

forbindelse med handicappede, på en meget positiv måde kunne sikre, både at Ombudsmanden af egen drift kunne gå ind i de her sager, og at man generelt ville lægge en større styrke ind. Og det håber jeg meget at vi undervejs i udvalgsarbejdet også kan komme videre med.

Så jeg vil godt sige tak for debatten. Jeg håber, at vi både generelt i forhold til forslaget og også i forhold til Ombudsmanden undervejs i udvalget kan blive enige om, at her er der nogle ting, som vi kan gøre langt, langt bedre, end tilfældet er i dag med hensyn til at styrke børns retsstilling. Det fortjener vores børn. Det er dem, der skal køre vores samfund videre, når vi ikke er her mere. Vi har brug for dem. Vi skylder dem også, at vi tager dem alvorligt. Men tak for debatten.

Hermed sluttede forhandlingen, og forslaget overgik derefter til anden (sidste) behandling.

Afstemning

Anden næstformand (Poul Nødgaard):

Jeg foreslår, at forslaget til folketingsbeslutning henvises til Retsudvalget. Hvis ingen gør indsigelse, betragter jeg det som vedtaget. (*Ophold*). Det er vedtaget.

Den sidste sag på dagsordenen var:

9) Første behandling af beslutningsforslag nr. B 151:

Forslag til folketingsbeslutning om forbud mod markedsføring af usunde føde- og drikkevarer til børn under 16 år.

Af Mette Gjerskov (S) m.fl.
(Fremsat 10/4 2007).

Forslaget sattes til forhandling.

Forhandling

Familie- og forbrugerministeren (Carina Christensen):

Jeg vil gerne starte med at takke forslagsstillerne for de gode intentioner, der ligger bag beslutningsforslaget. Vi er jo alle sammen enige om, at målet er at få vendt udviklingen og få flere til at

spise sundere og bevæge sig noget mere i hverdagen, og heldigvis er vi også i samfundet mange, der arbejder for det, også i industrien og i detailhandelen.

Regeringen kan ikke tilslutte sig Socialdemokraternes ønske om et dansk forbud mod markedsføring af usunde fødevarer rettet mod børn. Det er der flere årsager til.

For det første findes der ikke nogen enkeltstående initiativer, der kan vende den nuværende udvikling, hvor stadig flere danskere bliver overvægtige. Sundhed er et fælles ansvar, og det kræver, at alle påtager sig et ansvar for egen sundhed og for andres sundhed: den enkelte, familien, frivillige organisationer, skoler og daginstitutioner, sundhedsvæsenet, arbejdspladser, fødevarerindustrien, detailhandelen, kommuner og staten. De offentlige myndigheder har i den sammenhæng en vigtig rolle at spille, og fremme af sund livsstil er da også et højt prioriteret område for regeringen.

Vi har derudover allerede i dag en regulering af producenternes muligheder for at markedsføre deres produkter. Denne regulering findes både i fødevarerlovgivningen, der skal sikre, at mærkningen og præsentationen af fødevarer ikke vildleder forbrugerne, og i markedsføringsloven og i en vejledning fra Forbrugerombudsmanden, der gør det muligt at gribe ind over for vildledende reklamer for fødevarer. Producenterne har således ikke frit spil til at markedsføre deres produkter over for hverken børn, unge eller voksne.

Ud over lovgivningen har nogle producenter indført egne principper for markedsføring, som skal medvirke til at etablere en mere ansvarlig markedsføring. Bryggeriforeningen har vedtaget principper for markedsføring over for børn og unge, som foreningens medlemmer har forpligtet sig til at følge; fødevarerindustrien har anbefalet sine medlemmer at følge særlige principper for markedsføring til børn. Og i forrige måned inviterede jeg detailhandelen til et møde, hvor formålet var at diskutere, hvordan detailhandelen også kan fremme sund levevis, og her blev jeg bestyrket i min tro på, at vi kan komme et godt stykke i den rigtige retning gennem dialog og samarbejde. En samlet detailhandel kom med en plan indeholdende 13 indsatspunkter, der på forskellig måde kan bidrage til at fremme sund levevis.

Kl. 16.50

Planen viser, at detailhandelen er klar til at tage et medansvar for at fremme sund levevis