

Sosiaali- ja terveysministeriö

## RadioMedian näkemys alkoholilain kokonaisuudistustyöhön

1

Kiitämme mahdollisuudesta antaa näkemyksemme voimassa olevaan lainsäädäntöön kaupallisen radiotoimialan kannalta alkoholilain kokonaisuudistusta valmistelevalle työlle pohjaksi.

RadioMedia haluaa kiinnittää huomiota voimassa olevan lainsäädännön kaupalliselle radiotoiminnalle suhteettoman tiukkoihin alkoholimainonnan rajoituksiin ja esittää ehdotuksia rajoitusten poistamiseksi ja muuttamiseksi.

### Pääviestit

- Radio on päivämedia, joten nykyinen aikarajoitteinen alkoholimainonnan kieltäminen käytännössä alkoholimainonnan täyskielto radiossa.
- Radion osuus nuorten mediankäytöstä on vain 14 prosenttia<sup>1</sup>.
- Nykyiset alkoholimainonnan rajoitukset vaikuttavat kaupallisen radion toimintaedellytyksiin, erityisesti paikallisradioihin.
- Alkoholimainonnan rajoituksia tulisi purkaa päämääränä kansallisille ja kansainvälisille toimijoille yhtenäisten rajoitusten muodostaminen kaupallisen radiotoiminnan ja kotimaisen median kilpailukyvyn turvaamiseksi.
- RadioMedia esittää ensisijaisesti radion alkoholimainonnalle asetettujen aikarajojen poistamista radiotoimijoiden toimintaedellytysten ja kilpailukyvyn turvaamiseksi.
- RadioMedia esittää, että nykyisten rajoitusten sijaan, keinona lasten ja nuorten altistumisen rajoittamista alkoholimainonnalle tulisi käyttää mainonnan kohdentamista aikoihin, jolloin kyseisen kohderyhmän median käyttö on vähäistä.

### Kaupallinen radiotoiminta rahoitetaan yksinomaan mainostuloilla

Suomessa toimii Valtioneuvoston myöntämällä radiotoimiluvilla 12 valtakunnallista ja yli 60 paikallista radioasemaa. Kaupallinen radiotoiminta rahoitetaan Suomessa ainoastaan mainosmyynnistä saatavilla tuloilla, minkä vuoksi mainontaan kohdistuvat rajoitteet vaikuttavat suoraan radion toimintaedellytyksiin. Suomen yksityinen radiotoimiala on pieni. Vuonna 2014 toimialan yhteenlaskettu liikevaihto oli ennätyselliset 57,3 miljoonaa euroa. Toimialan osuus mediamainonnan kokonaisuudesta on 4,9 prosenttia<sup>2</sup>.

Kaupallisen radiotoimialan liikevaihdosta 25 prosenttia jakaantuu yli 60 paikallisen radiotoimintaa harjoittavan yrityksen kesken. Alkoholimainonnan rajoittaminen vaikuttaa erityisesti juuri paikalliseen radiotoimintaan.

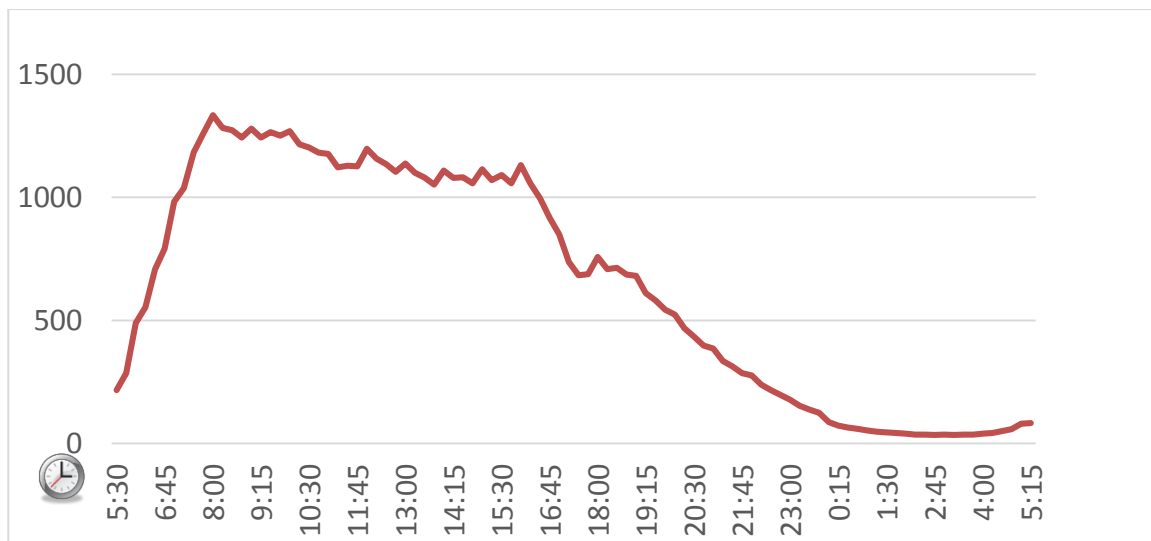
<sup>1</sup> Lähde: TNS Atlas Q1, 2014.

