



SVERIGES KONSUMENTRÅD
THE SWEDISH CONSUMERS' ASSOCIATION

PRESSMEDDELANDE

Stockholm den 11 april 2006

Uppemot 26 procent av matreklamen är onyttig

Sveriges Konsumentråd har kartlagt hur livsmedelsreklam av ohälsosam mat riktar sig till barn. I sin första delrapport har de granskat direktreklam och tidningar. De kan konstatera att av all reklam för mat är 18 procent ohälsosam mat. Om man skulle lägga till färdigrätter eller ”snabbmat” blir det 26 procent och står för knappt en fjärdedel av all matreklam som kommer i brevlådan.

Åtta barnfamiljer runt om i Sverige har under en vecka samlat all direktreklam som kommer i brevlådan. Medieforskare på Lunds universitet har, under ledning av professor Gunilla Jarlbro, gjort en vetenskaplig analys av sammanlagt 251 reklamutskick och 4 569 annonssidor. Ansvarig forskare är Helena Sandberg, fil. doktor med mångårig erfarenhet av barn, reklam och medier:

- Vi har skapat ett index över andelen ohälsosam mat i livsmedelsreklamen. Detta så kallade OHM-index inkluderar läsk, godis, chips, choklad, kakor, söta efterrätter och mellanmål. Vi har dock valt att inte låta färdigrätter eller ”snabbmat” ingå då det skulle krävas analyser av det näringsmässiga innehållet för att avgöra om de skulle klassas som ohälsosamma eller inte.

Av alla förstasidor står 20 procent för ohälsosam mat som kakor, söta efterrätter, mellanmål, godis och läsk. Det vanligaste livsmedlet (24 procent) är de animaliska produkter, det vill säga fågel, kött, fisk, korv och ägg.

- Det är allvarligt att det är så mycket ohälsosam mat i livsmedelsreklamen. Här kan företagen i sin reklam definitivt ta ett större ansvar, säger Jan Bertoft, generalsekretare.

Vad gäller serietidningar har 56 stycken inhandlats och ingår i undersökningen. Mat har inte någon central roll i dessa tidningars annonser. Däremot används godis som en mer lockande funktion. Här finns bilder på godis i det redaktionella materialet och som lockerbjudande i tävlingar.

Nästa mätning som ska rapporteras är om reklam på internet och beräknas komma i maj. Den tredje och sista delrapporten om tv-reklam och barn kommer i juni, samtidigt som slutrapporten.

För mer information kontakta:

Jan Bertoft, generalsekreterare Sveriges Konsumentråd, tel: 08-534 808 70 eller 070-797 79 87.

Louise Ekström, kommunikationsansvarig, Sveriges Konsumentråd, tel: 08-534 808 70 eller 070-202 85 86.

Helena Sandberg, fil. doktor, Lunds universitet, 046-222 03 29 eller 0709-68 78 43

Gunilla Jarlbro, professor, Lunds universitet, tel: 0709-81 68 85.

Sveriges Konsumentråd är en obunden, opolitisk paraplyorganisation som samlar 28 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