

Høringssvar til:
***"Anbefalinger til en flerårig
evidensbaseret alkoholpolitik"***

Kalaallit Nunaanni Brugseni
Aqqusinersuaq 4, 2 th.
Postboks 1092
3900 Nuuk

+299 36 35 00
www.brugseni.gl

21. januar 2025

Om dette høringssvar

Kalaallit Nunaanni Brugseni (KNB) vil gerne med dette høringssvar komme med input og betragtninger til høringsdokumentet *"Anbefalinger til en flerårig evidensbaseret alkoholpolitik"*, som blev sendt i offentlig høring i december 2024. Vi håber at der vil blive lyttet til den private del af detailbranchen, da der i høringsdokumentet lægges op til en markant forandring og stramning af alkohollovgivningen.

Opbakning til ændring af en uhensigtsmæssig alkoholkultur

I KNB anerkender vi behovet for at ændre en skadelig alkoholkultur i samfundet. Det helt store problem er rusdrikning, som høringsdokumentet fremhæver, og det er tragisk at det går ud over børn og unge i familier, som er ramt af problemet.

Vi mener overordnet at der skal arbejdes politisk på at skabe en holdningsændring hos de individer, der kæmper med problemet, men på en måde der ikke skaber omfattende begrænsninger for de mange, der ikke har problemet. Samtidig er det vigtigt at tage højde for den særlige konkurrencesituation, der er gældende i Grønland, hvor en offentlig aktør i detailbranchen er i direkte konkurrence med private aktører.

KNB driver en detailvirksomhed, der skal være konkurrencedygtig på alle varer, men som samtidig ønsker at tage et markant samfundsansvar. Vi hjælper medarbejdere, der har et problem med et for højt forbrug af alkohol, og vi er i løbende dialog med Allorfik for at udbrede kendskabet blandt vores ledere, så de bedre kan håndtere fortrolige samtaler omkring problemer med rusmidler. Vi tager ansvar ved at udbrede informationsmaterialer fra Allorfik og har indført en sundhedsforsikring. Vi har aktive fællesskaber gennem foreningslivet i de byer, hvor vi er repræsenteret. Vi tilbyder både sunde og gode aktiviteter, der skaber tryghed for vores kunder og medlemmer, og som er trygge for børn og unge at være en del af. Vi står med problemet i butikkerne direkte i kundemødet, når der kommer en beruset kunde ind i butikken, og vi vil gerne både beskytte og hjælpe vores medarbejdere til at håndtere den slags situationer bedst muligt.

Derfor anser vi det også som helt naturligt at vi samarbejder og bliver hørt omkring fremtidens alkoholpolitik, og vi har bestemt ikke udelukkende en kommerciel interesse i samfundsudviklingen.

Overordnet vurdering af indsatsområderne

I høringsdokumentet er der oplistet et omfattende katalog af anbefalinger i indsatsområde 1, som alene fylder mere i antal sider og omfang end indsatsområde 2, 3 og 4 sammenlagt! Det er en prioritering vi ikke forstår, og som vi ikke mener er særlig hensigtsmæssig.

Der er tale om omfattende og vidtrækkende anbefalinger om nøje kontrol og regulering med særligt de private aktører i detailhandlen samt hotel- og restaurationsbranchen, og der er en tydelig overvægt af initiativer og indsatser på dette område. Flere af indsatsområderne er stærkt

konkurrenceforvridende for de private aktører, og det er vores vurdering, som nævnt længere nede i dette høringssvar, at flere af disse anbefalinger i indsatsområde 1 samtidig vil sætte gang i en negativ samfundsudvikling med større kriminalitet til følge uden at løse det egentlige problem.

Der lægges op til en "evidensbaseret" alkoholpolitik, og efter vores vurdering er der behov for at gå grundigere til værks, også inden for de områder der koster investeringer og økonomiske midler fra offentlige instanser. Der er behov for ikke blot at læne sig op af nogle få statistikker, en enkelt organisations anbefalinger, eller et par udvalgte staters indsatser, der så efterfølgende skal udbredes ensartet på tværs af alle kommuner og lokalsamfund i Grønland. I stedet er det vigtigt at foretage en samlet vurdering af, hvad der er de grundlæggende årsager til problemerne, hvor problemerne er størst geografisk i Grønland, og hvad der kan gøres for at skabe varige forandringer hos de individer, der har det sværest.

