



**GEGEN PROFITGIER,
FÜR KINDERLEBEN**

LET THEM CHOOSE



**AKTION
GEGEN DEN
HUNGER**

ZUSAMMENFASSUNG

Nie zuvor wurden mehr Babys weltweit mit Muttermilchersatz ernährt als heute. Die weltweit größten Hersteller, darunter Nestlé und Danone, betreiben aggressives Marketing für ihre Produkte und bringen damit Kinderleben in Gefahr. Ein großer Teil ihrer Werbeaktivitäten verstößt gegen den Internationalen Kodex für die Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten der Weltgesundheitsorganisation (WHO).

Müttern muss es möglich sein, eine bewusste Entscheidung für oder gegen das Stillen zu treffen, basierend auf unparteiischen Informationen und unbeeinflusst von Werbung. Die positiven Effekte des Stillens sind erwiesen. Gerade in Ländern des globalen Südens erhöht unzureichendes Stillen das Risiko für Lungenentzündungen und Durchfall bei Säuglingen. Aktuell sind dies die häufigsten Ursachen für Kindstode. Zudem könnten schätzungsweise ein Drittel aller Atemwegsinfektionen und die Hälfte aller Fälle von Durchfallerkrankungen in Ländern mit geringem oder mittleren Einkommen verhindert werden. Mangelernährte Kinder haben ein geschwächtes Immunsystem und sind daher anfälliger für Erkrankungen wie Lungenentzündungen.^[1]



Aktion gegen den Hunger setzt sich daher für die Beseitigung von Stillbarrieren ein. Aggressives Marketing für Muttermilchersatz ist eine davon.

Aktion gegen den Hunger setzt sich daher für die Beseitigung von Stillbarrieren ein. Aggressives Marketing für Muttermilchersatz ist eine davon.

[1] Save the Children, Aktion gegen den Hunger et al. (2018): „Don't Push It“, Seite 4.



JEDES JAHR GEFÄHRDET AGGRESSIVES MARKETING FÜR MUTTERMILCHERSATZ 800.000 KINDERLEBEN.

IMPRESSUM

Executive Director: Jan Sebastian Friedrich-Rust
Wallstr. 15a
10179 Berlin
www.aktiongegenhunger.de

Gestaltung: Medienarchitekten Bonn
Bildnachweise: S. 1: Aktion gegen den Hunger/ Fabien Touzard;
S. 2: Aktion gegen den Hunger/Sebastien Pagani; S. 6: Aktion gegen den Hunger/ Fabien Touzard; S. 7: Aktion gegen den Hunger/ Guillaume Gafflot; S. 8: Aktion gegen den Hunger/Pierrot Men

DER INTERNATIONALE KODEX FÜR DIE VERMARKTUNG VON MUTTERMILCHERSATZPRODUKTEN („MILCH-KODEX“)

Der Kodex wurde vor fast 40 Jahren von der Weltgesundheitsversammlung (WHA) verabschiedet, um die Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten zu regulieren. Die WHO ist das höchste Entscheidungsgremium der Weltgesundheitsorganisation (WHO) und tritt jedes Jahr in Genf zusammen. Der Kodex wurde verfasst, um Firmen davon abzuhalten, Säuglingsnahrung, Säuglingsmilch und ähnliche Nahrungsmittel derart zu bewerben, dass Eltern das

Stillen teilweise oder ganz ersetzen. Er formuliert Handlungsempfehlungen, die Firmen auf freiwilliger Basis umsetzen können, um so ihren Einsatz für die Gesundheit von Kindern zu demonstrieren. Seitdem wurden der Kodex und seine Folgeresolutionen - wenn auch selten vollständig - von 135 Ländern angenommen. Die Einhaltung wird aber bei Weitem nicht überall ausreichend kontrolliert.



AGGRESSIVES MARKETING

Wann immer Hersteller den Eindruck erwecken, dass Muttermilchsubstitute ein mindestens gleichwertiger Ersatz für das Stillen sind, verstoßen sie gegen den Milchkodex. Noch gravierender sind die Verstöße, wenn Produzenten falsche Gesundheitsversprechungen machen, etwa: Nur mit dem Gebrauch von Muttermilchersatz wird das Kind intelligent, groß und stark. Aggressives Marketing liegt insbesondere auch dann vor, wenn die Unternehmen für ihre Botschaften Gesundheitspersonal einspannen, denn die meisten Eltern halten dieses für besonders glaubwürdig. Es gibt viele dokumentierte Fälle, in denen Hersteller von Muttermilchersatz kleine Geschenke, technische Hilfsmittel oder finanzielles Sponsoring genutzt haben, um Ärzte und ApothekerInnen auf ihre Produkte einzuschwören.

