

Ministeriet for Sundhed og Forebyggelse

Enhed: Primær Sundhed
Sagsbeh.: SUMBBM
Sags nr.: 1208699
Dok. Nr.: 1092876
Dato: 12. december 2012

Høringsnotat til Folketingets Sundheds- og Forebyggelsesudvalget vedr. forslag til lov om ændring af lov om forbud mod salg af tobak og alkohol til personer under 18 år og lov om forbud mod tobaksreklame m.v.

1. Modtagne hørings svar

Ministeriet for Sundhed og Forebyggelse har modtaget hørings svar fra følgende organer, organisationer og foreninger:

Alkohol og samfund, British American Tobacco Denmark, Bryggeriforeningen, Børnerådet, Dansk Arbejdsgiverforening (DA), Danske Regioner, Dansk Center vedr. Alkoholisme og andre Afhængighedssygdomme (DCAA), Dansk Erhverv, Dansk Supermarked A/S, Dansk Sygeplejeråd, De Samvirkende Købmænd, Forbrugero mbudsmanden, Lægeforeningen, God Alkoholkultur (GODA), Hotel – Restaurant & Turisterhvervet (HORESTA), Komiteen for Sundhedsoplysning, KL, Danmarks Lungeforening, Hjerteforeningen og Kræftens Bekæmpelse, Nærbutikkernes Landsforening, Phillip Morris ApS, Skole % Samfund, Vin og Spiritusorganisationen i Danmark og Tobaksindustrien.

Fra følgende organer, organisationer og foreninger, der har været hørt, er der ikke modtaget hørings svar:

Blå Kors Danmark, BUPL, Coop Danmark, Danisco Distillers, Dansk Ungdoms Fællesråd (DUF), DSB, Forbrugerrådet, Foreningen af Socialchefer, HK-Handel, KFUM's Sociale Arbejde i Danmark, Landsforeningen Lænken, Red Barnet og Rigspolitichefen.

2. Bemærkninger til de enkelte dele af lovforslaget

2.1 Skærpelse af reglerne vedr. forbud mod salg af tobak og alkohol til personer under 18 år

Stort set alle hørings svar udtrykker opbakning til lovforslagets formål om en bedre håndhævelse af lov om forbud mod salg af tobak og alkohol til personer under 18 år.

En lang række hørings svar finder, at lovforslaget er et skridt i den rigtige retning i forhold til at beskytte børn og unge mod de sundhedsskadelige konsekvenser ved rygning og indtagelse af alkohol. Flere hørings svar, herunder særligt fra sygdomsbekæmpende og sundhedsfremmende foreninger, ønsker imidlertid et mere vidtgående lovforslag, idet de finder, at lovforslaget er udtryk for gode, men utilstrækkelige tiltag.

Kun enkelte hørings svar (brancheorganisationer) finder, at ansvaret for lovens håndhævelse primært bør placeres hos de unge selv og deres forældre, at de gældende regler og straffebestemmelser er tilstrækkelige, og at en skærpelse af reglerne for håndhævelse er unødvendig og/eller for vidtgående.

2.2. Forbud mod tobaksreklame på internettet for specialbutikker

Flere hørings svar ser positivt på, eller tager til efterretning, at adgangen til at reklamere på internettet for salgssteder, der har specialiseret i salg af piber, pibetobak og cigarer, ophæves.

3. Generelle bemærkninger til de enkelte dele af lovforslaget

I det følgende foretages en gennemgang af de i hørings svarene generelle bemærkninger til de enkelte dele af lovforslaget og dets bemærkninger. Kommentarer til ændringsforslagene er *kursiverede*.

3.1 Skærpelse af reglerne vedr. forbud mod salg af tobak og alkohol til personer under 18 år

Lovens formål

Dansk Erhverv anerkender, at detailhandlen kan besværliggøre de unges adgang til alkohol, men mener ikke, at detailhandlen kan hindre indtaget. Dansk Erhverv påpeger, at forbuddet mod salg af tobak og alkohol til unge under 18 år ikke udgør den væsentligste barriere for unges indtag af tobak og alkohol. Ifølge Dansk Erhverv afgøres de unges indtag og brug af tobak og alkohol i langt højere grad af andre faktorer, f.eks. forældrenes holdning til de unges forbrug og tilgængeligheden i private hjem. Ansvar for de unges adfærd påhviler, ifølge Dansk Erhverv, først og fremmest de unge selv og forældrene, der bør tage ansvar for unges brug af nydelsesmidler.

