

(Kort bemærkning).

Lone Møller (S):

Nu er der ingen tvivl om, at et forbud mod børnereklamer ikke vil løse fedme- og overvægtsproblemet i Danmark. Det har det heller ikke gjort i Sverige, som flere ordførere har sagt. Men vi er nødt til at overveje, hvilke redskaber vi kan bruge til at bekæmpe det her problem, og i Sverige har man så vurderet, at det var et af områderne.

Mener hr. Martin Henriksen ikke, at vi, når man dér har fundet, at det var en god idé, måske også skulle afprøve det som én af løsningsmodellerne, gerne koblet sammen med noget mere motion, i Danmark?

(Kort bemærkning).

Martin Henriksen (DF):

Det har vist sig ikke at fungere i Sverige, og jeg ved også, at de i England har noget regulering på det her område. Der er bl.a. en britisk offentlig kontrolmyndighed, som har undersøgt problematikken vedrørende børns fedme og fødevarereklamer i 2004, og de nåede frem til den konklusion, at et forbud ville være ineffektivt og ude af proportioner med dets følgevirkninger, så jeg synes faktisk, at der er oplysninger på området, som har vist, at forbuddet ikke virker i den her fedme-problematik.

Så vil jeg også lige nævne, at Danmarks Fødevareforskning faktisk har fulgt det her område, og at der bl.a. står i en overskrift i Urban fra i går, at det går den rigtige vej med frugt og grønt. Det synes jeg et eller andet sted også viser, at hvis man kommer ud med information, har det også en virkning, fordi det påvirker folks holdninger.

(Kort bemærkning).

Mette Gjerskov (S):

Jeg blev så glad under hr. Martin Henriksens bemærknings første halvdel, hvor han anerkendte problematikken, for det, vi taler om, er jo alvorlig fedme. Men jeg blev jo lidt ked af det, da jeg hørte den sidste halvdel, hvor konklusionen var, at så skal vi bare have dem til at motionere noget mere. Der er vist ikke nogen af Folketingets partier, som kan være uenig med hr. Martin Henriksen i, at der selvfølgelig skal mere motion til. Ungerne i Danmark skal altså motionere mere, uanset hvor meget slik de spiser. Vi har brug for både at kigge på motion og kigge på slik.

Når hr. Martin Henriksen siger, at det ikke fungerer med et forbud mod reklamer, så forstår jeg det ikke. Tror hr. Martin Henriksen, at reklamebranchen og producenterne spilder over 500 mio. kr. om året på reklamer, som ikke virker? Selvfølgelig virker de, selvfølgelig får de da børnene til at spise mere slik.

(Kort bemærkning).

Martin Henriksen (DF):

Selvfølgelig har reklamer en effekt. Det, jeg bare efterlyser, er, at vi naturligvis sætter ind med ressourcer på de områder, hvor det batter mest, og det mener jeg vil være på informationsområdet.

(Kort bemærkning).

Mette Gjerskov (S):

Vi kan naturligvis ikke blive uenige om, at det er en god idé at informere, men så må jeg jo spørge hr. Martin Henriksen, som jeg spurgte ministeren: Er hr. Martin Henriksen parat til at afsætte mere end 500 mio. kr. på finansloven for næste år for at modsvare de reklamekampagner, der er for slik, altså afsætte over 500 mio. kr. til information og oplysning om usunde fødevarers skadelige virkning?

(Kort bemærkning).

Martin Henriksen (DF):

Finanslovforhandlinger vil jeg overlade til vores finansordfører.

(Kort bemærkning).

Poul Henrik Hedeboe (SF):

Jeg forstår, at Dansk Folkeparti meget gerne vil gøre noget på det her område, men altså ikke følge det her forslag og ikke noget med forbud og sådan noget. Til gengæld vil Dansk Folkeparti godt gøre noget, siger ordføreren, for at fremme motion, for det er løsningen. Det er vi helt enige om.

Tidligere i dag var der faktisk et forslag fremme om cykling, som lige præcis kunne bruges på det område her, og Dansk Folkeparti glimrede ved absolut at være imod.

Hvordan hænger det sammen?

(Kort bemærkning).

Martin Henriksen (DF):

Det er jeg også sikker på at vores ordfører, hr. Walter Christophersen, sagde klart og tydeligt, nemlig at det er en kommunal opgave.