Moderaterna

FÖRSLAG TILL BESLUT
2024-09-24

TN 2024-0738

Trafiknämnden
Ärende 22

Yttrande över motion 2024:26 av Kristoffer Tamsons (M) och Christer Mattsson (M) om avskaffandet av överförmynderi och moralpanik

Vi tackar trafikförvaltningen för deras yttrande över motionen, men ser anledning att bemöta vissa av de framförda argumenten och tydliggöra varför vi anser att motionen bör bifallas.

Trafikförvaltningen hänvisar till alkohollagen och diverse branschöverenskommelser som argument för att reklam för alkoholhaltiga drycker är förbjuden i SL:s miljöer. Det är korrekt att reklamen måste följa dessa regelverk. Dock innebär det inte att möjligheten till alkoholreklam helt är utesluten. Alkohollagen tillåter reklam för drycker med en alkoholhalt på upp till 15 % under förutsättning att marknadsföringen sker med måttfullhet och inte riktas mot minderåriga. Många av de reklambudskap som idag finns tillgängliga i andra offentliga miljöer följer dessa riktlinjer.

Moderaterna anser att SL bör uppdatera sin reklampolicy för att tillåta denna typ av alkoholreklam, på samma sätt som det redan är möjligt i andra delar av samhället, exempelvis på biografer, i tidningar och online. Förslaget handlar inte om att kringgå lagen, utan om att öppna upp för möjligheter som redan är, eller kan komma att bli, lagliga och fullt möjliga att förena med trafikförvaltningens verksamhet.

Trafikförvaltningen menar att den ekonomiska potentialen av alkoholreklam är osäker. Vi vill dock betona att i ett ekonomiskt läge där SL förväntar sig ett underskott på över 1,3 miljarder kronor för 2025, måste alla intäktsmöjligheter övervägas. En mer tillåtande reklampolicy som omfattar reklam för alkoholhaltiga drycker kan ge SL ytterligare intäkter och därigenom bidra till att minska underskottet och förbättra SL finansiella situation.

Det viktigt att komma ihåg att reklammarknaden är konkurrensutsatt och dynamisk. Efterfrågan på reklamutrymme är stor, och alkoholreklam är en del av denna marknad. Genom att öppna upp för fler annonsörer, som redan är verksamma i andra delar av samhället, ökar SL möjligheten att höja värdet på sina annonsplatser och därmed också öka intäkterna från reklamkontrakten.

Trafikförvaltningen lyfter fram att alkoholreklam skulle gå emot regionens arbete med att förebygga alkoholrelaterade sjukdomar. Vi delar uppfattningen att folkhälsan är en central fråga, men vi menar att denna typ av argumentation riskerar att överdriva faran med måttfull och reglerad

alkoholreklam. Reklam är inte den främsta drivkraften bakom missbruk eller ohälsa. Dessutom finns redan starka regleringar för hur alkoholreklam får se ut och var den får placeras. Genom att införa klara regler för hur reklamen kan utformas inom SL:s verksamhet, kan vi säkerställa att den sker på ett sätt som är ansvarsfullt och anpassat till regionens folkhälsomål.

Vi anser att motionens förslag är i linje med en modern och tillåtande reklampolicy kan bidra till både bättre upplysning och stärkta intäkter för SL. Vi står fast vid att människor har förmågan att göra egna, informerade val och inte behöver skyddas från reklam som redan regleras noggrant av lagar och överenskommelser.

Mot bakgrund av ovanstående yrkar vi bifall till motionen.