Omvendt anfører Bryggerforeningen, at ESPAD-undersøgelsen ((European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs) og skolebørnsundersøgelsen viser, at unge i dag debuterer senere med alkohol og drikker mindre end for blot få år siden. Ifølge Bryggerforeningen vil en skærpelse af reglerne for håndhævelsen af de gældende aldersgrænser for salg af tobak og alkohol kunne medvirke til fortsat udskydelse af de unges alkoholdebut og begrænsning af de unges alkoholforbrug, herunder særligt deres forbrug af stærk alkohol.

Kommentar

Bemærkningerne har ikke givet anledning til ændringer.

Aldersgrænser

Børnerådet, God Alkoholkultur (GODA), Komiteen for Sundhedsoplysning, Lægeforeningen og Vin og Spiritus Organisationen i Danmark foreslår yderligere stramning for salg af alkohol, således at alle former for alkoholholdige produkter (med en alkoholvolumenprocent på 1,2 eller derover) kun må sælges til personer på 18 år og derover.

Lægeforeningen oplyser, at en ensartet aldersgrænse på 18 år understøttes af Forebyggelseskommissionens anbefaling. Ifølge God Alkoholkultur (GODA) og Komiteen for Sundhedsoplysning vil en ensartet aldersgrænse for salg af alkohol, uanset alkoholvolumenprocent, være lettere at håndhæve for butikkerne, da tobak og alle typer af alkohol derved kan sælges til unge 18 år.

Videre finder Vin og Spiritus Organisationen i Danmark, God Alkoholkultur (GODA) og Komiteen for Sundhedsoplysning, at en ensartet aldersgrænse for alkohol vil sikre entydig kommunikation over for børn og unge, herunder om at det er usundt

at drikke. Komiteen for Sundhedsoplysning finder endvidere, at en aldersgrænse på 18 år for alle typer alkohol vil understøtte en udskydelse af unges alkoholdebut og reducere antallet af helt unge, der pga. alkoholindtagelse er udsat for konflikter, slagsmål, ulykker og andre utilsigtede hændelser i festmiljøer.

Vin og Spiritus Organisationen i Danmark peger på, at der er dokumentation for, at en aldersdifferentiering generelt er ineffektivt og problematisk, bl.a. fordi det medfører substitution i retning af de alkoholtyper, der ikke pålægges restriktioner, og som dermed er lettere tilgængelig, og fordi man sender et signal til unge om, at alkoholtipe svarende til en guldøls alkoholvolumenprocent, er uproblematisk.

Videre peger Vin og Spiritus Organisationen i Danmark på, at der er dokumentation for, at øl er den foretrukne alkoholholdige drikkevarer blandt unge i 35 europæiske lande, herunder i Danmark. God Alkoholkultur (GODA) anfører, at uanset produkttypen, så påvirker alkohol kroppen på samme måde, og man får samme virkning af en genstand, hvad enten det drejer sig om øl, cider, RTD, vin eller spiritus. Den nuværende aldersgrænse forhindrer derved ikke, at unge under 18 år drikker sig berusede, og God Alkoholkultur (GODA) henviser i forlængelse heraf til, at de fortsatte differentierede aldersgrænser kun vil omfatte en lille del af de unge, som indtager store mængder alkohol (dvs. dem, der har drukket alkohol 6 gange eller flere i løbet af den sidste måned).

Lægeforeningen og God Alkoholkultur (GODA) anfører, at en ensartet aldersgrænse for salg af alkohol vil bringe Danmarks alkoholpolitik på linje med flertallet af de europæiske lande. Vin og Spiritus Organisationen i Danmark oplyser, at Danmark med en differentieret aldersgrænse går imod tendenserne i det øvrige Europa, hvor man generelt går væk fra aldersdifferentiering, herunder at Frankrig i 2009 hævede aldersgrænsen for alle alkoholtyper til 18 år, fordi differentierede aldersgrænser var for svær at håndhæve, for svær for forbrugerne at forstå og ud fra det basale argument, at alkohol er alkohol. Vin og Spiritus Organisationen i Danmark ser ensartede aldersgrænser som et alternativ til skærpede bødestrafte, jf. afsnittet om bødestørrelser nedenfor.

