

PM 2003 RII+VII (Dnr 324-2736/2003)

Remiss av betänkandena Alkoholbranschens idrottssponsring och alkohol vid ungdomsevenemang m.m. (SOU 2003:65) och Alkoholreklam i tryckta skrifter i ett folkhälsoperspektiv (SOU 2003:69), samt Ansvarsfull alkoholservering m.m. – rapportering av ett regeringsuppdrag

Remiss från Socialdepartementet

Remisstid 19 november 2003

<p>Borgarrädsberedningen föreslår kommunstyrelsen besluta följande</p> <p>Remissen besvaras med vad föredragande borgarråd anför i promemorian.</p>

Föredragande borgarråden Kersti Py Börjeson och Margareta Olofsson anför följande.

Ärendet

Socialdepartementet har den 18 juli 2003 skickat ut betänkandena *Alkoholbranschens idrottssponsring och alkohol vid ungdomsevenemang m.m. (SOU 2003:65)* och *Alkoholreklam i tryckta skrifter i ett folkhälsoperspektiv (SOU 2003:69)*, på gemensam remiss. Remissen kompletterades den 27 augusti med *Ansvarsfull alkoholservering m.m. – rapportering av ett regeringsuppdrag*. Av okänd anledning kom remisserna inte Stockholms stad tillhanda förrän den 29 augusti. Remissdatumet var satt till den 1 november 2003. Detta innebär att stadens interna remissinstanser dessvärre fått en mycket kort remisstid på ett förhållandevis omfattande material. Staden har efter påtryckningar fått remissdatum förlängt till den 19 november.

En sammanfattning av utredningarna bifogas, *bilaga 2*. Materialet i sin helhet finns i akten på KF/KS kansli.

Remisser

Ärendet har för synpunkter remitterats till socialtjänstnämnden, idrottsnämnden, stadsledningskontoret och stadsdelsnämnderna Kungsholmen, Skarpnäck och Skärholmen.

Socialtjänstnämnden överlämnade förvaltningens tjänsteutlåtande utan eget ställningstagande. Vad gäller SOU 2003:65 är förvaltningen positiv till förslaget om att tillsätta en samverkansgrupp för överläggningar med branschföreträdare i enlighet med rådsrekommendationen om unga människors alkoholkonsumtion.

Vidare tillstyrker förvaltningen förslaget om att förutsättningarna för att ändra alkohollagens definition av öl bör utredas. Förvaltningen delar utredningens uppfattning att Konsumentverkets riktlinjer för marknadsföring av alkoholdrycker i tillämpliga delar bör inarbetas i alkohollagen.

När det gäller alkohol vid ungdomsevenemang instämmer förvaltningen i utredningens efterlysning av en aktivare tillståndsprövning och menar att kommunernas tillsyn av ungdomsevenemang självfallet ska inarbetas i tillsynsplanerna.

Utredningens förslag att tillståndsmyndigheten får bestämma det högsta antalet serveringstillstånd med serveringstid efter klockan 01.00 torde enligt förvaltningens uppfattning kunna stärka kommunernas möjlighet till påverkan och inflytande. Förvaltningens bedömning är emellertid att möjligheterna till detta redan idag finns i nuvarande lagstiftning. I det fall Stockholm väljer att bestämma det högsta antalet serveringstillstånd med serveringstid efter klockan 01.00 bör man också kunna välja intervallerna för omprövning av tillstånden. Behovet av omprövning kan se olika ut beroende på restaurangens läge, karaktär och serveringstid.

Vad gäller SOU 2003:69 kan förvaltningen konstatera att utredningen i allt väsentligt berör frågor inom området reklam och marknadsföring som ligger utanför förvaltningens ansvarsområde. Dock har förvaltningen ett tillsynsansvar över den marknadsföring som görs av tillståndshavare i staden. Detta ansvar begränsar sig till marknadsföring i och i direkt anslutning till serveringsstället. Förvaltningen har således inget tillsynsansvar för den marknadsföring som finns i media eller på andra platser. Mot denna bakgrund välkomnar förvaltningen förslaget att frågan om de olika tillsynsmyndigheternas ansvar när det gäller marknadsföring ska utredas

Idrottsnämnden pekar i sitt remissvar på att det sedan början av 80-talet inte är tillåtet med reklam för alkohol och tobak samt kvinnoförnedrande reklam vid stadens idrottsanläggningar. Beslutet avser närmast reklam på fasta platser. Reklam för alkohol på spelarnas kläder var en fråga som då inte diskuterades. Enligt förvaltningens mening har staden inga möjligheter att förbjuda föreningarna - oftast elitklubbar i fotboll, ishockey och bandy - att bära reklam för exempelvis öl på sina dräkter. Denna reklam är en del i klubbarnas sponsoravtal och är således en fråga som staden inte rör över oaktat vad man än tycker om alkoholreklamen.

Förvaltningen delar utredningens synpunkter om att alkohollagen bättre bör tillämpas vid ungdomsevenemang som konserter och festivaler.

Förvaltningen har inga synpunkter på frågan om restaurangernas öppettider, men anser dock att den årliga omprövning av de sena öppettider som sker i Stockholm kan vara ett instrument för att motverka oordning och fylleri.

Stadsledningskontoret ställer sig i huvudsak positiv till utredningarnas förslag. Stadsledningskontoret anser att staden uppfyller de krav som utredaren ställer på kommunerna när det gäller tillståndsprövning och tillsyn. Staden har successivt ökat utbildningsinsatserna av serveringspersonal och information till arrangörer, vilket också har gett positivt resultat. Kontoret anser vidare att förslagen avseende idrottssponsring är nog avvägda utifrån de förhållanden och förutsättningar som existerar idag.

Vid tolkningen av huruvida särskilda skäl föreligger för att istället för återkallelse av serveringstillstånd meddela varning enligt 7 kap 20 § alkohollagen (1994:1738) AL kan det konstateras att domstolarna i mycket högre utsträckning än Stockholms kommun finner att sådana förutsättningar föreligger. Det vore därmed önskvärt med förtydliganden av begreppet "särskilda skäl" i 7 kap 20 § AL.

Med hänsyn till de alkoholpolitiska mål som finns, torde en begränsningsregel av antalet restauranger med serveringstider efter kl. 01.00 innebära att kommunernas möjligheter till påverkan ökar. I Stockholm görs en aktiv omprövning av serveringstider efter klockan 03.00 varje år. Behovet av omprövning kan se olika ut beroende på restaurangens läge, karaktär och serveringstider. Förslaget att medgivanden generellt

skall gälla högst två år är enligt stadsledningskontoret inte lämpligt. Kontoret föreslår således att tillägget bör omformuleras i denna del.

Slutligen ifrågasätter stadsledningskontoret att detaljerade regler om marknadsföring av alkoholhaltiga drycker skall regleras i lag, sådana bestämmelser borde istället regleras i förordning eller i riktlinjer.

Kungsholmens, Skarpnäcks och Skärholmens stadsdelsnämnder avstår samtliga från att besvara remissen med hänvisning till den korta remisstiden och det förhållandevis omfattande materialet.

Våra synpunkter

Vi delar i stort remissinstansernas synpunkter och ställer oss i huvudsak positiva till utredningarnas förslag. Det är av stor vikt att minska de skadeverkningar av såväl hälsomässig som social karaktär som en ökad alkoholkonsumtion bland ungdomar kan innebära. Staden skall självklart ta sin del av ansvaret, framförallt vad gäller tillståndsprövning och tillsynen av olika evenemang. För att ytterligare stärka stadens alkohopolitiska arbete är ett nytt alkohol-, narkotika- och tobakspolitiskt program under utarbetande.

