

## Motion till riksdagen 2009/10:C410

av **Carina Adolfsson Elgestam m.fl. (s)**

# Reklam riktad till barn

## Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om reklam som riktas till barn.

## Motivering

Det finns mycket dold reklam som riktar sig direkt till barn. Ett av de allra tydligaste exemplen är leksaksbranschen. De sänder sina budskap i reklamslag före och efter tv-program för barn. Ett annat exempel är hur Walt Disney Company med alla sina filmer skapar en uppsjö av leksaker kring filmen. Vad marknaden producerar i detta avseende varken kan eller ska vi stoppa. Men som föräldrar, politiker och vuxna är det vårt ansvar att öka medvetandet i dessa frågor.

## En tandlös lag skyddar inte barnen

Dagens marknadsföringslag (1995:450) innehåller inga särskilda bestämmelser om reklam som riktar sig till barn. Lagens allmänna bestämmelse i 4 § om att marknadsföring ska stämma överens med god marknadsföringssed och även i övrigt vara tillbörlig mot konsumenterna gäller även vid marknadsföringsåtgärder som riktar sig till barn. Med god marknadsföringssed avses, enligt 3 §, god affärssed eller andra vedertagna normer som syftar till att skydda konsumenterna och näringsidkarna vid marknadsföring.

Fel! Okänt namn på

## Reklam påverkar barnen – i allt fler kanaler

Reklam påverkar barn. Annars skulle företag knappast investera i reklam till barn. Tyvärr är det så att mycket av den kommersiella reklamen påverkar barn negativt. Reklamen i tv, tidningar och på affischer når våra barn i hemmet såväl som det offentliga rummet.

Idag har även nya kanaler tillkommit för att nå barnen. Mobiltelefoner används idag inte bara för att ringa utan man kan även beställa ringsignaler, logotyper, ladda ner musik med mera. Dessa tjänster kan fås utan att någon kontroll görs om beställaren är underårig. Samma sak gäller på Internet där marknadsföring försöker maskera sig som spel och underhållning.

Reklam påverkar barns och ungdomars uppfattning av sitt utseende och skapar en orealistisk självbild för många barn och ungdomar. Flera fall av bantningsmedel direkt riktade mot barn har uppmärksammats vid flera tillfällen. Allt fler barn och ungdomar mår psykiskt dåligt, och sjukdomar som anorexi och bulimi förekommer allt längre ner i åldrarna. Detta är ofta en direkt konsekvens av de ideal och kroppsbilder som bland annat reklamen sänder ut.

## Det är dags se över behovet av en utredning av marknadsföringslagen

Att införa ett generellt förbud för reklam riktad till barn skulle skapa ett dilemma. Ett förbud skulle medföra att exempelvis samhällsnyttiga företeelser som Barnombudsmannen och andra organisationer inte kan göra kampanjer riktade till barn. Barn- och ungdomsförbund skulle heller inte kunna göra en kampanj för att lyfta fram FN:s barnkonvention.

Trots det står det klart att det måste till någon särskild form av åtgärd i fråga om reklam riktad till unga människor. Att förbjuda reklam är ingen framkomlig väg. Det skulle stå i direkt konflikt med EG-rätten. Den socialdemokratiska regeringen ville verka för att man inom ramen för en revidering av EU:s tv-direktiv skulle stärka barns ställning – detta genom att man begränsar reklam i tv-sändningar som syftar till att fånga uppmärksamheten hos barn under 12 år.

Den socialdemokratiska regeringen uttalade även ambitionen att låta utreda möjligheten att införa en generell regel i marknadsföringslagen som ålägger näringsidkare att beakta barns allmänna utsatthet i kommersiella sammanhang – detta om inte branschens egna åtgärder har visat sig vara tillräckliga. Vi kan med facit i hand se att branschens egna åtgärder har varit helt verkningslösa. Därför är det dags att det seriöst bör ses över om man ska utreda en förändring av marknadsföringslagen.

**Fel! Okänt namn på**

Stockholm den 23 september 2009

*Carina Adolfsson Elgestam (s)*

*Agneta Gille (s)*

*Carina Ohlsson (s)*

*Jennie Nilsson (s)*

*Monica Green (s)*

*Ann-Christin Ahlberg (s)*

*Fredrik Lundh (s)*

*Margareta Israelsson (s)*

*Åsa Lindestam (s)*