Bergen Næringsråd

Representantforslag om å gjennomgå og modernisere norsk alkoholpolitikk

Bergen Næringsråd støtter representantforslaget om å gjennomgå og modernisere norsk alkoholpolitikk.

Vi støtter en restriktiv alkoholpolitikk der hensynet til folkehelse, ansvarlig salg og skjenking samt beskyttelse av barn og unge veier tungt.

Dagens alkoholreklameregelverk har imidlertid uklare grenseganger og praktiseres ulikt, mens produsenter som kombinerer produksjon, servering og direktesalg møter unødig krevende detaljstyring. En gjennomgang må derfor omfatte både reglenes innhold, håndheving og den samlede administrative belastningen for bedriftene.

1. En helhetlig gjennomgang og mer enhetlig håndheving

Bergen Næringsråd støtter en helhetlig modernisering av alkoholreklameregelverket. I dag opplever restauranter, utelivsbedrifter og produsenter grensegangene mellom reklame, nøktern produktinformasjon, dekorasjon og opplevelsesformidling som lite intuitive.

Denne usikkerheten gir økte administrative kostnader, fører til at bedrifter avstår fra lovlig formidling i frykt for sanksjoner, og svekker respekten for regelverket når praktiseringen fremstår vilkårlig. I tillegg skaper ulik kommunal håndheving skjeve konkurransevilkår, særlig for aktører med drift i flere kommuner og mindre bedrifter med begrensede ressurser.

En modernisering må følges av oppdatert nasjonal veiledning med konkrete eksempler på tillatt og ulovlig kommunikasjon, samt opplæring av kontrollmyndighetene. Det må også være tydelig hvilken myndighet bedriftene kan kontakte for konsistente avklaringer. Både næringen og kommunale kontrollmyndigheter bør involveres i gjennomgangen for å sikre at nye regler løser de faktiske utfordringene.

2. Nøktern produktinformasjon og dokumenterbare utmerkelser

Norske drikkevareprodusenter er en viktig del av norsk mat- og drikkekultur, og av reiselivstilbude. Produsenter og serveringssteder må kunne gi saklig, faktabasert informasjon om råvarer, opprinnelse, produksjonsmetode, smaksegenskaper og bruksområder – uten krav om at serveringssteder må presentere hele sortimentet i enhver sammenheng.

Produsenter bør også kunne opplyse om dokumenterbare utmerkelser fra faglige konkurranser på produktene og ved servering. Det bør settes tydelige rammer som

skiller etterprøvbare konkurranseresultater (med angivelse av konkurranse, produkt og årstall) fra rene løse tilbakemeldinger.

Gjennomgangen av regelverket må omfatte både produsenter og serveringsbedrifter, slik at ikke verdikjeden møter ulike begrensninger.

3. Kunst, dekorasjon og ordinær innredning

Kunst og innredning er sentralt for serveringsbedriftenes identitet. Medieomtalte saker der malerier med vinglass, tomme vinflasker som lysestaker eller trekasser til oppbevaring har utløst reaksjoner fra skjenkekontrollen, viser at dagens avgrensning oppleves ulogisk – særlig når selve alkoholproduktene kan stå synlig bak bardisken.

Regelverket bør uttrykkelig tillate kunst, kulturhistoriske gjenstander og ordinær dekorasjon med alkoholmotiver i skjenke- og serveringslokaler. Det bør trekkes et klart skille mellom slik innredning og kommersielle reklamekampanjer eller avtaler om fremtredende merkevareeksponering. Dette gir bedriftene større frihet og gjør kontrollarbeidet mer forutsigbart, samtidig som det generelle reklameforbudet opprettholdes.

4. Nøktern informasjon i sosiale medier

Sosiale medier er en avgjørende kanal for at mindre produsenter og reiselivsaktører kan nå ut med informasjon om råvarer, håndverk og besøksopplevelser.

Vi anerkjenner at sosiale medier har andre delingsmekanismer enn en nettside, og at hensynet til barn og unge må ivaretas. Regelverket bør derfor tydelig skille mellom nøktern produkt- og besøksinformasjon (inkludert praktisk info om omvisninger og smakinger) på virksomhetens egen profil, og betalte reklamekampanjer, influensersamarbeid eller kjøps- og drikkeoppfordringer. Adgangen til å formidle lokale mat- og drikkeopplevelser må også gjelde restauranter, hoteller og destinasjonsselskaper.