Omvendt støtter Bryggeriforeningen, at de differentierede aldersgrænser for salg af alkohol til unge mellem 16 og 18 år fastholdes, idet foreningen finder det relevant at skelne mellem drikkevarer med lav og høj alkoholvolumenprocent. Bryggeriforeningen støtter således, at unge mellem 16 og 18 år kan købe alkohol med et lave alkoholindhold, da det er foreningens opfattelse, at det er bedre at debutere med f.eks. øl end stærk alkohol i form af spiritus. Bryggeriforeningen oplyser, at lavalkoholholdige drikkevarer som øl har større volumen pr. genstand, hvilket giver en naturlig begrænsning for indtaget.

Kommentar

Bemærkninger og forslag har ikke givet anledning til ændringer.

Fotolegitimation

Dansk Erhverv, De Samvirkende Købmænd og Nærbutikkernes Landsforbund finder, at der er behov for et gratis billedlegitimationskort, som vil kunne lette detailhandlens håndtering af de fastsatte aldersgrænser betydeligt, og dermed vil kunne bidrage til øget håndhævelse. Dansk Erhverv finder det svært for sine medlemmer i detailhandlen at håndtere de mange forskellige aldersgrænser, herunder

også på andre produktkategorier uden et billedlegitimationskort. Dansk Erhverv, De Samvirkende Købmænd og Nærbutikkernes Landsforbund ønsker, at det offentlige udleverer et gratis legitimationskort til alle unge fra det fyldte 16 år, og ikke kun som i dag at stille erhvervelse af billedlegitimation til rådighed for de unge. De Samvirkende Købmænd foreslår, at det f.eks. kan være i form af et sygesikringskort med foto.

Videre finder De Samvirkende Købmænd, et gratis fotolegitimation til alle unge vil gøre fremvisning af fotolegitimation så naturligt i butikkerne, som det er for alle passager at vise billet/kort til kontrolpersonalet i tog, busser m.v., hvilket vil lette ekspeditionen og sikre personalets arbejdsmiljø.

Dansk Erhverv og De Samvirkende Købmænd beklager, at deres ønske - som også tidligere har været fremsat - fortsat ikke imødekommes.

Kommentar

Bemærkninger og forslag har ikke givet anledning til ændringer. Det er butiksindehaveren, restauratøren, hotelværtten, kantineindehaveren m.v., der har ansvaret for, at der ikke sælges tobak og alkoholholdige drikkevarer til personer, der ikke opfylder de gældende aldersgrænser. Det bemærkes, at § 1, stk. 1, i bekendtgørelse nr. 532 af 13. juni 2004 om udstedelse af legitimationskort til personer på 16 år, fastsætter, at personer på 16 år og derover kan få udstedt legitimationskort med foto af opholdskommunen. I medfør af bekendtgørelsens § 1, stk. 2, kan kommunen opkræve et gebyr på højst 150 kr. for udstedelsen af legitimationskortet.

Købsforbud

Nærbutikkernes Landsforbund finder, at det bør være de unge selv, der har ansvaret for at overholde de gældende aldersgrænser, og ikke den - forudsætningsløse – erhvervsdrivende. Dansk Erhverv, De Samvirkende Købmænd og Vin og Spiritus Organisationen i Danmark foreslår at supplere det nuværende salgsforbud med et købsforbud for unge. Dansk Erhverv foreslår et købsforbud for unge, der ikke opfylder aldersgrænserne. De Samvirkende Købmænd foreslår et købsforbud for de 15 – 17 årige.

Dansk Erhverv og De Samvirkende Købmænd finder, at indførelsen af et købsforbud vil medføre adfærdsændring på købersiden, og alt andet lige medføre færre forsøg på omgåelses af salgsforbuddet fra de yngste kunders side. De Samvirkende Købmænd anfører, at bødestørrelserne kan differentieres, således at de unge tildeles lavere bøder, f.eks. på kr. 700 svarende til at cykle uden lys.

Kommentar

Forslaget er ikke imødekommet. I dag strafbelægges butiksindehaveren, restauratøren, hotelværtten, kantineindehaveren m.v. med bøde for overtrædelse af salgsforbuddet. Dvs. at strafsubjektet er dem, der har en økonomisk gevinst ved salg.