Indsatsområderne 2, 3 og 4 er særligt vigtige at prioritere og uddybe med målbare initiativer, og ikke blot med nogle få løse hensigtserklæringer. Det er inden for disse indsatsområder at kulturen og holdningerne skal ændres hos de individer, der har det sværest, og hvor der skal tilbydes den nødvendige hjælp og støtte, men også hvor det samfundsmæssigt kommer til at kræve flere økonomiske midler.

Det er lige præcis af denne grund at de største private aktører i detailbranchen var klar til at gå sammen i et samarbejde i 2022, hvor det blev anbefalet, at der skulle skabes mere kontrol med markedsføring og prissætning, og hvor der kunne skabes en uvildig fond som kunne skaffe flere økonomiske midler til at hjælpe de individer, der ønsker at bryde med et alkoholmisbrug. Dette var helt og holdent et privat initiativ, som blev bremset på grund af konkurrencelovgivningen, men vi er stadig overbeviste om at dette tiltag ville have haft en virkning, samtidig med at det kunne have skaffet flere økonomiske midler til at behandle, støtte, oplyse og styrke de mest udsatte i vores samfund, som kæmper med et alkoholmisbrug.

Yderligere kommentarer til indsatsområde 1

Hvis der indføres et alkoholmonopol, som beskrevet i høringsdokumentet, vil det have vidtrækkende konsekvenser for de private aktører i detailbranchen, og samtidig vil det skabe en sneboldeffekt af andre udfordringer uden at løse roden til problemet.

Hvilke udfordringer og konsekvenser vil et alkoholmonopol, som det er beskrevet i høringsdokumentet, kunne medføre?

- *Ekstrem konkurrenceforvridning*
 - I andre lande, der sammenlignes med, drives alkoholmonopolet ikke af en offentlig aktør i detailbranchen, som er i direkte konkurrence med private aktører inden for de samme vareområder i de fire konkurrencebyer (Aasiaat, Paamiut, Narsaq og Nanortalik)
 - Placeringen af salgsstederne for alkoholmonopolet er afgørende for konkurrencen, og det er ikke rimeligt at en offentlig aktør som Pilersuisoq skal varetage salget i forlængelse af deres dagligvarebutikker, og samtidig er det uklart beskrevet hvordan varerne skal adskilles fra almindelige dagligvarer
- *Prisstigninger på andre varer*
 - Den private del af detailbranchen vil tabe en stor del af deres omsætning (mellem 20-30%), som skal hentes på andre varegrupper
 - Hvis butikkerne skal bevares, vil det kræve prisstigninger for at indhente tabet
- *Urimelige krav omkring håndtering af pantbelagt emballage*
 - Er det rimeligt at de private aktører i detailbranchen skal tage mod og håndtere pantbelagt emballage på produkter de efter 5 år ikke må sælge? Dette er en problemstilling som den nye alkoholstrategi slet ikke forholder sig til, men som er et massivt problem, eftersom branchen har brugt store summer på at ændre procedurer og praksis i forhold til den nye emballagelovgivning

- Samtidig har branchen investeret enorme summer i nye flaskeautomater efter ophævelsen af Nuuk Imeqs monopol, og for KNBs vedkommende alene beløber dette sig til omkring 10 millioner kroner
- *Risiko for større kriminalitet*
 - Hvis der skabes et alkoholmonopol, vil vi mene at interessen og kreativiteten omkring ulovligt salg af alkohol uden tvivl kommer til at stige markant, og at der på grund af dette vil udvikle sig helt nye problemstillinger i samfundet
 - Samtidig er vi bekymret for at ulovligt salg inden for andre rusmiddelområder vil eskalere, og at denne udvikling vil skabe større usikkerhed
- *Risiko for større interesse i alkohol blandt børn og unge*
 - Et alkoholmonopol vil gøre alkoholholdige varer mere utilgængelige og derved mere interessante at eksperimentere med for børn og unge
 - Som høringsdokumentet kommer ind på, kan man jo ikke begrænse påvirkningen udefra med reklamer i udenlandske kanaler, sociale medier og generelt på internettet, så vil en begrænsning og en mindre eksponering i dagligvarebutikkerne give bedre beskyttelse af børn og unge? Hvad er evidensen for dette?

