

Motion till riksdagen 2011/12:So432

av **Christer Winbäck (FP)**

Alkoholreklam

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anføres i motionen om alkoholreklamförbud.

Motivering

Huvudorsaken till reklam, oavsett vara, är att öka konsumtionen av denna vara. Alkoholreklam är till för att öka försäljningen av en viss alkoholhaltig dryck – konsekvensen blir i de allra flesta fall att mängden alkohol som konsumeras ökar.

Alkoholreklam visar ofta en glättig bild av människor som gör trevliga saker tillsammans där alkohol är huvudingrediensen. Det är människor som synes njuta av alkohol utan några negativa konsekvenser. I den falska bild alkoholreklamen förmedlar glöms det negativa som alkoholen leder till bort.

- ? Över 23 miljoner EU-medborgare är beroende av alkohol.
- ? Mer än 195 000 EU-medborgare dör varje år på grund av alkohol.
- ? Drygt sju miljoner barn i EU lever i miljöer där alkohol missbrukas.

Siffrorna talar sitt tydliga språk: alkoholen skördar alltför många offer i Europa.

Alkoholen har enorma skadeverkningar på oss människor och kan inte ses som en vanlig handelsvara. Den leder till många tragiska livsöden och bidrar till gigantiska kostnader i form av förlorad produktionskapacitet, förtidspensioneringar och sjukskrivningar.

Forskning visar att reklamen ökar ungas drickande och bidrar till att fler börjar dricka. Studierna visar att det finns ett direkt samband mellan hur mycket reklam ungdomarna utsätts för och hur mycket de ökat sin konsumtion. Studien är gjord på uppdrag av EU:s ”Alcohol and Health Forum”, en grupp bestående av intressenter i alkoholfrågan – från både frivilligorganisat-

Fel! Okänt namn på

ioner och alkoholindustrin – som bildades i samband med att EU antog sin alkoholstrategi för ett par år sedan.

Forskningen bekräftas i WHO:s nyligen antagna europeiska strategi för att minska alkoholskador. Det framhålls av WHO att alkoholreklamens effekt på konsumenter, speciellt ungdomar, inte ska underskattas. De europeiska medlemsstaterna uppmuntras i strategin till att utveckla lagstiftning och skyddsmekanismer för att motverka alkoholreklamens skadeeffekter. Bland annat rekommenderas ett totalförbud av alkoholreklam.

Inte bara i Europa höjs rösterna mot alkoholreklam. Även i Baltikum och länder som Sydafrika, Kambodja och Sri Lanka arbetar politikerna för mer restriktiva regler mot alkoholreklam.

Statens folkhälsoinstitut föreslår i sitt Kunskapsunderlag för Folkhälsopolitik Rapport 2010 att lagarna mot alkoholreklam bör skärpas, att alkoholindustrin inte ska få sponsra sportevenemang eller idrottsföreningar och att det bör prövas hur alkoholreklam som sänds på tv från andra länder kan begränsas.

Stockholm den 4 oktober 2011

Christer Winbäck (FP)