RadioMedia

Rahapelilainsäädännön uudistaminen

Hallintovaliokunta 20.5.2025

Anna Paimela
Edunvalvonnan johtava asiantuntija
Radiomedia



Kotimainen radio voi hyvin, mutta mediankulutuksen muutokset tuovat mukanaan haasteita

3,4
miljoonaa suomalaista kuuntelee kaupallista radiota joka viikko

Kaupallinen radio tavoittaa
67 %
suomalaisista

Kaupallista radiota kuunnellaan
7 h 29 min
viikossa

70%
kuuntelusta liveradiota



50
kaupallista radiokanavaa

Radion osuus mediamainonnasta
5 %

Rahapeliuudistus pääosin onnistunut

Tasapainoinen esitys

- Rahapelihaittoja voidaan vähentää ja ehkäistä vähentää vain, mikäli pelaaminen tapahtuu valvotussa tarjonnassa, johon markkinoinnin avulla voidaan ohjata kulutusta

Markkinoinnin sääntely oikeansuuntainen – korjattavaakin löytyy

- Televisio- ja radiotoimiluvanhaltijoiden suoratoistopalvelut sallittujen markkinointikanavien piiriin reilun kilpailun ja teknologianeutraalin sääntelyn varmistamiseksi

Perusteluita tarkennettava oikeusvarmuuden turvaamiseksi

- Arviot siitä, kohdistuuko markkinointi alaikäisiin, tulee perustaa riippumattoman yleisömittauksen tuloksiin eikä viranomaisen tapauskohtaiseen harkintaan

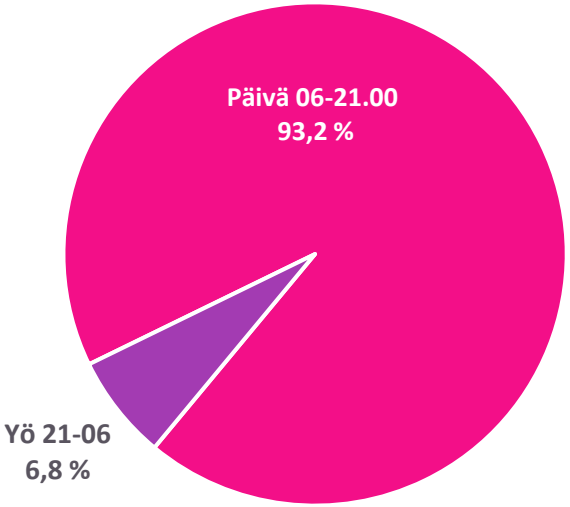
Voimaantulo mahdollisimman aikaisin

- Reilua kilpailua tukeva vaikutus nykyisen monopolitoimija Veikkauksen ja uusien toimiluvanhaltijoiden välillä sekä mainonnassa erityisesti kotimaisen median ja globaalien digijättien välillä

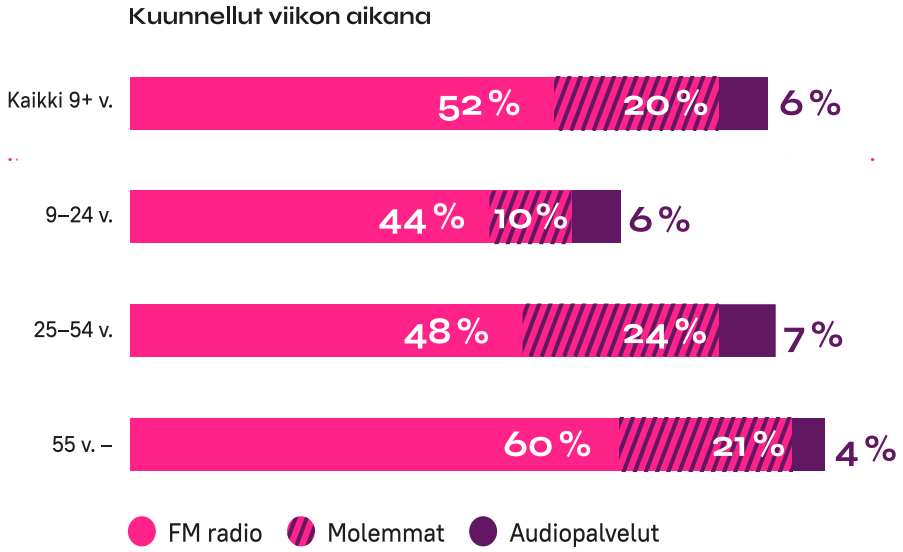
Aika ajanut aika- ja teknologiarajausten ohi

Aikarajojen poisjättäminen oikea ratkaisu – aikarajoitukset radiomainonnan täyskielto, sillä radion kuuntelu yöllä hyvin pientä

Miehet, 15-29 vuotiaat



Mainonnan rajaaminen lineaariseen radiotoimintaan ei perusteltu – kasvava määrä suomalaisia kuuntelee radiotoimiluvan haltijoiden tarjoamia suoratoistopalveluita



Lähde: Finnpanel Oy, Kansallinen radiotutkimus, valtakunnallinen vuosiraportti 2024 (minuutit kaikista; lisäkysymyksiin vastanneet 2024, radion livekuuntelu sekä on demand -sisältöjen kuuntelu kotimaisilta radioyhtiöiltä)

Tarkennus tarpeen reilun kilpailun ja teknologianeutraalin sääntelyn varmistamiseksi

- 51 § 3 momentin 2 kohdan mukaan markkinointi olisi sallittua *”sähköisen viestinnän palveluista annetun lain (917/2014) mukaisessa televisio- ja radiotoiminnassa”*
  - Markkinointi on sallittua vain perinteisessä, lineaarisessa radiotoiminnassa, eli em. säännös rajaa ulos suoratoistopalvelut (audio on demand), joihin kuuntelu kiihtyvällä tahdilla siirtymässä
  - Suoratoistopalvelut ovat samankaltaista ohjelmistotoimiluvan haltijan toimintaa eri teknologiaa hyödyntäen
  - Mainonta kotimaisessa mediassa vastuullista ja maltillista
- Em. kohdan loppuun tulisi lisätä tarkennus: *”mukaan lukien kyseisen lain mukaisten televisio- ja radiotoimiluvanhaltijoiden suoratoistopalvelut.”*
- Mikäli edellä mainittua kohtaa ei ole mahdollista tarkentaa nyt, valiokunnan tulisi mietinnössään edellyttää, että asia korjataan viipymättä tarkentamalla sähköisen viestinnän palveluista annettua lakia

Kiitos ajastanne!

