

Der „Internationale Kodex zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten“ wurde 1981 durch die Weltgesundheitsversammlung (WHA) als eine „Minimalforderung“ verabschiedet, um die Säuglingsgesundheit zu schützen. Er soll „in seiner Gesamtheit“ umgesetzt werden, wie es im Text heißt.

Grundsätzliches

Der Internationale Kodex stellt in der Kontroverse um künstliche Nahrung einen Meilenstein dar. Er war der erste seiner Art, um im Rahmen einer internationalen Regelung die Gesundheit von Säuglingen und Kleinkindern zu schützen. Zwar ist der Internationale Kodex im rechtlichen Sinne weniger bindend als ein Abkommen oder eine Konvention, jedoch besteht kein Zweifel daran, dass er – wie alle Empfehlungen der WHA – hohes moralisches und politisches Gewicht besitzt, da es sich bei der WHA um eine Institution handelt, die auf höchster internationaler Ebene Beschlüsse fasst.

Der Internationale Kodex wurde durch das Verwaltungsorgan der Weltgesundheitsversammlung, die Weltgesundheitsorganisation (WHO) gemeinsam mit dem Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen (UNICEF) nach einem langen Konsultationsprozess entwickelt.

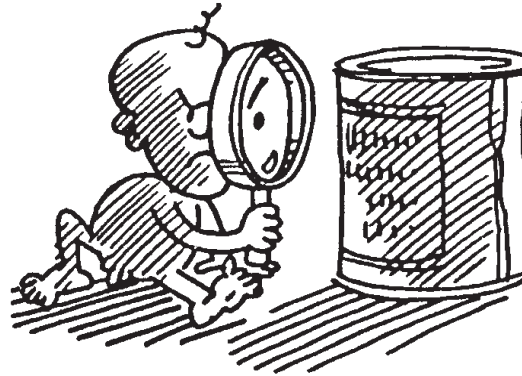
Die ursprüngliche Fassung des Internationalen Kodex war ideal. In seiner verabschiedeten Form lässt er allerdings Interpretationsspielräume zu und damit leider auch Schlupflöcher – für die Firmen.

Immer wieder umgehen Hersteller von Ersatzprodukten wesentliche Bestimmungen, weshalb seit der Verabschiedung bis 2006 zwölf weitere Resolutionen der WHA die Klärung verschiedener Fragen herbeiführen mussten. Die Resolutionen haben rechtlich gesehen den gleichen Status wie der Internationale Kodex.



Überwachung (Monitoring)

In Artikel 11 des Internationalen Kodex wird festgelegt, dass die Regierungen für die Überwachung des Internationalen Kodex verantwortlich sind. Hersteller von Ersatzprodukten und deren Vertrieber müssen unabhängig von anderen Verordnungen und Gesetzen auch den Internationalen Kodex einhalten. Nichtregierungsorganisationen sollen Verstöße gegen den Internationalen Kodex melden.



Der Internationale Kodex wird bis heute massenhaft gebrochen. Verschiedene Berichte und Studien von unabhängigen Organisationen wie dem International Baby Food Action Network IBFAN oder der Interagency Group on Breastfeeding Monitoring IGBM liefern eindeutige Nachweise für die Verstöße durch Nestlé, Milupa, Hipp, Humana und anderen Herstellern. Die AGB e. V. publiziert diese Berichte regelmäßig (siehe Materialliste).

Beteiligen Sie sich an der Überwachung und wenden Sie sich an die

Aktionsgruppe Babynahrung e.V.

Untere-Masch-Str. 21, 37073 Göttingen
Tel. 0551/531034

E-Mail: info@babynahrung.org

Internet: www.babynahrung.org

Literatur: The Code Handbook. A Guide to Implementing the International Code, Ellen J. Sokol, IBFAN Malaysia, Penang 1997

International Baby Food Action Network



IBFAN



Aktionsgruppe Babynahrung e.V. (AGB)

Member of IBFAN (International Baby Food Action Network,
Träger des Alternativen Nobelpreises)

Der Internationale Kodex
und die Resolutionen der
Weltgesundheitsversammlung zum
Schutz des Stillens

*International Code of Marketing
of Breastmilk Substitutes*



World Health Organization
Geneva
1981

Wesentliche Inhalte des Internationalen Kodex und nachfolgender Resolutionen der

(Der vollständige Wortlaut kann bei der AGB bezogen werden.)

Ziele des Internationalen Kodex

Der Internationale Kodex zielt auf den Schutz der Säuglingsgesundheit und des Stillens. Er verbietet nicht die Ersatzprodukte, sondern legt dar, in welcher Weise die Firmen diese vermarkten dürfen. Obwohl in der Präambel festgestellt wird, dass es einen legitimen Markt für Säuglingsnahrung gibt, wird ganz deutlich gewarnt, dass die „Vermarktung von Muttermilchersatznahrung und verwandten Produkten zu grundlegenden gesundheitlichen Problemen beitragen“ kann.

Fazit: Muttermilchersatzprodukte sind Risikoprodukte, die nicht wie normale Produkte vermarktet werden dürfen. Es handelt sich um einen Vermarktungskodex zum Schutz der Verbraucher.

Anwendungsbereich – um welche Produkte geht es?

