

# Motion till riksdagen

1985/86:L217

Margareta Andrén och Börje Stensson (fp)

Utvärdering av förbudet mot reklam för alkoholhaltiga drycker

---

Sedan 1979 har vi haft ett förbud mot annonsering och utomhusreklam för alkoholdrycker, klass II undantaget. Trots att alkoholreklamlagen endast gäller marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter har säkerligen lagstiftningen bidragit till att avglorifiera alkoholen i någon mån. Men den nuvarande lagstiftningens utformning måste ändå betraktas som tämligen vag.

En av lagens brister är att det inte finns något straffrättsligt ansvar för överträdelse utan att dessa beivras genom marknadsdomstolen i form av vitesföreläggande. Om företaget upprepar en förseelse som det tidigare fallts för, ådöms dock böter. Under åren har också gällande bestämmelser överträtts allt i den uppenbara avsikten att stimulera till ökad alkoholkonsumtion.

Trots att kommersiell annonsering av alkoholdrycker är förbjuden i tryckta skrifter, kringgås alltså förbudet. De många anmalingarna till marknadsdomstolen och konsumentombudsmannen är också ett bevis på lagens vaga utformning. Lagen gör ju nämligen undantag för skrift som tillhandahålls endast på försäljningsställen för alkoholdrycker.

Detta tolkas bl. a. av de stora hotellkedjorna – med SARA och Reso i spetsen – som att det är fritt fram att finansiera sina hotelltidningar med sprit- och vinannonser. Men det är verkligen tvivelaktigt om hotellrummen i lagens mening är försäljningsställen. Sådan tolkning måste i vart fall anses strida mot annonsförbudets syfte.

Likaså fyller SAS sin tidning Scanorama med alkoholannonser åberopande att flygplan är försäljningsställen för alkohol. Detta strider dock mot bestämmelserna i den mån det sker på flygplan i inrikes trafik, då alkohol ju inte får försäljas.

På en del tidningars textsidor görs i vinkrönikor också reklam för ett ökat vindrickande. Det är stora ekonomiska intressen som ligger bakom annonskampanjer och vinkrönikor och vars syfte är att just öka alkoholkonsumtionen. Detta står i strid med den målsättning som riksdagen har tagit beträffande alkoholpolitiken. Marknadsföringsåtgärderna har alltmer flyttat in på andra områden och metoderna har blivit mer och mer sofistikerade.

Det har nu gått flera år sedan reklamförbudet för alkohol infördes, varför det borde vara angeläget att nu utvärdera det. Även om konsumentombudsmannen har för avsikt att påbörja en granskning av de facktidningar som innehåller alkoholreklam och spridningen av dem, är en sådan granskning inte tillräcklig. En mer omfattande utvärdering bör göras avseende hela

marknadsföringen av alkoholdrycker. Därvid bör t. ex. uppmärksammas vilka positiva resultat alkoholreklamlagen har medfört, vilka brister den innehåller och vilka åtgärder som bör vidtas för att reklamförbudet skall täcka in de syften riksdagen åsyftat.

Mot. 1985/86  
L217

## Hemställan

Med hänvisning till ovanstående hemställs

att riksdagen hos regeringen begär att en utvärdering av lagstiftningen om reklamförbud mot alkoholdrycker genomförs.

Stockholm den 21 januari 1986

*Margareta Andrén (fp)*

*Börje Stensson (fp)*