

Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport

> Retouradres Postbus 20350 2500 EJ Den Haag

De Voorzitter van de Tweede Kamer
der Staten-Generaal
Postbus 20018
2500 EA DEN HAAG

Bezoekadres:
Parnassusplein 5
2511 VX DEN HAAG
T 070 340 79 11
F 070 340 78 34
www.rijksoverheid.nl

Ons kenmerk
102275-100382-VGP

Bijlagen
1

Uw brief
28 februari 2012

*Correspondentie uitsluitend
richten aan het retouradres
met vermelding van de datum
en het kenmerk van deze
brief.*

Datum 29 februari 2012
Betreft Kamervragen

Geachte voorzitter,

Hierbij zend ik u de antwoorden op de vragen van het Kamerlid Arib (PvdA) over het
ontduiken van de afspraken in het Convenant Overgewicht (2012Z02782).

Hoogachtend,
de Minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport,

mw. drs. E.I. Schippers

Antwoorden op Kamervragen van het Kamerlid Arib (PvdA) over het ontduiken van de afspraken in het Convenant Overgewicht .
(2012Z02782)

1

Bent u op de hoogte van het feit dat de regels van het Convenant Overgewicht ten aanzien van reclame voor snoep worden overtreden? Wat is uw mening?

1

Nee. Het Convenant Overgewicht is niet meer actueel; eind 2009 is dit beëindigd. Op basis van draagvlak van betrokken partijen en met steun van de Kamer is ingezet op een nieuw convenant:

het Convenant Gezond Gewicht (TK 31 899, nr. 15).

Het thema voedingsmiddelenreclame gericht op kinderen maakt hier geen onderdeel van uit.

Het Convenant Overgewicht heeft zich destijds wel ingespannen voor een verbod op voedingsmiddelenreclame gericht op kinderen. Met inspanning van partijen uit het Convenant Overgewicht is een verbod voor voedingsmiddelenreclame gericht op kinderen jonger dan 7 jaar tot stand gekomen in de Reclamecode voor Voedingsmiddelen (RvV). Daarnaast heeft de Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI) haar leden opgeroepen tot terughoudendheid in de reclame gericht op kinderen van 7 tot 12 jaar. Op 9 maart 2010 bent u op de hoogte gebracht van deze stappen die op basis van zelfregulering zijn genomen (TK 31 899, nr. 17). Het verbod en de oproep van de FNLI zijn nog steeds van kracht. Van overtredingen van het verbod ben ik niet op de hoogte.

2

Vindt u dat het sponsoren door Haribo van het populaire programma The Voice Kids past binnen de afspraken van het Convenant?

3

Vindt u dat de sponsoring door Haribo overeenkomt met de afspraak in het Convenant om terughoudendheid te betrachten ten aanzien van reclame gericht op kinderen?

2 en 3

De afspraken van het Convenant Gezond Gewicht richten zich op het maatschappelijk agenderen van overgewicht en obesitas en de maatregelen die door middel van samenwerking van partijen genomen kunnen worden om een trendbreuk in de cijfers van overgewicht en obesitas te bewerkstelligen. Het thema reclame ongezonde voedingsmiddelen gericht op kinderen maakt geen onderdeel van uit het huidige Convenant Gezond Gewicht.

De afspraken waar u vermoedelijk op doelt zijn opgenomen in de RvV, waarin een verbod op voedingsmiddelenreclame gericht op kinderen tot 7 jaar is opgenomen. Volgens de gegevens uit het bereikonderzoek blijkt dat "The Voice Kids" zich niet richt op kinderen onder de 7 jaar. Het kijkerspubliek van het "The Voice Kids" bestaat voor 85% uit kijkers ouder dan 12 jaar (bron: RTL 4).

Zoals in antwoord op vraag 1 is aangegeven heeft de FNLI, naast het verbod in de RvV, haar leden opgeroepen om terughoudend te zijn in het richten van reclame op kinderen in de leeftijd van 7 tot 12 jaar. Bedrijven die wel reclame maken

richting deze doelgroep wordt gevraagd hun beleid te publiceren op de website *zorgvuldigereclame.nl*. Haribo licht haar beleid toe op deze website. Daarmee schaart Haribo zich tussen een aantal bedrijven dat aangeeft dat reclame gericht op kinderen tussen de 7 en 12 jaar onderdeel kan zijn van het beleid en dit toelicht op de website, zoals verzocht door de FNLI.

4

Vindt u dat de actie van Haribo, waarbij een gouden Haribobeer op een school een prijs uitreikt en dit filmpje vervolgens op internet is geplaatst, past binnen de afspraken van het Convenant Overgewicht?

