

Forslag til årsmøte frå Storhaug Arbeiderlag 2024

Oppdater alkohollova

Forslagsstillar: Are Hauge Braaten

Forslag til vedtak:

1. Arbeiderpartiet skal arbeide for ein oppdatering av alkohollova og alkoholforskrifta tilpassa dagens teknologi og forventingar.
2. Stavanger Arbeiderparti skal nytte kommunens handlingsrom til å verte meir fleksibel med skjenkestader når det gjeld fysiske gjenstandar som kan sjå ut som reklame inne i skjenkestaden.

Utgreiing:

Dagens alkohollov inkluderer eitt reklameforbod som har som føremål å redusere etterspurnaden av alkoholhaldig drikke, og regulerer strengt måten alkohol vert marknadsført på. Føremålet er godt, og reklameforbodet som heilheit har ein god effekt. Svakheita med dagens lov er at den ikkje tek omsyn til dagens teknologi og alkohol- og utelivsmarknad.

I dag er tilbodet av alkoholhaldige drikker langt meir mangfaldig enn tidlegare, med mange nye bryggeri, sideri, destilleri, mjøderi, vingarder med meir. Importen er også meir mangfaldig. Norske alkoholprosentar har ikkje høve til å reklamere for sine produkt i Noreg – og det er bra. Utfordringa er at dei ikkje utan vidare kan delta på internasjonale digitale plattformer, ikkje kan late seg tagge i t.d. Instagram, og ikkje kan informere om sine produkt til sine følgjarar. Noko dei internasjonale konkurrentane kan. Verst er det når kundanes åtferd fører til sanksjonar mot alkoholprodusenten, som når tagging av eitt produkt av ein privat person fører til at produsenten får ein reaksjon mot seg av Helsedirektoratet.

Alkoholpolitikken skal finne ein balanse mellom helseomsyn og næringslivets behov. Dagens alkohollov er ute av balanse og det trengst ein svak oppmjuking i retning av å tillate tagging og større grad av digital nærvær for at norske alkoholprodusentars behov skal verte møtt i møte med internasjonal konkurranse.

Dagens reklameforbod for også merkelege utfall for utelivet. Gamle plakatar og bilete som viser øllogo, vinflaskar som vert nytta som lysestake eller venskap med framtrédande plassering i lokalet kan føre til at skjenkestaden får prikk av skjenkeetaten. Me må kunne skilje mellom reell reklame, som f.eks plakatar påskrivne med "dagens vintilbod" eller "2-for-1 på denne øla" og stemningsbyggande dekor. Vaksne menneskje som går på bar kan fint sjå ein gamal reklameplakat frå Guinness anno 1960 og ein gamal vinflaske med stearinljøs utan at det vert opplevd som reklame. Lokalt vert reklameforbodet i skjenkestader handheva noko ulikt mellom

kommunane, som tilseier at det er eitt lokalt handlingsrom. Og det handlingsrommet bør Stavanger bruke.