

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

1889

Vragen van het lid **Uitslag** (CDA) aan de ministers van Volksgezondheid, Welzijn en Sport en voor Jeugd en Gezin over *de rapportage van Kidsvitaal «Dubbel 30: Doe je ding!»* (ingezonden 19 februari 2010).

Antwoord van minister **Klink** (Volksgezondheid, Welzijn en Sport), mede namens de minister voor Jeugd en Gezin (ontvangen 11 maart 2010).

Vraag 1

Kent u de rapportage van Kidsvitaal «Dubbel30: Doe je ding!»?¹

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Is in uw ogen deze rapportage een logische uitwerking van het beleid zoals u heeft ingezet?

Antwoord 2

De Stichting KidsVitaal is een eigen initiatief in het kader van zelfregulering voor voedingsreclame bij kinderen. Vlak voor het notaoverleg overgewicht, d.d. 7 september 2009, is door de FNLI en een aantal grote commerciële omroepen en maatschappelijke organisaties een platform opgericht ten behoeve van steun aan projecten die een gezonde voeding en leefstijl van jongeren tussen 7 en 12 jaar beogen. Dit initiatief heeft geleid tot de oprichting van de Stichting KidsVitaal. De Stichting wil projecten en programma's, bij voorkeur aangereikt door het Convenant Gezond Gewicht, ondersteunen. De partners in de Stichting leveren expertise en middelen, coördinatie en begeleiding bij projecten en programma's. Door de omroepen wordt er zendtijd, ten behoeve van aandacht aan de projecten, beschikbaar gesteld via radio, televisie en internet.

De «Dubbel30-campagne» was het eerste project van de Stichting. Ik zie de activiteiten van de Stichting KidsVitaal, samen met andere initiatieven vanuit het veld voor zelfregulering voor voedingsreclame bij kinderen, als een eerste aanzet om een goede invulling te kunnen geven aan de doelstelling in de nota overgewicht om kinderen tot 12 jaar zoveel mogelijk te vrijwaren van

¹ Stichting KidsVitaal is een initiatief van de samenwerkende commerciële radio- en televisie-omroepen, Ster, CMC (BVA, DDMA, VEA, SPOT) en FNLI (Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie).

een reclameaanbod voor voedingsmiddelen die niet passen in een gezond voedingspatroon. Ik informeer de Kamer conform motie Arib (Vergaderjaar 2008–2009, 31899, nr. 3) specifiek over voedingsreclame. Ik wil u voor meer informatie dan ook verwijzen naar deze brief.

Vraag 3

Bent u bereid de rapportage «Dubbel 30: Doe je ding!» mee te nemen bij de uitvoering van de motie Uitslag?²

Antwoord 3

Tijdens het VAO Gezonde Leefstijl heb ik aangegeven in de Preventienota, die momenteel in voorbereiding is, terug te komen op uw vraag op welke manier campagnes doelmatiger kunnen worden vormgegeven. Zoals ik heb aangegeven tijdens dit VAO is er al een flinke slag gemaakt in het doelmatiger maken van de campagnes. Ook is er meer samenhang gebracht tussen de verschillende leefstijlonderwerpen; zo zijn de leefstijlcampagnes gethematiseerd, en werken gezondheidsbevorderende instituten voortaan samen om een bepaalde doelgroep te bereiken, zoals het Trimbos instituut met Stivoro en het Voedingscentrum met het NISB. Het aantal campagnes is daarbij flink teruggebracht, naar maximaal 10. Op deze manier wordt versnippering voorkomen. Het is de bedoeling dat in de volgende Preventienota wordt ingegaan op het type campagnes dat wij voeren, het aanbod van de campagnes en de manier waarop wij die financieren. Ik wil dus in brede zin ingaan op de achtergrond van de financiering van campagnes. Bij de uitvoering van uw motie zal ik echter niet ingaan op individuele campagne concepten.

² Kamerstuk 31 839, nr. 28.