<sup>2</sup> TNS Gallup Oy, Mediamainonnan määrä 2014.

Radion ennen vuoden 2015 alussa voimaan tullutta alkoholilain muutosta osuus alkoholimainonnan kokonaisinvestoinneista oli kahdeksan prosenttia. Alkoholimainonnan merkitys oli suurin niissä paikallisradioissa, joissa lähetetään oman alueen urheiluohjelmia, kuten jääkiekko- jalkapallo- ja pesäpallo-otteluselostuksia ja näihin liittyviä ohjelmia. Paikalliset urheiluselostukset rahoitettiin suurelta osin panimoteollisuuden sponsorituloilla.

### Aikaraja on mainonnan täyskielto radiolle

Voimassa oleva alkoholimainonnan aikaraja on radiolle erityisen ankara. Radiota kuunnellaan päivisin. Kuuntelu vähenee nopeasti klo 16.15 jälkeen. Ilta- ja yöaikaan radion kuuntelu ja sen myötä myös mainonnan kysyntä on marginaalista tai olematonta. Nykyinen aikaraja tarkoittaa radiolle alkoholimainonnan täyskieltoa.

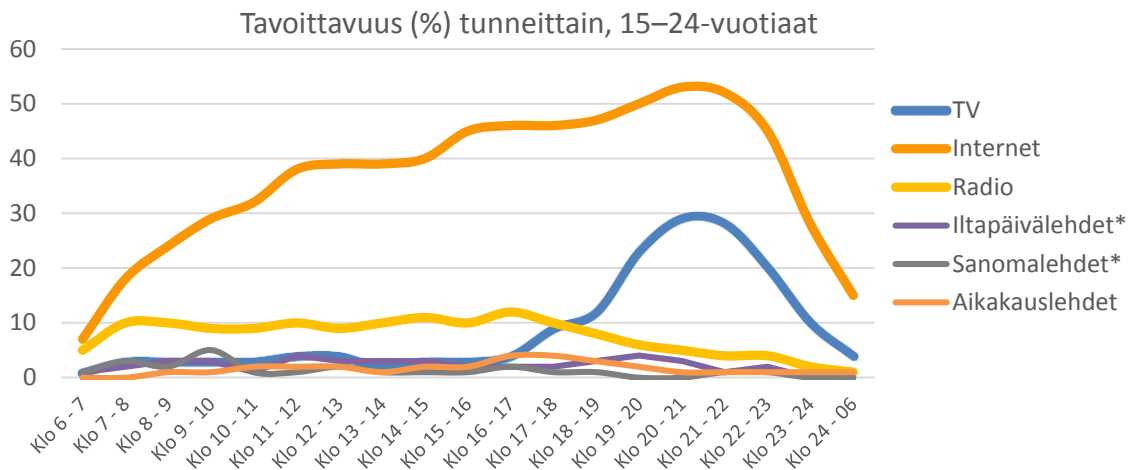


Lähde: Finnpanel Oy, KRT vuosiraportti 2014

***Alkoholimainonnan aikaraja kello 7—22 välillä on suhteettoman ankara ja syrjivä radiolle ja kielto tarkoittaa käytännössä mainonnan täyskieltoa radiossa. Radiota koskeva aikarajoitus on vaikuttanut erityisesti paikallisradioiden toimintaedellytyksiin.***

### Radion tavoitavuus lasten ja nuorten parissa

Voimassaolevalla lainsäädännöllä on haluttu vähentää lasten ja nuorten altistumista alkoholimainonnalle. Radion aikarajoituksen perusteluna lain esitöihin on kirjattu mainonnan tehokkuuden lisääntyminen yhdistämällä radio- ja televisio mainontaa (Hallituksen esitys HE 70/2013 vp, s. 12 ja 17).



Lähde: TNS Atlas Q1, 2014

Radio ei tavoita merkittävässä määrin lapsia ja nuoria. TNS Gallupin vuonna 2014 toteuttaman tutkimuksen mukaan radio tavoittaa nuorista (15–24-vuotiaista) vain 14 prosenttia. Radion tavoittavuus on korkeimmillaan ilta- ja aamulehdillä ja laskee nopeasti illalla. Radiomainonnan aikarajoitus ei voi perustua tehokkuuden lisääntymiseen, vaan rajoituksen tulisi perustua todelliseen tavoittavuuteen sekä lasten ja nuorten mediankäyttöön.