5. Gårdssalg og direktesalg fra produksjonssted

Bergen Næringsråd støtter en utvidelse og forenkling av ordningen for gårdssalg og direktesalg av egenproduserte drikkevarer – også over 4,7 prosent – fra både gård, bryggeri og destilleri. Vi deler forslagsstillernes vurdering av at regjeringens høringsforslag på området er for snevert og ikke følger opp intensjonen i Stortingets vedtak fra våren 2026 (Vedtak nr. 734. Å kunne kjøpe med seg lokale produkter hjem er en naturlig forlengelse av et produsentbesøk, og skaper ringvirkninger for overnatting, servering og lokal verdiskaping i hele regionen. Dette påvirker norske produkters konkurranseevne i forhold til utenlandske produkter.

- **Fjern produksjonstaket, behold salgstaket:** Et produksjonstak straffer bedrifter som lykkes på Vinmonopolet, i serveringsmarkedet eller med eksport, og skaper ulike vilkår for sammenlignbare besøksopplevelser. Produksjonstaket bør fjernes fremfor kun å økes. Ordningen bør i stedet avgrenses gjennom et tydelig årlig salgstak, krav om salg av egne produkter fra produksjonsstedet og krav til stedets helhetlige karakter.

- **Ingen kundekvote eller krav om betalt arrangement:** Egen kundekvote skaper unødig merarbeid og er vanskelig å kommunisere til gjester. Betalte kunnskapshevende arrangementer bør heller ikke være et obligatorisk vilkår for kjøp, da dette er kostbart og upraktisk for små produsenter ved spontane besøk. Tilknytningen til produksjonen sikres bedre gjennom krav til virksomhetens karakter.

- **Harmoniserte salgstider og enklere byråkrati:** Salgstidene bør harmoniseres med det generelle salgsbevilgningssystemet og eksisterende siderordning. Søknads- og rapporteringsprosedyrene må forenkles gjennom gjenbruk av innrapporterte data og digitale løsninger. Øvrige vilkår, som krav om økonomisk uavhengighet og særskilte råvarekrav, må vurderes opp mot forholdsmessighet.

- **Permanent ordning:** For å utløse nødvendige investeringer hos produsentene bør ordningen gjøres permanent, med en bred evaluering etter seks år som måler både folkehelse, administrative kostnader, verdiskaping og arbeidsplasser.

6. Enklere rammer for kombinert produksjon, servering og besøk

For gjesten er omvisning, smaking, servering og direktesalg én samlet opplevelse, men for bedriften utløser det ofte flere tillatelser og ulike regelsett. Gjennomgangen må se på hele besøksforløpet og samordne kravene til søknader, dokumentasjon og rapportering.

Skillet mellom alkohol som nytes på stedet og produkter som tas med hjem må fortsatt ivaretas, men gjennom praktiske rutiner tilpasset virksomhetens størrelse. Små bedrifter må møte forholdsmessige krav som gjør det mulig å utvikle tilbudet gradvis, for eksempel gjennom sesongbasert drift eller mottak av enkeltgrupper.

7. Folkehelse og Vinmonopolets stilling

Folkehelsehensyn og lokal næringsutvikling kan ivaretas samtidig. Ansvarlig salg, alderskontroll og vern av barn og unge skal ligge fast, men regelverket må skille bedre mellom tiltak med ulik rekkevidde og eksponeringsflate.

Vinmonopolets rolle bør ivaretas; direktesalg fra produksjonssted skal fungere som et avgrenset supplement knyttet til besøksopplevelsen. Videre må det EØS-rettslige

handlingsrommet utnyttes fullt ut, og regjeringen bør tydelig skille mellom hva som er rettslige EØS-begrensninger og hva som er nasjonale alkoholpolitiske valg.

Oppsummering

Vårt hovedinnspill er at en slik gjennomgang bør foretas for å sikre et enhetlig og forståelig regelverk som kan etterleves uten stor usikkerhet. Stortinget bør be regjeringen vurdere å:

- Tydeliggjøre grensen mellom alkoholreklame, nøktern produktinformasjon, kunst og dekorasjon.
- Sikre enhetlig håndheving gjennom nasjonal veiledning, konkrete eksempler og opplæring.
- Åpne for saklig informasjon om dokumenterbare utmerkelser og relevante produktegenskaper ved produksjon og servering.
- Tillate kunst og ordinær dekorasjon med alkoholmotiver i serveringslokaler.
- Åpne for nøktern produkt- og besøksinformasjon på produsentenes egne profiler i sosiale medier, samt i reiselivets øvrige kanaler.
- Forenkle og utvider gårdssalgs- og direktesalgsordningen for gård, bryggeri og destilleri (inkludert drikkevarer over 4,7 prosent), fjerner produksjonstaket og beholder et årlig salgstak.
- Unngå kundekvoter og krav om obligatoriske, betalte kunnskapshevende arrangementer.
- Harmonisere salgstider med det generelle salgsbevilgningssystemet og forenkler søknads- og rapporteringsprosedyrer.