Vad gäller alkoholbranschens sponsring inom idrotten finner vi liksom stadsledningskontoret att utredningens förslag är noga avvägda utifrån de förhållanden och förutsättningar som existerar idag. Vi instämmer också i såväl utredningens som idrottsnämndens synpunkt att frågan om vilka sponsorer som skall accepteras som bidragsgivare är en fråga som i första hand bör hanteras inom idrottsrörelsen. Det måste dock understrykas att frågan är extra viktig eftersom idrottsrörelsen är en stor kontaktyta för en övervägande del av ungdomarna. Vad gäller alkoholreklam på stadens idrottsarenor är det sedan början av 80-talet förbjudet med reklam för alkohol och tobak samt kvinnoförnedrande reklam vid stadens idrottsanläggningar, vilket överensstämmer med konsumentverkets riktlinjer.

Vi delar också utredningens och remissinstansernas uppfattning om att alkohollagen bättre bör tillämpas vid ungdomsevenemang som konserter och festivaler.

Vidare instämmer vi i förslaget om att tillsätta en samverkansgrupp för överläggningar med branschföreträdare i enlighet med rådsrekommendationen om unga människors alkoholkonsumtion. Det är angeläget att frågan om ungdomars alkoholkonsumtion och hur den ska begränsas diskuteras med företrädare för de olika branscherna, dvs representanter för såväl tillverkare och importörer som detaljhandeln.

I Stockholm görs en aktiv omprövning av serveringstider efter klockan 03.00 varje år. Staden har därmed en god kontroll över de sena serveringstiderna. En begränsningsregel av antalet restauranger med serveringstider efter 01.00, som föreslås i utredningen, skulle kunna innebära att kommunernas möjlighet till påverkan ökar. Möjligheten till en sådan begränsning finns dock redan i nuvarande lagstiftning. Den årliga omprövningen av serveringstider efter 03.00 medför att förslaget att medgivanden av serveringstider efter 01.00 generellt skall gälla högst två år inte är tillämpligt på Stockholms förhållanden. Behovet av omprövning kan dessutom se olika ut beroende på restaurangens läge, karaktär och serveringstider. Vi anser därför att tillägget bör omformuleras så att det tydligt framgår att domstolarna i mycket högre utsträckning än Stockholms stad bedömer att det föreligger särskilda skäl för varning enligt 7 kap 20 § alkohollagen (1994:1738) AL, istället för återkallelse av serveringstillstånd. Ur flera aspekter finner vi en sådan praxis olämplig. Domstolarna tar bl.a hänsyn till faktorer

som inte har gällt vid nämndens beslut om återkallelse. Det vore därför önskvärt med ett förtydligande av begreppet "särskilda skäl" i 7 kap 20 § AL.

Vi föreslår kommunfullmäktige besluta följande

Remissen besvaras med vad föredragande borgarråd anför i promemorian.

Stockholm den 12 november 2003

KERSTI PY BÖRJESON MARGARETA OLOFSSON

Borgarrådsberedningen tillstyrker föredragande borgarrådens förslag.

Reservation anfördes av borgarråden *Kristina Axén Olin*, *Sten Nordin* och *Mikael Söderlund* (alla m) enligt följande.

Vi föreslår borgarrådsberedningen föreslå kommunstyrelsen besluta att

1. i huvudsak godkänna föredragande borgarråds förslag
2. därutöver anförä.

Principen bör vara att alla som uppfyller de krav lagstiftning och staden kräver också ska kunna beviljas tillstånd. Inför man en begränsning av hur många utskänkningstillstånd det ska finnas kommer det att uppstå situationer där skotsamma krögare nekas pga politiskt godtycke. Varje tillstånd måste bedömas utifrån de individuella sakförhållanden som gäller just där det enskilda utskänkingsstället finns. Om det sedan ska finnas ett, tre eller femhundra utskänkingsställen efter 01.00 är i sig ointressant.

Vi instämmer inte i utredningens förslag om att alla tillstånd efter 01.00 ska vartannat år. Vi vet att "omprövningstillstånd" är betydligt svårare att behålla än stadigvarande sådana. Förändringen bör inte genomföras. Hanteringen av åtgärdsärenden mot krogar som missköter sig bör dock snabbas på.

Kommunerna måste ges möjlighet att ha en flexibel inställning till hur många serveringstillstånd som kan finnas i sina respektive kommuner, oavsett tidpunkt. Ett totalförbud mot serveringstillstånd efter 03.00 omyndigförklarar kommunerna som ju har den största kännedomen om de lokala förhållandena. Ett totalförbud mot serveringstillstånd efter kl 03.00 avviker från Stockholms rådande alkoholpolitiska program är i huvudsak bra. Att via lagstiftningen begränsa öppettiden på krogarna där endast myndiga personer har tillträde är inte ett adekvat sätt att hjälpa exempelvis ungdomar med missbruksproblem. Fler poliser på gatan är mycket viktigare. I den frågan har den socialdemokratiska regeringen ett mycket stort ansvar att bära.

Reservation anfördes av borgarrådet *Jan Björklund* (fp) enligt följande.

Jag föreslår borgarrådsberedningen föreslå kommunstyrelsen besluta att

1. i huvudsak godkänna förvaltningens förslag
2. därutöver anförä.

Förvaltningen menar att kommunens roll stärks om den ges möjlighet att begränsa det högsta antalet tillstånd efter 01:00. Den möjligheten finns redan i dagens lagstiftning, även om den i sig är principiellt tveksam.

Principen bör vara att alla som uppfyller de krav lagstiftning och staden kräver också ska kunna beviljas tillstånd. Inför man en begränsning av hur många utskänkningstillstånd det ska finnas kommer det att uppstå situationer där skotsamma krögare nekas pga politiskt godtycke. Varje tillstånd måste bedömas utifrån de individuella sakförhållanden som gäller just där det enskilda utskänkingsstället finns. Om det sedan ska finnas ett, tre eller femhundra

utskänkingsställen efter 01:00 är i sig ointressant.

Förvaltningen instämmer i utredningens förslag om att alla tillstånd efter ett ska omprövas vartannat år. Vi vet att "omprövningstillstånd" är betydligt svårare att behålla än stadigvarande sådana. Förändringen bör ej genomföras. Hanteringen av åtgärdsärenden mot krogar som missköter sig bör dock snabbas på.

Kommunerna måste ges möjlighet att ha en flexibel inställning till hur många serveringstillstånd som kan finnas i sina respektive kommuner, oavsett tidpunkt. Ett totalförbud mot serveringstillstånd efter 03.00 omyndigförklarar kommunerna som ju har den största kännedomen om de lokala förhållandena. Ett totalförbud mot serveringstillstånd efter kl 03.00 avvisas helt. Folkpartiet anser dock att den nuvarande regeln att tillstånd ej ges för alkoholservering efter 05:00, tills vidare ska fortsätta gälla.

Stockholms rådande alkoholpolitiska program är i huvudsak bra. Att via lagstiftningen begränsa öppettider på krogarna där endast myndiga personer har tillträde är inte ett adekvat sätt att hjälpa exempelvis ungdomar med missbruksproblem. Fler poliser på gatan är mycket viktigare. I den frågan har den socialdemokratiska regeringen ett mycket stort ansvar att bära.