***Radio ei tavoita suurissa määrin lapsia ja nuoria tarkastellessa lasten ja nuorten mediankäyttöä. Alkoholimainonnan rajoituksen tavoite lasten ja nuorten suojeleminen ei radiomainonnan aikarajoilla toteudu.***

### **Kaupallisen radiotoimialan toimintaedellytysten ja kilpailukyvyn turvaaminen suhteessa muihin toimijoihin**

Liikenne- ja viestintäministeriön suomalaisen radioalan toimintasuunnitelmassa on sitouduttu arvioimaan tasapuolisen toimintaympäristön turvaamiseksi kansalliseen radiotoimintaan kohdistuvan sääntelyn tarkoituksenmukaisuutta suhteessa kansainvälisiin kilpailijoihin ja muihin medioihin. Tiukan sääntelyn sijaan markkinoiden tulisi voida itse määrittellä tasapainoinen mainonnan määrä ja radion kilpailukyvyn turvaamiseksi radiolle tulee luoda muihin toimijoihin nähden yhdenvertaiset toimintaedellytykset mainosmarkkinoilla.<sup>3</sup>

Tasapuolisen toimintaympäristön turvaaminen ei toteudu alkoholimainonnan sääntelyssä radion kilpailukyvyn osalta niin kansainvälisiin kilpailijoihin kuin muihin medioihin nähden. Nykyisellään voimassa oleva kello 7-22 aikarajoitus vaikuttaa eri tavalla televisioon kuin päivämediaksi profiloituvaan radioon.

***Kaupallisen radion kilpailukyky on turvattava poistamalla alkoholimainonnan aikarajoitus radion osalta.***

### **Alkoholimainonnan rajoittaminen on vastoin suhteellisuusvaatimusta**

<sup>3</sup> Liikenne- ja viestintäministeriö. Työryhmäraportti, Suomalaisen radioalan toimintasuunnitelmasta. Julkaisu 18/2014, s. 3 ja 28.

Alkoholimainonnan rajoittamisessa samoin kuin kaikkien muidenkin viestien rajoittamisessa on kyse sananvapauden rajoittamisesta. Perus- ja ihmisoikeutena turvattujen sanan- ja elinkeinovapauden rajoittamisen tulee täyttää yleiset perusoikeuksien rajoitusedellytykset. Muiden edellytysten ohella rajoituksen tulee olla suhteellisuusvaatimuksen mukainen. Tällä tarkoitetaan, että rajoituksen tulee olla välttämätön tavoitteen saavuttamiseksi sekä laajuudeltaan oikeasuhtainen perusoikeuden suojaamaan oikeushyvään ja rajoituksen taustalla olevaan yhteiskunnallisen intressin painoarvoon.

***Kaupallisen radion alkoholimainonnan rajoitukset tulee muuttaa laajuudeltaan oikeasuhtaiseksi turvaten myös sanan- ja elinkeinotoiminnan vapaus.***

**Esitämme ensisijaisesti alkoholimainonnalle asetettujen aikarajojen poistamista radiossa radiotoimijoiden toimintaedellytysten ja kilpailukyvyn turvaamiseksi. Ottaen huomioon erityisesti seuraavat asiat:**

- Rajoituksilla on merkittäviä negatiivisia vaikutuksia radiotoimijoille. Lisäksi ne tarkoittavat radiomainonnalle täyskieltoa samaan aikaan kun mainonta sallittaisiin useissa muissa medioissa, kuten internetissä. Internet on nuorten suosikkimedia.
- Lain tavoitteena on lasten ja nuorten suojeleminen. Radio ei tavoita merkittävässä määrin nuoria ja lapsia<sup>4</sup>.
- Radiotoimialan toimintaedellytykset ja kilpailukyky tulee ottaa huomioon arvioinnissa alkoholimainonnan rajoituksia. Rajoitusten tulee täyttää suhteellisuusvaatimus turvaten sanan- ja elinkeinotoiminnan vapaus.
- Alkoholimainonnan rajoituksia tulisi purkaa päämääränä kansallisille ja kansainvälisille toimijoille samojen rajoitusten muodostaminen kaupallisen radiotoiminnan ja kotimaisen median kilpailukyvyn turvaamiseksi.
- Mainonnan täyskiellon sijaan kohdentamalla alkoholimainonnan rajoitusta kuunteluajoille, jolloin lasten ja nuorten kuuntelua on vähäistä, voidaan säilyttää radiotoimialan toimintaedellytykset ja kilpailukyky muihin toimijoihin nähden.

**RadioMedia ry on kaupallisen radiotoimialan kattojärjestö, jonka tehtävänä on edistää radiotoiminnan harjoittamista ja tukee alan kehitystä Suomessa. Liitto edustaa sekä paikallisia että valtakunnallisia radiotoimijoita. RadioMedian jäsenet harjoittavat radiotoimintaa yhteensä 73 radiotoimiluvalla, joka on 90 prosenttia kaikista myönnetyistä radiotoimiluvista.**

## RadioMedia ry

Stefan Möller  
toimitusjohtaja  
[stefan.moller@radiomedia.fi](mailto:stefan.moller@radiomedia.fi)  
puh. 0400 50 8877

Jenni Kähkönen  
edunvalvontapäällikkö  
[jenni.kahkonen@radiomedia.fi](mailto:jenni.kahkonen@radiomedia.fi)  
puh. 050 369 37 49

---

<sup>4</sup> Lähde: TNS Atlas Q1, 2014.