

Arvoisa rahapelilainsäädännön valmistelija, käännyimme puoleenne muistuttaaksemme kotimaisen median tärkeästä asemasta uudistuksessa.

Kaupallinen viestintä on välttämätöntä uudistuksen onnistumiselle

Lisenssimalliin siirtyminen yksinoikeusjärjestelmästä edellyttää sitä, että uudet lisenssitoimijat voivat tehdä kaupallista viestintää, jonka avulla kuluttajat löytävät lisensoitujen pelien pariin. Jos mainontaa rajoitetaan voimallisesti, rahapeliyhtiöiltä puuttuu kannuste lisenssimalliin siirtymiselle ja kuluttajat pelaavat yhä enenevässä määrin ulkomaisia, lisensoimattomia pelejä.

Kiire ei ole peruste kopioida rajoituksia perusteettomasti aiemmasta lainsäädännöstä tai toimia hallitusohjelman vastaisesti

Vaikuttaa siltä, että rahapelien markkinointiin ollaan kopioimassa rajoituksia alkoholilainsäädännöstä. Alkoholimainonnan aikarajoituksilla pyrittiin aikoinaan vaikuttamaan erityisesti siihen, etteivät lapset ja nuoret altistuisi kyseiselle mainonnalle. Aika on kuitenkin ajanut rajoitusten ohi: tutkimusten mukaan nuoret kuuntelevat FM-radiota ja katselevat lineaarista televisiota nykyään vain vähän, eikä niihin kohdistuva aikarajoitus täytä siten tarkoitustaan. Päinvastoin: radion ja television aikarajoitus on omiaan siirtämään mainokset globaalien digijättien alustoille, joissa nuoret ja impulsiiviselle käyttäytymiselle alttiit ongelmapelaajat jo ovat. Sen lisäksi, että mainonta siirtyy alustoille, jossa sitä ei voida kontrolloida, rapautuu kotimaisen median rahoituspohja. Kaupallista radiota ei ole olemassa ilman mainontaa.

Hallitusohjelman mukaisesti mainosmarkkinalla tulee turvata tasapuolinen kilpailu. Jos mainonnan määrään tai laatuun kohdistuu rajoituksia, tulee niiden koskea kaikkia mainoskanavia tasapuolisesti. Yksin televisioon tai radioon kohdistuva rajoitus olisi vastoin hallitusohjelmakirjausta ja vastoin yleistä tavoitetta tasapainottaa globaalien digijättien ja kotimaisten yritysten välistä kilpailuepätasapainoa.

Haavoittuvassa asemassa olevia suojataan ennen kaikkea pelejä koskevilla ehdoilla

Vaikuttavinta on kohdistaa sääntely rahapeli tuotteen ominaisuuksiin eikä tuotteiden markkinointiin. Keinoja säännellä rahapeli tuotteita varmasti on – esimerkiksi tunnistautuminen, pelien luokittelu ja pelityyppikohtaiset säännöt, voittojen palautumisaste, ongelmapelaajien porttikiellot sekä itse tehtävät helpot peliestot.

Kotimaista mediaa tarvitaan uudistuksen tavoitteiden toteuttamiseen

Katsomme, että rahapelien markkinoinnin sääntelyn tulisi ohjata sijoittamaan mainontaa journalistisiin medioihin. Jo nykyisellään niissä esitettävää mainontaa ohjaavat journalistin ohjeet, mainonnan eettisen neuvoston lausunnot ja alan muu itsesääntely. Sen lisäksi, että mainonnalla tuetaan kotimaista sisällöntuotantoa ja sananvapautta, sillä voidaan tukea rahapelaamisen kanavointia lisensoituun tarjontaan sekä huolehtia siitä, että rahapelimainonta on esiselvityksen ja hallitusohjelman mukaisesti vastuullista ja maltillista, ei kohdistu nuorille, eikä tue impulsiivista rahapelaamista. Kotimaista mediaa tarvitaan uudistuksen tavoitteiden – kanavoinnin ja rahapelihaittojen ehkäisy – toteuttamiseen.

Kerromme mielellämme lisää kotimaisen radion roolista rahapeli uudistuksessa, ja toivomme pääsevämme työryhmän kuultavaksi markkinointiteemasta.

RadioMedia ry

Stefan Möller
toimitusjohtaja

Anna Paimela
johtava asiantuntija