



## STAVANGER KOMMUNE

### Bymiljø og utbygging

Juridisk

Helse- og omsorgsdepartementet  
Postboks 8011 Dep

0030 Oslo

Dato: 06.10.2014  
Saksnummer: 14/13817-5  
Journalnummer: 91492/14  
Deres referanse:

### HØRINGSUTTALELSE - UTTALELSE TIL ENDRINGER I ALKOHOLFORSKRIFTENS REKLAMEBESTEMMELSER

Det vises til høringsbrev fra Helse- og omsorgsdepartementet datert 07.07.14, vedrørende forslag til endringer i alkoholforskriftens reklamebestemmelser, med høringsfrist 07.10.14.

Høringsbrevet, sammen med rådmannens kommentarer til dette, er behandlet av Stavanger formannskap i møte 02.10.14, som har gitt sin tilslutning til den uttalelse som følger av dette brev.

Saksframstilling, saksprotokoll og høringsuttalelsen følger vedlagt.

Ove Rødstøl  
juridisk sjef

Bente Mellegård  
juridisk rådgiver

Vedlegg:  
Saksframstilling, saksprotokoll, høringsuttalelse

*Dokumentet er elektronisk godkjent og sendes uten signatur.*

---

**Postadresse**  
Postboks 8001, 4068 Stavanger  
**Besøksadresse**  
Olav Kyrres gate 23

**Telefon** 4005  
postmottak.bmu@stavanger.kommune.no  
www.stavanger.kommune.no  
Org.nr. NO 964 965 226

# Saksframlegg

REFERANSE  
BME-14/13817-2

JOURNALNR.  
83027/14

DATO  
12.09.2014

---

<b>Planlagt behandling i følgende utvalg:</b>	<b>Sak nr.:</b>	<b>Møtedato:</b>	<b>Votering:</b>
---	-----------------	------------------	------------------

---

Stavanger formannskap (AU)  
Stavanger formannskap

## **HØRINGSUTTALELSE - ENDRINGER I ALKOHOLFORSKRIFTENS REKLAMEBESTEMMELSER**

### **Forslag til vedtak:**

Stavanger formannskap gir sin tilslutning til høringsuttalelse om endringer i alkoholforskriftens reklamebestemmelser, vedlagt dette saksframlegget.

## **HØRINGSUTTALELSE - ENDRINGER I ALKOHOLFORSKRIFTENS REKLAMEBESTEMMELSER**

### **Hva saken gjelder**

Stavanger kommune har mottatt høringsnotat datert 07.07.14 vedrørende forslag til endringer i alkoholforskriftens reklamebestemmelser med høringsfrist den 07.10.14.

Endringsforslagene gjelder i hovedsak presiseringer av og noen justeringer i dagens forbud mot alkoholreklame.

### **Rådmannens merknader**

Det fremgår av høringsnotatet at det fortsatt er et mål å opprettholde et strengt og helhetlig forbud mot alkoholreklame i Norge. Bakgrunnen for endringsforslaget er behovet for å klargjøre regelverket, blant annet som følge av den teknologiske utviklingen, samt som følge av behovet for å legge til rette for nøktern forbrukerinformasjon til de forbrukerne som velger å oppsøke slik informasjon.

Rådmannen er i hovedsak positiv til de presiseringene og justeringene som er foreslått av Departementet. Bemerkningene i høringsuttalelsen knytter seg først og fremst til formuleringer og tolkningsspørsmål som kan oppstå.

I høringsuttalelsen har rådmannen først kommet med merknader til endringsforslagene som er relevante for salgs- og skjenkesteder. Deretter er det inntatt et punkt med andre merknader, som gjelder alkoholreklame og saker fra Stavanger fra i sommer, som knytter seg til rekkevidden og forståelsen av alkoholreklameforbudet.

### **Forslag til vedtak:**

Stavanger formannskap gir sin tilslutning til høringsuttalelse om endringer i alkoholforskriftens reklamebestemmelser, vedlagt dette saksframlegget.

Inger Østensjø  
rådmann

Leidulf Skjørestad  
direktør

Bente Mellegård  
saksbehandler

Vedlegg:  
Høringsnotatet fra helse- og omsorgsdepartementet 07.07.14

Dokumentet er elektronisk godkjent og sendes uten signatur.

