

Modern alkoholpolitik

Politiskt momentum för skärpt
reglering av alkoholreklam på
sociala medier



Politisk majoritet för förbud av alkoholreklam i sociala medier

Tankesmedjan Nocturum genomförde under 2025 och 2026 en undersökning bland de svenska riksdagspartiernas alkoholpolitiskt ansvariga för undersöka deras inställning till alkoholreklam, särskilt i digitala kanaler och på sociala medier.

Enkäten visar att det finns ett stöd för att skärpa reglerna kring alkoholreklam, särskilt i sociala medier, där barn och unga riskerar att exponeras för kommersiella budskap om alkohol. Flera partier uttrycker också stöd för den restriktiva norska modellen som innebär att all alkoholreklam är förbjuden. Endast en liten minoritet av partierna är aktivt emot en modern restriktiv alkohollagstiftning. Tre områden blir tydliga utifrån partiernas svar.

1 Majoritet vill se skärpta regler för alkoholreklam på sociala medier
Sex av åtta riksdagspartier är positiva till ett förbud mot alkoholreklam på sociala medier. Miljöpartiet och Vänsterpartiet är mycket positiva. Socialdemokraterna, Liberalerna, Kristdemokraterna och Sverigedemokraterna är ganska positiva. Centerpartiet och Moderaterna är negativa till ett förbud.

2 Skärp konsekvenserna för olovlig alkoholreklam
Det finns ett stöd för att skärpa sanktionerna mot olovlig alkoholreklam. Flera partier är positiva till att införa möjligheter till böter liknande den lagstiftning som finns i Norge. Vänsterpartiet, Miljöpartiet och Sverigedemokraterna är mycket positiva, medan Socialdemokraterna och Liberalerna är ganska positiva. Moderaterna och Kristdemokraterna är neutrala. Centerpartiet är ganska negativt inställda.

3 Barn och ungas skydd är i centrum
När partierna får ange vilka som främst bär ansvar för att barn och unga exponeras för alkoholreklam varierar svaren. Ansvar läggs på politiker, sociala medieplattformar och alkoholbranschen. Gemensamt är dock att samtliga svar utgår från att barn och unga behöver ett starkare skydd.



En modern alkoholpolitik att enas kring

Det är inte alltid lätt att presentera politiska förslag för ny lagstiftning, men på det här området är det öppna dörrar hela vägen. Motståndet är starkast från alkoholindustrin, men i övrigt är en majoritet för en modern lagstiftning för att stärka folkhälsan och skydda barn och unga.

Folket stödjer en reglering av alkoholreklam

I rapporten *Stolta samarbeten eller oetisk reklam (2025)* granskade tankesmedjan Nocturum kändisars marknadsföring av alkohol. En opinionsundersökning som genomfördes inom ramen för rapporten visar att det finns ett stort motstånd mot dagens alkoholreklam och ett starkt stöd i befolkningen för en skärpt lagstiftning. Över 60 procent är positiva till ett förbud mot all alkoholreklam i Sverige.

Utredning stödjer reglering av alkoholreklam

En statlig utredning (SOU 2017:113) har redan föreslagit ett förbud mot alkoholreklam på sociala medier dels för att skydda unga och dels för att skapa ett tydligare regelverk. Utredningen bedömer också att den föreslagna regleringen skulle ha positiva effekter för folkhälsan och samhället.

Experter och forskningen stödjer en reglering av alkoholreklam

Världshälsoorganisationens (WHO) rekommendationer för att minska alkoholens skador på samhället är de så kallade "three best buys". Där är begränsad marknadsföring en av tre centrala åtgärder tillsammans med minskad tillgänglighet och höjda priser genom alkoholskatter.

Politiken stödjer nu en reglering av alkoholreklam

Enkäten till politikerna visar att det finns stöd för att förändra och förbättra alkoholpolitiken genom att skärpa lagstiftningen kring marknadsföring av alkohol på sociala medier.

Alkoholindustrin stödjer inte reglering av alkoholreklam

Alkoholindustrin stödjer inte en skärpt reglering av alkoholreklam, då detta står i konflikt med dess ekonomiska intressen. Om politiken, trots den samlade kunskapen om alkoholreklamens påverkan, väljer att inte skärpa lagstiftningen och begränsa exponeringen för alkoholreklam, överlämnas i praktiken kontrollen till kommersiella aktörer vars främsta drivkraft är ökad försäljning.

