



STAVANGER KOMMUNE
Postboks 8001
4068 STAVANGER

Kontakt saksbehandler

Tor Magne Grønnestad, 51568947

Svar på henvendelse - vurdering av spørsmål om vinflasker som lysestaker omfattes av reklameforbudet i alkoholloven § 9-2

Vi viser til e-post fra Stavanger kommune datert 23.05.2023, hvor kommunen ber om Statsforvalterens vurdering av spørsmålet om bruk av tomme vinflasker inne i et skjenkelokale omfattes av reklameforbudet i alkoholloven § 9-2.

Sakens bakgrunn

Henvendelsen er opplyst å skje i lys av at det har vært en rekke avisoppslag i forbindelse med at Stavanger kommune fattet vedtak om prikktildeling for brudd på ovennevnte bestemmelse. Vedtaket ble ikke pålagt til Statsforvalteren.

Statsforvalteren har ikke mulighet til å kommentere enkeltsaker. Vår vurdering av ovennevnte spørsmål gis derfor på generelt grunnlag.

Rettslig utgangspunkt

Det fremgår av alkoholloven (alkhl.) § 9-2 at

«Reklame for alkoholholdig drikk er forbudt. Forbudet gjelder også reklame for andre varer med samme merke eller kjennetegn som alkoholholdig drikk. Slike varer må heller ikke inngå i reklame for andre varer eller tjenester.»

Departementet gir forskrifter om avgrensing, utfylling, gjennomgang av og unntak fra bestemmelsene i første ledd. Departementet kan gjøre ytterligere unntak fra forbudene når særlige grunner foreligger.»

Videre følger det av alkoholforskriften § 14-2 at

«Med reklame forstås 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.»



Det foreligger markedsføringsøyemed dersom et siktemål med kommunikasjonen er å fremme salg. I vurderingen av om det foreligger markedsføringsøyemed, må det bl. a. legges vekt på hvem som er avsender av informasjonen, hvem som tar initiativ til å gi informasjonen, innholdet i og utformingen av informasjonen og hvordan informasjonen er presentert og formidlet.»

En forutsetning for at noe omfattes av reklameforbudet i alkoholloven § 9-2, er for det første at man står overfor «massekommunikasjon». Alkoholforskriften § 14-2 første ledd nevner en rekke kommunikasjonsmidler og listen er ikke uttømmende. For at vilkåret skal anses oppfylt, må informasjonen i henhold til praksis være¹

- enveisstyrt fra avsender, og
- rettet mot et ubestemt antall personer. Det sentrale er om kommunikasjonen har potensial til å nå flere, ikke om den faktisk gjør det.

Videre stilles det som vilkår at kommunikasjonen skjer i «markedsføringsøyemed», jf. alkoholforskriften § 14-2 Markedsføringsøyemed foreligger dersom siktemålet med kommunikasjonen er å fremme salg, jf. andre ledd. Det skal da vektlegges

- hvem som er avsender av informasjonen,
- hvem som tar initiativ til å gi informasjonen,
- innholdet i og utformingen av informasjonen og
- hvordan informasjonen er presentert og formidlet.

Statsforvalterens vurdering

Spørsmålet om hvorvidt bruk av tomme vinflasker som lysestaker inne på et skjenkested omfattes av reklameforbudet i alkoholloven § 9-2, beror på en konkret vurdering av om det foreligger «massekommunikasjon» i «markedsføringsøyemed», jf. alkoholforskriften § 14-2.

Statsforvalteren viser først til svar fra helse- og omsorgsminister Ingvild Kjerkholt gitt i spørretimen på stortinget om dette spørsmålet, datert 02.05.2023:

«Forbudet mot alkoholreklame er nedfelt i alkoholloven § 9-2. I alkoholforskriften § 14-2 er reklame definert som «massekommunikasjon» i «markedsføringsøyemed». Det foreligger markedsføringsøyemed dersom et siktemål med kommunikasjonen er å fremme salg.

Det må gjøres en konkret vurdering i det enkelte tilfellet av om de to grunnleggende vilkårene om «massekommunikasjon» i «markedsføringsøyemed» er oppfylt.

Jeg kan ikke kommentere på om bruken av vinflasker som lysestaker i den konkrete saken er å anse som alkoholreklame, men på generelt grunnlag vil jeg vise til at dersom formålet bak bruken ikke er å fremme salg av alkoholholdig drikk – vil det heller ikke foreligge markedsføringsøyemed og dermed ikke være alkoholreklame.»

Uttalelsen ble gitt i samme tidsrom som Stavanger kommune behandlet saken som dannet grunnlag for henvendelsen til Statsforvalteren. Som helse- og omsorgsministeren understreker, skal det gjøres en konkret vurdering i det enkelte tilfelle. I tillegg må begge de to grunnleggende vilkårene

¹ Se Helsedirektoratets rundskriv «Alkoholloven med kommentarer», kap. 9 pkt. 9.2.2.1.



være oppfylt for at reklameforbudet gjelder. At reklameforbudet i alkoholloven skal tolkes strengt er ikke tvilsomt. Det skal imidlertid foretas en konkret vurdering i den enkelte sak om hvorvidt et tilfelle er omfattet av reklameforbudet eller ikke.

I vurderingen av om angjeldende typetilfelle rammes av reklameforbudet, vil det etter Statsforvalterens syn blant annet være relevant å se hen til om flaskene som benyttes er mottatt av produsent og kun brukes for å synliggjøre merkevaren. En sammenligning kan i slike tilfeller trekkes til for eksempel bruk av klær, dør-, gulv, eller barmatter med produsentens logo. I disse tilfellene vil det være naturlig å anta at produktene brukes som ledd i markedsføring av andre varer.

Hensett til kommunens formulering av problemstillingen, legger Statsforvalteren imidlertid til grunn at det dreier seg om tomme vinflasker som er kjøpt inn av skjenkestedet for å servere til kunder, hvoretter de senere blir brukt som lysestaker. Bestemmelsen legger opp til en konkret vurdering i det enkelte tilfelle, og dersom det er nærliggende å anta at siktemålet med bruken er belysning, skape en bestemt stemning eller et bestemt uttrykk i lokalet, eller gjenbruk, skal det etter Statsforvalterens vurdering mye til før man kan legge til grunn at siktemålet i slike tilfeller er å fremme salg. Også uttalelsen til helse- og omsorgsministeren fremhever at formålet etter en konkret vurdering må være å fremme salg av alkoholholdig drikk.

Statsforvalteren anser ikke bruken for å skje i «markedsføringsøyemed» og faller utenfor reklameforbudet i alkoholloven. Denne vurderingen deles også av andre embeter vi har vært i kontakt med.

Statsforvalteren vil likevel understreke at det som nevnt skal gjøres en konkret vurdering i den enkelte sak. I tvilstilfeller eller i tilfeller hvor et forhold klart omfattes av reklameforbudet, viser Statsforvalteren til alkoholforskriften § 14-5 om at det kan søkes om dispensasjon, slik at forholdet likevel kan tillates.

På generelt grunnlag mener Statsforvalteren at bruk av tomme vinflasker som lysestaker inne på et skjenkested ikke rammes av alkoholreklameforbudet, jf. alkoholloven § 9-2.

Med hilsen

Bent Høie (e.f.)
statsforvalter

Monica Nessa
avdelingsdirektør

Dokumentet er elektronisk godkjent