



Slotsholmsgade 10-12
DK-1216 København K

T +45 7226 9000
F +45 7226 9001
M sum@sum.dk
W www.sum.dk

Dato: 17. september 2010
Enhed: CFF
Sagsbeh.: BBMA
J. nr.: 7-309-15/24

Folketingets Sundhedsudvalg

Folketingets Sundhedsudvalg har den 14. september 2010 stillet følgende spørgsmål SUU 827 (alm. del) til indenrigs- og sundhedsministeren, som hermed besvares. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Flemming Møller Mortensen (S).

Spørgsmål 827:

"Ministeren bedes kommentere på artiklen "Ekstra smøger til gengæld for promovring" (Politiken den 13. september 2010), hvoraf det fremgår, at tobaksfirmaer giver mængderabat på cigaretter til studie- og kollegiebarer som betaling for promovring. Ministeren bedes herunder oplyse, om han deler Kræftens Bekæmpelses bekymring for, at tobaksindustriens massive fokus på unge og studerende kan lokke flere til at ryge".

Svar:

Rygning er den livsstilsfaktor, der er relateret til flest dødsfald årligt. Jeg mener derfor selvsagt også, at det er meget forkert, hvis tobaksfirmaer bevidst prøver at lokke de unge til at begynde at ryge. De nyeste tal fra Sundhedsstyrelsen viser, at andelen af dagligrygere er faldet til 21 pct. i 2010. Det er det laveste tal nogensinde. Til sammenligning lå andelen af dagligrygere på 30 pct. i 2000. Det er en meget glædeligt udvikling, som regeringen har taget en række initiativer for at hjælpe på vej og ikke mindst for at undgå, at børn og unge begynder at ryge.

Således har regeringen indført forbud mod salg af tobak til unge under 18 år, hævet afgifterne på tobak, indført Lov om røgfri miljøer for at beskytte mod de sundhedsskadelige effekter af passiv rygning, gennemført en intensiv informationskampagne i efteråret 2009, der oplyser om konsekvenserne ved rygning samt besluttet at indføre obligatoriske billedadvarsler på tobakspakker bl.a. også for at afskrække unge fra at begynde at ryge.

For mig at se har vi alle, herunder virksomhederne, et særligt ansvar for at hjælpe til, så børn og unge allerede i barndommen får lagt kimen til at træffe de sunde valg senere i livet. Og med tobaksreklameloven har vi i Danmark en klar og meget restriktiv lovgivning, der som hovedregel netop skal hindre alle former for reklame for tobaksvarer, herunder sponsering og enhver form for uddeling af tobaksvarer mv. med sigte på at fremme afsætningen af tobaksvarer.

Således fremgår det også direkte af tobaksreklameloven, at kun en neutral anbringelse af tobaksvarer i forbindelse med betalingskasser, barer og lignende steder er undtaget fra det generelle reklameforbud. Det betyder, at hylder, skabe og bokse ikke må få en størrelse eller en udformning, som giver en reklameeffekt.

Som nævnt finder jeg det selvsagt yderst beklageligt, hvis der er virksomheder, der bevidst tilsidesætter lovgivningen.

Jeg kan oplyse, at det efter tobaksreklameloven er forbrugerombudsmanden, der fører tilsyn med lovens overholdelse.

Med venlig hilsen

Bertel Haarder / Brit Borum Madsen