4

In de RvV wordt nader ingegaan op reclame op scholen. Hierin staat dat op scholen uit het voortgezet onderwijs geen promotionele acties mogen plaatsvinden die uitsluitend tot doel hebben de leerlingen aan te zetten tot overmatig gebruik van het aangeprezen voedingsmiddel. Strikt genomen past de actie van Haribo binnen de regels van de RvV; er is geen sprake van het aanzetten tot overmatig gebruik. Vanuit mijn visie op gezondheid en mijn inzet om juist de gezonde keuze, de makkelijke keuze te maken, wil ik scholen en bedrijven wel oproepen om doordachte keuzes te maken die dit beleid kunnen ondersteunen.

Zoals bij antwoord 1 gemeld, is het Convenant Overgewicht niet meer actueel. Het is niet een specifiek doel of activiteit van het Convenant Gezond Gewicht of van mij om kinderen en leerlingen te vrijwaren van reclame. Dit kabinet zet in op een integrale aanpak op het gebied van gezond gewicht, zoals vermeld in de Landelijke nota Gezondheidsbeleid, waarbij de jeugd wordt ondersteund door programma's zoals Mediawijsheid bij het ontwikkelen van weerbaarheid tegen de prikkels en verleidingen die nu eenmaal onderdeel uitmaken van onze leefwereld. Reclame is daar onderdeel van.

5

Kunt u de Kamer zo snel mogelijk een lijst sturen van fabrikanten en reclame-uitingen voor snoep in het afgelopen jaar, en hier ook een lijst aan toevoegen van snoep in de vorm van populaire figuurtjes voor kinderen, of waarbij deze figuurtjes op de verpakking staan afgebeeld?

5

Nee, in het kader van zelfregulering zie ik het niet als mijn taak dit soort lijsten samen te stellen en te verspreiden. Daarnaast heb ik u naar aanleiding van een toezegging op 28 oktober 2011 het rapport monitoring voedingsreclame doen toekomen (TK 31 899, nr. 19). Dit rapport komt voort uit onderzoek van de Consumentenbond en is in opdracht van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport uitgevoerd. In het rapport wordt uitgebreid ingegaan op diverse vormen van reclame-uitingen voor voedingsmiddelen die niet goed passen in een gezond voedingspatroon. In dit rapport vindt u een overzicht van bedrijven en producten waarvan voedingsmiddelenreclames gericht op kinderen zijn aangetroffen.

De FNLI heeft aangegeven dat zij in 2012 zelf een monitor naar voedingsreclame gericht op kinderen zal laten uitvoeren. Dit past bij de rol en verantwoordelijkheid van zelfregulering zoals ik die voor ogen heb.

6

Wat is uw mening over de uitspraak van Vereniging voor de Bakkerij- en Zoetwarenindustrie (VBZ)-directeur Baas dat reclame voor programma's die op een later tijdstip worden uitgezonden maar wel populair zijn bij kinderen niet onder de Convenantafspraken vallen omdat kinderen dan "in bed horen te liggen"?

6

Deze uitspraak komt niet overeen met de gehanteerde criteria. In artikel 8 van de RvV wordt aangegeven wanneer een programma gericht is op kinderen. Dit wordt niet beoordeeld op basis van tijdstip, zoals wordt gesuggereerd, maar op basis van bereikcijfers. De FNLI hanteert een vergelijkbaar criterium voor de oproep om terughoudend te zijn met reclame gericht op kinderen tussen de 7 en 12 jaar.

7

Wat is uw mening over de uitspraak van VBZ-directeur Baas dat er voortdurend gekeken wordt of de randen van de regelgeving scherper getrokken moeten worden? Bent u het eens met de uitspraak dat de Haribo-actie "een twijfelgeval" is?

7

Voor de randen van de regelgeving verwijs ik u naar artikel 8 lid 1 van de RvV waarin de criteria worden uitgelegd. Zoals in antwoord op vraag 6 reeds is aangegeven, hanteert de FNLI deze criteria ook in haar oproep om terughoudend te zijn. Ik verwacht van de FNLI dat zij haar leden aanspreekt op de verantwoordelijkheid die partijen hebben en hoe zij deze invullen. Daarnaast zal de FNLI, zoals bij antwoord 5 is aangegeven, in 2012 zelf een monitor naar voedingsreclame gericht op kinderen uit laten voeren. Voor wat betreft de Haribo-actie blijkt uit het bereikonderzoek dat 15% van het kijkerspubliek van "The Voice Kids" jonger dan 13 jaar is, en zich daarmee volgens de regels niet richt op kinderen.

8

Is het de bedoeling dat fabrikanten van snoep en ongezonde voedingsmiddelen de Convenantafspraken vrij kunnen interpreteren of is het de bedoeling dat door de Convenantafspraken het aantal kinderen met overgewicht wordt teruggedrongen?

8

Het is de bedoeling dat binnen het Convenant Gezond Gewicht de 27 partijen zich gezamenlijk inzetten om de stijgende trend van overgewicht en obesitas om te buigen in een daling.