Kontrol/tilsyn

De Samvirkende Købmænd finder, at det bliver vanskeligt at opnå en bedre håndhævelse af reglerne for salg af alkohol og tobak, hvis de kontrolmæssige opgaver forudsættes løst inden for bestående ressourcemæssige rammer. Dansk Center vedr. Alkoholisme og andre Afhængighedssygdomme (DCAA) anbefaler, at myndighederne løbende kontrollerer, at loven overholdes, mens Vin og Spiritus Orga-

nisationen i Danmark også peger på øget kontrol som en mulighed. De Samvirkende Købmænd finder, der er behov for at egentlige kontrolkampagner, gerne i butikker, placeret tæt ved folkeskoler.

Alkohol & Samfund og Danmarks Lungeforening, Hjerteforeningen og Kræftens Bekæmpelse finder, at regler for billedlegitimation, skiltning og højere bødestrafte er rigtige, men utilstrækkelige tiltag, idet der henvises til, at der er international dokumentation for, at aldersgrænser for køb af tobak har effekt, når det understøttes af en effektiv og systematisk håndhævelse af loven. Alkohol & Samfund foreslår, at det overvejes at tillægge kommunerne at kontrollere overholdelsen af loven som det er tilfældet i Holland.

Kommentar

Bemærkninger og forslag har ikke givet anledning til ændringer.

Evaluering

Alkohol & Samfund og Danmarks Lungeforening, Hjerteforeningen og Kræftens Bekæmpelse anbefaler, at regeringen evaluerer og dokumenterer effekten af de skærpede tiltag senest ét år efter lovens indførelse, idet en evaluering efterfølgende vil kunne danne grundlag for en vurdering af, om andre initiativer vil være nødvendige for at støtte op om håndhævelsen af lovgivningen.

Kommentar

Lovforslaget har til formål at sikre en styrket håndhævelse af lov om forbud mod salg af tobak og alkohol til personer under 18 år, og lovens håndhævelse vil blive fulgt løbende.

Udstedelse af licens til butikssalg af tobak og alkohol

Dansk Center vedr. Alkoholisme og andre Afhængighedssygdomme (DCAA) og Danmarks Lungeforening, Hjerteforeningen og Kræftens Bekæmpelse mener, at loven bør indeholde en hjemmel til at fratage butiksejerne retten til salg af tobak og alkohol ved gentagne overtrædelser af de gældende regler, f.eks. igennem udstedelse af en licens, der kan fratages. En udstedelse af en licens til salg kan også bruges i andre sammenhænge, f.eks. i forbindelse med overtrædelse af lov om forbud mod tobaksreklame m.v., salg af ulovlige produkter og en begrænsning i forhold til antallet af salgssteder og – tidspunkter. Alkohol & Samfund finder, at det i den forbindelse med den af Alkohol & Samfunds foreslåede evaluering af loven, jf. ovenfor, vil kunne overvejes, om der i loven burde være en sådan hjemmel.

Børnerådet foreslår, at butikker kan få frataget alkoholbevilling ved gentagne overtrædelser af reglerne.

Kommentar

Forslagene er ikke imødekommet.

3.2. Forbud mod tobaksreklame på internettet for specialbutikker

Forbud mod tobaksreklame for alle former for digitale medier

Danmarks Lungeforening, Hjerteforeningen og Kræftens Bekæmpelse anbefaler, at det eksplicit bør fremgå af loven, at forbuddet mod tobaksreklame gælder alle former for digitale medier, idet de tre sygdomsbekæmpende foreninger henviser til,

at mobiltelefoner spiller en væsentlig rolle i forbindelse med formidling af reklamer blandt andet i form af app's og sms'er.

Kommentar

Forslaget har ikke givet anledning til ændringer. Det bemærkes, at alle former for tobaksreklame er forbudt i medfør af § 3, stk. 1, i lov om tobaksreklame m.v. med de få undtagelser, der er nævnt i lovens § 3, stk. 2, nr. 1-6. Dette generelle forbud mod tobaksreklame gælder alle medier, herunder også digitale medier

4. Konkrete ændringsforslag til lovforslaget

I det følgende foretages en gennemgang af de i høringssvarene konkrete bemærkninger og indeholdte forslag til ændringer af de enkelte dele af lovforslaget og dets bemærkninger. Kommentarer til ændringsforslagene er *kursiverede*.

