaksa vaihdella kanavia.
Musiikkimaku ei taida mennä yksin.
Lahden radiossa paremmat paikalliset uutiset.
Ainoa on Radio Suomi mikä kuuluu töissä.
En ole tutustunut radiokanavan tarjontaan.
Muut kanavat on parempia. Liikaa musiikkia, asiaohjelmia enemmän. Radiotaajuus on huono Asikkalassa
Rapalanmäen jälkeen.
Ei ole vaan tullut kuunneltua. Ei ole tullut tutuksi.
Se ei kuulu autossa.

Ei vaan tule kuunneltua. Ei ole ohjelmoitu radioon, nyt voisin sen tehdä.
Ihan kiva, tunnen Jonin.. mutta nyt vaan Groove jotenkin jäänyt päälle.
Musiikin mukaan mennään. Kun kanavasurffaa ja voimalta tulee hyvää musiikkia, sitten sitä voi kuunnella, ei muuten.

Kuuntelen lauantaisin touhutessa päivän askareita. Muina päivinä televisio ja netti vie ajan.
Ei tarvetta. Ei kaipaa lisähälinää.

16. Mikä saisi Teidät kuuntelemaan Radio Voimaa useammin? (siirry kohtaan 21)

Vastaajien määrä: 67

Nyt, kun tiedän, että on radio 99:n jälkeen tullut radio, voisin ehkä joskus kuunnellakin uteliaisuuttani.

Jos sitä joskus osaisi vaihtaa lempikanavalta toiselle niin ehkä sitten, Tuskin mikään, koska siellä ei soi minun tyylinen musiikki.

Jos se kuuluisi niin saattaisi sitä ehkä kääntää sillekin ja kuunnella mitä sieltä oikein tulee.

Musiikkivalintojen tasaaminen. Olisi sitten vaikka tietty tunti tai kaksi, kun tulee sitä iskelmää tai jotain muuta

niin tietää sitten olla kuuntelematta ja lopun aikaa voisi kuunnellakin.

Erityyppiset juontajat.

Tuskin mikään.

Pitäisi tietää kanavasta enemmän.

Ehkä tämän kyselyn jälkeen tuleekin kuunneltua.

jos tuttu tulisi takaisin töihin sinne.

Jotkut juttusarjat tai jos tietäisi ketä siellä on vieraana...

Jos siellä soisi enemmän rokki.

Jos se olisi ehkä vähän viihdyttävämpi kanava. kyllähän sieltä pelejä tulee kuitenkin seurattua.

Jos siellä olisi enemmän vaikka urheiluhjelmia, joista sitten olisi mainoksia jossain.

Enemmän suomalaista musiikkia.

Jos siellä soisi vanhempi rock ja jostain kumman syystä kyllästyisin Radio Rockiin.

Iskelmämusiikki.

Pitäisi varmaan etsiä se radiosta.

Mielenkiintoisemmat jutut.

Johonkin tiettyyn musiikkiin liittyvä musiikkiohjelma voisi olla kuunneltavan arvoinen juttu.

Enemmän paikallisia juttuja.

Parempi musiikki.

Monipuolisempi tarjonta asiasisällössä.

Jos soisi enemmän iskelmä kuin poppi.

Ehkä, jos kuuntelisin radiota enemmän, voisin kuunnella Voimaakin.

Tuskin mikään.

Kun vaan asentaisi sen esimerkiksi autoradioon.

Ehkä, jos jaksaisi joskus vaihtaa popilta tai rockilta, mutta ei sitä tule vaihdettua.

Vähän nuorempi musiikki.

Enemmän pitäisi kuunnella urheilua, ei oikein muuten, kun on niin tottumiskysymys tuo kanavien kuuntelu.

Enemmän Lahden asioita. Enemmän vieraita.

Ei oikeastaan mikään.

Jos olisi tietokilpailuja enemmän ja kanssakäymistä kuuntelijoiden kanssa.

Jos tietäisi, että on tärkeä asia aiheena, niin sitten voisi kuunnella. Mutta se pitäisi jostain saada tietää.

Kun sisältö alkaa vastaamaan Radio Rockia, voin alkaa kuunnella.

Sitten, kun ei ole puhetta voisin kuunnella, eli yöllä duunissa.

