Eduskunnan hallintovaliokunnalle

Jääkiekkoliiton lausunto uuden rahapelijärjestelmän lainsäädännöstä

Viite: Hallituksen esitys eduskunnalle uutta rahapelijärjestelmää koskevaksi lainsäädännöksi (HE 16/2025)

Suomen Jääkiekkoliitto kiittää mahdollisuudesta lausua hallituksen esityksestä, jolla on merkittäviä vaikutuksia suomalaiseen jääkiekkoiluun. Jääkiekkoliitto pitää perusteltuna rahapelijärjestelmän uudistamista ja tukee uudistuksen tavoitteita ehkäistä ja vähentää rahapelihaittoja sekä parantaa rahapelijärjestelmän kanavointiastetta.

Uudella rahapelijärjestelmällä tulee olemaan merkittävä vaikutus urheiluun esimerkiksi lajiliittojen, urheiluseurojen, urheilijoiden ja urheilutapahtumien markkinointiin, sponsorointiin ja varainhankintaan. Jääkiekkoliiton näkemyksen mukaan hallituksen esitys onkin näiltä osin oikeansuuntainen ja onnistunut.

Markkinointi

Jääkiekkoliitto pitää kannatettavana hallituksen esityksen linjaa rahapelien markkinoinnin sallimisesta tietyin rajoituksin. Kun rahapelaamista ohjataan uudella rahapelilailla säänneltyyn tarjontaan, tällä on merkittäviä vaikutuksia markkinointi- ja sponsorointituloihin. Samalla on ymmärrettävää ja perusteltua, että markkinointia rajataan rahapelihaittojen ehkäisemiseksi. Kyseessä on tasapainon löytäminen pelihaittojen ehkäisemiseen pyrkivän säätelyn ja kanavointiastetta nostavan rahapelijärjestelmän houkuttelevuuden välille.

Uudistuksessa on myös kiinnitettävä huomiota siihen, että markkinoinnin sääntely on selkeää ja tarkkarajaista, jotta tulkinnasta ei synny epäselvyyksiä. Markkinoinnin kieltojen sijaan on toimivampaa vähentää rahapelihaittoja säätelemällä markkinoinnin sisältöä. Näitä säännöksiä hallituksen esitykseen on kirjattu kattavasti, ja esityksen mukaan markkinoinnin tulisi olla maltillista.

Jääkiekkoliitto pitää hyvänä, että rahapelimarkkinointi urheilutapahtumissa olisi lähtökohtaisesti sallittua. Rahapelien markkinointi tapahtumapaikoilla rajoitettaisiin tapahtuma-ajankohtaan, mutta rahapeliyhtiön brändimarkkinointia voisi olla myös tapahtuma-ajan ulkopuolella, jos rahapeliyhtiö toimii esimerkiksi areenan pääsponsorina.

Markkinointia rajoitettaisiin alaikäisten suojelemiseksi rahapelihaitoilta. Alle 18-vuotiaita ei voi käyttää rahapelimainonnassa eikä rahapelejä voi mainostaa tilaisuuksissa, joiden osallistujat ja yleisö olisivat pääasiassa alaikäisiä. Tärkeää on, että nyt on selkeytetty, että urheilutapahtumien osalta alaikäisille suunnatuilla tapahtumilla tarkoitetaan esimerkiksi lasten ja nuorten urheilukilpailuja, mutta ei aikuisten urheilua, jota katsomassa on myös alaikäisiä.

Ulkomarkkinointi

Ulkomarkkinointi sallittaisiin tietyin rajoituksin. Myönteistä on, että valmistelussa on päädytty siihen, ettei ulkomarkkinointia rajoitettaisi tulkinnanvaraisesti ainoastaan rahapelien pelipaikkojen välittömään läheisyyteen, koska käytännössä merkittävä osa rahapeleistä pelataan sähköisesti mobiililaitteilla.

Painetussa mediassa ja painettua mediaa vastaavassa sähköisessä julkaisussa rahapelimarkkinointi olisi myös sallittua. Tässä yhteydessä on tulkittava, että markkinointi on sallittua esimerkiksi urheilujärjestöjen ja liigojen digitaalisissa medioissa, uutiskirjeissä ja otteluohjelmissa.