# Saksprotokoll

## Bymiljø og utbygging

Postadr.: Postboks 8001, 4068 Stavanger  
Besøksadr.: Olav Kyrres gate 23  
Telefon: 4005. Faks:  
E-post: postmottak.bmu@stavanger.kommune.no  
www.stavanger.kommune.no  
Org.nr. NO 964 965 226

REFERANSE  
BME-14/13817-4

JOURNALNR.  
90876/14

DATO  
03.10.2014

---

**Utvalg:** Stavanger formannskap  
**Møtedato:** 02.10.2014  
**Sak:** 225/14

---

**Resultat:** Enstemmig

**Arkivsak:** 14/13817  
**HØRING - ENDRINGER I ALKOHOLFORSKRIFTENS  
REKLAMEBESTEMMELSER**

### Behandling:

John Peter Hernes (H) fremmet følgende alternative forslag på vegne av H, Ap, FrP, V, KrF, Pp, Sp og de uavhengige representantene Hilde Karlsen og Helge Solum Larsen:

Alternativt forslag til 3 siste avsnitt (justert ift rådmannens innstilling):

«Gjennom medieoppslag i Stavanger den senere tid fremgår det at det i bransjen og i store deler av befolkningen, er en manglende forståelse for at reklameforbudet også omfatter gamle plakater, tønner og skilt mm. Denne typen effekter betraktes som "kunst/kultur" og en naturlig del av interiøret, mer enn som alkoholreklame.

Stavanger kommune er enig i at alkoholreklameforbudet må være strengt, men reiser samtidig spørsmålstegn ved hvorvidt forbudet mister noe av sin legitimitet når for eksempel skilt med reklame, for nedlagte bryggerier mm, og som ikke er synlig for andre enn dem som oppsøker en pub, omfattes av forbudet.

Etter Stavanger kommunes syn kan det nå være nyttig og formålstjenlig å foreta en gjennomgang av forståelsen og praktiseringen av forbudet mot alkoholreklame. Kommunens lokale erfaring i senere tid går spesielt på artikler, skilt, effekter og lignende som kan ansees som en del av det faste interiøret inne på utesteder. Stavanger kommune kan gjerne bidra i en eventuell nærmere dialog. Men vår klare oppfatning er at denne delen av reklameforbud er moden for snarlig revisjon.»

**Votering:**

Rådmannens forslag ble enstemmig vedtatt

Fellesforslaget på vegne av H, Ap, FrP, V, KrF, Pp, Sp og de uavhengige representantene Hilde Karlsen og Helge Solum Larsen ble enstemmig vedtatt

**Formannskapet enstemmige vedtak:**

Stavanger formannskap gir sin tilslutning til høringsuttalelse om endringer i alkoholforskriftens reklamebestemmelser, vedlagt dette saksframlegget.

Alternativt forslag til 3 siste avsnitt (justert ift rådmannens innstilling):

Gjennom medieoppslag i Stavanger den senere tid fremgår det at det i bransjen og i store deler av befolkningen, er en manglende forståelse for at reklameforbudet også omfatter gamle plakater, tønner og skilt mm. Denne typen effekter betraktes som "kunst/kultur" og en naturlig del av interiøret, mer enn som alkoholreklame.

Stavanger kommune er enig i at alkoholreklameforbudet må være strengt, men reiser samtidig spørsmålsteget ved hvorvidt forbudet mister noe av sin legitimitet når for eksempel skilt med reklame, for nedlagte bryggerier mm, og som ikke er synlig for andre enn dem som oppsøker en pub, omfattes av forbudet.

Etter Stavanger kommunes syn kan det nå være nyttig og formålstjenlig å foreta en gjennomgang av forståelsen og praktiseringen av forbudet mot alkoholreklame. Kommunens lokale erfaring i senere tid går spesielt på artikler, skilt, effekter og lignende som kan ansees som en del av det faste interiøret inne på utesteder. Stavanger kommune kan gjerne bidra i en eventuell nærmere dialog. Men vår klare oppfatning er at denne delen av reklameforbud er moden for snarlig revisjon.

Dokumentet er elektronisk godkjent og sendes uten signatur.

## Høringsuttalelse fra Stavanger kommune

Stavanger kommune takker for mottatt høringsnotat datert 07.07.14, vedrørende forslag til endringer i alkoholforskriftens reklamebestemmelser med høringsfrist den 07.10.14. Vi vil med dette komme med følgende uttalelse til foreslåtte endringer:

### **Høringsnotatet pkt. 4: Begrepet «markedsføringsøyemed»**

Det er to grunnleggende forutsetninger for at det skal foreligge reklame i alkohollovens forstand. Det ene kravet er at den aktuelle informasjonen må være massekommunikasjon, og det andre kravet er at det må foreligge markedsføringsøyemed bak denne informasjonen. Det kravet som i praksis reiser flest fortolkningsproblemer og usikkerhet, er om det foreligger markedsføringsøyemed.

