

Motion till riksdagen 2025/26:759

av **Peter Hedberg m.fl. (S)**

Förbud mot ohälsosam reklam riktad till barn

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att införa ett förbud mot ohälsosam reklam som når barn, och detta tillkännager riksdagen för regeringen.

Motivering

Barn och unga är särskilt känsliga för reklam och marknadsföring. De saknar ofta den kritiska förmågan att förstå de kommersiella budskapen och påverkas därför i högre grad än vuxna. Forskning visar tydligt att exponering för reklam för ohälsosamma produkter – såsom snabbmat med högt innehåll av socker, salt och fett, energidrycker eller godis – påverkar barns konsumtionsvanor och ökar risken för ohälsosamma matvanor, övervikt och fetma.

I dag omfattas barn i Sverige av ett visst skydd genom marknadsföringslagen, men regelverket är otillräckligt. Den digitala utvecklingen har gjort att reklam via sociala medier, influencers och digitala plattformar når barn på ett sätt som inte förutsågs när lagstiftningen skrevs. Trots branschens frivilliga åtaganden fortsätter barn att exponeras för ohälsosam reklam.

Sverige bör därför ta intryck av internationella exempel: Norge har infört ett förbud mot marknadsföring av ohälsosam mat och dryck riktad till barn under 13 år. Reklamen får inte förekomma i medier där barn utgör en betydande del av publiken. Det norska regelverket omfattar även digitala medier och sociala plattformar. Storbritannien har beslutat att införa ett förbud mot tv-reklam och digital annonsering för livsmedel med högt innehåll av socker, salt och fett före kl. 21.00. Syftet är att skydda barn och unga från exponering för ohälsosam reklam i sina vardagsmiljöer. Båda dessa länder har tagit viktiga steg för att skydda barn mot skadlig reklam och därigenom stärka folkhälsan. Sverige bör följa deras exempel.

Samhället har ett ansvar för att skydda barn och unga från kommersiella krafter som bidrar till ohälsa. Ett förbud mot ohälsosam reklam som når barn skulle vara ett viktigt steg för att minska riskerna för övervikt och livsstilsrelaterade sjukdomar och bidra till att fler barn får växa upp i en hälsosam miljö. Att skydda barn mot skadlig reklam är också i linje med FN:s barnkonvention, som är svensk lag, där det slås fast att barnets bästa alltid ska komma i första rummet.

Peter Hedberg (S)

Malin Larsson (S)

Peder Björk (S)