ÄRENDET

Socialdepartementet har den 18 juli 2003 skickat ut betänkandena *Alkoholbranschens idrottsponsring och alkohol vid ungdomsevenemang m.m.* (SOU 2003:65) och *Alkoholreklam i tryckta skrifter i ett folkhälsoperspektiv* (SOU 2003:69), på gemensam remiss. Remissen kompletterades den 27 augusti med *Ansvarsfull alkoholservering m.m. – rapportering av ett regeringsuppdrag*. Av okänd anledning kom remisserna inte Stockholms stad tillhanda förrän den 29 augusti. Remissdatumet var satt till den 1 november 2003. Staden har efter påtryckningar fått remissdatum förlängt till den 19 november. Detta innebär att stadens interna remissinstanser dessvärre fått en mycket kort remisstid på ett förhållandevis omfattande material.

En sammanfattning av utredningarna bifogas, bilaga 2. Materialet i sin helhet finns att tillgå på KF/KS kansli.

REMISSER

Ärendet har för synpunkter remitterats till socialtjänstnämnden, idrottsnämnden, stadsledningskontoret och stadsdelsnämnderna Kungsholmen, Skarpnäck och Skärholmen. Kungsholmens, Skarpnäcks och Skärholmens stadsdelsnämnder avstår samtliga från att besvara remissen med hänvisning till den korta remisstiden och det förhållandevis omfattande materialet.

Socialtjänstnämnden beslutade den 23 september 2003 att överlämna ärendet utan eget ställningstagande.

Reservation anfördes av *Peter Lundén-Welden m.fl.* (m), *Ann-Katrin Åslund m.fl.* (fp) och *Desirée Pethrus Engström* (kd), *bilaga 1*.

Socialtjänstförvaltningens tjänsteutlåtande av den 12 september 2003 hade i huvudsak följande lydelse.

Bakgrund

Kommunstyrelsen har för yttrande till socialtjänstnämnden remitterat *Alkoholbranschens idrottsponsring och alkohol vid ungdomsevenemang mm* (SOU 2003:65, *Alkoholreklam i tryckta skrifter i ett folkhälsoperspektiv* (SOU 2003:69) samt rapporten *Ansvarsfull alkoholservering mm*. Betänkandena och rapporten har också remitterats till idrottsnämnden, stadsledningskontoret och stadsdelsnämnderna Kungsholmen, Skarpnäck och Skärholmen. Remisstiden går ut den 10 oktober 2003.

Ärendets beredning

Detta tjänsteutlåtande har utarbetats inom kansliavdelningen. Mot bakgrund av den ytterligt korta remisstiden har förvaltningen inte haft någon möjlighet att kommentera utredningarna och rapporten i detalj. Förslagen i utredningarna kommenteras därför kort i de delar som direkt berör förvaltningens ansvarsområde. De tre utredningarna sammanfattas inte heller i tjänsteutlåtandet utan de konkreta förslagen återges nedan följda av förvaltningens kommentarer.

Utredningarnas förslag och förvaltningens kommentarer

Alkoholbranschens idrottssponsring och alkohol vid ungdomsevenemang – SOU 2003:65

Utredningens förslag

Utredningen föreslår följande:

- ? regeringen bör tillsätta en samverkansgrupp för överläggningar med branschföreträdare för att utarbeta riktlinjer, som bygger på rådets rekommendationer för tillverkning, import, marknadsföring och försäljning av alkoholdrycker som vänder sig direkt till unga konsumenter.
- ? förutsättningarna för att ändra alkohollagens definition av öl bör utredas.
- ? konsumentverkets riktlinjer för marknadsföring av alkoholdrycker bör för att få bindande verkan i tillämpliga delar inarbetas i alkohollagen
- ? Avsnittet om alkohol vid ungdomsevenemang innehåller inte några nya förslag i egentlig mening. Istället pekas på hur man genom att fullt ut tillämpa de bestämmelser som redan idag finns i alkohollagen kan minska alkoholförekomsten vid ungdomsevenemang. Här efterlyses en mer aktiv tillståndsprövning, mer aktiv tillsyn över den tillfälliga serveringen till allmänheten och en mer aktiv påföljdshantering.
- ? Tillståndsenheten får bestämma det högsta antal serveringstillstånd med servering efter klockan 01.00 som ska få finnas i kommunen
- ? Sådana medgivanden gäller i högst två år. Därefter ska de omprövas.

Förvaltningens kommentarer

Förvaltningen är positiv till förslaget om att tillsätta en samverkansgrupp för överläggningar med branschföreträdare i enlighet med rådsrekommendationen om unga människors alkoholkonsumtion. Det är angeläget att frågan om ungdomars alkoholkonsumtion och hur den ska begränsas diskuteras med företrädare för de olika branscherna.

Vidare tillstyrker förvaltningen förslaget om att förutsättningarna för att ändra alkohollagens definition av öl bör utredas. Som utredningen påpekar är definitionen av öl enligt alkohollagen en jäst odestillerad dryck som är framställd av torkat eller rostat malt och vars alkoholhalt överstiger 2,25 men inte 3,5 volymprocent alkohol. För ett antal år sedan lanserades en smaksatt ”ölprodukt” som kom att kallas Mixed malt på detaljhandelsmarknaden med smaker som hallon, persika mm. Karaktären av läskedryck eller saft är mycket dominerande och smaken av alkohol är så gott som undanflydd. Drycken lockade framförallt unga flickor. Detta kan enligt förvaltningens uppfattning inte ha varit lagstiftarens mening varför en översyn av definitionen av öl i alkohollagen bör utredas.

Förvaltningen delar utredningens uppfattning att Konsumentverkets riktlinjer för marknadsföring av alkoholdrycker i tillämpliga delar bör inarbetas i alkohollagen. Det är enligt förvaltningens uppfattning viktigt att Konsumentverket för sitt arbete får de förutsättningar och möjligheter till sanktioner som krävs för att kunna bedriva en adekvat tillsyn inom sitt ansvarsområde. När det gäller alkohol vid ungdomsevenemang instämmer förvaltningen i utredningens efterlysning av en aktivare tillståndsprövning och menar att kommunernas tillsyn av ungdomsevenemang självfallet ska inarbetas i tillsynsplanerna. Ett stort problem i festivalsammanhang är de gemensamma serveringsytorna där det, som utredningen också påpekar, är svårt att överblicka serveringsytan och därmed ansvaret och sanktionerna vid ett eventuellt överträdande av alkohollagens bestämmelser.

Utredningen föreslår att tillståndsmyndigheten får bestämma det högsta antalet serveringstillstånd med serveringstid efter klockan 01.00. Detta torde enligt förvaltningens uppfattning kunna stärka kommunernas möjlighet till påverkan och inflytande. Det är också den enskilda kommunen som har den bästa kunskapen om förhållandena i den egna staden. Förvaltningens bedömning är emellertid att möjligheterna till detta redan idag finns i nuvarande lagstiftning.

Utredningen föreslår att medgivanden om serveringstid efter klockan 01.00 ska omprövas vartannat år. I Stockholm görs en aktiv omprövning av serveringstider efter klockan 03.00 varje år. Däremellan genomförs en kontinuerlig tillsyn av alla restaurangen som har sena serveringstider. I det fall Stockholm väljer att bestämma det högsta antalet serveringstillstånd med serveringstid efter klockan 01.00 bör man också kunna välja intervallerna för omprövning av tillstånden. Behovet av omprövning kan se olika ut beroende på restaurangens läge, karaktär och serveringstid.

