

Motion till riksdagen

1989/90:So252

av Göran Magnusson och Gunnar Thollander

(båda s)

WHO:s alkoholpolitiska mål

Riksdagen beslutade 1985 att ställa sig bakom Världshälsoorganisationens (WHO) mål att alkoholkonsumtionen bör minskas med 25 procent till år 2000. Trots detta beslut ökade den registrerade alkoholförsäljningen med drygt 5 procent under åren 1985 – 1988. Under år 1989 har alkoholförsäljningen ökat med närmare två procent, mätt i ren alkohol. Särskilt allvarligt är att konsumtionen bland ungdomar också stiger.

Utvecklingen går således åt fel håll. Utan kraftfulla insatser kommer WHO:s mål aldrig att kunna förverkligas. Det är nödvändigt att intensifiera ansträngningarna på alkoholpolitikens område för att vända utvecklingen.

Socialutskottet begärde i höstas att regeringen skulle ta initiativ i alkoholpolitiken (1989/90:SoU2). Socialstyrelsen har nyligen presenterat ett handlingsprogram för att minska alkoholkonsumtionen med minst 25 procent till år 2000. Några nya utredningar är således inte erforderliga. Nu krävs handling. Vi föreslår därför följande åtgärder för att minska alkoholkonsumtionen för att därigenom minska skadorna.

- *En aktivare prispolitik.* Sedan 1970 har inte alkoholpriserna stigit särskilt mycket, mätt i reala priser. Mellan 1970 och 1988 steg visserligen priserna för vin och starköl med drygt 30 procent. Starkvinspriserna har varit i stort sett oförändrade under perioden medan spritpriserna paradoxalt nog har sjunkit något. Under 90-talet bör dryckesskatterna höjas systematiskt så att alkoholpriserna höjs reellt med åtminstone två procent om året. Detta torde vara en förutsättning för att WHO:s mål ska kunna uppnås, särskilt som det mesta talar för att reallönerna kommer att öka under 90-talet. Det är angeläget att en modell för automatiska höjningar tillskapas för att undvika hamstring.
- *Den registrerade alkoholkonsumtionen måste nedbringas.* I olika internationella sammanhang bör Sverige verka för att tax-freeförsäljningen avskaffas. I första hand bör regeringen verka för en nordisk överenskommelse om avveckling av tax-freeförsäljningen senast 1992/93 som Socialstyrelsen har föreslagit. Insatserna mot hembränning måste också skärpas. Det gäller att polisen ägnar mer uppmärksamhet åt kampen mot hembränningsbrott, vilket tyvärr inte är fallet i dag. Vidare bör man med olika informationsinsatser försöka skärpa attityderna mot hembränningsbrott. I vissa kretsar anses tyvärr hembränning inte vara något särskilt allvarligt brott.

- Allt fler har kommit till insikt om att *åldersgränsen för servering* av alkoholdrycker bör höjas till 20 år. Socialutskottet ansåg i sitt betänkande om alkoholpolitiken (1989/90:SoU2) i höstas att en sådan höjning kan övervägas. Regeringen bör, enligt vår mening, snarast komma med ett förslag till riksdagen om en sådan höjning. I samband därmed måste också uppmärksammas att ungdomar upp till 20 år behöver alternativa nöjesmöjligheter. Det finns också anledning att förbättra efterlevnaden av åldersgränsen på restauranger, i livsmedelsbutiker (öl klass II) och i systembutiker. Regeringen bör uppdra åt Socialstyrelsen att utarbeta sådana förslag.
- Antalet serveringstillstånd för restauranger har fördubblats på 80-talet. I många kommuner räcker publiken inte till. Det leder till lockpriser och bristande ordning. Konkurrensen medför att restauratören blir mindre noga med att följa gällande regler. Det förekommer också en omfattande och lönande handel med tillstånden. Dessutom ökar antalet konkurser i branschen. Därför behöver prövningen av tillstånden skärpas, en rejäl avgift införs som kan bekosta en ökad kontroll. I samband med konkurs bör tillståndet återkallas, varefter ny prövning får ske.
- *Alkoholmonopolen* spelar viktiga roller för svensk alkoholpolitik. Sedan drygt 100 år har den s.k. desintresseringsprincipen varit vägledande för bolagens verksamhet. Det är av avgörande vikt att de båda monopolbolagen Vin & Sprit och Systembolaget även fortsättningsvis konsekvent arbetar i enlighet med 7 § i Lagen om handel med drycker. Där fastslås att försäljningen av alkoholdrycker "skall skötas på sådant sätt att skador i möjligaste mån förhindras". I alla delar av de båda monopolbolagens verksamhet måste detta vara vägledande. Bolagens verksamhet måste också självfallet stå i samklang med riksdagens beslut att minska konsumtionen.

Systembolagets konsumentupplysning om alkoholens risker är av stor vikt. Den torde vara en förutsättning för att bolaget skall kunna uppfylla lagstiftningens krav på att skador i möjligaste mån skall förhindras. Enligt vår mening bör bolagets konsumentupplysning intensifieras och starkare inriktas på att få till stånd en minskning av alkoholkonsumtionen.

Alkoholmonopol utan vinstintressen är en central del av svensk alkoholpolitik. Det är därför av största vikt att Sveriges företrädare i EG-förhandlingarna slår vakt om vår rätt att ha monopolbolag på alkoholområdet.

TV-satelliternas växande utbud kan komma att innebära att alkoholreklam införs i Sverige. Den europeiska konventionen om gränsöverskridande television förbjuder helt tobaksreklam i TV. Men konventionen tillåter reklam för alkohol med vissa begränsningar. Konventionen är, enligt vår mening, otillräcklig. Sverige bör därför medverka till en europeisk överenskommelse som helt stoppar alkoholreklam i satellitsänd TV.

Hemställan

Med hänvisning till det anförda hemställs

1. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om en mer aktiv prispolitik vad gäller alkoholdrycker,

2. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om den oregistrerade alkoholkonsumtionen,

3. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om åldersgränser för alkoholköp,

4. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om serveringstillstånd beträffande skärpt provning, avgift och kontroll samt konkurs,

5. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om alkoholmonopolens verksamhet,

6. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om alkoholreklam i satellitsänd TV.

Mot. 1989/90

So252

Stockholm den 25 januari 1990

Göran Magnusson (s)

Gunnar Thollander (s)