

Hallintovaliokunta
HaV@eduskunta.fi

Lausuntopyyntö 5.5.2025

Uutta rahapelijärjestelmää koskeva lainsäädäntö (HE 16/2025 vp.)

Radiomedia kiittää valiokuntaa kutsusta asiantuntijakuulemiseen ja esittää kirjallisena lausuntonaan asiassa seuraavaa:

Pääviestit

- Radiomedia kannattaa hallituksen esitystä ja pitää sääntelykokonaisuutta tasapainoisena. Siinä tavoitellaan johdonmukaisella tavalla yhtäaikaaisesti sekä verkkorahapeliin tehokasta kanavointia että pelihaittojen vähentämistä.
- Vaikka markkinoinnin sääntely on kokonaisuudessaan oikeasuuntainen, mainonnan rajaaminen lineaariseen radiotoimintaan tuntuu keinotekoiselta ja ajastaan jälkeen jääneeltä. Hallituksen esityksen 51§ 3 momenttia on tarkennettava siten, että se kattaa myös televisio- ja radiotoimiluvanhaltijoiden suoratoistopalvelut.
- Oikeusvarmuuden turvaaminen on sekä rahapeli- että mediatoimijoille tärkeää. Säännösten perusteluiden tulee olla mahdollisimman selkeitä, jottei valvovalle viranomaiselle jää kohtuuttoman laajaa harkintavaltaa lainsäädännön tulkinnassa.
- Mikäli lain voimaantuloa ei pystytä aikaistamaan, siirtymäsäännöksenä tulisi antaa toimiluvanhaltijoille mahdollisuus aloittaa toimiluvan saaneiden rahapeliin markkinointi sekä yrityksensä brändimarkkinointi heti myönteisen toimilupapäätöksen saatuaan.

Yleistä uudesta rahapelijärjestelmästä

Radiomedia kannattaa hallituksen esitystä ja pitää sääntelykokonaisuutta tasapainoisena. Siinä tavoitellaan johdonmukaisella tavalla yhtäaikaaisesti sekä verkkorahapeliin tehokasta kanavointia että pelihaittojen vähentämistä. Nykyjärjestelmässä keskeinen ongelma on järjestelmän ulkopuoliset verkkorahapelit ja niiden kasvava markkinaosuus. Suomen sääntely ei ulotu järjestelmän ulkopuoliseen rahapelaamiseen, eikä valtio saa siitä verotuloja.

Lainsäädäntöuudistuksen tavoitteena oleva korkea kanavointiaste on mahdollista saavuttaa, jos lisenssijärjestelmän ehdot ovat kohtuulliset ja mahdollistavat laillisen tarjonnan markkinoinnin. Rahapeliyhtiöiden saaminen laajalti laillisen lisenssijärjestelmän piiriin tukee parhaiten myös lainsäädännön toista tavoitetta, rahapelihaittojen vähentämistä.

Markkinoinnin sääntelyyn on hallituksen esityksessä valittu oikeasuuntainen, realistinen näkökulma. Nykylain kaltaiset mainonnan sisällölliset rajoitukset yhdistettynä vaatimukseen toimiluvanhaltijan itsensä toteuttamasta markkinoinnista ehkäisevät haitallisimpia markkinoinnin muotoja, mutta jättävät samalla kohtuullisesti tilaa korkean kanavointiasteen saavuttamisen edellyttämälle mainonnan vapaudelle. Säännökset eivät myöskään kohtuuttomasti vaikeuta uusien

rahapeliyhtiöiden pääsyä markkinoille. Sen lisäksi ne edistävät hallitusohjelman tavoitetta edistää reilua kilpailua mediakentällä ja digitaalisessa mainosmarkkinassa huomioiden kansainvälisten alustajajättien aseman, sillä markkinoinnin rajoitusten painopiste on muualla kuin kotimaisessa toimituksellisessa mediassa. Reilun kilpailun edistäminen on välttämätöntä aikana, jossa kotimainen media toimii alustatalouden ja kansainvälisten mainontapalveluita tuottavien alustajajättien puristuksessa.

Esityksessä valittu lähtökohta siitä, ettei mainonnassa ole aikarajoja, on oikea. Aika on yksinkertaisesti ajanut tällaisten rajoitusten ohi: esimerkiksi 15-29 -vuotiaiden miesten radionkuuntelusta vain 6,8 prosenttia ajoittuu klo 21-6 välille¹, eikä radioon kohdistuva aikarajoitus olisi siten täyttänyt tarkoitustaan. Päinvastoin: se olisi käytännössä radiomainonnan täysikielto ja siis siten vaarantanut kaupallisen radion toimintaedellytyksiä. Kaupallista radiota ei ole olemassa ilman mainontaa.

