

**Statsråd Kristin Clemet**  
**Utdannings- og forskningsdepartementet**  
**Postboks 8119 Dep.**  
**0032 OSLO**

**Oslo, 21.04.2005**

## **REKLAME OG SPONSING I GRUNNSKOLEN**

Reklame og sponsing i skolen er en problemstilling som flere ganger tidligere har vært opp til debatt, herunder i forbindelse med St.meld. nr. 30 (2003-2004) "Kultur for læring". Regjeringens konklusjon den gang var at den ikke ønsket en regulering av reklame i skolen.

Forbrukerombudet, Forbrukerrådet, Barneombudet, Foreldreutvalget for grunnskolen, Utdanningsforbundet, Barnevakten, Kreativt Forum og Framtiden i våre hender vil med dette be Utdannings- og forskningsdepartementet på nytt vurdere:

- Et lovforbud mot reklame i skolemateriell og på grunnskolens områder
- Nasjonale bindende retningslinjer for sponsing i grunnskolen

En slik regulering er i tråd med Nyborg-utvalgets forslag til tiltak i NOU 2001:6 "Oppvekst med prislapp?".

Årsaken til at vi ønsker et forbud mot reklame i grunnskolen er at barn og unge utsettes for stadig større kommersielt press. Reklame og annen markedskommunikasjon bidrar i stor grad til dette presset, og vi mener at de unge i hvert fall i skolesammenheng så langt som mulig bør være skjermet fra dette. Skolen bør være en nøytral arena for læring og utvikling. Omfanget av markedsføring i skolen er per i dag ikke nødvendigvis så stort, men siden barn og unge er en meget attraktiv målgruppe for mange næringsdrivende, anser vi det som sannsynlig at dette vil øke betraktelig i fremtiden.

Vi ønsker et lovforbud mot reklame i grunnskolen fordi lovverket er sentralt for å markere grenser og påvirke holdninger i det norske samfunn, samt at man gjennom lovregulering vil sikre at det ikke utvikler seg en ulik praksis ved de forskjellige skolene i forhold til reklame og sponsing. Ulik praksis på dette området vil etter hvert kunne medføre store forskjeller med henhold til skolenes økonomi og dermed undervisningstilbud og elevers kommersielle påvirkning gjennom reklame og sponsing.

Etter vår oppfatning vil det være uheldig om familiers bosted, og dermed barn og unges skoletilhørighet, skal være avgjørende for i hvor stor grad man blir utsatt for reklame og sponing i skolen.

Et generelt forbud mot reklame i grunnskolen vil ikke, og bør ikke, være til hinder for at det åpnes for visse former for sponing og bedriftsbesøk. Dette fordi denne typen markedsføring ikke nødvendigvis medfører økt opplevd kommersielt press for barn og unge, og fordi kontakten mellom skole og næringsliv er viktig. Det bør i så fall utvikles nasjonale regler eller retningslinjer for dette. Slike retningslinjer bør ikke være frivillige å forholde seg til for skolene p.g.a. faren for at det utvikles forskjellig praksis alt etter hvilket syn på sponing og salgsfremmende aktiviteter som den enkelte skoles ledelse har.

Vi vil gjerne bidra med innspill og informasjon, og være med i en nærmere dialog om hvordan et lovforbud mot reklame i grunnskolen og nasjonale retningslinjer for sponing i grunnskolen kan utformes.

Med vennlig hilsen

Bjørn Erik Thon (sign.)  
forbrukerombud

Erik Lund-Isaksen (sign.)  
direktør i Forbrukerrådet

Helga Hjetland (sign.)  
leder i Utdanningsforbundet

Stig Ryland (sign.)  
daglig leder i Barnevakten

Sol M. Olving (sign.)  
daglig leder i Kreativt Forum

Arild Hermstad (sign.)  
daglig leder i Framtiden i våre hender

Loveleen Rihel Brenna (sign.)  
leder i Foreldreutvalget for grunnskolen

Reidar Hjermann (sign.)  
barneombud