Pitäisi ohjelmoida auton radioon.
Pitäisi tutustua enemmän.
Hyvä kotimainen musiikki.
Musiikissa saisi olla klassikkoja, EI RÄPPIÄ, EI AQUILERAA!
Muuttamalla tapoja.
Nuorekkaampi musiikki
Mielenkiintoisemmat jutut.
Vaihtelun vuoksi voisi, ei kai muuta. Tämänkin puhelun jälkeen voisın kuunnella miksi siitä nyt kysellään.
Paremmat juontajat.
Jos tietäisi yhdenkin ohjelman mikä kiinnostaisi, se varmasti saisi kuuntelemaan.
turhat lätinät pois ja lisää musaa
herättelevä mainoskampanja,
Jos Heinosen Joni lähtisi pois.
Jos kuuluvuutta löytyisi.
Musiikkitarjonta.
Monipuolisempi juontajakaarti. Eläväisyyttä pitäisi saada peliin.
Parempi kuuluvuus.
Parempi musiikki -> suomalainen musiikki.
Kokeilin muutaman kerran, mutta en välitä Even jutuista.
Ei auta muuta kuin vaan kuunnella, ei ole iso ongelma vaihtaa. Päätös.
Pitäisi virittää kanavalle.
Jos tulisi klassista musiikkia.
Jos sieltä ei tulisi liikaa kaupallista musiikkia.
Jos tulisi luonto-ohjelmia tai vastaavia, voisın kanavalle siirtyä. Radio Voiman kanavalähettykset on sen verta
heikoilla taajuuksilla, että ei kuulu Asikkalassa tarpeeksi hyvin, pitäisi parantaa.
Enemmän näkyvyyttä.
Jos se kuuluis, eli autosta kiinni!
Jos siellä on hyvä musiikki ja mikäli juonnot on lyhyemmät.
Voi olla, että kuuntelenkin, nyt vaan vuoden aikana on tullut kuunneltua Groovea ja se on vaan jäänyt.
kunnon iskelmämusiikki, kotimainen.
Jos olisi enemmän aikaa.
Erilainen työ, jossa voisi kuunnella.
17. Jos kuuntelette päivittäin/muutamana päivänä viikossa, miksi kuuntelette?
Vastaajien määrä: 43
Hyviä paikallisia juttuja on tullut, kun on sattunut kuuntelemaan.
Sieltä tulee ihan hauskaa aamuohjelmaa kilpailuineen ja uutiset tietty kans hyviä.
Suurinpiirtein muistan muutamana päivänä viikossa kuunnella paikalliset uutiset. Ne on ihan hyvät Voimalla.
Joni Heinonen on paras! ja muutenkin on ihan leppoisa kanava. Silti ikävöin radio 99:ä, kuten varmasti moni muukin.
Autossa kuuntelen välillä Voimaa. On ihan kiva kuulla, jos tulee jotain liikennetietoja, kun ajelee töihin tai töistä kotiin.
Joskus tulee vaihdettua ihan vaan vaihtelun vuoksi kanavaa ja Voima on yksi vaihtoehto. Tulee paikallisia juttuja.

Työpaikalla on "pakko" kuunnella.

Joskus satun kuuntelemaan paikalliset uutiset ja jäämään kanavalle. Nyt aamussa on ollut vaan Joni, se on

ollut hyvä. Joni ja Matti hyviä erikseen, mutta ei niin hyviä kaksistaan. Ehkä liian vahvoja persoonia yhteen.

Kuuden jälkeen paras kanava, koska tulee vaan musiikkia.

Paikalliset uutiset pitää ajantasalla. Urheilu.

Lähinnä yritän olla kuulolla paikallisten uutisten aikaan pari kertaa viikossa.

Paikallisten uutisten ja urheilun vuoksi.

Kuuntelen Pelicansin pelit, jos en ole paikanpäällä katsomassa. En muuten.

Töissä kuunnellaan, joten on pakko kuunnella. Ja onhan se kiva kuullakin paikallisia juttuja.

Paikallisten uutisten takia.

Pelicansin pelejä tulee kuunneltua.

Ihan hyviä paikallisia juttuja sieltä tulee.

Pelicansin vieraspelit

Asiat on sellasia, että ihan kiva välillä kuunnella mitä Lahdessa ja ympäristössä tapahtuu.

Musiikkikin on ihan hyvää.

Uutiset

Tuore tuttavuus. Mielenkiinto normaalisti kuunnelluihin on laskenut, halunnut vaihtaa vähän kanavaa.