Alkoholreklam i tryckta skrifter i ett folkhälsoperspektiv (SOU 2003:69)

Utredningens förslag

Utredningen föreslår vissa ändringar i alkohollagen i syfte att skydda folkhälsan så långt detta är möjligt med beaktande av de krav EG-rätten, de tryckfrihetsrättsliga regleringarna och skäliga konkurrenshänsyn ställer. Detta innebär bl a att marknadsföringens måttfullhet ska kunna bedömas utifrån helhetsintrycket av den aktuella marknadsföringskampanjen för alkoholdrycken. Vidare att framställningar i bild som omfattar annat än en återgivning av varan inte ska få förekomma. Annonsen ska heller inte få rikta sig till barn eller ungdomar under 25 år och att krav på texter som varnar för alkoholens skadeverkningar ska införas.

Utredningen konstaterar att den nuvarande ordningen med tillsynsansvaret uppdelat på flera olika instanser inte fungerat som förväntat. Därför föreslås att frågan om behovet av förändringar med avseende på behörig tillsynsmyndighet och rättsinstans vad gäller alkoholreklam ska utredas.

Förvaltningens kommentarer

Förvaltningen kan konstatera att utredningen i allt väsentligt berör frågor inom området reklam och marknadsföring som ligger utanför förvaltningens ansvarsområde. Dock har förvaltningen ett tillsynsansvar över den marknadsföring som görs av tillståndshavare i staden. Detta ansvar begränsar sig till marknadsföring i och i direkt anslutning till serveringsstället. Förvaltningen har således inget tillsynsansvar för den marknadsföring som finns i media eller på andra platser. Mot denna bakgrund välkomnar förvaltningen förslaget att frågan om de olika tillsynsmyndigheternas ansvar när det gäller marknadsföring ska utredas.

Ansvarsfull alkoholservering mm – rapportering av ett regeringsuppdrag

Statens folkhälsoinstitut (FHI) har fått regeringens uppdrag att i samarbete med företrädare för restaurangnäringen, de fackliga organisationerna, Rikspolisstyrelsen, Arbetsmiljöverket och Svenska kommunförbundet utarbeta ett gemensamt åtgärdsprogram när det gäller serveringsställen. FHI:s slutsatser och förslag redovisas i rapporten som har tre huvudsakliga avsnitt; ansvarsfull alkoholservering, narkotika i restaurangmiljö samt sena restaurangvanor och provocerande kösystem.

Enligt FHI:s mening bör STAD-modellens (Stockholm förebygger alkohol- och drogproblem) arbetssätt i framtiden vara vägledande för alkoholtillsynen i hela landet. Vidare bör spridningen av modellen intensifieras. Förvaltningen har i stor utsträckning varit delaktig i utvecklandet av STAD-modellen och delar helt FHI:s uppfattning att den bör vara en vägledande modell. Erfarenheten från Stockholm visar att metoden fungerar mycket väl. Förvaltningen är också redan nu involverad i arbetet med den nationella spridningen av modellen. En förutsättning för att modellen ska kunna förankras i landet är dock att kommunerna ges ekonomiska förutsättningar vilket också rapporten poängterar.

I rapporten föreslås att STAD-metoden också borde läras ut i landets restaurangskolor och restaurangutbildningar och att läroplanerna för dessa utbildningar borde ses över. Förvaltningen delar helt denna uppfattning. Många restaurangskolor tar redan idag kontakt med förvaltningen för rådgivning när det gäller ansvarsfull alkoholservering.

FHI menar att ett framtida mål bör vara att alla tillståndshavare gör en företagsanpassad alkohol- och drogpolicy och att alkohollagen därför bör ändras så att det föreskrivs att

restauranger med serveringstillstånd ska ha ett egentillsynsprogram för sin verksamhet. Förvaltningen tillstyrker förslaget och menar att tillståndshavare självklart bör ha ett egentillsynsprogram i enlighet med vad som gäller för servering och försäljning av öl klass II.

Enligt FHI:s mening bör STAD:s projekt "Krogar mot knark" vara ett arbetssätt och en metod som kan vara vägledande för det förebyggande narkotikaarbetet i restaurangmiljöer. Förvaltningen är i högsta grad delaktig i projektet och erfarenheterna hittills är mycket goda. Det är dock förvaltningens uppfattning att projektet inte är tillräckligt utvärderat ännu och att det därför är för tidigt att sprida metoden nationellt. Innan detta sker bör en ordentlig utvärdering genomföras.

I rapporten redogörs för svårigheten att komma till en gemensam ståndpunkt om tidigare stängning av restaurangerna. FHI menar att den lösning som Alkoholutredningen och före den Alkoholpolitiska kommissionen föreslog synes vara den lämpligaste, nämligen att en senaste tidpunkt efter vilken kommunen inte får medge servering regleras i 6 kap. 4 § alkohollagen. Tidpunkten som utredningarna föreslog är klockan 03.00. Förvaltningen är medveten om svårigheterna att enas i frågan och menar därför att ett förslag i enlighet med SOU 2003:65, dvs där kommunerna har en flexibilitet i frågan om senaste öppettider, vore att föredra.

FHI föreslår att utbildningen av vakter bör ses över och kompletteras med kunskaper om ansvarsfull alkoholservering och narkotika. Förvaltningen instämmer i förslaget men menar att man i första hand bör se över nuvarande grundutbildning av förordnade ordningsvakter och också utveckla samarbetsformerna mellan de förordnade vakterna och polisen.

Enligt FHI:s mening måste tillsynen beakta både inne- och utemiljön. En restaurangs provocerande kösystem måste vägas in i den totala bilden av ordningen på restaurangen. Frågan om köproblematiken är enligt förvaltningens uppfattning komplex, inte minst ur ett diskrimineringsperspektiv. Många restauranger har idag en speciell nisch och riktar sin verksamhet till en viss målgrupp. Det finns i detta sammanhang en stor risk för att människor som inte kommer in känner sig diskriminerade och att bråk uppstår. Frågan om köproblematiken bör enligt förvaltningens uppfattning analyseras djupare och framförallt bör det klargöras hur långt tillståndshavarens ansvar sträcker sig.

Slutligen menar FHI är det viktigt att det finns kunskap om vålds- och skadeutvecklingen i landet för att kunna arbeta våld- och skadepreventivt i restaurangmiljöer. Förvaltningen delar helt denna uppfattning och menar att det behövs bättre instrument för att kunna tillgodogöra sig rapporteringen. Det är också viktigt att denna information finns nedbruten på kommunal nivå.

Idrottsnämnden beslutade vid sammanträde den 4 november 2003 att som svar på remissen överlämna och åberopa förvaltningens tjänsteutlåtande.

Idrottsförvaltningens tjänsteutlåtande av den 13 oktober 2003 har i huvudsak följande lydelse.

Bakgrund

Av tidsskäl kommer förvaltningen inte att beröra utredningarna om "Alkoholreklam i tryckta skrifter i ett folkhälsoperspektiv" och "Ansvarsfull alkoholservering". Förvaltningen har bedömt att dessa två utredningar knappast berör nämndens ansvarsområden. Socialtjänstförvaltningen kommer dock att lämna synpunkter på dessa utredningar. Förvaltningen har valt att i yttrandet koncentrera sig på utredningen om "Alkoholbranschens idrottssponsring och alkohol vid ungdomsevenemang mm".

