

viser, at forbuddet ikke virker, end til ernærings-eksperterne?

(Kort bemærkning).

**Per Ørum Jørgensen (KF):**

Jeg synes for det første, at det er meget målbart. Jeg synes da, vi skal tage det positivt, og det håber jeg da også at Socialdemokraterne gør, at andelen af reklamer rettet mod børn for usunde fødevarer på TV 2 er halveret fra 2003 til 2004. Det synes jeg er en meget, meget klar og meget, meget regulær fremgang, og det må vi da alle sammen glæde os over. Jeg deler ikke Socialdemokraternes skepsis, netop fordi jeg synes, at der i sol og måne konkret er mange tegn på, at industrien tager det her alvorligt.

Jeg synes også, vi skal give dem chancen for at leve op til det ansvar, som vi er enige om at de har. Og der ligger selvfølgelig også et meget, meget stort ansvar hos ministeren for at presse på over for branchen, så man bevæger sig i den rigtige retning.

(Kort bemærkning).

**Mette Gjerskov (S):**

Fra Socialdemokraternes side anerkender vi naturligvis, at erhvervet skal have en chance, men nu er det jo ikke sådan, at markedsføringen af usunde fødevarer blev opfundet i forgårs; der har faktisk været rigtig mange chancer.

Jeg har og vi har fra Socialdemokratiets side også godt set nogle af de undersøgelser om, at man flytter reklamerne omkring børneprogrammerne – de bliver jo bare flyttet andre steder hen.

Jeg kunne godt tænke mig at få at vide, om hr. Per Ørum Jørgensen har nogle tal for, at markedsføringen er faldet. For det, der sker, er jo, at det bliver flyttet over andre steder. Det er derfor, vi – selv om vi bliver til grin både hos ministeren og andre steder – også taler om internettet og andre ting, for markedsføringen flytter sig til mobiltelefoner og sms'er og alle mulige andre steder. Har hr. Per Ørum Jørgensen nogle tal for, at markedsføringen er dalet for de her produkter?

(Kort bemærkning).

**Per Ørum Jørgensen (KF):**

Jeg kan ikke på stående fod komme med et korrekt tal der, og det mener jeg også ville være urimeligt at forlange, men jeg vil sige det sådan, at man har halveret antallet netop på det her område, hvor vi gerne vil gøre en forskel med hensyn

til at få stoppet alle de her reklamer for usunde fødevarer, når der er børneprogrammer, og vi har set en konkret forskel på, at de på TV 2 har halveret antallet, vel vidende selvfølgelig, at producenterne har nogle andre midler, internet, mobil og hvad det kan være, som den teknologiske udvikling nu byder dem. Jeg tror nu ikke, vi kan lovgive om, at man ikke må udvikle ny teknologi og nye måder at markedsføre sig på, og det ville jeg også mene var helt forkert.

Men det her beslutningsforslag hjælper jo ingenting, hverken over for den teknologi, der hedder mobil, eller over for den teknologi, der hedder internet, eller det, der hedder tv-reklamer, og det er jo det, der er problemet.

Kl. 16.05

(Kort bemærkning).

**Martin Henriksen (DF):**

Det, jeg bare synes er lidt mærkeligt, er, at man ikke vil støtte forslaget – den konservative ordfører siger det, ministeren siger det, regeringen siger det – fra Socialdemokraterne side, men hvis EU kommer med forslaget, så vil man være mere positivt indstillet over for det.

Når der nu er undersøgelser, der viser, at det vil være ineffektivt at sætte ind på det her område, hvorfor kan vi så ikke sætte mere fokus på f.eks. slik og sodavand i skolerne på nationalt plan; det synes jeg da ville være meget mere effektivt. Hvorfor siger man nej til det, når det kommer fra Socialdemokraterne, men ja, hvis det kommer fra EU? Det synes jeg er lidt uklart.

(Kort bemærkning).

**Per Ørum Jørgensen (KF):**

Det kan jeg give et meget klart svar på.

Det er klart, at intentionerne tror jeg vi alle sammen deler, men hvis der kommer en lovgivning – det er jo ikke sikkert, for forhåbentlig vil man, og det vil jo være nummer et, ad frivillighedens vej leve op til sit ansvar – vil f.eks. de tv-stationer, der sender reklamer fra England, jo så også være omfattet af den samme lovgivning. Det er derfor, jeg mener, at det er forkert at iværksætte et dansk forbud nu, når vi nu ved, at der internationalt er nogle initiativer. Det betyder jo så også, at du trods alt kan begrænse, hvem der kan få lov til at reklamere forskellige steder.

Så skal vi jo stadig væk huske, at vi aldrig hundrede procent løser den situation, at der kommer en eller anden cartoon-figur på vores pc-skærme derhjemme, det kan vi selvfølgelig