Samankaltaisesti reilua kilpailua, ja hyvää, aikaa kestävää lainsäädäntötapaa olisi kuitenkin edistänyt myös se, että laissa määriteltäviä maltillista mainontaa ei olisi rajattu lineaariseen, perinteiseen radiotoimintaan. Ottaen huomioon muutokset ihmisten kuuntelutottumuksissa ja lineaarisen radiokuuntelun laskun, tulisi rahapelimainonnan olla teknologianeutraalisti mahdollista myös radiotoimijoiden digitaalisissa audiopalveluissa.

51 § Markkinoinnin sääntely

Esitetyt 4 luvun säännökset markkinoinnista ovat pääsääntöisesti kannatettavia. Ne mahdollistavat lisenssitoimijoille mediamainonnan muotoja, jotka osaltaan tukevat kotimaisten journalististen ja kulttuuristen sisältöjen tuotantoa.

Rahapeliin verkkomainonnan rajaaminen toimiluvanhaltijan omilla verkkosivuilla ja omilla sosiaalisen median tileillä tapahtuvaan ja ei-vuorovaikutteiseen mainontaan on perusteltua, sillä se estää joitakin kaikkein vahingollisimmiksi arvioituja markkinoinnin muotoja. Näitä ovat esimerkiksi kumppanuusmallit, joissa vaikuttaja ohjaa seuraajiaan rahapeliäsiakkaiksi ja saa tätä vastaan osuuden hankkimiansa asiakkaiden rahapelihäviöistä. Rajoitus on omiaan ehkäisemään rahapelihaittoja riskialtteimmiksi arvioituissa kohderyhmissä. Rajauksen kanavointiastetta heikentävä vaikutus voidaan kompensoida muilla mainoskanavilla.

Radiomedia pitää erittäin valitettavana, että sähköisen viestinnän palveluista annetun lain mukainen televisio- ja radiotoiminnan määritelmä kattaa vain lineaarisen lähetystavan, eikä siten ole teknologianeutraali. Sääntely ei huomioi muutoksia ihmisten ajankäytössä ja kuuntelutottumuksissa ja vaarantaa mainosrahoitteisen radion löytää uusia kasvumahdollisuuksia digiaudiosta perinteisen radionkuuntelun laskiessa. Näin ollen Radiomedia ehdottaa, että 51 § 3 momentin toista kohtaa tarkennetaan seuraavasti (lisäys alleviivattu): *2) sähköisen viestinnän palveluista annetun lain (917/2014) mukaisessa televisio- ja radiotoiminnassa, mukaan lukien kyseisen lain mukaisten televisio- ja radiotoimiluvanhaltijoiden suoratoistopalvelut.*

¹ Finnpanel Oy, Kansallinen radiotutkimus, valtakunnallinen vuosiraportti 2024.

Mikäli edellä mainittua kohtaa ei ole mahdollista tarkentaa nyt, valiokunnan tulisi mietinnössään edellyttää, että asia korjataan viipymättä tarkentamalla sähköisen viestinnän palveluista annettua lakia.

Ulkomainontaa koskeva 51 §:n 4 momentti on jossakin määrin vaikeatulkintainen siinä, minkälainen ulkomainonta toimiluvanhaltijoille on sallittua. Radiomedia suhtautuu ulkomainonnan rajoituksiin yleisesti kriittisesti. Esityksen perusteluissa jätetään epäselväksi, miksi juuri ulkomainontaa pidetään erityisen vahingollisena pelihaittojen kannalta.

52 § Kielletyt markkinointikeinot ja -tavat

Mainonnan sisällölliset rajoitukset ehdotetussa rahapelilain 52 §:ssä vastaavat lähes sellaisenaan nykyistä arpajaislakia. Sen sisältämät haitallisten markkinointitapojen kiellot ovat varsin kattavia ja kirjoitustavaltaan erittäin yleisiä, minkä vuoksi Radiomedia pitää luettelamakohdan 15 kirjausta muista vastaavista tavoista tarpeettomana ja potentiaalisesti oikeusvarmuutta heikentävänä.