Indførsel af et alkoholmonopol, hvor man forfordeler den offentlige aktør, Pilersuisoq, i detailbranchen, og hvor de private aktører både mister volumen og indtjening, samtidig med at hele branchen fortsat skal varetage det miljømæssige ansvar med håndtering af pantbelagt emballage, vil potentielt kunne føre til butikslukninger i konkurrencebyerne. Det skaber en ekstrem konkurrenceforvridning, der er vanskelig at håndtere, og som ikke kan udlignes på rimelige vilkår.

Samtidig vil det potentielt kunne skabe den modsatte effekt i samfundet, der ikke vil føre til større beskyttelse og oplysning af vores børn og unge om et område, man skal lære at håndtere rigtigt som et selvstændigt individ ved at tage et personligt ansvar.

Hvilke områder anbefaler KNB at der arbejdes videre med inden for indsatsområde 1?

- *Forbud mod markedsføring*
 - Vi erkender problemstillingen med at detailkæderne konkurrerer intensivt på tilbudsprisen, og at det kan skabe en langt større og endda uhensigtsmæssig afsætning på markedet
 - Et forbud mod markedsføring af alkoholholdige drikke ville være et godt initiativ til at nedbringe tilbudskrigen omkring lønningssage og de store højtider
- *Regulering og kontrol af salgsprisen*
 - Hvis salgspriserne nøje styres og reguleres centralt fra, vil det være en effektiv mekanisme til at styre afsætningen
- *Bedre aldersvalidering*
 - Det er ikke nemt for vores personale at føre strammere kontrol, når vi ikke i Grønland har et godt nok system til aldersvalidering

Vi mener at der skal arbejdes dybere med alle disse tre områder i stedet for at begrænse tilgængeligheden i den private del af detailbranchen. Og selvom der er tale om begrænsning og kontrol af markedsføring og priser, er det rimelige vilkår for alle at kunne samarbejde ud fra.

Yderligere kommentarer til indsatsområde 2, 3 og 4

Vi støtter op om de fleste af de anbefalinger, der nævnes under indsatsområde 2, 3 og 4, men som nævnt tidligere, ser vi gerne at der arbejdes dybere med konkrete og målbare tiltag her.

Der er bydende nødvendigt at der gøres en særlig indsats for de individer og familier der kæmper med følgevirkningerne af alkoholmisbrug, og det er utrolig vigtigt at der tilbydes den nødvendige hjælp, og i det omfang og den kvalitet, der kan medføre en varig holdningsændring. Der skal samtidig allokeres de nødvendige økonomiske midler, så der kan tilbydes bedre hjælp og støtte i de lokalområder, hvor problemet er størst.

KNB tilbyder i sin foreningsmodel stærke fællesskaber, der kan bakke op om sunde og gode aktiviteter, der lægger vægt på at tage personligt ansvar og at styrke lokalsamfundet. Der er mange eksempler på hvordan vores lokalråd skaber aktiviteter for børnefamilierne, som har fokus på at styrke fællesskab og sammenhold. Disse fællesskaber er ikke kun funderet i en kommerciel interesse for KNB, men i et ønske om at skabe gode og ansvarlige fællesskaber.

Dog vil vi fraråde anbefaling 15, hvor der lægges op til mærkning af varer med sundhedsinformation omkring alkohol. Evidensen viser tydeligt at mærkning og advarsler på tobaksvarer ikke har en nævneværdig effekt, så hvorfor skulle mærkning af alkoholholdige produkter være anderledes? I stedet vil det skabe en unødvendig byrde og meromkostning. Det er bedre at detailbranchen bakker op om kampagner og oplysning vedrørende et sundt forbrug gennem de effektive markedsføringskanaler, de hver især har etableret.