Förvaltningens synpunkter

Alkoholbranschens sponsring inom idrotten

I början av 1980-talet beslutade dåvarande fritidsnämnden att det vid stadens idrottsanläggningar inte var tillåtet med reklam för alkohol och tobak samt kvinnoförnedrande reklam. Beslutet gäller

fortfarande. Beslutet avsåg närmast reklam på fasta platser. På stadens idrottsanläggningar förekommer inte reklam av det slag som fritidsnämnden tidigare förbjöd. Reklam för alkohol på spelarnas kläder var en fråga som då inte diskuterades. Enligt förvaltningens mening har staden inga möjligheter att förbjuda föreningarna - oftast elitklubbar i fotboll, ishockey och bandy - att bära reklam för exempelvis öl på sina dräkter. Denna reklam är en del i klubbarnas sponsoravtal och är således en fråga som staden inte rör över oaktat vad man än tycker om alkoholreklamen.

Konsumentverkets riktlinjer för marknadsföring av spritdrycker, vin och öl tillåter inte alkoholreklam på idrottsarenor.

Alkohol vid ungdomsevenemang

Förvaltningen delar utredningens synpunkter om att alkohollagen bättre bör tillämpas vid ungdomsevenemang som konserter och festivaler. Utredningens påpekande om att ungdomar "lämnas i fred" i anslutning till områden utanför arrangemangsplatsen och utan närvaro av vuxna, socialtjänst, fältassistenter och polis skapar ofta problem med våld, alkoholförgiftningar, övergrepp, langning mm är väl känt av både myndigheter och av musik- och festivalarrangörer. I detta sammanhang bör kommunerna och polisen samordna sin verksamhet i syfte att begränsa de negativa verkningarna som dessvärre ofta kan uppstå vid större ungdomsevenemang.

Serveringstider på restauranger

Många uppskattar att kunna gå på restaurang sent på natten och anser att de sena serveringstiderna är något positivt. Det finns människor som har sena kvällsarbeten och som ofta inte kan nyttja mer normala öppettider. Dessa ser säkerligen de sena serveringstiderna som en möjlighet att kunna få roa sig och delta i den sociala gemenskap som ofta kan finnas i baren eller på ett disco. Trots att de sena öppettiderna ses som något positivt av många så finns det ändå stora negativa inslag i anslutning till de sena öppettiderna. Statens Folkhälsoinstitut redovisar i rapporten "Ansvarsfull alkoholservering" sambandet mellan sena serveringstider och våld, misshandel, våldtäkt och sexuella övergrepp. Rapporten bygger på befintliga skaderegister och fokuserar på våldsrelaterade skador som uppkommit i nära anslutning till restauranger och serveringar och som har medfört akutbesök på sjukhus.

Förvaltningen har dock inga synpunkter på frågan om restaurangernas öppettider, men anser dock att den årliga omprövning av de sena öppettider som sker i Stockholm kan vara ett instrument för att motverka oordning och fylleri.

Stadsledningskontorets tjänsteutlåtande av den 31 oktober 2003 har i huvudsak följande lydelse.

Stadsledningskontorets synpunkter

Alkoholbranschens idrottssponsring och alkohol vid ungdomsevenemang m.m. (SOU 2003:65)

Stadsledningskontoret ställer sig i huvudsak positiv till utredningens förslag. Det är viktigt att minska skadeverkningar som en ökad alkoholkonsumtion bland ungdomar kan innebära. Staden skall ta sin del av ansvaret, detta gäller framförallt vid tillståndsprövning och tillsynen av olika evenemang.

Staden arbetar successivt med att förbättra arbetssätten för tillståndsprövning och tillsyn. Staden har ökat antalet informationstillfällen både före och efter evenemang. Jämfört med föregående år har staden 2003 även ökat antalet inspektioner. Målsättningen är att tillskapa en tillsynsansvarig per serveringsområde för varje evenemang. Vid uppföljningar finns både polismyndighet och miljöförvaltningen representerade där fel och brister diskuteras.

Staden upplever problem i kontrollarbetet när det gäller evenemang med gemensamma serveringsområden. Enligt stadens riktlinjer är gemensamma serveringsområden tillåtet, en översyn av dessa riktlinjer kommer att ske under 2004. Vid vaktbedömning har staden ett nära samarbete med polisen. Polisen rekommendera också antalet vakter per evenemang.

Utbildning sker kontinuerligt av serveringspersonal. Staden har noterat att detta arbete har gett resultat. Berusningsgraden har minskat och en viss minskning av antalet berusade ungdomar har skett. Staden hoppas att denna positiva trend fortsätter. Staden har inte problem med påföljdshandling som nämns i utredningen. Det finns tydliga delegationsinstruktioner och personal finns tillgänglig.

Vid tolkningen av huruvida särskilda skäl föreligger för att istället för återkallelse av serveringstillstånd meddela varning enligt 7 kap 20 § alkohollagen (1994:1738) AL kan det konstateras att domstolarna i mycket högre utsträckning än Stockholms kommun finner att sådana förutsättningar föreligger. Från flera aspekter finner stadsledningskontoret en sådan praxis olämplig. Domstolarna tar bl.a. hänsyn till faktorer som inte har gällt vid nämndens beslut om återkallelse. Stadsledningskontoret anser att lagen inte är konstruerad på så sätt att hänsyn kan tas till förhållanden som inte har gällt vid beslutstillfället. Denna praxis är dessutom väl känd bland restaurangägare, vilket gör att stadens möjlighet att ta beslut undergrävs. Det vore därmed önskvärt med förtydliganden av begreppet ”särskilda skäl” i 7 kap 20 § AL.

Sammanfattningsvis anser stadsledningskontoret att staden uppfyller de krav som utredaren ställer på kommunerna när det gäller tillståndsprövning och tillsyn. Staden tillämpar dessutom redan idag differentierat avgiftsuttag, vilket även påpekas av utredaren.

Ytterligare information finns att hämta på socialtjänstförvaltningens hemsida, www.sot.stockholm.se/tillstandsenheten/

Frågan om att införa en begränsningsregel för antal serveringstillstånd med serveringstid efter kl. 01.00 är kontroversiell. En sådan regel kan ifrågasättas utifrån konkurrensregler och utifrån regler om etableringsfrihet. Föreslagna begränsningsregel är frivillig för kommunerna att införa och att kommuner som inför begränsningsregeln skall i särskilda motivuttalanden formulera de objektiva grunder som ligger till stöd för beslutet.

Med hänsyn till de alkoholpolitiska mål som finns torde en begränsningsregel innebära att kommunernas möjligheter till påverkan ökar. Antalet restauranger med sena serveringstider har varit en aktuell fråga i krottäta områden i Stockholm, som t.ex. på Södermalm. I Stockholm görs en aktiv omprövning av serveringstider efter klockan 03.00 varje år. Behovet av omprövning kan se olika ut beroende på restaurangens läge, karaktär och serveringstider. Förslaget att medgivanden generellt skall gälla höst två år är enligt stadsledningskontoret inte lämpligt. Kontoret föreslår således att tilläget bör omformuleras i denna del.

Vad gäller utredarens förslag att konsumentverkets riktlinjer om marknadsföring av alkoholhaltiga drycker i alkohollagen ifrågasätter Stadsledningskontoret huruvida sådana detaljerade bestämmelser, som successivt kan behöva anpassas till förändringar i samhället, skall regleras i lag.

