

HØRINGSSAK: ENDRINGER I ALKOHOLLOVEN M.M.

I høringsnotatets innledende kapittel presenteres et epidemiologisk bilde. Det bør kanskje ytterligere understrekes at det har skjedd en nesten dobling av alkoholforbruket i ungdomsgruppen 15 - 20 år i tidsperioden 1995 til 2003,- faktisk en dramatisk økning fra 2002-2003 på grunn av rusbrusen, bl.a. (Sirus, 2004-rapport). Det er lettere enn noen gang for ungdom under 18 å få tak i alkohol, noe som understreker betydningen av en innstramning og håndhevelse av aldersgrense.

De foreslåtte endringene i loven innebærer større fleksibilitet for kommunene, noe som kanskje er spesielt viktig for å stoppe de useriøse på markedet, stråmenn som dukker opp i nye eierkonstellasjoner, ikke alltid med plettfri vandel. En vurdering ut fra "helhetsprinsippet" er et viktig skritt. Fakultetet er tvilende til forslaget om muligheten for å stille etterfølgende vilkår.

Fakultetet stiller seg positiv til de foreslåtte forenklingene av bevillingssystemet. I lys av tilgjengeligheten av nye typer alkoholprodukter på markedet, er det fakultetets oppfatning at en ny inndeling av alkoholholdige drikker i 3 grupper etter alkoholinnhold (under 4.8 volumprosent alkohol, under 22 volumprosent og over 22 volumprosent) heller enn alkoholtype (øl, vin brennevin) er fornuftig. Imidlertid vil den nye inndelingen sannsynligvis få liten betydning for skjenking.

Det er også vanskelig å se at forslaget om at aldersgrensen for salg av alkohol med lavere enn 22 volumprosent alkohol skal settes til 18 år, og til 20 år for alkohol over 22 volumprosent vil føre til vesentlige endringer i forhold til dagens situasjon. Imidlertid har ikke departementet fremført sterke argumenter for hvorfor loven ikke bør endres i samsvar med den svenske aldersgrensen på 20 år for salg av all alkoholholdig drikk over den minste volumprosenten. Argumentene som fremføres er bare at dette er "et unødvendig strengt tiltak" som er "for vidtrekkende". Dersom en faktisk ønsker å begrense ungdoms tilgang til alkohol, ville en strengere aldersgrense antageligvis være effektivt, særlig overfor yngre ungdommer. Vanligste alkoholkilde for ungdom er ofte at eldre ungdom kjøper for dem på butikken, evt. vin på Vinmonopolet. Betydningen av denne kilden vil sannsynligvis bli begrenset jo høyere aldersgrensen er. På den annen side er myndighetsalderen i Norge 18 år, og det er derfor i utgangspunktet vanskelig å sette en høyere aldersgrense enn 18 år på salg og servering av produkter som er tillatt for voksne.

Kapittel 5 tar opp reklameforbudet. Selv om det ikke er klare forskningsmessig belegg for sammenheng til totalforbruk i befolkningen (det norske forbruket har faktisk gått opp siden forbudet ble innført, men her må det kontrolleres for internasjonale trender), vil en åpning for delvis reklame kunne ha en negativ virkning i Norge. Unntak bør gjøres for gourmet-blader og lignende der alkoholholden inngår i en naturlig helhet. Barn og ungdom i Norge bombarderes av alkoholreklame, både direkte og indirekte, gjennom internasjonale TV-stasjoner. En trenger derfor ikke muligheten for ytterligere markedsføring. Det er også viktig å være klar over den alkoholutjevningen som skjer i et europeisk perspektiv- i syd drikker man mindre og i nord mer, basert på årlig totalkonsum. En del europeiske land er mer bevisst reklamens negative innvirkning, noe som også gjelder på røykeområdet. Med andre ord: selv om det stilles juridiske spørsmål om reklameforbud/-restriksjoner i de nordiske land fra EU-hold, så er man i mange land blitt mer reflektert omkring de negative effektene, jfr. forbud mot brennevinsreklame etc.

Alt i alt synes de foreslåtte endringene å utgjøre en fornuftig tilpasning til internasjonale bestemmelser, som i liten grad kan forventes å føre til økt tilgang og konsum av alkohol i Norge.