



**Svar på fråga 2025/26:552 av Markus Wiechel (SD)
Bildregeln i alkohollagen**

Markus Wiechel har frågat socialministern om han och regeringen avser att vidta några åtgärder för att se över eller ändra bildregeln i alkohollagen.

Arbetet inom regeringen är så fördelat att det är jag som ska svara på frågan.

Enligt nuvarande bestämmelser i alkohollagen (2010:1622) ska särskild måttfullhet iakttas vid all marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter. Reklam eller andra marknadsföringsåtgärder får inte vara påträngande, uppsökande eller uppmana till bruk av alkohol. Den får inte heller rikta sig till eller skildra barn eller ungdomar som inte har fyllt 25 år. Kommersiella annonser för marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter är förbjudna i ljudradio- och tv-program.

Sedan 2003 är det tillåtet att marknadsföra alkoholdrycker med högst 15 volymprocent alkohol i t.ex. dagstidningar. För sådan

annonsering gäller strikta regler. Bilderna bör endast återge varan, råvaror, förpackningar eller varumärke och annonsen ska innehålla en varningstext. Enligt Konsumentverkets allmänna råd ska texten presenteras så sakligt som möjligt och undvika att spela på känslor eller stämningar. Marknadsföring ska inte förekomma i eller förknippas med situationer där alkohol inte ska förekomma, t.ex. trafik, sport eller utbildning.

Denna s.k. bildregel kom till efter att Marknadsdomstolen bedömde att det tidigare förbudet var för långtgående och oproportionerligt i unionsrättslig mening och regeln har av domstol bedömts var förenlig med EU-rätten (NJA 2021 s. 1124). När dessa regler infördes uttalade regeringen att det är nödvändigt med en restriktiv syn på marknadsföring av alkoholdrycker samt att det saknades anledning att tro att marknadsföringen av alkoholdrycker skulle vara mindre framgångsrik än den är för andra varor (prop. 2003/04:161 s. 25).

Regeringen värnar om de högt ställda krav som finns i alkohollagen som säkerställer att alkohollagen är en skyddslagstiftning som syftar till att skydda folkhälsan genom att minska alkoholens skadeverkningar. Det finns för närvarande inget pågående arbete om att ändra reglerna för hur marknadsföring av alkohol får ske. Regeringen har dock genomfört flera förenklingar och andra åtgärder för att förbättra förutsättningarna för företagen, exempelvis genom att införa

gårdsförsäljning av alkoholdrycker, föreslå slopat matkrav för serveringstillstånd, samt sänka alkoholskatten för öl från oberoende småbryggerier och föreslå sänkt alkoholskatt för andra alkoholvaror från oberoende småproducenter.

Stockholm den 11 mars 2026

Elisabet Lann