Paikallisuus. Uteliaisuus radiokanavaa kohtaan.

Paikalliset uutiset, ajankohtaisuus.

Autossa ykköskanava, ihan hyvä musiikki ja jutustelut

Kuuluvuuden takia. Kuuluu töissä

Kanavasurffailun yhteydessä. Hyvää musaa tulee. Ei pelkkää pintapoppia.

Kaiken sen paikallisuuden vuoksi.

Paikallisuus, toimittajat.

Muualta tulee vaan sitä samaa musiikkia, Voimalta tulee erilaista musiikkia.

Aamulla kun menee töihin on kiva kuunnella paikallista kanavaa.

Paikallisuuden takia.

Tapa. Pelicansien pelien takia.

Kokeilen mitä musiikkia sieltä tulee.

Hyvä musiikki.

Sieltähän tulee myös asiaohjelmaa.

Töissä duunikaverit kuuntelee.

Kun vaihtaa kanavia niin sattuu jäämään päälle. Kuuntelen sitten, kun ajan Lahdessa autoa.

Aamujuontajat ovat hyviä. Jääkiekkopelit

Toisilta kanavilta loppuu kiinnostava ohjelma. Musiikki on hyvää ja kerrotaan Lahden tapahtumista.

Paikallisten haastattelujen takia.

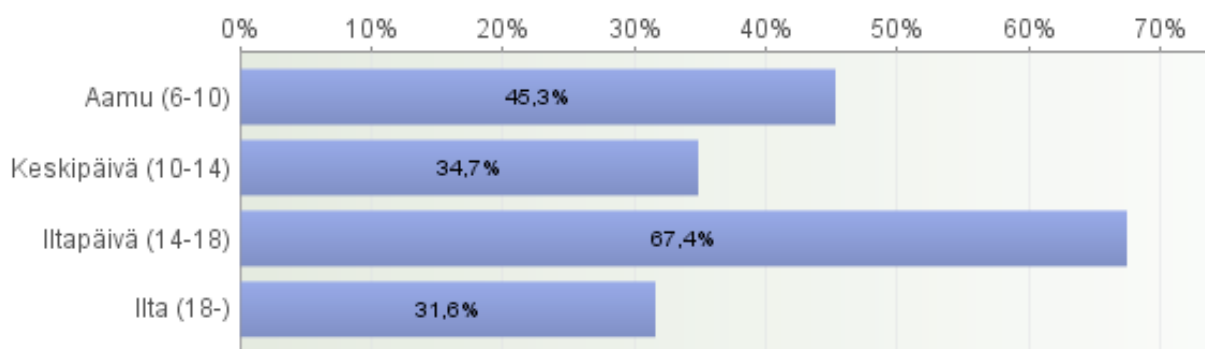
Pelicansin pelien takia. Laajempi musiikkivalikoima.

Erilaisen musiikin takia, hyvä vaihtelu musiikin lajeissa.

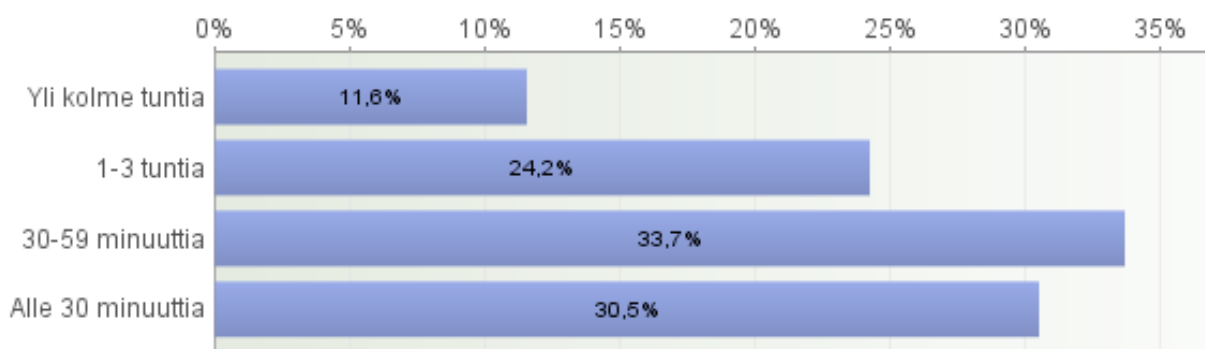
Paikallisiin asioihin keskittynyt, mielenkiintoinen.