DIE GESUNDHEIT UND DAS LEBEN VON KINDERN STEHEN AUF DEM SPIEL

Es gibt gute und nachvollziehbare Gründe für die Verwendung von Muttermilchersatzprodukten. Beispielsweise bestehen verschiedene medizinische Indikationen, aufgrund welcher Babys mit Säuglingsnahrung gefüttert werden müssen. Unsere Analysen haben jedoch gezeigt, dass falsche oder fehlende Informationen dazu führen, dass Eltern keine freie Entscheidung treffen können. Der Bericht liefert eindeutige Beweise dafür, dass die genannten Unternehmen aggressive Marketingkampagnen durchführen und damit etablierten Richtlinien zuwiderhandeln - oftmals, indem sie eine angebliche Äquivalenz zwischen Muttermilch und Ersatzprodukt herstellen. Dies führt dazu, dass Mütter das Stillen insgesamt einschränken oder ganz aufgeben.

Für die stark gestiegene Nachfrage nach Muttermilchersatz gibt es viele weitere Gründe. Etwa: steigende Einkommen, Urbanisierung, eine zunehmende Zahl von weiblichen Erwerbstätigen sowie mangelnde politische Unterstützung und fehlende Rechtsvorschriften.

Die positiven Effekte des Stillens sind erwiesen. Schätzungen zufolge könnten jährlich rund 800.000 Kinderleben^[2] gerettet werden, wenn die Mütter stillen würden. Dies betrifft vornehmlich Länder mit geringem oder mittlerem Einkommen, also Entwicklungs- und Schwellenländer. Werden Kinder nicht oder nur unzureichend gestillt, erhöht dies das

Risiko für Lungenentzündungen und Durchfall, weltweit die häufigsten Ursachen für Kindstode. Beispielsweise werden Substitute mit verunreinigtem Wasser angerührt oder die Fläschchen sind mit Bakterien belastet. Muttermilch wäre die bessere und günstigere Alternative. Dennoch werden in den betreffenden Ländern lediglich 40 Prozent der Kinder unter sechs Monaten ausschließlich gestillt - also noch nicht einmal die Hälfte.

Für eine optimale Entwicklung, Wachstum und Gesundheit eines Kindes empfiehlt die WHO, während der ersten sechs Lebensmonate eines Kindes ausschließlich zu stillen.

[2] Victora CG et al., (2016) 'Breastfeeding in the 21st century: epidemiology, mechanisms, and lifelong effect', The Lancet, Vol 387, Seite 467.

Im Anschluss daran können Kinder ergänzende Nahrungsmittel zu sich nehmen, sollten aber weiterhin bis zum Alter von zwei Jahren (oder länger) gestillt werden. Kein industriell hergestelltes Substitut kann die Vorteile von Muttermilch aufwiegen.

In Ländern mit begrenztem Zugang zu ausreichend sicherem und bezahlbarem Wasser und einer angemessenen Hygienesituation sowie mit einer großen Verbreitung von Atemwegsinfektionen, Durchfall und Masern, kann der

Wechsel von Muttermilch zu industrieller Säuglingsmilch über Leben und Tod entscheiden. Die Gefahr für Säuglinge unter fünf Monaten, an Pneumonie zu sterben, ist etwa neunmal größer für diejenigen, die gar nicht gestillt wurden im Vergleich zu denen, die teilweise gestillt wurden^[3]. 2016 erklärte der Hohe Flüchtlingskommissar der Vereinten Nationen (UNHCR) das Stillen zu einem Menschenrechtsthema für Mütter und Kinder, das geschützt und aktiv gefördert werden soll.



DIE GEFAHR, AN LUNGENENTZÜNDUNG ODER DURCHFALL ZU STERBEN, IST OHNE STILLEN UM EIN VIELFACHES HÖHER.

DER MARKT

Der Markt für Muttermilchersatz ist gigantisch: Während er sich 1998 noch auf gut zwölf Milliarden Euro weltweit belief, hatte er sich bis 2014 bereits verdreifacht. 2019 wird das Marktvolumen voraussichtlich mehr als 58 Milliarden Euro betragen – das entspricht mehr als einem Zehntel des Bruttoinlandsprodukts eines reichen Landes wie der Schweiz.