Der Kodex bezieht sich auf alle Produkte, die die Muttermilch ersetzen können, und schließt Flaschen und Sauger ein (Artikel 2). Säuglingsanfangsnahrung gehört in jedem Fall dazu, aber auch andere Produkte können Muttermilchersatz sein. Wenn Folgemilchen (nach dem 4. oder 6. Lebensmonat) und Ergänzungsnahrungen (einschließlich Wasser in Flaschen, Säfte, Tees...) so vermarktet werden, dass sie einen Teil der Säuglings- bzw. Kindernahrung ersetzen sollen, der am besten durch Muttermilch geliefert wird, fallen auch diese Produkte unter den Internationalen Kodex (Artikel 3).

Babynahrungshersteller möchten den Anwendungsbereich nur auf Anfangsnahrung beschränkt sehen, obwohl die WHA z. B. 1994 in Resolution 47.5 ihre Mitgliedsstaaten zu einer Gesundheitspolitik auffordert, die die „angemessene Ernährungspraxis bezüglich Ergänzungsnahrung vom sechsten Lebensmonat an“ fördert, „bei fortgesetztem Stillen“. Die WHA hat 1996 auch erkannt, dass Ergänzungsnahrung oft in einer Weise vermarktet wird, die Mütter vom Stillen abbringt. In der Resolution 49.15 aus dem Jahre 1996 fordert die WHA daher Maßnahmen, die „sicherstellen, dass Ergänzungsnahrung nicht so vermarktet wird, dass dadurch ausschließliches und fortgesetztes Stillen unter-

graben werden.“

Fazit: Auch Ergänzungsnahrungen und andere Produkte können Muttermilchersatzprodukte sein. Neben der Anfangsnahrung gehören in jedem Fall Saugflaschen und Sauger dazu.

Keine direkte Werbung in der Öffentlichkeit und keine Proben oder Werbegeschenke an Mütter

Für Ersatzprodukte soll es keine Werbung in der Öffentlichkeit geben (Artikel 5.1). „Werbung“ bedeutet hier z. B. direkte Postsendungen, Falt- und Flugblätter, Poster, Produktproben, Geschenke, Spots, Video-Shows und Vorträge. Auch die finanzielle Unterstützung einer Veranstaltung muss als eine Form der Reklame angesehen werden. Artikel 5.2 und 5.3 geben weitere Beispiele für nicht erlaubte Werbemaßnahmen wie Werbung im Geschäft, Sonderangebots-Coupons, Exklusivangebote und Kopplungsgeschäfte (z. B. kostenlose Schmuckdosen oder ähnliches beim Kauf eines bestimmten Produkts). Gratisproben von Muttermilchersatzprodukten dürfen nicht an Schwangere, Mütter oder an deren Familienmitglieder abgegeben werden (5.2)

Fazit: Mütter und Schwangere sind keine Marketingobjekte! Der Internationale Kodex weiß sehr wohl um die immer neuen, cleveren Anpreisungsideen der Werbestrategen.

Kein Kontakt zu Müttern durch Firmenpersonal

Firmenpersonal soll keinen Kontakt zu schwangeren Frauen oder Müttern aufnehmen. Der Einsatz von „Milchschwestern“, „Serviceberaterinnen“ oder ähnlichem Personal, das von den Herstellern bezahlt wird, ist nicht erlaubt. (Artikel 5.5, 6.4)

Keine Werbung im Gesundheitssystem



Die anderen Artikel des Kodex stellen klar, dass das Gesundheitspersonal die Mütter und Schwangeren beraten soll und nicht etwa Firmenpersonal.

Artikel 6.4 besagt, dass der Missbrauch des Gesundheitssystems für kommerzielle Interessen zu unterbleiben hat. Die Hersteller dürfen zwar medizinische Apparate mit der Aufschrift ihres Namens oder Logos spenden, ein Bezug zu Markennamen ist jedoch nicht erlaubt. Natürlich darf aber eine Regierung auch den Aufdruck von Firmenlogos untersagen.

Darüber hinaus fordert die WHA in der Resolution 47.5 ihre Mitgliedsstaaten auf, „keine kostenlosen oder verbilligten Lieferungen von Muttermilchersatz- und anderen Produkten... im Gesundheitssystem“ zuzulassen.

Fazit: Gesundheitseinrichtungen dürfen nicht zu kommerziellen Zwecken instrumentalisiert werden! Keine Proben am Wochenbett!

Keine Werbung beim Gesundheitspersonal

Firmen dürfen nur wissenschaftliche und sachbezogene Informationen zur Verfügung stellen. Gratisproben von Ersatzprodukten sind nicht gestattet, außer zur beruflichen Auswertung oder für Forschungszwecke (Artikel 7). Finanzielle Förderung (Sponsoring) darf keine Interessenkonflikte schaffen. Falls Sponsoring akzeptiert wird, muss dies öffentlich gemacht werden (WHA-Resolution 49.15).

Fazit: Hinsichtlich kommerzieller Interessen muss zugunsten der Verbraucher unbedingte Transparenz gewährleistet sein!

Keine Werbung auf Etiketten

Artikel 9 des Kodex besagt, dass keine Babys abgebildet werden sollen. Die Etiketten dürfen nicht vom Stillen abhalten. Eine Idealisierung der künstlichen Säuglingsernährung mittels Text oder Bildern ist nicht gestattet. Etiketten sollen „klar, deutlich und leicht lesbar“ sein. Begriffe wie „humanisiert“, „maternisiert“ oder ähnliche sind nicht gestattet. Außerdem müssen weitere Informationen für Verbraucher gegeben werden wie z.B. die Zusammensetzung des Produkts.

Fazit: Etiketten sind für Informationen und nicht für Werbezwecke da!