Alkoholreklam på sociala medier – vilda västern utan konsekvenser

I Sverige har alkoholreklam varit strikt reglerad som en del av folkhälsopolitiken sedan slutet av 1970-talet. Reklam för alkohol på tv och radio är förbjuden, och den marknadsföring som sedan 2003 är tillåten omfattas av strikta begränsningar. Reklamen får varken uppmana till konsumtion, försköna alkohol eller rikta sig till unga. På sociala medier ser dock verkligheten annorlunda ut.

– Alkoholreklamen har tagit sig in i de digitala miljöer där barn och unga tillbringar en stor del av sin tid. Genom influencers, kändissamarbeten och innehåll som liknar vanligt vardagsinnehåll blir reklamen både mer närvarande och svårare att genomskåda, säger Kerstin Janemar från tankesmedjan Nocturum.

Denna utveckling bidrar till ett växande behov av skärpt reglering. Sammantaget pekar utvecklingen på att det finns ett momentum för en skärpt reglering av alkoholreklam.

Behovet av en moderniserad lagstiftning har dessutom ökat i takt med den digitala utvecklingen. Den enorma mängden innehåll på sociala medier gör det i praktiken omöjligt för myndigheter att upptäcka och ingripa mot all olaglig alkoholreklam.

– Det väcker allvarliga frågor om ansvar, etik och behovet av en uppdaterad reglering som speglar dagens digitala verklighet. Vill man ha en modern och fräsch alkoholpolitik så bör det vara dags att skärpa till alkohollagstiftningen. Därför är det glädjande att många av riksdagspartierna ser alkoholreklam på sociala medier som en fråga som kräver politisk handling för att bättre skydda barn och unga, säger Kerstin Janemar.



Politikerenkäten – här är frågorna och svaren

1. Vad tycker ert parti kortfattat om dagens lagstiftning gällande alkoholreklam? Skriv max ett stycke.

Vänsterpartiet

Behöver styras upp.

Miljöpartiet

Lagstiftningen är otillräcklig. Mer behöver göras, och sociala medier samt internet behöver inkluderas. Den Norska lagstiftningen är ett bra förslag.

Socialdemokraterna

Socialdemokraterna står av tradition för en restriktiv hållning och inställning när det kommer till alkohol, narkotika, dopning, tobak och spel. Det innebär att vi arbetar för begränsning av reklam och marknadsföring, för stränga ålderskontroller, mot oförsiktig introduktion av nya beroendeframkallande produkter osv. Vi har ett särskilt fokus på att skydda barn och ungdomar från att utsättas för beroendeframkallande produkter och dess skadeverkningar. Under förra mandatperioden lade vi fram förslag om striktare reglering av reklam om alkohol som riktar sig till ungdomar

Centerpartiet

Centerpartiet anser att det finns anledning att se över och modernisera hela alkohollagstiftningen, vilket även inkluderar de delar som berör frågor om reklam, så som den mycket detaljerade bildregleringen och animeringsförbudet.

Liberalerna

Marknadsföringen av alkoholhaltiga produkter blir allt synligare och mer aggressiv. Det förekommer att information kan tolkas som att företag rear ut alkoholhaltiga drycker. Sådana övertramp måste stävjas. Dessutom krävs en heltäckande bild av hur alkoholreklamen utvecklas och vilka ytterligare åtgärder som behöver vidtas.

Kristdemokraterna

Kristdemokraterna anser att det är bra att dagens lagstiftning utgår från att särskild måttfullhet ska iakttas vid marknadsföring av alkoholdrycker till konsumenter, och att marknadsföring inte alls får rikta sig till barn och unga under 25 år. Kristdemokraterna står för en folkhälsobaserad och restriktiv svensk alkoholpolitik.

Sverigedemokraterna

Alkohollagstiftningen är i grunden välavvägd. Den är restriktiv ur ett globalt perspektiv och den verkar i ett land där alkoholkonsumtionen minskar över tid. Emellertid ser vi problem i att bedriva tillsyn av alkoholreklam på sociala medier. Likaså är vi kritiska till det sätt som alkohol kan smygannonseras av influencers på sociala medier med en ung målgrupp.

Moderaterna

Vi behöver ha en lagstiftning som bidrar till att skydda barn och unga och till uppfyllandet av det alkoholpolitiska målet samtidigt som lagstiftningen behöver vara proportionerlig och utformas på ett sådant sätt att svenska producenter inte missgynnas gentemot utländska.

Det faktum att allt mer av marknadsföring är digital och sker i sociala medier utgör en särskild utmaning som också kräver internationellt samarbete samt ett ökat ansvarstagande från plattformsföretagen vad gäller såväl innehåll som ålderskontroll.