4.1. Skærpelse af reglerne vedr. forbud mod salg af tobak og alkohol til personer under 18 år

Pligt til at kræve gyldig billedlegitimation fremvist, hvis sælgeren er i tvivl om, hvorvidt kunden opfylder de gældende aldersgrænser (lovforslagets § 3, stk. 1-3)

British American Tobacco Denmark, Bryggeriforeningen, Børnerådet, Dansk Sygeplejeråd, Phillip Morris ApS og Tobaksindustrien støtter den foreslåede pligt til at kræve gyldig billedlegitimation fremvist, hvis sælgeren er i tvivl om, hvorvidt kunden opfylder de gældende aldersgrænser for salg af tobak og alkohol.

Obligatorisk skiltning om krav om billedlegitimation (lovforslagets § 3, stk. 4)

Bryggeriforeningen, Børnerådet, De Samvirkende Købmænd og Phillip Morris ApS bakker op om kravet til obligatorisk skiltning for alle udsalgssteder. De Samvirkende Købmænd oplyser, at en del forbrugere tror, at salgsforbuddet er en del af detailhandelns CSR-politik og/eller kædens/butikkens eget valg, og dermed at salgsforbuddet er til forhandling i den enkelte butik. De Samvirkende Købmænd anser derfor forslaget som en støtte for detailhandlen.

Vin og Spiritus Organisationen i Danmark finder, at obligatorisk skiltning er en mulighed der skal afprøves, idet det også bemærkes, at en række detailbutikker i forvejen frivillig har opsat skiltning om aldersgrænser.

De Samvirkende Købmænd foreslår, at loven også retter sig mod håndhævelsen af de gældende aldersgrænser i forbindelse med salg af tobak og alkohol på internettet, hvor der ikke er fysisk kontakt mellem sælger og køber. De Samvirkende Købmænd henviser i den forbindelse til, at bankerne i de senere år er begyndt at udstede de såkaldte debetkort (Visa Electron, Maestro, MasterCard Direct m.v.) til personer under 18 år. Idet flere og flere internetbutikker i dag modtager andre betalingskort end Dankortet, anfører De Samvirkende Købmænd, at der kan opstå tvivl om kundes alder ved internetsalg. De Samvirkende Købmænd foreslår derfor, at internetbutikker, der modtager betalingsmidler, som også udstedes til personer under 18 år, skal tydeliggøre de gældende aldersgrænser for salg af tobak og alkohol i netbutikkernes handelsvilkår/handelsbetingelser. Alternativt foreslår De Samvirkende Købmænd, at kunden supplerende skal oplyse f.eks. fødselsmåned og fødselsår, når kunden udfylder øvrige oplysninger om leveringsadresse m.v.

Omvendt anser Dansk Erhverv obligatorisk skiltning i butikkerne for overflødig og ønsker, at kravet til obligatorisk skiltning udgår af lovforslaget. Dansk Erhverv oplyser, at erfaringer klart viser, at forretninger har en egeninteresse i at opsætte skiltning, og at Dansk Erhverv ikke har kendskab til nuværende problemer som følge af manglende skiltning.

Videre finder Dansk Erhverv det for vidtgående at pålægge forretninger skiltning ved lovgivning, da butikker i forvejen pålægges at kontrollere de unges alder i tilfælde af tvivl. Dansk Erhverv henviser i den forbindelse til, at en række specialbutikker f.eks. ikke henvender sig til - og sjældent besøges af - unge under 18 år, hvorfor det, ifølge Dansk Erhverv, ikke vil give mening at pålægge disse forretninger skiltningspligt. Endvidere opfordrer Dansk Erhverv Ministeriet for Sundhed og Forebyggelse til at inddrage relevante organisationer i forbindelse med udformningen af skiltningen.

