



BDL

Berufsverband Deutscher
Laktationsberaterinnen IBCLC e.V.



Der WHO-Kodex schützt das Stillen

Internationaler Kodex zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten

Ein sperriger Begriff für ein wichtiges Thema

Wir leben in einer Marktwirtschaft. Produkte werden hergestellt und „vermarktet“, das heißt, es wird mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln versucht, möglichst viel davon zu verkaufen. Verschiedene Hersteller mit ähnlichen Produkten konkurrieren um die Gunst der Käufer. Solange es sich um verschiedene Nudeln handelt, ist das ja auch ok. Aber bei der Konkurrenz des Stillens gegenüber der Ernährung mit Muttermilchersatzprodukten steht mehr auf dem Spiel. **Stillen ist nicht irgendeine Ernährungsform.** Die Zusammensetzung der Muttermilch ist individuell veränderbar und voller immunologisch wirksamer Inhaltsstoffe. Sie ändert sich während des Trinkens kontinuierlich - dies hilft dem Kind, seinen Sättigungspunkt zu erkennen und ein gesundes Essverhalten zu entwickeln. Darüber hinaus ist Stillen ein fein abgestimmtes Zusammenspiel von Mutter und Kind. Stillen regt die Oxytocinausschüttung an und fördert das Wohlbefinden und die Bindung. Der Stoffwechsel der Mutter wird günstig beeinflusst, das Risiko für Erkrankungen wie Brustkrebs oder Diabetes Typ 2 gesenkt.

Deshalb ist es nicht egal, ob ein Mutter-Kind-Paar stillt oder nicht. Je ungünstiger die Lebensumstände sind, desto bedeutender sind die Auswirkungen des Stillens auf die kurz- und langfristige Gesundheit von Mutter und Kind. Würden fast alle Kinder gestillt, könnten weltweit jedes Jahr rund 800.000 Todesfälle bei Kindern unter 5 Jahren vermieden werden. **Auch hier und heute** sind die Auswirkungen spürbar (1).

Große Konzerne haben ein anderes Interesse als gelingendes Stillen

Stillen und Säuglings(milch)nahrung sind nicht zwei vergleichbare Produkte, die von zwei Firmen auf dem Markt angeboten werden. Große Konzerne verdienen mit dem Verkauf von Säuglingsnahrungen und anderen Muttermilchersatzprodukten sehr viel Geld. 2014 betrug der Umsatz in diesem Sektor knapp 45 Milliarden US-Dollar; für 2019 wird mit 70,6 Milliarden gerechnet (2). Damit stehen den Firmen große Summen zur Verfügung, um Öffentlichkeit, Gesundheitssystem und Politik zu beeinflussen und den Verkauf von Muttermilchersatzprodukten zu fördern – auf Kosten gelingenden Stillens. Den Konzernen gegenüber stehen die einzelnen Familien, die ihr Kind stillen wollen. Sie brauchen fachkundige Beratung und stillfreundliche Unterstützung von ihrem sozialen Netz, dem Gesundheitssystem und der Öffentlichkeit. Dafür stehen keine Millionen Euro zur Verfügung. Überall begegnen wir der geballten Werbung und den Vermarktungsstrategien der Säuglingsnahrungshersteller.

Immer deutlicher zeigt sich: Die Familien und das Stillen müssen geschützt werden.

Ein weltweites Anliegen

Die Weltgesundheitsversammlung (WHA, World Health Assembly, das Parlament der Weltgesundheitsorganisation WHO) hat deshalb 1981 einen „Internationalen Kodex zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten“ beschlossen. Diese weltweit gültige Vereinbarung enthält Regeln, wie Muttermilchersatzprodukte vermarktet werden dürfen und was nicht zulässig ist. Wenn Kinder keine Muttermilch bekommen können, sollen Ersatzprodukte in bestmöglicher Qualität zur Verfügung stehen. Sie sollen nicht beworben werden, denn sie beeinflussen den Stillserfolg. Die Resolution von 1981 wird von der WHO regelmäßig mit weiteren Resolutionen ergänzt und präzisiert, um neue Produkte wie Folgemilchen und Kindermilchen und neue Vermarktungswege zu berücksichtigen. Alle Resolutionen zusammen bilden den „WHO-Kodex“ (siehe 3).