Ein großer Teil des Anstiegs lässt sich auf aggressive Marketingkampagnen zurückführen, betrieben durch die sechs größten Hersteller von Muttermilchersatzprodukten: Nestlé, Danone, FrieslandCampina, Kraft Heinz, Abbott und Reckitt Benckiser, der vor einem Jahr Mead Johnson übernommen hat.



»Wir müssen einfach nur darauf warten, dass Babys geboren werden. Und dann wenden wir bei ihnen unsere Modelle zur Akquise, Bindung und zur Reichweitensteigerung an.«

(Kasper Jakobson, früherer CEO, Mead Johnson)

DIE BOOMENDE INDUSTRIE FÜR MUTTERMILCH-ERSATZ

Der Markt für Säuglings- und Folgemilch wächst achtmal so schnell wie die Weltbevölkerung^[4] – noch nie zuvor hat sich die Art und Weise, wie Säuglinge und Kleinkinder ernährt wurden, so dramatisch und mit solch einem Ausmaß verändert. Der globale Markt für Säuglingsmilch war 1998 gut 12 Milliarden Euro wert, belief sich 2014 bereits auf 37 Milliarden Euro und wird für 2019 auf über 58 Milliarden geschätzt. Das medizinische Fachblatt The Lancet sieht im Wechsel vom Stillen zur Säuglingsmilch „katastrophale Konsequenzen für die Still-Raten und die Gesundheit folgender Generationen“.

Das Wachstum dieser Industrie ist jedoch kein Zufall. Gezieltes Marketing und Werbung – oft bereits in Krankenhäusern, Gesundheitsstationen und Apotheken – haben Früchte getragen.

Dabei stellen die Werbeausgaben für Säuglingsnahrung die Budgets, die die öffentliche Hand zur Verfügung hat, um das Stillen zu fördern, weit in den Schatten. Analysen zufolge lagen die globalen Marketingausgaben der sechs führenden Produzenten im Jahr 2015 umgerechnet bei sechs Milliarden Euro. Rechnet man die Ausgaben für das Verkaufspersonal und Verwaltung mit ein, wären es sogar mehr als 14 Milliarden Euro^[5].

Im Gegensatz dazu würde es gerade einmal 475 Millionen Euro kosten^[6] um die Stillraten zu etablieren, die die WHO empfiehlt: eine Steigerung des ausschließlichen Stillens innerhalb der ersten sechs Lebensmonate eines Kindes um mindestens 50 Prozent bis 2025.



DER GLOBALE MARKT FÜR MUTTERMILCHERSATZ WÄCHST SCHNELLER ALS DIE WELTBEVÖLKERUNG.

[3] Save the Children, Aktion gegen den Hunger et al. (2018): „Don't Push It“, Seite vi.

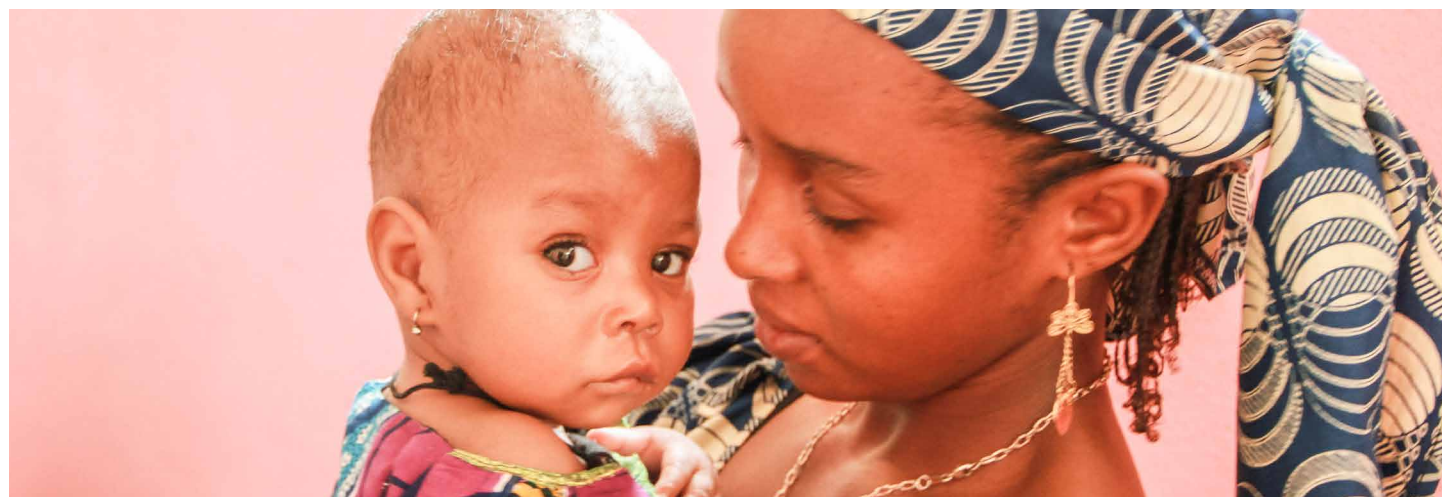
[4] UN World Population Prospects: The 2015 Revision, p2 https://esa.un.org/unpd/wpp/publications/files/key_findings_wpp_2015.pdf

