

Miltä uusi pelimarkkina kuulostaa?

Rahapelimarkkinan avautuminen 1.7.2027 on yksi lähivuosien merkittävimmistä muutoksista suomalaisessa mediaympäristössä. Keskustelussa on tarpeellista huomioida riskit, uhkakuvat ja yleiset pelaamiseen liittyvät ongelmat, mutta meidän näkökulmastamme kyse on samanaikaisesti myös kasvun, uudistumisen ja laadukkaamman mainonnan mahdollisuudesta.

Kokemus muista markkinoista kertoo, että hyvin johdetussa mediaympäristössä hallittu muutos ei johda kaaokseen, vaan kilpailuun ja kehitykseen, joka nostaa koko toimialan tasoa ja kotimaisen mediatuotannon mahdollisuuksia kilpailussa kansainvälisiä digijättejä vastaan.

Kun uusi markkina avautuu, alan toimijat etsivät markkinointimuotoja ja kanavia, joissa yhdistyvät laaja tavoittavuus, laadukas mediaympäristö ja vahva vaikuttavuus. Juuri näissä kohdissa audio on vahvimmillaan.

Audion asema on tässä(kin) murroksessa poikkeuksellisen vahva. Radio tavoittaa viikoittain lähes koko Suomen, ja audio on yksi tehokkaimmista tavoista rakentaa sekä brändiä että tehdä tulosta taktisella mainonnalla.



Sami Tenkanen
Toimitusjohtaja, Bauer Media Audio



Miltä uusi pelimarkkina kuulostaa?

Muutos herättää kysymyksiä. Täyttyvätkö mainoskatkot rahapelimainonnasta, muuttuuko kokonaisuus yksipuolisemmaksi ja tulisiko meidän suojata brändiämme, varmistaa, että erotumme näistä uusista toimijoista? Kokemus kansainvälisiltä markkinoilta osoittaa, että sääntely, toimintaperiaatteet ja järkevä kaupallinen ohjaus pitävät kokonaisuuden tasapainossa.

Myös meillä Suomessa mediayhtiöillä ja mediayhtiöiden itsesääntelyllä on keskeinen rooli siinä, että markkina kehittyy vastuullisesti, hallitusti ja siitä, että mediaympäristö pysyy monipuolisena ja tasapainoisena myös tulevaisuudessa.

Uuden rahapelimarkkinan avautuminen tuo mukanaan uusia mainostajia, se lisää mediayhtiöiden mahdollisuuksia investoida kotimaiseen mediaan ja sen myötä vahvistaa asemiaan kilpailussa ihmisten ajankäytöstä. Laadukas ja kilpailukykyinen kotimainen media on meidän kaikkien etu, oikein johdettuna ja oikein toteutettuna voittajia ovat sekä yleisöt, markkinoijat ja mediayhtiöt.