Dieser sollte von allen Ländern in Landesgesetze übernommen werden, damit er rechtlich bindend wird. Die Mehrzahl der Länder hat einen Teil der Bestimmungen umgesetzt, die Spannweite der Umsetzung reicht von gar nicht bis vollständig (siehe bei 3). In Deutschland finden sich einzelne Kodexbestimmungen in der Diätverordnung (4).

Stillempfehlung der WHO als Bezugspunkt

Die Stillempfehlung der WHO lautet: „Sechs Monate ausschließlich Stillen, das heißt keine andere Nahrung oder Flüssigkeit außer Muttermilch, und danach neben angemessener Beikost weiter stillen bis zum Alter von zwei Jahren oder darüber hinaus.“

- Als Muttermilchersatz definiert sind sämtliche Produkte, die für Säuglinge im ersten halben Jahr angeboten werden: Säuglingsmilchnahrung, Tees, Säfte und Gläschenkost.
- Folgenahrungen und Kindermilch sind ebenfalls Muttermilchersatzprodukte.
- Flaschen und Sauger als notwendige Fütterutensilien sind im WHO-Kodex mitberücksichtigt. Milchpumpen und Stillhilfsmittel werden nicht erwähnt.

Keine Werbung in der Öffentlichkeit für Muttermilchersatzprodukte – denn Werbung wirkt!

Der WHO-Kodex verlangt, dass die Firmen in der Öffentlichkeit keine Werbung machen: keine Anzeigen, Sonderverkäufe, Gutscheine, Proben, Werbegeschenke. Ein solches Werbeverbot gilt in Deutschland bereits für verschreibungspflichtige Medikamente. Ähnlich wie industriell hergestellte Säuglings(milch)nahrungen sollen diese verfügbar sein, wenn sie benötigt werden, wegen ihrer Nebenwirkungen aber nur nach sorgfältiger medizinischer Prüfung genommen werden.

Kein Missbrauch des Gesundheitssystems zur Verkaufsförderung künstlicher Säuglings(milch)nahrungen

Kennen Sie das? Mutterpasshüllen mit dem Logo einer Babynahrungsfirma von der Frauenarztpraxis, Wandkalender mit Firmenlogo in der Klinik, Gutscheine und Fläschchen in „Geschenkpaketen“, Brotdose mit Firmenlogo vom Kinderarzt, eine Thermoskanne mit Firmenlogo in der Hebammenpraxis?

Mit dem, was Eltern in Kliniken und Praxen sehen und was sie dort bekommen, verbinden sie eine Firmen- und Produktempfehlung. Schließlich sind diese Einrichtungen dazu da, die Gesundheit zu fördern. Die Produktplatzierung in Kliniken und Praxen gibt den Muttermilchersatzprodukten und den Herstellern das Gütesiegel „von ÄrztInnen / Kliniken / Hebammen empfohlen“ und steigert den Absatz.

Der WHO-Kodex verlangt deshalb: keine Produktplatzierung in den Einrichtungen des Gesundheitswesens, keine Weitergabe von Proben, Gutscheinen oder Gegenständen von Herstellern und Händlern von Muttermilchersatzprodukten.

Schutz vor Interessenkonflikten

Alle MitarbeiterInnen im Gesundheitssystem haben den beruflichen Auftrag, sich für die Gesundheit von Müttern und Kindern einzusetzen. Sie haben die Aufgabe, Eltern objektives, aktuelles Wissen zu vermitteln, damit diese eine informierte Entscheidung treffen können.