Danmarks Lungeforening, Hjerteforeningen og Kræftens Bekæmpelse foreslår, at den obligatoriske skiltning vedr. kravet om fremvisning af gyldig billedlegitimation, hvis sælgeren er i tvivl om, hvorvidt kunden opfylder de gældende aldersgrænser, bliver suppleret med obligatorisk information om, at man kan få hjælp til rygestop via stoplinjen.dk. Danmarks Lungeforening, Hjerteforeningen og Kræftens Bekæmpelse henviser til, at Sundhedsstyrelsen i tilknytning til de obligatoriske skilte på rygerum og rygekabiner udsender information om de eksisterende hjælpemuligheder i forhold til rygestop, jf. § 4 i bekendtgørelse nr. 832 af 7. august 2012 om skiltning i tilknytning til rygerum og rygekabiner på arbejdspladser. Ifølge Danmarks Lungeforening, Hjerteforeningen og Kræftens Bekæmpelse har arbejdsgivere en interesse i, at medarbejdere holder op med at ryge i forhold til sygedage m.v., mens virksomheder, der tjener penge ved at sælge tobak, ikke har en interesse i frivilligt at oplyse om hjælp til rygestop.

Kommentar

Forslaget fra De Samvirkede Købmænd er imødekommet. Der er udarbejdet ny § 3, stk. 6, hvor det pålægges salgssteder på internettet at sikre synlig information om de i § 1, stk. 1 og § 2, stk. 1 og 2 fastsatte aldersgrænser for salg af tobak og alkoholholdige drikkevarer. I bemærkningerne til bestemmelsen præciseres det, at synlig information f.eks. kan være et pop-up vindue, idet kunden går til betalingsfunktionen, eller tydelig angivelse af aldersgrænserne i salgsstedets/netbutikkens handelsvilkår/handelsbetingelser.

Øvrige kommentarer og forslag er ikke imødekommet.

Bødestørrelser

British American Tobacco Denmark, Phillip Morris ApS og Tobaksindustrien støtter den foreslåede skærpelse af sanktionerne ved overtrædelse af reglerne. Børnerådet, Bryggerforeningen, Dansk Sygeplejeråd og Nærbutikkernes Landsforbund støtter den foreslåede fordobling af de aktuelle bødetakster, såfremt butikken systematisk tilsidesætter de gældende aldersgrænser for salg af alkohol og kravet om fremvisning af billedlegitimation ved tvivl om kundens alder. Nærbutikkernes Landsforbund peger på, at en systematisk og gentagende overtrædelse ikke blot svigter lovens formål, men samtidig fordrejer konkurrencen mellem udbydere.

Dansk Erhverv finder det vigtigt, at butikker, der sælger tobak og alkohol til unge under aldersgrænserne, straffes særligt ved grove eller systematiske overtrædelser, men opfordrer omvendt til at benytte de eksisterende bødetakster. Dansk Erhverv er ikke bekendt med, at bødestraffe hidtil har været anvendt i nævneværdigt omfang, og at det derfor er svært at bedømme den præventive virkning af udstedte bøder i praksis. Videre finder Vin og Spiritus Organisationen i Danmark det tvivlsomt, om en markant stigning i bødetaksten vil få afgørende betydning for forebyggelsesindsatsen, idet der kun har været relativ få sager, hvor sælger er idømt bøde for overtrædelse af §§ 1 og 2 i lov om forbud mod salg af tobak og alkohol til personer under 18 år. Vin og Spiritus Organisationen i Danmark bemærker, at der allerede i dag ved udmålingen af bøden skal tages hensyn til, om butiksindehaveren m.fl. har gjort sig skyldig i grov eller gentagen overtrædelse af lovens §§ 1 og 2.

Det er Dansk Erhvervs forventning, at det med pligten til at kræve billedlegitimation fremvist ved tvivl om kundens alder vil blive lettere at anvende bødestraffe.

Kommentar

Bemærkninger og forslag har ikke givet anledning til ændringer.

Økonomiske og administrative konsekvenser for erhvervslivet eller det offentlige

På baggrund af tidligere erfaringer vurderer Dansk Erhverv de estimerede administrative omstillingskostninger ved obligatorisk skiltning, dvs. 10 minutter pr. salgssted svarende til "ingen økonomisk konsekvens", som meget lavt sat. De Samvirkende Købmænd er uenig i, at lovforslaget ikke vil medføre økonomiske konsekvenser for erhvervslivet og det offentlige, idet en bedre håndhævelse af reglerne for salg af tobak og alkohol bør medføre mindre salg og dermed færre afgiftskroner. For erhvervslivet vil salget - ifølge De Samvirkende Købmænd - formentligt blive flyttet til andre varegrupper som især slik, chokolade, sodavand og andre nydelsesmidler, der ikke har tilnærmelsesvis samme beskatning som tobak.

