

Motion till riksdagen 2010/11:So424

av Mikael Oscarsson (KD)

Alkoholreklam

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anføres i motionen om att Sverige i EU ska driva frågan om att varje medlemsland självt får avgöra om det vill förbjuda alkoholreklam med hänsyn till folkhälsan.

Motivering

Mycket talar för att det finns anledning att se över möjligheten med alkoholreklam i svenska medier. Utgångspunkten för reklam måste vara att den speglar verkligheten kring den produkt som marknadsförs, men alkoholreklamen visar inte några som helst negativa konsekvenser av alkoholbruk. Mer och mer uppmärksammas nu alkoholförsäljningen inte bara som en handelsfråga utan också som en folkhälsofråga inom EU – vilket har sina skäl.

Förutom att alkoholen bidrar till mycket misär bland vuxna och barn leder den till gigantiska kostnader i form av förlorad produktionskapacitet, förtidspensioneringar och sjukskrivningar.

Ett vanligt argument för att inte förbjuda alkoholreklam har hittills i debatten varit att den inte ökar drickandet utan endast påverkar marknadsandelarna hos de olika märkena. Detta argument har emellertid ny forskning slagit håll på, när den visar att reklamen ökar ungas drickande och bidrar till att fler börjar dricka. Det är EU:s Alcohol and Health Forum – en grupp bestående av intressenter i alkoholfrågan från både frivilligorganisationer och alkoholindustrin – som genom en metastudie visar att alkoholreklam påverkar ungdomars alkoholdebut och får de ungdomar som redan dricker att dricka mer. Studien visar också att det finns ett direkt samband mellan hur mycket reklam ungdomarna utsätts för och hur mycket de ökat sin konsumtion.

Sverige bör därför i EU driva frågan att varje medlemsland självt ska få avgöra om det vill förbjuda alkoholreklam med hänsyn till folkhälsan.

Fel! Okänt namn på

Stockholm den 25 oktober 2010

Mikael Oscarsson (KD)