SVERIGES RIKSDAG

Motion till riksdagen 2026/27:24

av Cecilia Engström (KD)

Marknadsföring av ohälsosam mat

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att regeringen bör utreda och återkomma med förslag om att begränsa eller förbjuda marknadsföring av ohälsosam mat och dryck som riktas till eller når barn och unga och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

Barn har rätt till bästa möjliga hälsa. Samtidigt växer många barn och unga upp i en matmiljö där godis, läsk, snacks, snabbmat och andra näringsmässigt mindre hälsosamma produkter ständigt exponeras och marknadsförs.

Det handlar inte om att skuldbelägga barn för deras matvanor. Det handlar om vilket ansvar vuxenvärlden har för den miljö som barn växer upp i. När ohälsosamma produkter marknadsförs återkommande påverkas barns preferenser, konsumtion och vanor.

Generation Pep, Cancerfonden och Hjärt-Lungfonden har i rapporten ”Prövning av barnets bästa kopplat till marknadsföring av ohälsosam mat” pekat på brister i dagens skydd och konstaterat att barn regelbundet exponeras för marknadsföring av ohälsosamma livsmedel.

Problemet är särskilt tydligt i den digitala miljön. Barn möter reklam i sociala medier, streamingtjänster, spel och genom influencers, där kommersiella budskap kan vara svåra att skilja från vanligt innehåll. Pep-rapporten 2026 visar att en betydande andel barn uppger att reklam i sociala medier påverkar deras köp av mat och dryck. Även utomhusreklamen domineras av ohälsosamma livsmedel.

Marknadsföringen bidrar därmed till en matmiljö som gör det svårare att etablera hälsosamma vanor. Den riskerar också att förstärka skillnaderna i hälsa mellan barn med olika socioekonomiska förutsättningar.

Barnkonventionen är svensk lag och slår fast att barnets bästa ska komma i främsta rummet vid åtgärder som rör barn. Barn har också rätt till liv, utveckling och bästa

möjliga hälsa. FN:s barnrättskommitté har särskilt uppmärksammat staters ansvar att begränsa barns exponering för marknadsföring av ohälsosam mat och dryck.

Sverige behöver därför se över om dagens regler ger barn ett tillräckligt skydd. En framtida reglering bör omfatta både traditionella och digitala kanaler och utgå från hur barn faktiskt möter marknadsföring i dag. Den bör vara tydlig, teknikneutral och möjlig att följa upp genom effektiv tillsyn.

Det är samtidigt viktigt att skilja mellan information och kommersiell påverkan. Syftet är inte att begränsa barns tillgång till information eller att detaljreglera familjers matvanor. Det handlar om att skapa rimliga gränser för kommersiella aktörers möjlighet att rikta marknadsföring av ohälsosamma produkter mot barn.

Kristdemokraterna vill stärka det förebyggande folkhälsoarbetet och ge barn bättre förutsättningar att växa upp med goda och hållbara vanor. Föräldrar har huvudansvaret för sina barn, men samhället har också ett ansvar för de miljöer där barn vistas.

Riksdagen bör därför uppmana regeringen att utreda och återkomma med förslag om hur marknadsföringen av ohälsosam mat och dryck till barn och unga kan begränsas eller förbjudas. Målet ska vara en mer hälsofrämjande matmiljö där barns rätt till hälsa väger tyngre än kommersiella intressen.

Cecilia Engström (KD)