Departementet foreslår at det tas inn et nytt annet ledd i alkoholforskriften § 14-2 som definerer hva som ligger i begrepet «markedsføringsøyemed», herunder at det angis noen vurderingsmomenter.

Stavanger kommune er positiv til at begrepet «markedsføringsøyemed» presiseres og at det angis vurderingsmomenter i forskriftsbestemmelsen. Dette vil kunne bidra til at det i de enkelte tilfellene blir gjort en konkret vurdering basert på flere forhold som kan være av betydning for å kunne ta stilling til om man står overfor lovlig informasjon eller ulovlig alkoholreklame. Ved å innta dette i forskriftsbestemmelse, vil man også kunne få en mer ensartet forståelse av begrepet i de ulike kommunene. Stavanger kommune mener at ordlyden bør være formulert slik at oppregningen av vurderingsmomentene ikke er uttømmende, men veiledende, og at det vises til at det må gjøres en konkret vurdering i den enkelte sak.

### **Høringsnotatet pkt. 5.1 og 5.2: Generell omtale og generelle bilder av alkohol**

I praksis har nøytern, ikke produktspesifikk informasjon fra bransjeaktører om for eksempel ulike typer alkoholholdig drikk, råvarer, tilvirkning, oppbevaring, bruksområder, hvilken mat ulike typer drikkevarer passer til, servering mv. blitt ansett å falle utenfor reklameforbudet. Denne praksisen er ifølge departementet ikke godt nok forankret i regelverket.

Når det gjelder generelle bilder av alkoholholdig drikk, eksempelvis et bilde av et vinglass med mørkerødt innhold, har det vært klar og sikker rett at dette rammes av reklameforbudet dersom øvrige vilkår er innfridd (massekommunikasjon i markedsføringsøyemed).

Departementet foreslår at det i alkoholforskriften § 14-3 nr. 10 åpnes opp for at det fra bransjeaktører i massekommunikasjonskanaler som forbruker selv oppsøker, kan gis nøyterne, ikke produktspesifikke, faktaopplysninger om alkoholholdig drikk, herunder nøyterne, ikke produktspesifikke, bilder av alkoholholdig drikk.

Stavanger kommune er positiv til at forbrukerne kan få tilgang til informasjon om alkoholholdige produkter, forutsatt at informasjonen er nøytral og nøytern utformet, og at det kun skjer i kanaler/steder som forbruker selv velger å oppsøke. Stavanger kommune stiller imidlertid spørsmål ved om den tolkningstilstand som kan oppstå er tilstrekkelig vurdert, herunder hva som regnes som «nøytern» informasjon og bilder, hvem som omfattes av «bransjeaktører» og hva som menes med «massekommunikasjonskanaler». Det kan også være grunn til å frykte at informasjonen i praksis ikke begrenses til kanaler som forbruker selv oppsøker, slik at også andre ufrivillig blir eksponert for denne type informasjon, eksempel gjennom linking til sosiale medier.

Stavanger kommune mener videre at det vil kunne oppstå utfordringer med tanke på håndhevelsen/kontrollen av denne bestemmelsen, og at reklameforbudet i praksis vil kunne omgås som følge av et for omfattende kontrollområde.

## **Høringsnotatet pkt. 6.2: Produktopplysninger om alkoholholdig drikk fra salgs- og skjenkesteder**

Pris- og produktopplysninger massekommunisert av og på salgs- og skjenkesteder er i utgangspunktet å anse som reklame. Pris- og produktopplysninger som er nødvendige for å gjennomføre salget, gis imidlertid i dag på salgs- og skjenkesteder uten at dette har vært ansett å være i strid med reklameforbudet. I følge departementet går det ikke klart fram hva som er årsaken til at det ikke er fastsatt unntak i regelverket for produkt- og prisopplysninger på salgs- og skjenkesteder.

Departementet foreslår at det kan gis nøkterne produkt- og prisopplysninger på salgs- og skjenkesteder, og at dette hjemles i alkoholforskriften § 14-3 nr. 11.

Stavanger kommune er positiv til at regelverket blir klarere på dette punktet, og at regelverket bringes i samsvar med etablert praksis. Det vil også være i samsvar med forbrukers forventning om informasjon til varen. Stavanger kommune bemerker at det kan oppstå tolkningsspørsmål i vurderingen av hva som er «nøktern» produktopplysning, og når det gjelder hvor det vil være tillatt å plassere informasjonen på skjenkesteder. Stavanger kommune foreslår at begrepet «nøkternt» presiseres i helsedirektoratets veileder.

