

## Motion till riksdagen 2020/21:1629

av **Elin Lundgren (S)**

# Se över reglerna för alkoholreklam

---

## Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att se över reglerna för marknadsföring av alkohol i syfte att skydda unga och tillkännager detta för regeringen.

## Motivering

Världshälsoorganisationen (WHO) klassar förbud mot alkoholreklam, tillsammans med begränsningar i tillgänglighet och prishöjningar på alkohol, som de tre åtgärder som har bäst förebyggande effekt när det kommer till att minska skador från alkoholkonsumtion. Alkoholreklam medför en ökad konsumtion, med ökade skador och försämrad folkhälsa som följd.

Mängden alkoholreklam i sponsrade inlägg på sociala medier har ökat enormt och där finns det inte någon kontroll av ålder för mottagaren, trots att man enligt alkohollagens 7:e kapitel inte får rikta alkoholreklam till personer under 25 år. Enligt en undersökning gjord av Statens medieråd 2019 bland landets unga, använder 59 procent av alla barn mellan 9 och 12 och 95 procent av alla mellan 13 och 16 år sociala medier. Snapchat, Instagram, Facebook och Youtube ligger högst i preferens i dessa åldersgrupper. I alla dessa medier florerar alkoholreklam, utan någon som helst hänsyn till användarnas ålder.

På sociala medier, till exempel Instagram, Snapchat och Youtube, har det blivit allt vanligare med influencers som poserar med en alkoholhaltig produkt sponsrat av alkoholindustrin. Här finns inga ålderskontroller på följarna och det bryter dessutom mot alkohollagen då marknadsföring av alkohol inte får kopplas ihop med en person eller en viss livsstil.

Enligt Statens medieråds studie följer 60 procent av de mellan 9 och 12 år som använder sociala medier minst en videobloggare eller kanal. Siffran för de mellan 13 och 16 år är 84 procent.

Sedan slutet på 90-talet har andelen unga som konsumerar alkohol minskat. Det är en jättebra utveckling, men mer måste göras. Vi måste fortsätta att arbeta förebyggande

för att inte denna trend ska brytas. Då särskilt unga påverkas av marknadsföring i digitala medier är ett förbud mot alkoholreklam ett viktigt verktyg.

Över hälften av de unga som uppgett i CAN:s monitormätning att de druckit alkohol de senaste 12 månaderna har råkat ut för alkoholrelaterade problem i samband med konsumtionen. För flickor handlar det framförallt om att man har haft sönder eller förlorat tillhörigheter, haft sex som man ångrat dagen efter eller fått problem med relationer. Pojkarna har främst uppgett att man kört bil eller moped berusad, bråkat med polisen eller hamnat i slagsmål.

Hos unga är alkohol den största riskfaktorn för dödsfall och skador. Det handlar om trafikolyckor, drunkningar, självmord, våld och alkoholförgiftning. Alkoholkonsumtion hos unga påverkar även skolresultat och medför ett produktionsbortfall. Dessutom ökar risken för risk- och missbruk i vuxen ålder vid en tidig alkoholdebut.

*Elin Lundgren (S)*