Paikallinen, hyvä töissä

18. Mihin aikaan yleensä kuuntelette Radio Voimaa?



19. Kuinka kauan yleensä kuuntelette Radio Voimaa päivän aikana?



20. Mitä kehitettävää mielestänne Radio Voimassa on? Risuja ja ruusuja

Markkinointia varmaankin pitäisi olla enemmän, koska ainakaan minä ole tietoinen radiokanavasta, eikä tule

lehteäkään. Jostainhan tällaistenkin olisi hyvä tietää eri kanavista.

Nettisivut on vähän hankalat tai jotenkin sekavat. Niihin pitäisi saada ryhtiä.

Musiikki voisi olla vähän tasaisemmin valittua. Se on nyt jotenkin liikaa kaikille kaikkia.

Siellä voisi olla jotain tiettyjä juttuja tyyliin klassikko-iltapäivä tai jotain muuta vastaavaa erikoisohjelmaa. Ehkä

sitten tulisi kuunneltuakin.

Kiekkohommat on hoidettu hyvin.

Jotain uutta aina toivoo, mutta tällä hetkellä mennään ihan ookoo meiningillä. Ehkä jotain piristystä voisi

ajatella, mutta en osaa näin äkkiä sanoa mitä se olisi.

Kuuluvuusalue paremmaksi.

Ehkä enemmän liikennetietoja. Varsinkin kesällä olisi hyvä tietää poikkeuksista, kun rakentavat jne.

Juontajien vaihto.

Jostain olisi kiva tietää ohjelmatietoja enemmän kuin yhdelle päivälle.

Ohjelmatietoja tarkemmiksi.

Musiikkia voisi vähän tarkastaa. miksi pitää olla niin novamainen?

Saisiko sen typerän taustamelun sieltä puheen takaa pois?!

Musiikkitarjonta on ehkä liian kaikille kaikkea

Lisää urheilua.

Kuuntelen ainoastaan pelejä silloin tällöin. Ne on hyvä juttu, joten älkää sitä ainakaan uudistako ja heittäkö

ohjelmistosta pois.

Pitäisiköhän mainostaa enemmän? En ole kuullutkaan moisesta kanavasta.

Suunta uudistukselle on hyvä. Vielä on tehtävänä. Mieltikää juontajavalintoja.

Ei muuta kuin tsemppiä Jonille aamuihin!

Etukäteen voisi mainostaa esim. nettisivuilla jos tietää viikon vieraat jne.

Enemmän iskelmämusiikkia tai edes jotain iskelmämusiikin ohjelmia, jolloin voisi olla kuulolla.

Vaihtuvuutta kilpailuihin. Tosin kesäElvis on juuri sitä, mutta lisää näitä kampanjoita!

Nettisivut voisi olla selkeämmät. Vähän liikaa kaikkea härpäkettä, että menee ihan sekaisin.

Ohjelmatarjonta monipuolisemmaksi.

Ehkä parempia mainoksia voisi olla. Alkaa jo kyllästyttää.

Mainokset voisi olla jotenkin erilaisempia. Nyt ne on niin samanlaisia aina.

Tunnettuutta pitäisi varmaan lisätä, koska ei ole hajuakaan koko kanavasta!

Musiikkia voisi muuttaa niin, että välillä tulisi ihan jotain musiikki ohjelmia, missä soisi iskelmä.

Parempaa musiikkia.

Ehkä mainostusta voisi harkita..sellasta, että kanavan taajuus näkyisi selvästi. Tietäisi mitä etsiä sitten, jos

haluaa kanavaa kuunnella.

Naisjuontajat voisivat olla vähän reippaampia. Ääni laahaa.

Aamutoilailut ei kiinnosta, kun tuntuvat vaan tappelevan keskenään. Yksi aamussa olisi parempi.

Lisää paikallisia juttuja. Parempia mainoksia!

En tiennyt, että on tapahtunut jokun muutos, luulin radio 99 vielä olevan.

Lähdin kuuntelemaan sen takia, kun näin mainoksen lehdessä. Mutta enemmän vaan näkyvyyttä.

Kiva, kun on paikallinen radio, mutta musiikki on vääränlainen musiikki minun makuun.

Ainoa mikä häiritsee lätkäselostuksessa Ilin huutaminen. Muuten kaikki paikalliset jutut on hyviä.

Mainostusta enemmän! Kyllä se siitä sitten ihmisten mieliin jää.

