



SVERIGES KONSUMENTRÅD
THE SWEDISH CONSUMERS' ASSOCIATION

PRESSMEDDELANDE

Stockholm den 2 december 2005

Matreklam till barn kartläggs

Hur mycket reklam för ohälsosam mat riktas till barn? Hur ser den ut? Sveriges Konsumentråd startar en stor kartläggning av matreklam till barn i TV, Internet, direktreklam och barntidningar. Materialet ska analyseras av medieforskare vid Lunds Universitet.

– Reklamens ansvar för de ökande fetmaproblemen behöver granskas och debatteras mer. Här får vi för första gången en verklig bild av hur denna reklam ser ut, säger generalsekreterare Jan Bertoft.

Projektet har inletts med en bred insamling av material från mediekanaler som vänder sig till barn. Där ingår sex TV-kanaler med reklam, webbsidor med reklam och ett 60-tal tidningar som vänder sig till barn. Hushåll runt om i Sverige har dessutom sparat all reklam som kommer i brevlådan.

- Vi vill skapa debatt och få till stånd en sanering av reklamen för det som kallas ”skräpmat”. Vår förhoppning är att i framtiden göra jämförelser för att se om utvecklingen går åt rätt håll, säger Jan Bertoft. Det handlar också om att bevaka att positiva tendenser håller i sig.

Den vetenskapliga bedömningen görs av professor Gunilla Jarlbro och Fil.dr Helena Sandberg vid Medie- och Kommunikationsvetenskapliga institutionen, Lunds Universitet. De har lång erfarenhet av forskning kring barn och reklam.

– Vi har länge velat göra en liknande undersökning och den vetenskapliga mätmetod vi tar fram kan användas i andra länder. Det känns angeläget att göra detta, både idag och för det fortsatta arbetet med barn och reklam, säger Gunilla Jarlbro.

Bakgrunden till projektet är den ökande ohälsan. Tre av nio svenskar är överviktiga till en följd av ohälsosam mat- och dryckesvanor och minskad fysisk aktivitet. Tidigare mätningar visar att en stor del av den reklam som görs för livsmedel handlar om energitäta produkter med ”tomma kalorier” – läsk, godis, söta frukostflingor med mera.

Projektet finansieras främst av Nordiska Ministerrådet men även Konsumentverket har bidragit.

– Fetmaproblemen är likadant även i grannländerna. Eftersom detta kan betraktas som ett pilotprojekt följs det med stort intresse även där. Vi tror även att resultatet av kartläggningen kan bidra till ökad debatt och konkreta handlingsplaner både i Sverige och i andra länder, säger Jan Bertoft.

För mer information kontakta:

Jan Bertoft, generalsekreterare Sveriges Konsumentråd, tel: 070-797 79 87.

Gunilla Jarlbro, professor, Lunds Universitet, tel: 0709-816885

Louise Ekström, kommunikationsansvarig, Sveriges Konsumentråd, tel: 070-202 85 86.

Sveriges Konsumentråd är en obunden, opolitisk paraplyorganisation som samlar 27 olika medlemsorganisationer. Vi är en intresse- och lobbyorganisation, som arbetar både nationellt och internationellt med aktuella konsumentfrågor. Vårt mål är mer konsumentmakt och att underlätta för kunniga och medvetna konsumenter. Mer information på www.sverigeskonsumentrad.se