Förslagen avseende idrottssponsring är noga avvägda utifrån de förhållanden och förutsättningar som existerar idag. Enligt utredningen är det flera argument som talar emot ett totalt förbud av alkoholreklam inom idrotten. En tungt vägande skäl är att Europakonventionen och även EG-rätten ger ett starkt skydd för inskränkningar i rätten att fritt använda sin egendom. Andra argument är att ökningen av alkoholkonsumtionen i Sverige kan förklaras av faktorer som hör ihop med den allmänna samhällsutvecklingen exempelvis lägre priser, ökad tillgänglighet, generösa införselregler och ett kraftigt ökat antal restauranger.

Alkoholreklam i tryckta skrifter i ett folkhälsooperspektiv (SOU 2003:69)

Betänkandet berör frågor inom området reklam och marknadsföring som inte har direkta beröringspunkter med kommunens ordinarie verksamhet. Utredaren förslag att se över ansvarsförhållandena när det gäller tillsyn av marknadsföring är bra. Det är dock viktigt att eventuella förslag som får konsekvenser för stadens ordinarie verksamhet utreds samt att eventuella kostnadsökningar inte skall belasta stadens budget.

Ansvarsfull alkoholservering mm. Rapport av ett regeringsuppdrag

Förslagen i rapporten är direkt hämtade från stadens egen verksamhet. Det är bra att goda exempel sprids till andra kommuner i landet och att det pågår ett erfarenhetsutbyte. Staden genom socialtjänstförvaltningen är redan nu involverad i arbetet med den nationella spridningen

av modellen. Förslaget om medelstildelning till kommunerna är bra då det är viktigt att kommunerna ges ekonomiska förutsättningar för att bedriva folkhälsopolitiskt arbete.

RESERVATIONER M.M.

Socialtjänstnämnden

Peter Lundén-Welden m.fl. (m), Ann-Katrin Åslund m.fl. (fp) och Desirée Pethrus Engström (kd) reserverade sig mot nämndens beslut till förmån för sitt eget förslag till beslut enligt följande.

Socialtjänstnämnden föreslås besluta följande.

1. Att i huvudsak godkänna förvaltningens förslag
2. Att därutöver anföra

Förvaltningen menar att kommunens roll stärks om den ges möjlighet att begränsa det högsta antalet tillstånd efter 01.00. Den möjligheten finns redan i dagens lagstiftning, även om den i sig är principiellt tveksam.

Principen bör vara att alla som uppfyller de krav lagstiftning och staden kräver också ska kunna beviljas tillstånd. Inför man en begränsning av hur många utskänkningstillstånd det ska finnas kommer det att uppstå situationer där skötsamma krögare nekas pga politiskt godtycke. Varje tillstånd måste bedömas utifrån de individuella sakförhållanden som gäller just där det enskilda utskänkingsstället finns. Om det sedan ska finnas ett, tre eller femhundra utskänkingsställen efter 01.00 är i sig ointressant.

Förvaltningen instämmer i utredningens förslag om att alla tillstånd efter ett ska vartannat år. VI vet att "omprövningstillstånd" är betydligt svårare att behålla än stadigvarande sådana. Förändringen bör inte genomföras. Hanteringen av åtgärdsärenden mot krogar som missköter sig bör dock snabbas på.

Kommunerna måste ges möjlighet att ha en flexibel inställning till hur många serveringstillstånd som kan finnas i sina respektive kommuner, oavsett tidpunkt. Ett totalförbud mot serveringstillstånd efter 03.00 omyndigförklarar kommunerna som ju har den största kännedomen om de lokala förhållandena. Ett totalförbud mot serveringstillstånd efter kl 03.00 avviker från rådande alkoholpolitiska program är i huvudsak bra. Att via lagstiftningen begränsa öppettiden på krogarna där endast myndiga personer har tillträde är inte ett adekvat sätt att hjälpa exempelvis ungdomar med missbruksproblem. Fler poliser på gatan är mycket viktigare. I den frågan har den socialdemokratiska regeringen ett mycket stort ansvar att bära.

Sammanfattning av utredningarna

Alkoholbranschens idrottsponsring och alkohol vid ungdomsevenemang m.m. (SOU 2003:65)

Sammanfattning SOU 2003:65

Alkoholkonsumtionen fortsätter att öka i Sverige. Det är såväl Systembolaget AB som restaurangerna som ökar sin försäljning. Till detta kommer bl.a. resandeförseln och den insmugglade alkoholen som också ökar. Konsumtionen av alkohol uppgick 2002 till 9,9 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Det är en ökning med ungefär 24 procent sedan 1996.

Data om alkoholkonsumtionen inom olika åldersgrupper finns i första hand för skolorndomar och mönstrande värnpliktiga. En samlad bedömning av ungdomars alkoholvanor visar att den under den senaste tioårsperioden ökat i omfattning. Konsumtionen av alkohol är högst bland äldre ungdom och unga vuxna (med unga vuxna avses här personer i åldrarna 25 till 29 år). För båda könen är konsumtionen högst i åldersgruppen 20–24 år. Mot denna bakgrund anser jag att ungdomstiden i detta sammanhang sträcker sig till 25 år.

Rådsrekommendationen om unga människors, i synnerhet barns och tonåringars alkoholkonsumtion

Huvudtemat i utredningens fyra olika uppdrag har varit att begränsa ungdomsdrickandet och garantera unga människor en uppväxt fredad från påträngande alkoholreklam. Detta syfte är direkt uttalat i den rekommendation som Europeiska Unionens Ministerråd antog den 5 juni 2001. I många avseenden finns anledning anta att Sverige väl lever upp till de riktlinjer som rådet tar upp. Detaljhandelsmonopolet, höga åldersgränser för legal konsumtion av alkohol och Konsumentverkets riktlinjer är konkreta exempel på detta.

Alkoholpolitik är emellertid i dag i högsta grad en internationell fråga genom gemenskapsrättens krav på fri rörlighet för varor och en internationell produktion. Sveriges möjlighet att påverka den internationella utvecklingen är av avgörande betydelse för att kunna bedriva en framgångsrik nationell alkoholpolitik. Rådsrekommendationen kan ur det perspektivet ses som ett system vid sidan av nationell lagstiftning, med syfte att förhindra tillverkning och försäljning av alkoholdrycker som, i strid mot de övergripande mål som unionens länder har enats om, riktar sig direkt till unga konsumenter.

Konsumentverkets riktlinjer har varit gällande sedan 1979, då Sverige ännu hade såväl tillverknings- som importmonopol för alkoholdrycker. Riktlinjerna är inte bindande på samma sätt som en lagstiftning utan utgör Konsumentverkets tolkning av alkoholagens krav på att marknadsföring av alkoholdrycker till konsument skall vara måttfull. Med tanke på förändringarna i svensk alkoholpolitik sedan dess och den ökande internationaliseringen bör Konsumentverkets riktlinjer i valda delar inarbetas i alkohollagen. Frivilliga överenskommelser och åtaganden från branschen är emellertid också i framtiden viktiga redskap för att kunna åstadkomma en framgångsrik alkoholpolitik.

Gränsen för alkoholdryck går i Sverige vid 2,25 volymprocent alkohol. Inom EU är gränsen för vad som anses som alkoholdryck varierande. Drycker med en volymprocent alkohol under 1,2 anses allmänt som lättdrycker. Emellertid har med undantag av Sverige och Finland inget EU-land ett statligt monopol för försäljning av alkoholdrycker utan dryckerna säljs i detaljhandeln eller när det gäller spritdrycker möjligen i licensierade butiker. Öl är i Sverige den enda alkoholdryck som får säljas i detaljhandeln. För de flesta av oss är öl en maltdryck med en viss beska som drycken får av humle, och som inte direkt tilltalar barn och mycket unga.