## **Høringsnotatet pkt. 6.3: Produkt- og prisopplysninger i nettbutikker - særlig om bruk av bilder**

Departementet foreslår at det i alkoholforskriften § 14-3 nr. 8 åpnes opp for at det kan legges ut nøkterne produktbilder av alkoholholdig drikk i nettbutikker med rett til nettsalg av alkohol.

Stavanger kommune mener at det bør være like betingelser for aktørene i detaljistledet i forhold til å kunne vise til bilder av alkoholproduktene. Stavanger kommune kan ikke se at det skal være grunnlag for å stille strengere krav til Vinmonopolet enn til andre bevillingshavere som har bevilling til nettsalg. De som bor i kommuner uten vinmonopolutsalg, vil først kunne få et likt tilbud som de som fysisk kan oppsøke et vinmonopol, dersom det legges ut bilder av produktene i vinmonopolets nettbutikk. Stavanger kommune mener at det er viktig at det bare er nøkterne bilder som tillates. Det kan imidlertid bli en utfordring i forhold til hvordan «nøktern» tolkes av de ulike aktørene, og begrepet bør derfor presiseres nærmere i veilederen.

## **Høringsnotatet pkt. 6.4: Annonser for salgs- og skjenkestedet**

Etter alkoholforskriften § 14-3 nr. 3 er «annonser» om salgssted eller skjenkested med informasjon om stedets navn, adresse og åpningstider samt bevillingsrettigheter unntatt fra reklameforbudet. Departementet mener at ordet «annonse» ikke er dekkende for salgs- og skjenkesteders hjemmesider. Departementet foreslår derfor at det i alkoholforskriften § 14-3 nr. 3 presiseres at retten til å annonsere for salgssted også gjelder nettsalgssted, i tillegg til at det inntas i bestemmelsen at den informasjonen som kan gis i annonse, også kan gis på salgs- og skjenkesteders egne nettsider.

Stavanger kommune er positiv til at dette presiseres i forskriftsbestemmelsen, slik at det ikke lenger kan reises tvil om slik informasjon på nettsalgssteder og hjemmesider er lovlig. Ved en slik presisering får man også samsvar mellom praksis og regelverket.

## **Høringsnotatet pkt. 6.5 og 6.6: Produkt- og prisopplysninger på skjenkestedets hjemmeside**

Pris- og produktopplysninger om alkoholholdig drikk på salgs- og skjenkestedenes hjemmeside vil normalt anses som alkoholreklame. Etter gjeldende rett er det derfor ikke tillatt å publisere barmeny/vinkart/ølliste på egne hjemmesider. De samme begrensninger gjelder salgs- og skjenkestedenes profilering i sosiale medier.

Departementet foreslår at det i alkoholforskriften § 14-3 nr. 12 åpnes opp for at det kan gis nøkterne, ikke produktspesifikke, faktaopplysninger om alkoholholdig drikk på salgs- og skjenkesteders



hjemmesider, så fremt dette er en del av en fullstendig oversikt over produktene som omsettes på stedet.

Etter Stavanger kommunes oppfatning kan forbrukerhensyn tale for at slik informasjon tillates lagt ut på skjenkesteders hjemmeside, under forutsetning av at det er nøktern informasjon som legges ut. Stavanger kommune er positiv til at forslaget er begrenset til skjenkesteders hjemmeside, og at det ikke åpnes for slik informasjon i sosiale medier, hvor informasjonen lett vil kunne spres til personer som ikke aktivt oppsøker denne. Etter Stavanger kommunes syn vil spørsmålet om hva som er nøkterne produktspesifikke produktopplysninger imidlertid være gjenstand for tolkningstvil og medføre utfordringer for kontrollmyndigheten.

### **Høringsnotatet pkt. 8.3: Bruk av alkoholholdig drikk i reklame for andre varer og tjenester**

Etter alkoholloven § 9-2 første ledd tredje punktum er det ulovlig å la alkoholholdig drikk eller varer med samme kjennetegn som alkoholholdig drikk inngå i reklame for andre varer og tjenester. Dette kan eksempelvis være snakk om gavepakker og andre produkter og arrangementer som inkluderer alkoholholdig drikk, som «fem retters middag inkl. vinmeny».

Departementet foreslår at det i alkoholforskriften § 14-3 nr. 15 åpnes opp for reklame for «produktpakker» hvor alkoholholdig drikk og lignende inngår som en mindre del av en pakke sammen med ikke alkoholrelaterte varer eller tjenester, forutsatt at opplysningen om produktpakken vil bli klart ufullstendig dersom det ikke opplyses at alkoholholdig drikk er en del av pakken.

