

RadioMedia

Kaupallisen radion näkemys rahapelijärjestelmän uudistukseen

Kuulemistilaisuus 28.11.2023

Anna Paimela

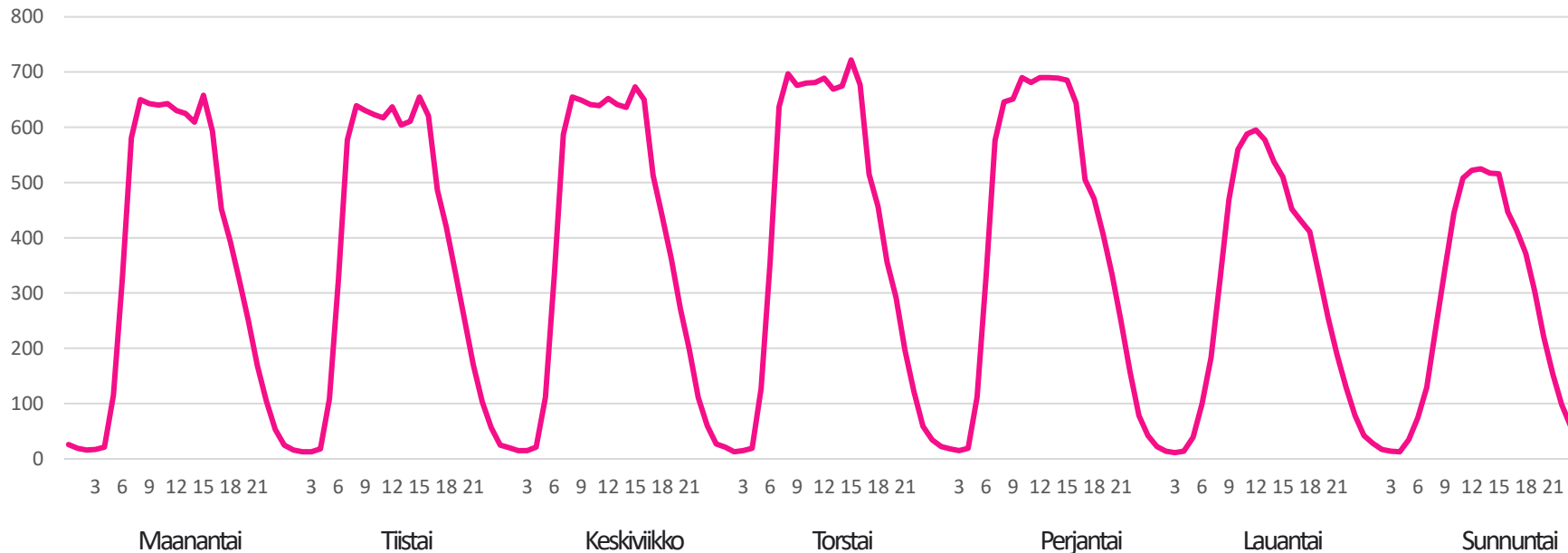
Edunvalvonnan johtava asiantuntija

RadioMedia ry



Radiota kuunnellaan edelleen paljon – mutta ei yöllä

R



Kaupallisen radion tavoittavuustunneittain (koko väestö 9+ vuotiaat, tuhatta henkilöä). Lähde: Finnpanel Oy, Kansallinen radiotutkimus vuosidata 2022.

Kaupallinen viestintä on välttämätöntä uudistuksen onnistumiselle

- Yritykset uudelle markkinalle
- Kysynnän ohjaaminen luvalliseen, säänneltyyn rahapelitarjontaan

Mainosrajoitukset eivät estä ongelmapelaamista tai mainostamista

- Mainonta ja pelaaminen ulkomaisilla alustoilla
- Kilpailuopäsuhta digijättien ja kotimaisten yritysten välillä syvenee edelleen hallitusohjelman vastaisesti

Aikarajoitukset ovat käytännössä radiomainonnan täyskielto

- Radiota ei kuunnella öisin
- Kaupallista radiota ei ole olemassa ilman mainontaa
- Tasapuolinen kilpailu mainoskanavien välillä

Mainonta kotimaisessa mediassa on vastuullista ja maltillista

- Jo nykyisellään mainontaa journalistisissa medioissa ohjaa journalistin ohjeet, mainonnan eettisen neuvoston lausunnot ja alan muu itsesääntely
- Rahapelihaittoja tulee ehkäistä ennen kaikkea lisenssiehdoilla