

Akademikerne krever statlig ansvar for yrkesskadeborsikring

Akademikerne har nå sendt brev til Arbeids- og sosialdepartementet med krav om at staten tar ansvar for yrkesskadeborsikring knyttet til covid-19 for smittetutsatte selvstendige, heter det i et nyhetsbrev fra Akademikerne 15. april.

Ansatt helsepersonell er sikret gjennom de yrkesskadeordningene man har, fordi covid-19 er oppført på listen over sykdommer som kan godkjennes som yrkessykdom, og dermed gi rett på yrkesskadeerstatning.

– Fastleger, tannleger, psykologer og leger i spesialistpraksis er eksempler på grupper som i mange tilfeller er selvstendig næringsdrivende, og samtidig kan være ekstra utsatt for smitte på jobb. Svært få av disse har tegnet egen yrkesskadeborsikring. Staten må ta ansvar for at denne

gruppen, som er veldig utsatt for smitte. De må sikres den samme økonomiske tryggheten som nå er på plass for ansatte i helsevesenet, sier leder i Akademikerne, Kari Sollien.

For helsepersonell som er selvstendig næringsdrivende er det i dag opp til den enkelte å tegne frivillig yrkesskadeborsikring, noe som innebærer at man må betale ekstra forsikringspremie. Denne ordningen er lite utbredt.

– Staten må legge til rette for at helsepersonell kan utføre sitt arbeid uten frykt for eget liv og helseskade. Økonomisk trygghet for helsepersonell og eventuelle etterlatte er ett ledd i å trygge arbeidssituasjonen. Slik vil man også bidra til å sikre at befolkningen får forsvarlig helsehjelp, sier Sollien.

Personalia

Dødsfall

Svein Arnar Kolltveit, f. 27.05.1933, tannlegeeksamen 1960, d. 29.01.2020

Barbara Hasund, f. 20.03.1951, tannlegeeksamen 1978, d. 21.03.2020

Tor Sigfred Espedal, f. 10.09.1930, tannlegeeksamen 1959, d. 24.03.2020

Hugo Dalaker, f. 09.03.1930, tannlegeeksamen 1953, d. 10.04.2020

Asbjørn Myrer, f. 20.03.1928, tannlegeeksamen 1961, d. 10.04.2020

Odd Grøvlen, f. 06.02.1952, tannlegeeksamen 1981, d. 16.04.2020

Terje Tangerud, f. 11.06.1937, tannlegeeksamen 1964, d. 17.04.2020

Uenige om 13-årsgrensen på godterireklame

Bør aldersgrensen på 13 år økes for markedsføring av usunn mat og drikke rettet mot barn? Matbransjen, frivillige organisasjoner og myndigheter er uenige. Det viser en evaluering Folkehelseinstituttet har gjort av Matbransjens faglige utvalg.

Regulering av markedsføring av usunn mat og drikke mot barn og unge er anerkjent som ett av mange tiltak som kan bidra til et bedre kosthold. Matbransjens faglige utvalg (MFU) ble etablert i 2013 som en bransjestyrt selvreguleringsordning.

MFU-ordningen har egne retningslinjer som bransjeaktører skal forholde seg til når de markedsfører usunn mat og drikke. I løpet av perioden 2014–2019 har MFU-utvalget behandlet 77 markedsføringsklager og gjort 126 forhåndsavklaringer av planlagte kampanjer.

Folkehelseinstituttet har evaluert MFU-ordningen gjennom intervjuer med aktører fra bransjen, frivillig sektor og helsemyndighetene. I tillegg har instituttet gjennomført en spørreundersøkelse blant et nasjonalt representativt utvalg av foreldre med barn under 16 år. Evalueringen er publisert i rapporten *Evaluering av Matbransjens faglige utvalg (MFU)*.

– Evalueringen viser at det er knyttet størst uenighet til ordningens innhold, spesielt aldersgrensen på 13 år. Frivillig sektor, forbruker-

organisasjoner og myndighetene ønsker en heving av aldersgrensen, mens MFU-eierne og bransjen selv utelukker dette, sier Arnfinn Helleve, senterleder og forsker ved Folkehelseinstituttet.

Delt i synet på MFU-ordningen

Aktørenes standpunkter har beveget seg lite i løpet av de seks årene ordningen har eksistert. De generelle synspunktene på MFU-ordningen kan fordeles i tre ulike posisjoner:

Eierne av ordningen representerer den mest positive posisjonen. De mener at ordningen bidrar til redusert markedsføring av usunn mat og drikke rettet mot barn, at den er godt forankret i bransjen og at den er et uttrykk for bransjens samfunnsansvar.

Den mest kritiske posisjonen har Forbrukerrådet og de frivillige organisasjonene som mener at MFU-ordningen ikke beskytter barn og unge godt nok.

Myndighetene, representert ved Helsedirektoratet, inntar en mellomposisjon hvor de

fremhever mange positive sider ved ordningen, samtidig som de gir uttrykk for at det er sider ved ordningen de ikke er fornøyde med.

– De tre ulike posisjonene kan forsvares med ulike argumenter. Eierne vektlegger næringsinteresser i sin argumentasjon, mens de frivillige organisasjonene argumenterer ut fra et rent folkehelse-, rettighets- og forbrukerperspektiv, sier Helleve.

Mener barna eksponeres for en hel del reklame

Evalueringen viser at en stor andel av foreldre med barn under 16 år opplever at barn eksponeres for mye reklame for usunn mat og drikke, og at de påvirkes av slik reklame.

Foreldre mener at det er viktig å beskytte barn og unge mot markedsføring av usunn mat og drikke. Samtidig er det bare en tredjedel av foreldre som har hørt om MFU-ordningen.