

Beslutningsforslag nr. B 50. Fremsat den 18. november 2004 af Ritt Bjerregaard (S), Inger Bierbaum (S), Ole Vagn Christensen (S), Erik Mortensen (S), Lone Møller (S), Margot Torp (S) og Jens Peter Vernerisen (S)

## Forslag til folketingsbeslutning

### om gennemførelse af kontrol med markedsføring af usunde føde- og drikkevarer til børn samt fremme af sunde madvarer

Folketinget opfordrer regeringen til i indeværende folketingssamling at fremsætte de lovforslag samt udarbejde de administrative forskrifter, der er nødvendige, for

- at beskytte børn mod markedsføring af usunde føde- og drikkevarer samt
- at give børn viden om og adgang til sunde fødevarer.

Lovforslagene og de administrative forskrifter bør omfatte:

- Beskyttelse af børn mod reklamer for usunde føde- og drikkevarer, specielt i tv.
- Forbud mod markedsføring og salg i skoler og andre institutioner af usunde føde- og drikkevarer, specielt fra automater og lignende.
- Fremme af oplysning om og undervisning af børn i sunde kost- og motionsvaner.
- Sikring af tilbud om sunde og attraktive måltider til børn og unge i skoler og institutioner via inspiration, praktisk vejledning og økonomisk hjælp.

## Bemærkninger til forslaget

### *Ernæringsproblemet omfang*

Forekomsten af overvægt og fedme er stærkt stigende. I de sidste 25 år er antallet af overvægtige og fede danskere steget med 25 pct. Specielt er stigningen stor blandt børn og unge. Gennemsnitsvægten for børn mellem 12 og 15 år er således steget med 1,5 kg de sidste 4 år. I dag er 1,3 millioner danskere overvægtige, og 400.000 er fede.

Overvægt og fedme er et resultat af, at mange danskere spiser for meget, for sødt og for fedt i forhold til aktivitetsniveauet. Den dårlige kost er imidlertid også medvirkende årsag til en række kroniske sygdomme, som i dag udgør de største problemer på sundhedsområdet. Det drejer sig om hjerte-kar-sygdomme, visse kræftformer, forhøjet blodtryk, alderssukkersyge, knogleskørhed m.m. Fælles for disse lidelser er, at de udvikler sig langsomt, men når de først er opstået, er de vanskelige eller umulige at helbrede. De skal derfor forebygges, og det er nødvendigt at starte med børnene.

### *Markedsføring af mad- og drikkevarer*

Markedsføringen af føde- og drikkevarer er massiv. Det er anslået, at fødevarerhvervet årligt bruger 500 mio. kr. på reklamer, heraf 150 mio. kr. alene på reklamer for slik. En sådan markedsføring påvirker givetvis vores forbrug af mad- og drikkevarer, specielt børnenes. Markedsføringen tager form af reklamer i tv, radio og skrevne medier og på internettet, sponsoring af sport og kultur, product placement og markedsføring i skoler. I Danmark bruges 85 pct. af fødevarerhvervets reklamebudget på tv-reklamer.

### *Tv-reklamer*

En undersøgelse fra Forbrugerinformationen fra 2000 viste, at hver sjette reklame på TV 2 henvendte sig til børn, og af disse var 93 pct. for decideret usunde fødevarer. Samtidig viser undersøgelser i udlandet, at børn, der ser meget tv, også spiser flere usunde mad- og drikkevarer.

I mange lande har man allerede forsøgt at beskytte børn mod tv-reklamer for usunde føde- og drikkevarer. I Norge, Sverige og provinsen Quebec i Canada har man indført forbud mod tv-reklamer for mad- og drikkevarer rettet mod børn, mens man i andre lande har indført visse begrænsede restriktioner. I Danmark må tv-reklamer for slik, softdrinks, snacks og lign. f.eks. ikke antyde, at produktet kan erstatte et regulært måltid. Sammenfattes erfaringerne fra de lande, hvor der er indført forbud mod tv-reklamer for mad- og drikkevarer rettet mod børn, viser det sig, at forbuddet har en effekt, men denne kan ophæves helt eller delvis af, at erhvervet kanaliserer pengene fra tv til andre markedsføringsmetoder samt satser på populære tv-kanaler for børn, der sendes fra andre lande. Forbud mod tv-reklamer for usunde mad- og drikkevarer rettet mod børn kan derfor ikke stå alene, men må inddrage overvejelser om begrænsning af alternative markedsføringsmetoder samt internationalt samarbejde om begrænsninger.