Kommentar

Bemærkningerne har ikke givet anledning til ændringer. For så vidt angår bemærkningen fra De Samvirkende Købmænd bemærkes det, at det skønnes, at lovforslaget kun vil have begrænsede økonomiske konsekvenser for erhvervslivet, idet opmærksomheden dog samtidig henledes på, at det efter gældende ret er forbudt at sælge tobak til unge under 18 år, alkoholholdige drikkevarer med en alkoholvolumenprocent på 1,2 eller derover til unge under 16 år og alkoholholdige drikkevarer med en alkoholvolumenprocent på 16, 5 eller derover til unge under 18 år. For så vidt angår salg af tobak til personer under 18 år udgør en meget lille del af det samlede salg af tobaksvarer i Danmark. På sigt må lovforslaget formodes at have den konsekvens, at der bliver færre rygere.

4.2. Forbud mod tobaksreklame på internettet for specialbutikker

Forbud mod tobaksreklame på internettet for specialbutikker (§ 3, stk. 2, nr. 4)

Dansk Sygeplejeråd bakker op om forslaget. Danmarks Lungeforening, Hjerteforeningen og Kræftens Bekæmpelse anbefaler, at forbuddet mod tobaksreklame ikke kun omfatter reklame for salg af piber, pibetobak og cigarer på internettet, men at

reklameforbuddet skal omfatte alle tobaksprodukter såsom cigaretter, vandpibetobak, snus og andre nuværende eller kommende tobaksprodukter.

Nærbutikkernes Landsforening har ikke bemærkninger til lovforslaget, idet Nærbutikkernes Landsforening går ud fra, at lovforslaget ikke ændrer på den nuværende adgang til at vise produkterne på et netsted. Tobaksindustrien tager til efterretning, at reglerne for reklame på internettet for salgssteder, der er specialiseret i piber, pibetobak og cigarer, bringes i overensstemmelse med, hvad der gælder for tilsvarende fysiske butikker. For at undgå eventuelt efterfølgende fortolkningstvivil anbefaler Tobaksindustrien, at det anføres i bemærkningerne, at lovforslaget ikke tilsigter at ændre den eksisterende lovlige adgang til en neutral visning af produktet samt prisskiltning i forbindelse med salg på internettet.

Kommentar

Forslaget fra Tobaksindustrien har givet anledning til, at præcisere i bemærkningerne til § 3, stk. 2, nr. 4, i forslag til lov om ændring af lov om forbud mod tobaksreklame, at en neutral visning af og angivelse af pris på tobaksvarer på internettet i forbindelse med salgsfunktionen fortsat være tilladt, jf. lovens § 3, stk. 3 og 4. Det skal bemærkes, at reklame rettet til køberen på fysiske salgssteder, hvor man er specialiseret i salg af piber, pibetobak og cigarer fortsat er tilladt. Dette gælder også butiksfacader.

Øvrige bemærkninger og forslag har ikke givet anledning til ændringer. For så vidt angår forslaget fra Danmarks Lungeforening, Hjerteforeningen og Kræftens Bekæmpelse henledes opmærksomheden på, at der gælder et generelt reklameforbud for tobaksvarer, jf. § 3, stk. 1 i lov om forbud mod tobaksreklame med de med de få undtagelser, der er nævnt i lovens § 3, stk. 2, nr. 1-6. Dette generelle reklameforbud omfatter således også reklame på internettet. Den foreslåede ændring af tobaksreklameloven vedrører en af undtagelserne for dette generelle reklameforbud i lov om forbud mod tobaksreklame m.v., jf. § 3, stk. 2, nr. 4.

5. Øvrige bemærkninger

Flere organisationer, foreninger m.v. peger i deres høringssvar på en række tilknyttede initiativer på tobaksområdet. I det følgende foretages en tværgående gennemgang af de centrale synspunkter på øvrige tiltag fremkommet i høringssvarerne.

Alkohol & Samfund og Danmarks Lungeforening, Hjerteforeningen og Kræftens Bekæmpelse, Dansk Center vedr. Alkoholisme og andre Afhængighedssygdomme (DCAA) og Dansk Sygeplejeråd opfordrer til, at der indføres et reklameforbud for alkohol på samme måde, som der gælder for tobak.