Älkää ainakaan Pelicansin pelejä ottako ohjelmistosta pois.

Ilmaisjakelulehdissä voisi olla mitä voimassa on viikolla tulossa. Vieraat, kilpailut yms. kerrottu.

Voisi sitten

vaihtaakin kanavaa, kun tietää mitä siellä on luvassa.

Ei mitään moitittavaa.

Ennen rytmiradion aikaan oli alivaltiosihtööri tyyppejä ohjelmia. Niitä voisi tulla nytkin vaikka iltapäivällä.

Pitää kanavan musiikkitarjonnan monipuolisena.

Vaikka Lahdessa asuu ei oikein tiä, pitäisi enemmän mainostaa. Toimittajien pitäisi ehkä jalkautua.. järjestää

tapahtumia.

Juontajat tiiän, ne on ok, mutta musiikki ei onnaa.

Ei moitittavaa.

Viikkottain olisi kiva olla toivekonsertti, tulisi kuunneltua. Ja sitä pitäisi markkinoida, jotta osaisi kuunnella. Kun

yksi ohjelma tulisi tutuksi, voisi jäädä kanavalle kuuntelemaan muutakin.

Ihan kivaa musiikkia.

Nuorekkaampaa musiikkia.

Muuten hyvin, mutta enemmän kotimaista iskelmämusiikkia lisää.

Älkää syyllistykö samaan kuin Nova, että soittatte samaa hittiä päivästä toiseen monta kertaa. Hittit voi jättää muille kanaville.

Mainostusta on, mutta se ei vaan jotenkin iske.
Ilkka takaisin niin homma alkaa toimimaan!
Jotain kristillistä ohjelmaa voisi olla myös.
Ei ainakaan tarvitse risuja lähettää. Kaikkia meitä tarvitaan.
Ärsyttävät juontajat pois. Matti Eveltä tulee sellaisia kommentteja ettei jaksu kuunnella.
Ei niin paljon uusia kappaleita.
Lisää paikallisuuden mainostamista
Hyvä kanava sen mitä ehtii kuunnella ohimennessä kuunnella.
Pelicansin pelit on hyviä. Tasaisen hyvää tyyliä, joka sopii taustalle. Musiikkia voisi katsoa ettei samoja biisejä tule samanpäivän aikana. Iltaisin voisi tulla myös asiaohjelmia.
Musiikkia pitäisi laittaa vähän rokimmaksi.
Enemmän rokkia! Musiikki puolella olisi kehitettävää.
Hieman voimakkaampi voisi olla, kun ei oikein sytytä tuo nimikään.
Voisi olla parempi kuuluvuus Orimattilassa. Vanhempaa rockia voisi olla enemmän.
Nastolassa ei oikein kuuluu. Sitä voisi kuunnella kotona, kunhan se täällä vaan kuuluisi (postinumero 16100).
Iltapäivällä voisi olla hauskaa ohjelmaa. Enemmän läpän heittoa. Jatkakaa muuten samaan malliin!
Musiikki on hirveän tärkeä asia, samoin radioäänet. Tilannekomiikkaa kaivataan.
Toimittajat kuulostaa hyvältä.
Mainonta voisi piristää kanavan ilmettä!
Taajuudet saatava paremmaksi, jotta edes viitsii kuunnella.
Aamut ja iltapäivät hyviä. Kiva, kun ei ole kaikinmaailman soittoja kuulijoilta vaan juontaja pitää shown itsellään.
Ei jankata pitkään asioita. Hyvä musiikki. Kivan viihteellistä, sopii vapaa-aikaan.
Pelicansin pelit on hyviä. Ilman niitä ei lätkäkaudesta selviä!
Tyyli on novamainen (mainokset+musiikki). Voisi erottua enemmän, kun olisi enemmän paikallisia juttuja.
En osaa sanoa.
Pukumiehet mainoksessa eivät houkuttele kuuntelemaan.
Ei mitään, ihan ok kanava.
Aikuisikäiselle musiikkia. Ei nuorten jumputuksia jaksu raskaan työpäivän jälkeen. Kotimaista iskelmämusiikkia.
Liikennetiedotusta enemmän! Työmatka Järvenpään, joten ei kuulu koko matkaa, ei tule siksi aamulla kuunneltua, enemmän illalla.
Keski-ikäisille sopiva ja toimiva radiokanava. Musiikki on laajentunut mikä on hyvä!