9

Wat is uw mening over de uitspraak van VBZ-directeur Baas dat Nederland over het algemeen verstandig snoept, maar overgewicht vooral een probleem is van de lagere sociale klassen en allochtonen? Bent u het met deze uitspraak eens?

9

Het Voedingscentrum gaat bij het eetpatroon uit van een onderverdeling tussen basisvoedingsmiddelen en niet-basisvoedingsmiddelen. Om aan de gemiddelde energiebehoefte te voldoen met de gezonde basisvoedingsmiddelen blijft er weinig ruimte over voor niet-basisvoedingsmiddelen, waaronder snoep (voor kinderen ongeveer 100 kilocalorieën per dag, voor volwassenen tot 400 kilocalorieën). Uiteindelijk is het een verantwoordelijkheid van de consument om de ruimte voor snoep binnen het eetpatroon zelf op een verstandige wijze in te vullen. Voor wat betreft het gedeelte van de uitspraak over overgewicht blijkt uit onderzoek dat onder mensen met een lage opleiding meer overgewicht voorkomt dan onder hoogopgeleiden (54% vs. 33%).¹ (Volksgezondheid Toekomst Verkenningen, 2010). De prevalentie van overgewicht blijkt onder allochtone groepen hoger dan onder autochtonen (Vijfde Landelijke Groeistudie, TNO, 2010).

10

Deelt u de mening dat de sociaaleconomische gezondheidsverschillen worden vergroot, wanneer overgewicht, met name in lagere sociaaleconomische groepen, niet gericht wordt bestreden? Vindt u dat het huidige beleid voldoende garanties biedt om ervoor te zorgen dat overgewicht op korte termijn drastisch wordt teruggedrongen?

10

De Landelijke Nota Gezondheidsbeleid heet niet voor niets 'Gezondheid dichtbij'. Hierin past onze gerichte aanpak die gemeenten en andere (lokaal) betrokken partijen ondersteunt, stimuleert én de ruimte te geeft om op lokaal of zelfs wijkniveau de vertaalslag te maken naar de voor hun relevante thema's en doelgroepen. Pas wanneer behoeften en wensen van mensen het uitgangspunt zijn, kan effectief en doelgericht worden gewerkt aan gezondheidsverbetering. Dit geldt dus ook zeker voor overgewicht.

En naast mijn inzet op een gezonde omgeving, vanuit de gedachte de gezonde keuze, de makkelijke keuze maken, lever ik een extra inspanning om alle jongeren te beschermen en hen een gezonde basis te geven. Voor mijn gezond gewicht beleid maak ik zo veel mogelijk gebruik van effectieve interventies en aanpakken. De Gezonde Schoolkantine en JOGG (Jongeren op Gezond Gewicht) zijn hier mooie voorbeelden van. Deze formules zijn bedoeld voor lokale implementatie en kunnen aangepast worden op de lokale vraag en context. Doordat ik kennis over goede voorbeelden en effectieve aanpak verspreid, verbindingen leg met sport en bewegen in de buurt, open sta voor initiatieven en de dialoog met private partijen aan ga, geloof ik dat we een stevige positieve bijdrage leveren aan het probleem van overgewicht. Echter, overgewicht is een complex maatschappelijk probleem dat niet door de overheid alleen terug te dringen is. Ik heb daarbij de inzet van mensen zelf nodig en die van andere betrokken partijen, zoals zorgverleners, scholen, private partners en (sport)verenigingen.

¹ VTV 2010:

<http://www.nationaalkompas.nl/gezondheidsdeterminanten/persoonsgebonden/lichaamsgewicht/verschillen-sociaaleconomisch/>

11

Kunt u zich voorstellen dat de Convenantafspraken worden overtreden omdat er geen sancties op staan? Bent u bereid zo spoedig mogelijk sancties op overtredingen van de afspraken in het Convenant Overgewicht in te voeren? Zo nee, waarom niet? Welke garantie heeft u in dat geval dat de afspraken worden nagekomen?

11

In de beantwoording van vraag 2, 3 en 8 ben ik reeds ingegaan op het doel en de aard van het huidige Convenant Gezond Gewicht. Er is geen sprake van overtreding.

Wat er wel gebeurt is dat op basis van samenwerking partijen, vanuit de eigen maatschappelijke verantwoordelijkheid en mogelijkheden, actief inzetten op een integrale aanpak voor gezond gewicht voor jongeren en volwassenen. De aanpak binnen het Convenant zorgt met al haar partners voor meer bundeling van interventies en gecoördineerde landelijke en lokale activiteiten. De afspraken binnen het Convenant worden tussen partijen gemaakt en de partijen spreken elkaar daar onderling op aan. Dit is de kracht van dit convenant. Het opleggen van sancties zie ik niet als een versterking van deze gezamenlijke aanpak en past niet in de constructie van het Convenant en onze rol daarin.

12

Bent u bereid deze vragen te beantwoorden voor het notaoverleg Gezondheidsbeleid op 5 maart a.s.?

12

Bij dezen.