[5] Save the Children, Aktion gegen den Hunger et al. (2018): „Don't Push It“, Seite 18.

[6] Save the Children, Aktion gegen den Hunger et al. (2018): „Don't Push It“, Seite vi.

FALLBEISPIELE

KAMERUN



Kamerun hat die niedrigste Stillrate aller drei von uns analysierten Länder: Gerade mal vier Wochen lang werden Säuglinge im Schnitt ausschließlich gestillt. 2014 war fast ein Drittel aller Kinder chronisch mangelernährt, 13 Prozent von ihnen litten unter schwerer Mangelernährung. Viele Kleinkinder sind in ihrem Wachstum und ihrer Entwicklung verzögert.

Obwohl die Regierung das Stillen befürwortet, tut sie wenig, um die Hersteller von Muttermilchersatz zu regulieren. Die Unternehmen bewerben ihre Produkte, indem sie sich direkt an die Frauen oder auch an Gesundheitspersonal wenden. Die Häufigkeit der Krankenhausbesuche

reicht in Maroua von einmal pro Woche bis hin zu alle zwei Wochen. In Yagoua kommt ein Vertreter eines Weltmarktführers zweimal im Monat, um seine beiden Hauptmarken zu promoten. Zudem wurden in Gesundheitseinrichtungen bei zahlreichen Gelegenheiten Proben von Säuglingsnahrung an Mütter von Kindern im Alter von über sechs Monaten verteilt^[7].

Die Verwendung von Säuglingsmilch wird in Kamerun als Symbol für sozialen Aufstieg wahrgenommen. Daher haben Hersteller hier leichtes Spiel. Es erfordert ein weit größeres Engagement als bisher, das Stillen stärker im Bewusstsein zu verankern.

BANGLADESCH

Auch wenn sich die Ernährungssituation von Säuglingen und Kleinkindern deutlich gebessert hat, ist die Zahl der unterernährten Kinder in Bangladesch nach wie vor alarmierend. Marketing für Muttermilchersatz wird in vielen Geschäften und Apotheken offen betrieben. In der Regel erhielten die Besitzer dafür finanzielle Anreize. Zudem nimmt die indirekte Vermarktung, insbesondere über Gesundheitsfachkräfte im privaten Sektor, stetig zu. Vielen Müttern wird Muttermilchersatz per Rezept von Dorfärztinnen und -ärzten verschrieben.



[7] Die Datenerhebung fand vom 9. bis 30. November 2017 im Zentrum von Yaoundé und im Norden des Landes in und um Maroua herum statt.

2013 hat die Regierung von Bangladesch ein Gesetz verabschiedet, um den Kodex auf nationaler Ebene umzusetzen. Dieses ist noch strenger als der Kodex selbst und schränkt jedes Bild, jeden Cartoon oder jede Erwähnung, die Muttermilchersatz idealisieren könnte, ein. Es verlangt auch,

dass die Gebrauchsanweisungen in bengalischer Schrift geschrieben sein müssen. Trotz dieser restriktiven Bestimmungen waren Fragen der Kennzeichnung die häufigsten Verstöße gegen den Kodex^[8].