Markkinoinnin sisällöllisiä rajoituksia voidaan pitää kanavointiasteen ja rahapelihaittojen tasapainottamisen näkökulmasta parempana vaihtoehtona kuin kanavakohtaisia rajoituksia, jotka jakaisivat markkinoita voimakkaasti. Esimerkiksi kellonaikarajaukset televisio- ja radiomainontaan kohdistuisivat pelihaittojen torjunnan kannalta väärin kohderyhmiin, mutta samalla heikentäisivät sääntelyn tärkeää kanavointivaikutusta merkittävästi.

Pykälän 14 kohdan kumppanuusmarkkinointia koskeva kiello on omiaan estämään rahapelihaittojen näkökulmasta riskialtteimpia markkinoinnin muotoja ja on sellaisena kannatettava.

53 § Kielto kohdistaa markkinointia alaikäisiin ja haavoittuvassa asemassa oleviin

Esitetty kiello kohdistaa markkinointia alaikäisiin tai haavoittuvassa asemassa oleviin on yleisellä tasolla perusteltu ja onnistunut. Perustelujen mukaan alaikäisille suunnattuina pidettäisiin sellaisia julkaisuja, tapahtumia ja mainoksia, joiden kohderyhmä koostuu pääasiassa lapsista ja nuorista tai niiden ensisijainen kohderyhmä on lapset ja nuoret.

Määritelmä on lähtökohtaisesti oikea. Perusteluja on kuitenkin täydennettävä siten, ettei tulkinta jätä kohtuuttoman paljon harkintavaraa valvovalle viranomaiselle. Arvio kohderyhmästä tulee voida jatkossakin perustaa median riippumattoman yleisömittauksen tuloksiin eikä viranomaisen tapauskohtaiseen harkintaan.

5 luku. Valvonta

Sääntelyn ulkopuolelle jäävän rahapelimainonnan valvontaan tulee kohdentaa riittävästi resursseja. Tämä koskee sekä lisenssijärjestelmän ulkopuolisten rahapeliyhtiöiden mainontaa että muuten laittomasti toteutettua rahapelimainontaa.

Vaikutusarvioinnissa todetaan perustellusti, että valvontaviranomaisilla tulisi olla riittävät resurssit [...] toimilupajärjestelmän ulkopuolisten toimijoiden valvontaan. Tehokkaalla valvonnalla toteutetaan myös hallitusohjelmaan kirjattuja paremman sääntelyn periaatteita.

Toimiva valvonta suojaa korkeaa kanavointiastetta, joka mahdollistaa vero- ja toimilupatuottojen kohdentamista myös rahapelihaittojen torjuntaan.

13 luku. Voimaantulo- ja siirtymäsäännökset

Radiomedia katsoo, että uuden rahapelijärjestelmän voimaantuloa tulisi pyrkiä aikaistamaan esitetystä, hallitusohjelmaan nähden kokonaisella vuodella lykkääntyneestä aikataulusta. Aikaisemmalla voimaantulolla olisi reilua kilpailua tukeva vaikutus nykyisen monopolitoimija Veikkauksen ja uusien toimiluvanhaltijoiden välillä sekä mainonnassa erityisesti kotimaisen median ja kansainvälisten alustojen välillä. Se aikaistaisi myös kampanjoita rahapelihaittojen torjumiseksi ja lisäisi valtion verotuloja.

Mikäli voimaantuloa ei pystytä aikaistamaan, siirtymäsäännöksenä tulisi antaa toimiluvanhaltijoille mahdollisuus aloittaa toimiluvan saaneiden rahapeliä markkinointi sekä yrityksensä brändimarkkinointi heti myönteisen toimilupapäätöksen saatuaan eli jo ennen varsinaisen rahapelitoiminnan aloittamista. Ennakkomarkkinointimahdollisuus tasaisi kilpailuasetelmaa jo nyt brändiään markkinoivan Veikkauksen ja uusien toimiluvanhaltijoiden välillä. Tämä aikaistaisi myös rahapeliä markkinoinnin siirtämistä lain sääntelyn piiriin ja toisi sitä asteittain eli maltillisesti sallittujen markkinointikanavien kautta kotimaisten yleisöjen saataville.

Radiomedia ry

Stefan Möller
toimitusjohtaja

Anna Paimela
johtava asiantuntija

RadioMedia ry on kaupallisen radiotoimialan kattojärjestö, jonka tehtävänä on edistää kaupallisen radiotoiminnan harjoittamista ja tukea alan kehitystä Suomessa. Liitto edustaa sekä paikallisia että valtakunnallisia radiotoimijoita Suomessa.

Lisätietoja: Anna Paimela, anna.paimela@radiomedia.fi, +358 40 1648626.