

Kaupallinen radio 40 vuotta

Kun radio meni nettiin – Kiss FM:n digitaalinen visio vuonna 1995

Kiss FM syntyi tilanteessa, jossa kaupallinen radio oli Suomessa vasta kehittymässä. Kiss FM erottui joukosta nuorekkaalla ja energisellä otteellaan, kansainvälisellä soundillaan ja rohkeilla kampanjoillaan. Kanavan konsepti perustui ajan hermolla oleviin hittibiiseihin, räväkkään juontotyyliin ja vuorovaikutteisuuteen kuuntelijoiden kanssa.

Mutta Kiss FM ei ollut pelkkä radioasema – se oli kokonainen mediabrändi, joka pyrki hyödyntämään uuden ajan teknologioita ennen muita. Kiss FM:llä oli yksi ensimmäisistä nuorille suunnatuista verkkopalveluista, Euroopan ensimmäinen nettichat-palvelu, ja oma kissnet -virtuaalinen nettipalvelu ilmaisine sähköpostiosoitteineen kuuntelijoille.

Vuonna 1995 käynnistynyt Kiss FM:n tarina ei ollut pelkästään uusi radioasema, vaan myös ennakkoluuloton teknologinen kokeilu, joka osaltaan ennusti tulevaisuuden mediaympäristöä. Tässä hetkessä, kun digitaalisuus on jo itsestään selvyyys, on hyvä muistaa, että kaikki alkoi pienistä, mutta rohkeista askelista – kuten Kiss FM:n ja kiss.fi:n lanseerauksesta lähes kolme vuosikymmentä sitten.

Itse sain kunnian suunnitella, konseptoida ja jopa koodata ensimmäiset kiss.fi-verkkosivustot. Koodarihan minä en ole, mutta eipä ollut silloin kovin montaa muutakaan tarjolla!





Kun radio meni nettiin

Vuosi 1995 oli käännteentekevä Suomessa – Euroopan unioniin liittymisen ohella maamme koki digitaalisen murroksen ensiaskelet. Internet oli vielä uusi ja harvojen tuntema teknologia, mutta visionääriset yritykset huomasivat sen potentiaalin. Yksi merkittävimmistä lanseerauksista tuona vuonna oli myös uusi formaattiradio, Kiss FM. Radiokanava, jonka studiossa ei ollut yhtään CD -levyä vaan musiikki tuli tietokoneelta. Radiokanava, joka mullisti suomalaisen radioalan ja toi mukanaan innovatiivisen verkkopalvelun, kiss.fi:n.

Kiss.fi – edelläkävijä verkkomaailmassa

Vaikka internet oli vuonna 1995 vasta harvojen käytössä, Kiss FM:llä huomattiin sen mahdollisuudet tukea kaupallista menestystä. Kiss.fi oli jotain täysin uutta suomalaisessa mediakentässä: se ei ollut vain staattinen infosivu, vaan interaktiivinen alusta, jossa käyttäjät pystyivät keskustelemaan keskenään (chat), äänestämään kappaleita ja ottamaan osaa kaupallisiin brändimarkkinoijien kilpailuihin.

Kiss.fi:n kautta syntyi varhainen digitaalinen yhteisö, jossa kuuntelijat pystyivät tuntemaan itsensä osaksi Kiss FM:n maailmaa. Tämä oli merkittävä askel kohti sellaista digitaalista viestintäkulttuuria, joka on nykyään arkipäivää.



Kun radio meni nettiin

Hotelli Chat – Suomen ensimmäinen chat-kanava

Yksi kiss.fi:n suurimmista innovaatioista oli Hotelli Chat, joka oli ensimmäinen chat-kanava Suomessa ja tietojemme mukaan koko Euroopassa. Tämä ainutlaatuinen palvelu mahdollisti käyttäjille reaaliaikaisen keskustelun muiden netinkäyttäjien kanssa, aikana jolloin sosiaalinen media oli vielä tuntematon käsite. Hotelli Chatissa käyttäjät loivat hahmonsia ja saattoivat siirtyä eri huoneisiin keskustelemaan muiden kanssa. Se oli varhainen esimerkki virtuaalisesta yhteisöstä ja esikuva myöhemmille chat-palveluille ja some-alustoille.

Hotelli Chatista tuli nopeasti suosittu, ja se yhdisti nuoria eri puolilta Suomea tavalla, joka oli siihen aikaan täysin uudenlaista. Palvelu osoitti, kuinka internet voisi yhdistää ihmisiä ajasta ja paikasta riippumatta. Chatin idea tuli...hmmm...enpä sitä tässä kerrokaan, mutta allekirjoittanutta voi vetäistä hihasta, jos haluaa tietää salaisuuden.

Pioneeri, joka raivasi tietä tulevaisuudelle

Kiss FM ja kiss.fi edustivat murroskautta, jossa perinteinen media alkoi sulautua digitaaliseen maailmaan.

Vaikka internetin käyttäjämäärät olivat vielä pieniä, Kiss FM:n panostus online-yhteisöllisyyteen ja interaktiivisuuteen osoittautui kaukonäköiseksi liikkeeksi. Se loi pohjan myöhemmille kehityssuunnille, kuten sosiaalisen median nousulle ja digitaalisten sisältöjen vuorovaikutteiselle kuluttamiselle.

Vuonna 1995 käynnistynyt Kiss FM:n tarina ei ollut pelkästään uusi radioasema, vaan myös ennakkoluuloton teknologinen kokeilu, joka osaltaan ennusti tulevaisuuden mediaympäristöä.

Tässä hetkessä, kun digitaalisuus on jo itsestäänselvyys, on hyvä muistaa, että kaikki alkoi pienistä, mutta rohkeista askelista – kuten Kiss FM:n ja kiss.fi:n lanseerauksesta lähes kolme vuosikymmentä sitten. Olen ylpeä, että sain olla kiss.fi:n lanseerauksessa mukana, ja jopa idean äitinä. Kiitän tästä silloisia esihenkilöitäni **Markku Ahtoa** ja **Leena Puntilaa**, jotka luottivat nuoren naisen visioon ja antoivat minun tehdä kiss.fi:n. Sillä ehdolla, että osaan sen myös kaupallistaa – ja sehän oli helpoin osa kokonaisuutta!

- Ulla Koivula

Moi Mobiilin markkinointi- ja myyntijohtaja, sekä yksi perustajajäsenistä

Moi käyttää markkinoinnissaan tehokkaasti radiota, ja radio on yksi Moin parhaiten ROMIa tuottavista medioista.