BURKINA FASO



Obwohl die Stillrate in Burkina Faso mit einer Quote von 50 Prozent vergleichsweise hoch ist, sind viele Kinder mangelernährt, was zu Verzögerungen in ihrer Entwicklung führt. Die Regierung hat den Code auf nationaler Ebene durch ein Dekret umgesetzt. Dieses ist jedoch weniger anspruchsvoll als der Kodex und sieht kein wirksames Überwachungssystem vor. Für die Hersteller und Vermarkter von Muttermilchersatz ist Burkina Faso ein lohnender Markt. Beispielsweise ist einer der weltweit größten Produzenten von Muttermilchersatz eine Partnerschaft mit einem lokalen Molkereunternehmen eingegangen.

Insbesondere in Großstädten ist die Werbung für Säuglingsmilch vor allem auf Werbetafeln und in Apotheken sehr verbreitet. In Gesundheitszentren wird Säuglingsanfangs-

nahrung über Gadgets, Poster und Zubehör oder jegliche Art von Geschenken für Gesundheitspersonal vermarktet. In Bobo-Dioulasso gaben alle befragten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Gesundheitswesens an, dass sie regelmäßig Besuche von Vertretern der Branche erhalten. Nach Angaben einer Hebamme bewarb ein Vertreter eines seiner Produkte als „gut nach dem sechsten Lebensmonat einsetzbar“, verwies jedoch auch auf Produkte, die man schon nach zwei Monaten empfehlen könne.

Die hohe Häufigkeit von Besuchen legt nahe, dass Unternehmensvertreter nicht nur auf sachliche Information aus sind. Dies korrespondiert mit den Angaben von Müttern: Nur 18 Prozent gaben an, Hinweise zum Gebrauch von Muttermilchersatz erhalten zu haben^[9].

[8] Die Fallstudie fand in Dhaka, Sathkira und Cox's Bazar vom 17. Mai bis 12. Juni 2017 statt.

[9] Die Fallstudie wurde im Zentrum der Hauptstadt Ouagadougou, in Bobo-Dioulasso in der Region Hauts-Bassins, in Fada und Pama sowie in Diapaga im September und Oktober 2017 durchgeführt.

UNSER AUFRUF AN HERSTELLER, INVESTOREN UND REGIERUNGEN

Aktion gegen den Hunger fordert die sechs größten Hersteller von Muttermilchersatzprodukten dazu auf, sich ihrer Verantwortung zu stellen und mit gutem Beispiel voranzugehen. Konkret bedeutet dies:

1. Die Geschäftsführer aller sechs globalen Hersteller und Händler von Muttermilchersatzprodukten sollten sich öffentlich dazu verpflichten, ihre aggressive Marketingpraxis ein für alle Mal zu beenden. Die Unternehmen müssen eine Vorreiterrolle einnehmen, indem sie die Rechte von Müttern und Babys achten, die Gesundheit von Kleinkindern zu ihrer obersten Priorität machen und den Kodex einhalten. Es ist nicht hinnehmbar, dass aggressive Marketingstrategien, die wiederholt von allen Mitgliedsstaaten der WHO verurteilt wurden, Säuglingsmilch weiterhin als bessere Wahl idealisieren, dadurch das Stillen verunglimpfen und damit gleichzeitig zu einer höheren Säuglingssterblichkeit und einer schlechteren Gesundheit von Millionen von Kindern beitragen.

2. Investoren müssen ihren Einfluss nutzen, um die Einhaltung des Kodexes sicher zu stellen. Die führenden Investoren in diesem Sektor haben mehr als 110 Milliarden US-Dollar in diese Unternehmen investiert. Geschäftsmodelle, die die Gesundheit und den Wohlstand

künftiger Generationen gefährden, stellen eine langfristige finanzielle Bedrohung für die Anleger dar. Außerdem sollte den Investoren klar sein: Geschäftspraktiken, die den Ruf der Unternehmen gefährden und Rechtsstreitigkeiten zur Folge haben können, beunruhigen die Anleger.

3. Regierungen sollen den Kodex konsequent in nationales Recht übernehmen, entsprechende Gesetze erlassen und die Einhaltung überwachen. Daten aus Indien zeigen, dass Verstöße weit weniger sind, wenn der Kodex in ein Gesetz integriert ist und die Durchsetzung kontrolliert wird. Die Regierungen stehen mit der UN-Kinderrechtskonvention in der Pflicht, die Gesundheit von Kindern zu schützen und alles zu unterlassen, das ihr Leben gefährdet. Der Schutz und die Förderung des Stillens sind ein wichtiger Baustein.