Produktutvecklingen inom området maltdrycker har emellertid lett till att det numera under rubriken maltdryck säljs produkter som smakmässigt kan betraktas som läskedrycker. Detta kan inte ha varit lagstiftarens mening. Tanken att ändra gränsen för alkoholdryck till vad som är allmänt vedertaget inom EU, diskuterades av 1996 års Alkoholreklamutredning (SOU 1998:8),

som emellertid ansåg en sådan ändring mindre lämplig. Jag har därför föreslagit att man bör pröva möjligheten att ändra lagens definition av öl.

Regeringen bör utse en samverkansgrupp med representanter för tillverkare, importörer och detaljhandeln för att träffa överenskommelser om riktlinjer för tillverkning, import, marknadsföring och försäljning av alkoholdrycker och andra alkoholprodukter som direkt vänder sig till unga konsumenter. Gruppen skall även följa den internationella utvecklingen och ansvara för utarbetandet av de rapporter, som Europeiska kommissionen kan begära av regeringen med anledning av rådsrekommendationen.

Alkoholbranschens sponsring inom idrotten

Internationaliseringen märks också på idrottsområdet. Genom Tvkanaler som huvudsakligen sänder sport kan vi följa idrottsevenemang från praktiskt taget hela världen. För internationella företag är detta naturligtvis en möjlighet att få sitt varumärke spritt och dessutom kopplas samman med de positiva värden som idrotten ger.

Sponsring av en enskild idrottare, ett idrottslag, en turnering eller annat idrottsevenemang är vanligt förekommande i dessa sammanhang. Begreppet sponsring har emellertid ingen vedertagen definition. Mot bakgrund av utredningens uppdrag att ur ett folkhälsoperspektiv diskutera möjligheterna att begränsa alkoholbranschens idrottssponsring har definitionen inte någon större betydelse.

Marknadsföringsbegreppet i marknadsföringslagen täcker utredningens behov i detta avseende.

Sponsring från alkoholbranschen i form av reklamutrymme på dräkter, arenor, program, dryckesleveranser m.m. mot ersättning i pengar förekommer i första hand inom lagidrotterna och då framförallt fotboll och ishockey. Sponsring gäller främst elitserierna, som massmedialt har det största riksintresset. Utövarna har idrotten som sitt yrke och den dominerande delen av publiken utgörs av män i åldrarna 20–60 år. Enligt alkohollagen skall vid marknadsföring av alkoholdrycker särskild måttfullhet iakttas. Konsumentverkets riktlinjer för marknadsföring av spritdrycker vin och starköl tillåter inte alkoholreklam på idrottsarenor.

Idrotten är vår största folkrörelse som i stor utsträckning är beroende av ideella insatser från ledare och tränare. Detta gäller i högsta grad barn- och ungdomsidrott. Idrottsrörelsen är väl medveten om sitt ansvar och man arbetar aktivt med frågor kring alkohol och missbruk på alla plan inom idrotten. Frågan om vilka sponsorer som skall accepteras som bidragsgivare är en fråga som i första hand bör hanteras inom idrottsrörelsen. Enligt Konsumentverkets riktlinjer är som nämnts alkoholreklam på idrottsanläggningar förbjuden. Bryggerier tillverkar såväl lättdrycker som alkoholdrycker.

Jag anser att bryggerier, som har en försäljning av lättdrycker, som i volym motsvarar minst hälften av bryggeriets totala försäljning av lättdrycker, öl, starköl och starkcider bör få marknadsföra sina lättdrycker i idrottssammanhang med sitt firmanamn, även om firmanamnet förekommer i samband med alkoholdryck. För att förhindra förväxling mellan lättöl och andra alkoholhaltiga lättdrycker med alkoholstarkare varianter av samma dryck, bör varumärkesreklam inte förekomma för sådana förväxlingsbara drycker. Med en sådan bestämmelsen uppnås även överensstämmelse med Radio- och TV-lagens bestämmelser om reklam och annonsering, enligt vilken ett program inte får sponsras av någon vars huvudsakliga verksamhet gäller tillverkning eller försäljning av alkoholdrycker eller tobaksvaror.

Alkohol vid ungdomsevenemang

Den kartläggning som utredningen gjort när det gäller alkohol vid ungdomsevenemang visar att alkohol förekommer i betydligt större utsträckning i samband med musikevenemang och andra festivaler än vid idrottsevenemang. I denna del kommer jag emellertid inte med några nya förslag i egentlig mening. Problemen ligger ofta i hur serveringen av alkoholdrycker fungerar. Verktygen för att åstadkomma bättre ordning och nykterhet och för att hindra ungdomar under 18 år att dricka alkoholdrycker i samband med servering finns redan idag i alkohollagen.

Vad som behövs är en mer aktiv tillståndsprövning, en mer aktiv tillsyn över den tillfälliga serveringen till allmänheten, men också en mer aktiv påföljdshantering. För att skapa möjligheter

för en förbättrad tillsyn vill jag påpeka att det kan finnas skäl för kommunen att överväga en differentierad nivå på avgiftsuttaget avseende tillsyn. Ett evenemang som pågår i flera dagar kräver rimligen mer tillsyn och tillsynsberedskap än ett som endast pågår några timmar under en dag/kväll.

Olägenheter på områdena utanför festivalområdena har framförallt berott på att ungdomar mer eller mindre har "lämnats i fred" och att alkoholdrycker därför fritt kunnat konsumeras och langas.

En ökad närvaro av vuxna och väsentligt ökade insatser från berörda myndigheter, särskilt polisen skulle behövas.

Serveringstider på restaurang

Ungdomar frekventerar i högre grad än äldre personer restauranger inte minst när det gäller sen kvällstid och nattetid. Att föreslå en begränsningsregel som ger kommunerna rätt att ange det antal serveringsställen med sena serveringstider som maximalt kan tillåtas har varit utredningens uppgift. Jag föreslår att två tillägg görs i första stycket i 6 kap 4 § alkohollagen.

Tillståndsenheten får bestämma det högsta antal serveringstillstånd med serveringstid efter kl. 01.00 (medgivande till utsträckt serveringstid efter normaltiden) som skall få finnas i kommunen. Sådana medgivanden gäller i högst två år. Därefter skall de omprövas. En regel som begränsar rätten att servera alkohol efter ett visst klockslag reglerar inte själva rättigheten att servera alkoholdrycker som sådan, utan begränsar endast den tid under vilken rättigheten kan utnyttjas. Under förutsättning att regeln är generellt tillämplig och inte påverkar avsättningen av varor eller hindrar utländsk etablering i förhållande inhemsk borde den kunna motiveras utifrån alkoholpolitiska mål utan att hindras av EG-rätten. Regeln bör dock kompletteras med motivuttalanden som anger att en objektiv grund för antalet restauranger med sen öppetid alltid skall anges. Om antalet restauranger med sen öppetid kan variera från kommun till kommun. Invånarantalet kan var ett skäl till begränsning, men även andra skäl bör kunna åberopas. Dessa skall anges i kommunernas alkoholpolitiska program.