Eltern, die sich für das Stillen entscheiden, brauchen fachkundige Beratung und stillfreundliche Strukturen, damit das Stillen gelingen kann. Entscheiden sich Eltern dagegen, brauchen sie Begleitung beim bindungsfördernden Füttern.

Die Babynahrungsfirmen haben eigene Interessen. Sie vergeben kostenlose oder verbilligte Lieferungen und Ausstattungen für Klinik oder Praxis, persönliche Geschenke und Essenseinladungen für die MitarbeiterInnen. Ein wesentlicher Bereich sind Fortbildungen, die durch Zahlungen der Industrie für die TeilnehmerInnen sehr günstig werden. Damit soll das Wohlwollen der MitarbeiterInnen gewonnen werden – „kleine Geschenke erhalten die Freundschaft“. Wer etwas geschenkt bekommt, und sei es nur ein Kugelschreiber, gerät in eine Dankbarkeitsverpflichtung, dafür auch etwas zurück zu geben. Das ist in allen Kulturen tief verwurzelt, niemand kann sich diesem Impuls entziehen.

Für die MitarbeiterInnen entsteht daraus ein Interessenkonflikt. Das ist eine Situation, in der ein Konflikt besteht zwischen dem beruflichen Interesse, das Stillen zu unterstützen, und der Verpflichtung, der Firma etwas zurück zu geben und ihre Produkte zu unterstützen.

Deshalb sagt der WHO-Kodex: keine Geschenke und Zahlungen für das Personal, die zu Interessenskonflikten führen. Damit schützt er Eltern, die auf gesundheitsförderliche Empfehlungen und Handlungsweisen vertrauen, die nicht durch Verkaufsinteressen der Firmen beeinflusst sind.

Unabhängige Beratung und Begleitung für Ihre Gesundheit

Der Kodex ist in Deutschland nicht umfassend in gesetzliche Regelungen übernommen worden. Es ist nicht verboten, dass Firmen in der Öffentlichkeit für Muttermilchersatzprodukte werben und u.a. Babyclubs anbieten. Es ist auch nicht verboten, dass Säuglingsnahrungsfirmen Fortbildungen finanzieren und damit auf das Wohlwollen der MitarbeiterInnen abzielen.

Es gibt auch in Deutschland Institutionen und Personen, die den WHO-Kodex vollständig einhalten. Schauen Sie sich in der Praxis und der Klinik um, ob dort Werbung für Muttermilchersatzprodukte, Flaschen und Sauger gemacht wird. Fragen Sie Ihren Arzt/Ärztin, Ihre Hebamme, Ihre Stillberaterin, ob sie Geschenke annimmt und wie sie mit firmensponserten Fortbildungen umgeht.

Tragen Sie dazu bei, den WHO-Kodex bekannter zu machen und Verstöße von Firmen gegen den WHO-Kodex als solche öffentlich kenntlich zu machen. Sie können auch Beispiele von Kodexverstößen an IBFAN, das Internationale Aktionsnetzwerk zur Säuglingsnahrung, melden, sodass sie international veröffentlicht werden können (1).

**„Stillerfolg liegt nicht in der alleinigen Verantwortung der Frau –
Stillförderung ist gesellschaftliche Verantwortung.“ (2).**

Die volle Umsetzung des WHO-Kodexes ist dabei unverzichtbar.

Quellen: 1. Victora CG, et al. Breastfeeding in the 21st century: epidemiology, mechanisms, and lifelong effect. Lancet 2016; 387: 475–90 | 2. Rollins NC, et al. Lancet Breastfeeding Series: Why invest, and what it will take to improve breastfeeding practices in less than a generation. Lancet 2016; 387: 491–504 | 3. WHO-Kodex, sämtliche Resolutionen und weitere Informationen siehe www.reich-schottky.de/kodex.html | 4. Diätverordnung. http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/di_tv/gesamt.pdf | 5. Aktionsgruppe Babynahrung www.babynahrung.org/verstos-melden/