Alkohol & Samfund og Dansk Center vedr. Alkoholisme og andre Afhængighedssygdomme (DCAA) peger på, at Forbrugerombudsmanden har rettet opmærksomheden mod en styrkelse af markedsføringslovens § 8, stk. 2, for derved at tydeliggøre et forbud mod at lade alkohol, herunder symboler for eller henvisninger til alkohol, indgå i markedsføringen over for børn og unge. Danmarks Lungeforening, Hjerteforeningen og Kræftens Bekæmpelse anfører, at selvom der eksisterer en aftale mellem alkoholindustrien og staten om alkoholreklamer målrettet børn og unge, bliver børn og unge eksponeret for reklamer for alkohol, også alkoholreklamer, der er direkte målrettet denne gruppe. Alkohol & Samfund oplyser, at deres

overvågning af alkoholmarkedsføring gennem 12 år og erfaringer hermed viser, at det frivillige regelsæt ikke giver reel beskyttelse af børn og unge. Alkohol & Samfund foreslår i tillæg til Forbrugerombudsmandens initiativ, at regeringen i EU-regi arbejder for et generelt forbud mod alkoholmarkedsføring.

Dansk Sygeplejeråd anfører, at alkoholreklamer ofte tilskriver alkohol egenskaber, som alkoholen ikke har, men som de unge falder for, herunder at man kan opnå succes seksuelt og socialt ved at drikke alkohol.

Komiteen for Sundhedsoplysning efterlyser, at der i lovgivningen formuleres langsigtede mål som i visse andre lande, f.eks. cut off (med eksempelvis fødselsårgang 2000 som første livslange røgfri årgang), en europæisk satsning med eksempelvis ensretning af priser på tobak og alkohol i EU eller fælles forbud mod tilsætningsstoffer i disse varer.

Komiteen for Sundhedsoplysning foreslår, at tobak kun sælges fra særlige udsalgssteder, og at der skal forevises billedlegitimation ved køb. Ifølge Komiteen for Sundhedsoplysning vil forslaget begrænse adgangen til tobaksvarer for alle, uanset alder og socialt tilhørsforhold, give mindre synlighed ved rygning og køb af tobak, reducere impuls køb og sende et klart signal til borgerne om, at rygning er skadeligt for helbredet. Komiteen for Sundhedsoplysning finder, at forslaget om begrænsning af udsalgssteder eventuelt kan suppleres med indførelsen af en licens til at sælge tobaksvarer, der kan inddrages, hvis tobakshandleren ikke kræver at se billedlegitimation, eller hvis der sælges tobak til unge under 18 år.

Komiteen for Sundhedsoplysning foreslår videre, at afgifterne på tobak hæves markant for at forebygge rygestart og motivere til rygestop. Højere afgifter kan desuden forventes at have en særlig positiv effekt på unges forbrug af tobak. Komiteen for Sundhedsoplysning henviser til, at der er usikkerhed om sammenhængen mellem afgiftsforhøjelser og grænsehandlens omfang.

Komiteen for Sundhedsoplysning foreslår endvidere, at der indføres totalt rygeforbud mod rygning i den tid og i de miljøer, hvor børn og unge opholder sig, dvs. i undervisningstiden på skoler og uddannelsesinstitutioner samt i fritiden på fritidsordninger, sportsklubber og lignende. Det er ikke tilstrækkeligt, at rygning er forbudt på institutionernes område, da rygende lærer m.fl. er henvist til at ryge uden for skolens indgang – hvilket giver endnu større synlighed af rygning, end hvis rygningen foregik på matriklen i dertil indrettede rygeområder. Ifølge Komiteen for Sundhedsoplysning vil forslaget nedbringe rygningens synlighed, mindske risikoen for rygestart, sikre et røgfrit miljø indendørs og udendørs, nedsætte tobaksforbruget og motivere til rygestop.

Lægeforeningen mener, at forbuddet mod tobaksreklamer også bør omfatte et forbud mod markedsføring via emballagen. Tobak skal ifølge Lægeforeningen ikke være synlig i butikkerne, idet dette kan mindske særligt unges påvirkning af branding og markedsføring og derigennem reducere tobaksforbruget.

Vin og Spiritus Organisationen i Danmark anbefaler øget oplysningsindsats i uddannelsesinstitutioner og andre steder, hvor børn og unge opholder sig.