SVERIGES RIKSDAG

Motion till riksdagen 2026/27:132

av Dan Hovskär (KD)

Nikotinreklam och unga

Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att verka för en skärpning av marknadsföringsreglerna för tobaks- och nikotinprodukter i syfte att minska deras attraktivitet bland barn och unga och tillkännager detta för regeringen.
2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att samma tillståndsplikt som för försäljning av tobaksvaror bör krävas för försäljning av tobaksfria nikotinprodukter, elektroniska cigaretter och påfyllnadsbehållare och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

Användningen av tobaks- och nikotinprodukter bland barn och unga har ökat påtagligt under senare år. Särskilt oroande är utvecklingen när det gäller tobaksfria nikotinprodukter och elektroniska cigaretter, där allt fler ungdomar inleder ett nikotinbruk i unga år. Nikotin är starkt beroendeframkallande och kan påverka hjärnans utveckling under uppväxten. Forskning pekar även på risker för den psykiska hälsan samt för hjärt- och kärlsystemet.

Samtidigt har marknaden för nikotinprodukter förändrats. Produkter lanseras i ett stort antal smaker och presenteras ofta i färgstarka förpackningar med namn, design och marknadsföring som riskerar att särskilt attrahera barn och unga. Godis-, läsk- och dessertliknande smaker bidrar till att sänka tröskeln för att prova produkterna och riskerar därmed att skapa ett livslångt nikotinberoende.

Sverige har i dag en åldersgräns på 18 år för köp av tobaksvaror, tobaksfria nikotinprodukter, elektroniska cigaretter och påfyllnadsbehållare. Det finns även regler om marknadsföring och produktmärkning. Trots detta visar utvecklingen att dagens regelverk inte är tillräckligt för att skydda barn och unga från exponering för och användning av nikotinprodukter. Det finns därför behov av ytterligare åtgärder.

Vidare bör produkter inte få förpackas eller utformas på ett sätt som särskilt tilltalar barn och unga. Förpackningar som genom färgval, grafik, symboler, produktnamn eller

annan utformning påminner om godis, läsk, leksaker eller andra ungdomsprodukter riskerar att normalisera nikotinbruk bland minderåriga. Lagstiftningen bör därför skärpas så att sådana förpackningar inte tillåts.

Marknadsföringsreglerna för tobaks- och nikotinprodukter bör också ses över och skärpas ytterligare. Reklam och exponering av dessa produkter ska inte bidra till att locka nya generationer in i ett nikotinberoende. Regelverket behöver därför bättre möta dagens digitala marknadsföring och de försäljningsmetoder som används för att nå unga målgrupper.

Därutöver bör samma tillståndsplikt som gäller för försäljning av tobaksvaror införas för tobaksfria nikotinprodukter, elektroniska cigaretter och påfyllnadsbehållare. I dag krävs tillstånd för försäljning av tobaksvaror medan det för dessa produkter i huvudsak räcker med en anmälan till kommunen. Genom att införa en gemensam tillståndsplikt stärks kontrollen över försäljningen, tillsynen förbättras och möjligheterna att förhindra försäljning till minderåriga ökar.

Det finns goda skäl att behandla produkter som innehåller nikotin på ett mer likvärdigt sätt när det gäller försäljningsregler, tillsyn och skydd för barn och unga. Mot denna bakgrund bör regeringen vidta åtgärder för att begränsa nikotinprodukters attraktionskraft bland minderåriga, stärka kontrollen över försäljningen och förbättra skyddet för barn och unga från att utveckla ett nikotinberoende.

Dan Hovskär (KD)