### *Markedsføring i skoler og institutioner*

Markedsføring af mad- og drikkevarer i skoler kan ske ved opstilling af læskedriksautomater, uddeling af undervisningsmateriale eller reklamer, finansiering af begivenheder el.lign. Der er i dag grænser for denne markedsføring. Bl.a. skal skole og forældre være indforståede med markedsføringen, og firmaets logo må kun i beskedent omfang bruges på sponsoreret materiale. Det skal sikres, at skolen ikke bliver arena for markedsføring af usunde mad- og drikkevarer, og reglerne bør skærpes i overensstemmelse hermed.

### *Sunde og usunde føde- og drikkevarer*

Når man i forbindelse med markedsføring taler om usunde føde- og drikkevarer, tænker man normalt på slik, sodavand, chips, sukkerholdige morgenmadsprodukter og lignende, der ofte betegnes junkfood. Disse indeholder mange kalorier, sukker, fedt og salt. Der er imidlertid mange af de produkter, som er designet til børn, der er vanskeligere at klassificere som enten sunde eller usunde. Det gælder f.eks. søde mælkepro-

dukter og dessertlignende produkter. Ernæringsrådet og Fødevarestyrelsen bør derfor anmodes om at etablere kriterier for at klassificere føde- og drikkevarer i disse kategorier.

#### *Fremme oplysning og undervisning af børn om sunde kostvaner*

Det er ikke nok at beskytte børn og unge mod skadelig markedsføring. De må også oprustes til at kunne leve sundt i den moderne verden. I folkeskolen indgår madlavning og ernæring kun som en lille del af andre fag og får som regel kun ringe opmærksomhed. Ernæringsundervisning må indføres/styrkes på alle trin i skolesystemet med henblik på at give børn og unge livsfærdigheder, der sætter dem i stand til at skabe sunde mad- og motionsvaner inden for en moderne livsstil. Der bør i den forbindelse lægges vægt på, at børn og unge lærer at skelne mellem reklamer og reel oplysning. Undersøgelser viser nemlig, at børn har meget svært ved at kende forskel.

#### *Sikring af sunde tilbud*

I dansk tradition har vi ikke bespisning i skoler og børnehaver. Ansvarret overlades til hjemmet, som

imidlertid ofte har vanskeligt ved at sørge for, at børnene får en ordentlig kost. Det forstærkes af, at skoleboder og forretninger i nærheden af skolen frister med et rigt udvalg af junkfood, som samtidig markedsføres massivt gennem tv og andre medier. Det er derfor nødvendigt at sikre tilgængeligheden af sunde og attraktive måltider til børn og unge i skoler og institutioner via inspiration, vejledning og økonomisk hjælp, således at børn i skoler og institutioner skal have tilbud om et offentligt ernæringsrigtigt måltid i løbet af dagen.

#### *Andre aktuelle initiativer*

I det engelske parlament er der den 18. maj i år fremsat et lovforslag, Children's Food Bill, som skal fremme børns sundhed ved bl.a. at sætte en stopper for markedsføring til børn af junkføde- og -drikkevarer. Forslaget er støttet af 205 MP'er og 120 britiske organisationer.

I Europa-Parlamentet er der fremsat forslag om, at man skal anmode Kommissionen om at foreslå en lovgivning, der forhindrer markedsføring til børn af levnedsmidler, der kan være ødelæggende for deres helbred.

## *Skriftlig fremsættelse*

### **Ritt Bjerregaard (S):**

Som ordfører for forslagsstillerne tillader jeg mig herved at fremsætte:

*Forslag til folketingsbeslutning om gennemførelse af kontrol med markedsføring af usunde føde- og drikkevarer til børn samt fremme af sunde madvarer.*

(Beslutningsforslag nr. B 50).

Jeg henviser i øvrigt til de bemærkninger, der ledsager forslaget, og anbefaler det til Tingets velvillige behandling.