Etter Stavanger kommunes oppfatning vil dette kunne reise flere tolkningsspørsmål, og det kan bli vanskelig å trekke grensen mellom hva som vil være lovlig og ulovlig alkoholreklame. Bestemmelsen vil dermed kunne åpne for alkoholreklame i strid med hva som er tiltenkt.

### **Høringsnotatet pkt. 9.2: Messer, festivaler, omvisninger, kurs og foredrag**

Departementet foreslår i alkoholforskriften § 14-3 nr. 16 at det skal tillates at produsenter og grossister kan informere om sine produkter på messer, festivaler, omvisninger, kurs og foredrag.

Stavanger kommune er enig i at det av hensyn til forbrukerinteressene bør åpnes opp for at det kan gis direkte informasjon fra produsenter på messer, festivaler o.l., under forutsetning av at informasjonen ikke spres til personer som bevisst ikke oppsøker slik informasjon, og ellers på strenge vilkår. Når det gjelder kurs og foredrag om alkoholholdig drikk, så bør det ikke være strengere regler her enn for messer o.l. Stavanger kommune er derfor enig i at messer, festivaler, kurs o.l. bør kunne markedsføres på en nøktern utformet måte med vekt på nødvendig informasjon, og under forutsetning av at bestemte produkter/merker ikke profileres.

## **Oppsummering**

Stavanger kommune er positiv til flere av endringsforslagene, men vil presisere at enkelte av forslagene vil kunne gjøre det vanskeligere for kommunen å håndheve alkoholloven fordi det kan kreve flere kontroller og større arbeidsmengde. I tillegg vil det kunne kreve ytterligere ressurser til kontroll og saksbehandling. For å unngå tolkningstvil, bør de ulike begrepene, herunder «nøktern», defineres enten i forskriftsbestemmelsen eller i helsedirektoratets veileder.

Et alternativ kan også være å la kommunene få større selvbestemmelsesrett, ved at de får myndighet til fastlegge tolkningen selv. Dette vil imidlertid kunne føre til store tolkningsforskjeller i de enkelte kommuner.

## Andre merknader

Høringsnotatet som er sendt ut omhandler ikke endringer i det generelle alkoholreklameforbudet. Som svar på spørsmål fra Solberg i Stortingets spørretime uttalte Helse- og omsorgsministeren følgende den 24.06.14;

*«En utvidelse av muligheten for å bruke reklameeffekter på utesteder er derfor ikke vurdert i høringsnotatet, men jeg vil se på dette dersom høringsrunden viser at det også er behov for endringer som spørsmålsstiller her tar opp».*

Foranlediget av dette, benytter Stavanger kommune anledningen til å gjøre oppmerksom på at en i sommer har hatt flere saker som nettopp dreier seg om rekkevidden og forståelsen av reklameforbudet.

Alkoholloven § 9-1 oppstiller som kjent et forbud mot all alkoholreklame. Forskrift om alkoholreklame 2005-06-08-538 har i § 14-2 definert reklame som:

*«.. enhver form for massekommunikasjon i markedsføringsøyemed, herunder reklame i trykt skrift, film, radio, fjernsyn, telefonnett, datanettverk, lysreklame, plakater, skilt og lignende innretninger, avbildninger, utstillinger og liknende, distribusjon av trykksaker, vareprøver mv».*

Med en slik vidtgående definisjon vil også gamle skilt og plakater omfattes av alkoholreklameforbudet. Helsedirektoratet har fått delegert kompetanse til å fravike forbudet i det enkelte tilfellet «når særlige grunner foreligger», jf. alkoholforskriften § 14-5, men praktiserer så vidt forstås unntaksbestemmelsen svært strengt.

Gjennom medieoppslag i Stavanger den senere tid fremgår det at det i bransjen er en manglende forståelse for at reklameforbudet også omfatte gamle plakater, tønner og skilt. Denne type effekter betraktes av flere som «kultur» enn som alkoholreklame.

Stavanger kommune er enig i at alkoholreklameforbudet må være strengt, men reiser samtidig spørsmålstegn ved hvorvidt forbudet mister noe av sin legitimitet når for eksempel skilt med reklame for nedlagte bryggerier omfattes av forbudet.

Etter Stavanger kommunes syn kan det nå være nyttig og formålstjenelig å foreta en gjennomgang av forståelsen og praktiseringen av forbudet mot alkoholreklame. Stavanger kommune kan gjerne bidra i en eventuell høringsprosess.