

(Kort bemærkning).

Poul Henrik Hedeboe (SF):

Så vil jeg godt give hr. Per Ørum Jørgensen et godt råd, han kan nemlig godt gøre noget, hvis han vil. Processen nede i EU er også en politisk proces, ligesom det her er en politisk proces. Når vi gør noget, så laver vi eksempler, som kan bruges, og som skaber politik. Hvis vi sætter os ned på den flade og venter på, at der skal komme noget, så kommer der ikke noget.

Hvis vi gør det her, så har vi vist en aktiv handling, og så viser vi vejen, og så er der en bedre chance for, at der kommer et forslag.

(Kort bemærkning).

Per Ørum Jørgensen (KF):

Jeg synes, jeg har svaret på det i mit tidligere svar, men vil blot nævne igen, at jeg da faktisk tror, at når vi i EU-systemet er nået dertil, at vi har en udtalelse fra en kommissær, som helt klart går i den retning, som den danske regering også mener er rigtig, jamen så skal vi selvfølgelig bakke op og så køre den linje. Jeg ved ikke, hvad vi skulle finde på af krumspring, hvis det her er den rigtige linje, og det mener jeg faktisk det er.

Formanden:

Tak til hr. Per Ørum Jørgensen. Så er den næste ordfører fru Elisabeth Geday.

Elisabeth Geday (RV):

Lad mig lige starte med et par fakta: 10-13 pct. af alle danskere er i dag overvægtige. Mellem 1972 og 1997 er antallet af overvægtige børn tredoblet. Sundhedsproblemer og fedme rammer først og fremmest de socialt dårligst stillede, de mennesker, som informationskampagnerne ikke når.

Konsekvenserne af fedme er alvorlige nok for den enkelte selv, men så sandelig også for samfundet. Antallet af hjerte-kar-sygdomme og ikke mindst sukkersyge stiger. Navnet gammelmandssukkersyge er blevet stærkt misvisende, fordi et stigende antal unge nu også får type 2-diabetes, som sygdommen egentlig hedder. Overvægt er den mest betydningsfulde årsag.

Overvægt skal bekæmpes på mange måder. Motion og sund mad er opskriften, og set i den store sammenhæng er spørgsmålet omkring markedsføring af sund mad over for børn kun et nålestik, men det bør ikke afholde os fra også at beskæftige os med det aspekt af problemstillingen.

I vores nabolande har man allerede valgt at gribe ind over for markedsføringen af usunde føde- og drikkevarer over for børn.

Det er sandt, at det kan være svært at gribe ind over for grænseoverskridende markedsføring som den, der foregår på kabel-tv og på internettet, og derfor er jeg heller ikke i tvivl om, at en stor del af det her slag kommer til at skulle foregå på den europæiske slagmark. Men som Hjerteforeningens direktør, Susanne Volqvartz, siger til ugemagasinet Ingeniøren: Man må ikke bruge EU som en undskyldning for et manglende nationalt initiativ.

Hvis man gør omfanget af usunde reklamer i de enkelte EU-lande op, placerer Danmark sig på en uheldig førstestedsplads sammen med England. Næsten samtlige reklamer for fødevarer, som er rettet mod børn, på de danske tv-stationer og i biograferne er reklamer for usund mad. Det taler sit tydelige sprog. Jeg har hørt, at McDonald's sælger op mod 20 pct. flere burgermenuer på de dage, hvor der er tv-reklamer for produkterne.

Markedsføring er lokkende, det er indiskutabelt. Det gælder så vel over for voksne som over for børn. I et eller andet omfang er voksne jo selv ansvarlige for, hvad de spiser, men det er børnene ikke. Jeg er modstander af, at virksomheder med reklamer skal lokke børn til at spise usundt, og derfor mener jeg, at Socialdemokraternes forslag i al væsentlighed er godt.

Når det gælder den konkrete udformning, så tror jeg nok, vi skal se lidt nærmere på spørgsmålet om gråzoner. Hvad er sundt, og hvad er usundt? Det kan også være lidt uklart, om reklamer er rettet mod børn eller ej, og hvad bliver de i grunden påvirket af? Jeg har bemærket, at en forsker i stedet har foreslået et forbud mod reklamer for usunde fødevarer i bred forstand indtil kl. 21 om aftenen, og det mener jeg selv lyder som et forslag, der ville være nemmere at gennemføre.

Kl. 16.15

Vi er også nødt til at se nærmere på, hvordan et forbud kan gennemføres i forhold til internettet. Min egen idé er at lade os inspirere af medicinalrådet, hvor virksomhederne bakket op af lovgivning selv er med til at evaluere og give tilladelse til markedsføring af medicin. Måske kan vi på den måde også få virksomhederne mere engageret i indsatsen.

Når alt det er sagt, så ved jeg godt, at så vel fødevarerindustrien som de enkelte virksomheder selv er blevet mere opmærksomme på fed-