

Motion till riksdagen

1986/87:L707

Barbro Nilsson m. fl. (s)

Förbudet mot reklam för alkohol

En övergripande målsättning för den svenska alkoholpolitiken är att minska den totala alkoholkonsumtionen med minst 25 % fram till år 2000. De preliminära konsumtionsuppgifterna för 1986 pekar på en kraftig ökning av alkoholkonsumtionen under 1986. Enligt uttalande från Systembolaget får en del av konsumtionsökningen tillskrivas massmedias positiva alkoholbild genom s. k. vinspalter och genom reklam i s. k. fackpress.

Konsumentverket har under 1985/86 aktualiserat en utredning om marknadsföringen av alkoholdrycker i de specialtidningar som finns på hotell, restauranger och på inrikesflyget. Det är viktigt att erfarenheterna av KO:s utredning beaktas av regeringen och föranleder förslag i den proposition om alkoholpolitiken som regeringen aviserat till våren 1987.

Extra uppmärksamhet bör ägnas frågan om definition av öl och vin. I dag utnyttjar bryggerinäringen hänsynslöst möjligheten att göra reklam för starköl genom att skenbart annonsera för lättöl. Vidare skapar begreppet lättvin en felaktig bild av alkoholhalten i dessa viner jämfört med t. ex. starköl. Detta ger en felaktig konsumentupplysning, varför begreppet lättvin bör tas bort ur alkohollagstiftningen.

Eftersom lagen om förbud mot alkoholreklam flagrant kringgås måste åtgärder vidtas.

Hemställan

Mot bakgrund av ovanstående föreslås

att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad som i motionen anförts om behovet av en översyn av lagen om förbud mot alkoholreklam.

Stockholm den 22 januari 1987

Barbro Nilsson (s)

Göran Magnusson (s)

Ture Ångqvist (s)