Rahapeliyhtiö saisi markkinoida rahapelejä vain omilla verkkosivuillaan ja omilla sosiaalisen median tileillään. Vaikuttajamarkkinointi olisi kiellettyä. Esityksen sääntelyä on nyt paranneltu urheilusponsoroinnin erityispiirteet huomioiden. Sponsoroinnin kohde, kuten urheilija, joukkue tai liiga, voisi esimerkiksi asusteissaan, sosiaalisessa mediassa ja verkkosivuillaan tuoda esiin sponsorinsa. Näin ollen sponsoroitavan urheilijan, joukkueen tai liigan verkkosivuilla tai sosiaalisen median kanavilla olisi mahdollista tehdä sponsorina olevan toimiluvanhaltijan nimen ja logon sisältäviä julkaisuja.

Sponsoroinnin näkökulmasta on tärkeää, että toimiluvanhaltijan ja sponsoroitavan tahon välisestä yhteistyöstä voi viestiä myös muualla kuin toimiluvanhaltijan kanavissa.

Sponsorointi

Jääkiekkoliitto näkee hyvänä, että sponsorointi sallitaan uudistuksessa. Rahapeliyhtiöiden harjoittaman urheilusponsoroinnin voidaan arvioida lisääntyvän merkittävästi. Markkinoille tulevat rahapeliyhtiöt hakevat sponsorointikumppanuuksia esimerkiksi lajiliittojen, palloilusarjojen, urheiluseurojen, urheiluareenojen ja yksittäisten urheilijoiden kanssa.

Rahapeliuudistuksella on todennäköisesti huomattavia positiivisia taloudellisia vaikutuksia osalle urheilutoimijoista ja sen myötä urheilun rahoitukselle. Myös hallituksen esityksessä on tunnistettu, että sponsoroinnin kieltäminen jättäisi urheilutoimijat vaille yhtä tulonlähdettä ja saattaisi johtaa huippu-urheilussa kansainvälisen kilpailuasemamme heikkenemiseen. Vielä on aikaista arvioida, paljonko uudistus toisi urheiluun rahoitusta markkinoinnin ja sponsoroinnin myötä, mutta todennäköisesti kyseessä on joka tapauksessa erittäin merkittävä korotus nykyiseen tasoon.

Hallituksen esityksessä asetetaan sponsoroinnille reunaehtoja ja on vastuullista, että sponsorointia rajataan alaikäisten suojelemiseksi rahapelihaitoilta.

Uudistuksessa sallitaan myös pääsponsorointi, mikä on urheilun kannalta erittäin myönteistä. Pääsponsoroinnilla on merkittävä vaikutus urheiluun, koska monet yhtiöt ovat kiinnostuneita saamaan esimerkiksi urheilutapahtumasta, palloilusarjasta tai urheiluareenasta mahdollisimman suuren näkyvyyden. Sponsoroinnista kiinnostuneet yhtiöt toivovat monesti pääkumppanuuksia tai muita isoja vastineita, joten pääsponsoroinnin kieltäminen olisi heikentänyt tulevan järjestelmän kanavointikykyä.

Kilpailumanipulaatio

On tärkeää, että tulevilta toimiluvan hakijoilta edellytetään vastuullista asennetta ja toimintaa kilpailumanipulaation torjumiseksi ja Jääkiekkoliitto kannattaa esitettyjä toimenpiteitä kilpailumanipulaation estämiseksi.

Toimiluvanhaltijalla on oltava menettelytavat kilpailumanipulaation havaitsemiseksi ja estämiseksi sekä kanava, joiden avulla pelaajat voivat ilmoittaa, jos heillä on epäily kilpailumanipulaatiosta tai sen uhasta. Uusilta toimiluvanhaltijoilta tulee edellyttää myös vastuullista monitorointi- ja ilmoitusjärjestelmää.

Jääkiekkoliitto esittää, että lisenssimaksujen kertymästä tai toimiluvanhaltijoilta saatavasta verokertymästä voitaisiin osoittaa tietty osuus urheiluliikkeelle kilpailumanipulaation torjumiseen ja koulutuksen vahvistamiseen. Kilpailumanipulaation torjunta on kansallista ja kansainvälistä yhteistoimintaa urheiluyhteisön, vedonlyöntiyhtiöiden sekä poliisi- ja oikeusviranomaisten kesken. Kilpailumanipulaatiotapausten ennalta estämiseksi ja tapahtuneiden tapausten selvittämiseksi nopea tiedonkulku toimiluvanhaltijoiden, valvontaviranomaisen, poliisin ja urheilutapahtumien järjestäjien välillä on välttämätöntä.

Helsingissä 14.5.205

Sami Kauhanen

toimitusjohtaja

Suomen Jääkiekkoliitto