Nationella förbud mot t.ex. marknadsföring i sociala medier är fel väg att gå. Det skulle slå hårt mot seriösa svenska aktörer, särskilt mindre aktörer, utan att bidra till ett särskilt stärkt skydd för barn och unga givet att marknadsföringen kan fortsätta från aktörer utanför Sverige. Det finns sammantaget därför anledning att se över lagstiftningen. Moderaterna har länge drivit på för att den svenska alkoholpolitiken och dess olika styrmedel behöver utvärderas. Nu har också en utredning i uppgift att göra en sådan utvärdering. Vi hoppas att den utvärderingen blir en bra grund för utvecklingen av den svenska alkoholpolitiken framåt.

2. Vad tycker ert parti om dagens lagstiftning gällande alkoholreklam?

Svarsalternativ: Inte alls nöjda (bör regleras hårdare) 1 2 3 4 5 Mycket nöjda bör

1. (MP, S, V)
2. (L)
3. (M, SD, KD)
4. (C)
5. -

3. All alkoholreklam, inklusive i sociala medier, är förbjuden i Norge sedan 1975. Vilken är din inställning till att Sverige skulle införa ett liknande lag?

- Mycket positiv (MP, V)
- Ganska positiv (L, S)
- Varken positiv eller negativ (KD, SD)
- Ganska negativ
- Mycket negativ (M, C)

4. Hur ställer ni er till att förbjuda marknadsföring av alkohol på sociala medier?

- Mycket positiv (MP, V)
- Ganska positiv (L, S, SD, KD)
- Varken positiv eller negativ
- Ganska negativ (C)
- Mycket negativ (M)

5. Istället för krav om rättning kan den som bedriver olovlig alkoholreklam i Norge beläggas med böter i och med ny lagstiftning. Kan det vara aktuellt även i Sverige?

- Mycket positiv (MP, SD, V)
- Ganska positiv (L)
- Varken positiv eller negativ (M)
- Ganska negativ (C)
- Mycket negativ
- Vet ej/Ingen inställning (S, KD)

6. Vems ansvar anser du att det FRÄMST är för att barn och unga inte ska exponeras för alkoholreklam på sociala medier?

- Sociala medieföretagen (MP, C, M, SD, KD)
- Föräldrar
- Politiker (MP, S, V)
- Alkoholproducenten/leverantören (L, MP)
- Kändisar som gör reklam
- Jag tycker inte att barn och ungas exponering för alkoholreklam ska minska

7. Vill ni tydliggöra något eller säga mer om er syn på frågan?

Moderaterna

Jag är inte bekant med de norska reglerna men för mig och Moderaterna är det viktigt att lag efterlevs. Vi stänger därför inga dörrar för att se över hur överträdelser på ett effektivare sätt kan beivras. När det gäller den sistnämnda frågan är det svårt att peka på en aktör men jag valde att svara de sociala medieföretagen eftersom jag bedömer att de har stor rådighet och stora möjligheter att agera vilket de också verkligen bör göra.

Kristdemokraterna

När det gäller alkoholreklam via sociala medier kan aktörer från andra länder slippa att hörsamma våra svenska lagar och regler, vilket vi ser som problematiskt. Här behövs det mer EU-gemensamma regler som kan göra att särskild måttfullhet står i centrum samt att ingen reklam riktas till barn och unga under 25 år.

Sverigedemokraterna

Då alkohol är en fullt laglig produkt avsedd för mänsklig konsumtion under ansvar bland vuxna, är det rimligt att marknadsföring av alkoholprodukter ska vara tillåten om det genomförs på ett särskilt måttfullt sätt som inte riktar sig mot unga. Samtidigt bevakar vi situationen i Sverige och i omvärlden – om de länder som implementerar reklamförbud ser stora förbättringar av alkoholkonsumtionen eller om Sveriges positiva trend avstannar är vi beredda att omvärdera frågan.

Liberalerna

Liberalerna anser att barn och unga ska skyddas från skadlig påverkan och är beredda att se över om lagstiftningen för alkoholreklam på plattformar där barn och unga är närvarande, till exempel sociala medier, bör skärpas.

Centerpartiet

Centerpartiet vill se över den nuvarande lagstiftningen och ta bort regleringar som kan anses vara onödiga eller oproportionerliga, men menar att samma regler bör gälla för alkoholreklam oberoende av om reklamen görs via sociala medier eller i andra kanaler.

Nocturum



Illustrationer: Henri Gylander

tanesmedjannocurum.nu