Den kommun som vill införa en begränsningsregel får utgå från de serveringstider som redan finns i kommunen. En kommun kan vilja minska antalet restauranger som har sen tid. Eftersom det alltid finns en viss omsättning av restauranger, som av olika skäl upphör med sin verksamhet, kan kommunen utnyttja detta. Mitt förslag är att samtliga beslut om sena serveringstider skall omprövas vartannat år. En sådan omprövningstid ger en viss kontinuitet för den tillståndshavare som fått den sena tiden. Genom att serveringstiden omprövas vart annat år skapas ett incitament för tillståndshavaren att särskilt se till att lagens krav på t.ex. ordning och nykterhet uppfylls. Kravet på omprövning av medgivna sena serveringstider bör gälla generellt för alla kommuner som väljer att införa begränsningsregeln. Som exempel kan nämnas att de tre största kommunerna i landet tillämpar ett system med årlig omprövning av serveringstider med sluttid efter klockan 03.00. Alla tre kommunerna uppger att de är nöjda med systemet.

Under utredningsarbetet har det blivit uppenbart att vissa av alkohollagens bestämmelser av kommunerna upplevs som svåra att tillämpa. Mot bakgrund av detta, men också med hänsyn till de helt nyligen ändrade förutsättningarna för marknadsföring av alkoholdrycker, anser jag att det finns skäl att överväga en total översyn av serveringsbestämmelserna och bestämmelserna om marknadsföring av alkoholdrycker.

Alkoholreklam i tryckta skrifter i ett folkhälsoperspektiv (SOU 2003:69)

Utredningen föreslår vissa ändringar i alkohollagen (1994:1738).

Utgångspunkten för förslagen är att de, genom restriktioner avseende marknadsföring av alkoholhaltiga drycker, skall skydda folkhälsan så långt detta är möjligt med beaktande av de krav EG-rätten, de tryckfrihetsrättsliga regleringarna och skäliga konkurrenshänsyn ställer.

Utredningen anser att grundläggande regler om marknadsföring till konsumenterna i tryckta skrifter bör lagfästas. Därutöver bör Konsumentverket, med anledning av de lagändringar utredningens förslag kan leda till, i samarbete med berörda branscher och efter hörande av

berörda myndigheter, utfärda nya riktlinjer. Utredningen vill också peka på vikten av branschens självregleringar.

Utredningen föreslår att marknadsföringens måttfullhet skall kunna bedömas också utifrån helhetsintrycket av den aktuella marknadsföringskampanjen för alkoholdrycken samt för andra drycker eller varor med samma kännetecken som i sin helhet eller till någon del är i bruk, inarbetat eller registrerat för alkoholdrycken.

Enligt utredningens uppfattning bör det redan i lagtext i större utsträckning än idag klargöras vad som skall anses särskilt måttfullt vid marknadsföring till konsumenter av alkoholdrycker genom kommersiella annonser i periodiska skrifter. Utredningen föreslår därför att framställningar i bild som omfattar annat än en återgivning av varan eller däri ingående råvara, enstaka förpackningar och varumärke eller därmed jämförligt kännetecken inte skall få förekomma. Annonsens storlek bör inte få överstiga 2 100 spaltmillimeter, dvs. tabloidformat. I annonsen skall dryckens alkoholhalt tydligt anges men den får inte framställas som en positiv egenskap.

Annonsen skall inte få rikta sig till barn eller ungdomar under 25, koppla samman alkoholkonsumtion med framförande av fordon eller andra situationer eller tillfällen då det är av särskild vikt att vara opåverkad av alkohol för sin egen eller andras säkerhet skall, ge intryck av att alkoholkonsumtion ökar den fysiska, psykiska eller idrottsliga prestationsförmågan eller främjar social eller sexuell framgång eller att alkohol är ett naturligt inslag i vissa situationer eller vid firande av högtider eller andra tilldragelser, ge intryck av att alkohol har medicinska, narkotiska eller terapeutiska egenskaper eller att alkohol stimulerar, lugnar ned eller är en metod för att lösa problem eller konflikter, anspela på konsumtion av droger och andra skadliga ämnen, våld eller asocialt beteende, framställa stor alkoholkonsumtion på ett positivt sätt eller nykterhet eller måttlig konsumtion på ett negativt sätt, eller i övrigt brista i särskild måttfullhet genom det sammanhang i vilket den förekommer, strida mot god sed, använda sig av metoder som är opassande med tanke på konsumenten eller annars innehålla osanna eller vilseledande uppgifter om alkohol, alkoholkonsumtion, dess verkningar eller andra egenskaper.

Utredningen föreslår också att det skall införas ett begränsat förbud mot användning av kännetecken i kommersiella annonser vid marknadsföring till konsumenter för alkoholkhaltiga drycker för att därigenom minska möjligheterna att göra indirekt reklam för drycker med högre alkoholhalt.

Utredningen föreslår vidare att det skall införas krav på texter som varnar för alkoholens skadeverkningar vid marknadsföring till konsumenter genom kommersiella annonser i periodiska skrifter.

Utredningen anser att det, med anledning av att alkohollagen är en social skyddslagstiftning och att utredningen konstaterat att den nuvarande ordningen med tillsynsansvaret uppdelat på flera olika instanser inte fungerat som förväntats, skall utredas om behov finns för förändringar med avseende på behörig tillsynsmyndighet och rättsinstans vad gäller alkoholreklam.

Utredningen föreslår slutligen, med tanke främst på skyddet för ungdomar och andra särskilt skyddsvärda grupper, att forskning inom alkoholreklamens område snarast initieras och utvecklas i Sverige.

Lagändringarna föreslås träda i kraft den 1 januari 2004.

Ansvarsfull alkoholservering mm. Rapport av ett regeringsuppdrag

Statens folkhälsoinstitut har fått regeringens uppdrag att i samarbetet med företrädare för restaurangnäringen, de fackliga organisationerna, Rikspolisstyrelsen, Arbetsmiljöverket och Svenska kommunförbundet utarbeta ett gemensamt åtgärdsprogram när det gäller serveringsställen. Rapporten omfattar en studie på våldsrelaterade skador som uppkommit i nära anslutning till restauranger/serveringsställen. Vidare har information hämtas ifrån olika forskningsstudier samt från ansvarig projektledare inom STAD-projektet (Stockholm förebygger alkohol och drogproblem). I rapporten redogörs även för erfarenheter som hittills har gjorts av projektet "Krogar mot knark" som bedrivs i Stockholm med finansiering från Mobilisering mot narkotika. Projektet påbörjades 2003 och skall pågå t.o.m. 2005. Projektet vänder sig i huvudsak till krögare och dess personal. Utbildning av ordningsvakter har skett under 2003. En arbetsgrupp inom

projektet har tagit fram en personalpolicy angående alkohol- och narkotika. Policyn syftar till att skapa enighet och samförstånd mellan arbetsgivaren och de anställda kring alkoholfrågor.

Enligt Statens folkhälsoinstitut mening bör arbetssättet i framtiden vara vägledande för alkoholtillsynen i hela landet i syfte att verka för en bättre samordning mellan det alkoholskedeförebyggande arbetet i kommunerna och tillsynsverksamheten. Kommunerna bör enligt Statens folkhälsoinstitut få visst ekonomiskt stöd under ett inledande skede. Vidare förespråkar Statens folkhälsoinstitut att metoden bör läras ut i landets restaurangskolor och restaurangutbildning att läroplanen för dessa utbildningar borde ses över. Statens folkhälsoinstitut pekar också på behov av uppföljningsarbete i landets kommuner när det gäller alkoholkontroll. Utvecklingen i kommunerna bör uppgå till 3,0 mnkr per år, i första hand under en treårsperiod.