



**Aktionsgruppe Babynahrung**  
Member of IBFAN  
International Baby Food Action Network  
ausgezeichnet mit dem „Alternativen Nobelpreis“

# AGB-Nachrichten

## Fakten und Meinungen 3/11

3. Quartal 2011

### Öko-Test: Spezialnahrungen für Babys sind überflüssig und zu teuer

Es gibt viele Gründe, warum Eltern ihren Säuglingen künstliche Pulvernahrung statt Muttermilch geben. Nicht zuletzt sind das gesundheitliche Gründe, zu denen auch Verdauungsprobleme gehören wie z.B. die sog. Dreimonatskoliken, Blähungen, Spucken oder Durchfall. Und natürlich halten alle namhaften Hersteller künstlicher Babymilch auch für solche Fälle eine Reihe Spezialnahrungen vor. Zwölf dieser Nahrungen, darunter auch eine, die als „diätetisches Lebensmittel für Säuglinge auf Ziegenmilchbasis“ vertrieben wird, hat die Zeitschrift Öko-Test untersuchen lassen und die Ergebnisse im August vorgestellt.

Noch bevor diese Darstellung ins einzelne geht, fassen die Autoren das Ergebnis in ein einziges Wort: „Vernichtend.“ Nicht eines der untersuchten Produkte erreichte auch nur ein „Ausreichend“ im Gesamturteil: „Die Produkte erfüllen allesamt nicht die Anforderungen an eine Säuglingsnahrung beziehungsweise an ein diätetisches Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke. Für etliche Spezialnahrungen liegen entweder keine belastbaren klinischen Daten vor oder der Nutzen ist zweifelhaft“, so das Fazit der Autoren schon am Anfang des Artikels.

Grundsätzliche Kritik übten die Tester vorweg an dem Umstand, dass solche Nahrung überhaupt frei im Handel angeboten wird: Nicht nur würde auf diese Weise suggeriert, dass Auffälligkeiten, die in aller Regel nicht behandlungsbedürftig, sondern völlig normal sind, in irgendeiner Weise krankhaft sind. Die Behandlung dieser scheinbaren Krankheiten, so die weitere Suggestion, werde durch solche Produkte außerdem eine Angelegenheit der Eltern: „Der Umweg über den Arzt ist scheinbar überflüssig.“

Auch die Wirkweise der getesteten Produkte erscheint den Testern zweifelhaft. Z.B. beim Durchfall: Hierfür vorgesehe-

ne Pulvernahrungen enthalten meist wenig oder keine Laktose, dafür aber Ballaststoffe, was beides dafür sorgen soll, dass die Nahrung im Magen bleibt. Viel

*überflüssig und teuer!*



Foto: Martina Puzik

entscheidender sei aber bei (gerade krankhaftem) Durchfall eine Regulierung des Flüssigkeitshaushalts. Ähnliche Einwände hatte man bei Blähungen und anderen Erscheinungen, die mit diesen Spezialnahrungen kuriert werden sollen. Ebenso fielen Soja-Nahrungen und die Ziegenmilchnahrung in den Tests durch. Wobei zu erwähnen bleibt, dass Säuglingsnahrung aus Ziegenmilch in Europa überhaupt nicht zulässig ist, wie Professor Berthold Koletzko vom Bundesinstitut für Risikobewertung, Kinderarzt am Uni-Klinikum München in einem Gutachten schreibt, das dem Öko-Test-Artikel beiliegt: „Die europäische Gesetzgebung akzeptiert Ziegenmilchweiße nicht als Grundlage für eine Säuglingsnahrung. Säuglingsnahrung darf in Europa nur auf der Grundlage von Kuhmilchweiße bzw. Sojaweißeisolat hergestellt und vertrieben werden.“

Besonders bedenklich scheint außerdem, dass die getesteten Nahrungen nicht nur durch die Bank als überflüssig

und zu teuer bewertet wurden, sondern viele davon teilweise direkt schädliche Stoffe enthalten: „Ein großes Problem ist der in den Produkten nachgewiesene Fettschadstoff 3-MCPD-Fettsäureester. Daraus freigesetztes 3-MCPD hat in Tierversuchen die Nierenkanälchen verändert.“ Von einer heilsamen Wirkung dieser Produkte kann also nun erst recht nicht mehr gesprochen werden.

### Beschwerdeportal für Verbraucher

Mitte des Sommers legte die Verbraucherzentrale Hessen ein Internet-Portal für Verbraucher auf, das Beschwerden von Kunden aufnimmt, die sich von Lebensmittelherstellern getäuscht oder übervorteilt fühlen. Innerhalb von nur vier Wochen gingen schon über 1.600 Mängelbeschwerden ein, wie die Verbraucherzentrale im August gegenüber der Presse angab. Dazu kamen bis dahin 1.200 Anfragen im zugehörigen „Forum“, wo sich Internetnutzer über bestimmte Dinge austauschen können, und 400 andere Kontaktaufnahmen an die Verbraucherzentrale.

Die Beschwerden reichten dabei von zuwenig Kakao im Schokoladenpudding über Müsliriegel ohne Körner, scheinbaren Honigbrotaufstrich, der aus Zuckersirup besteht, bis hin zu versteckt oder gar nicht deklarierten Inhaltsstoffen wie sog. Geschmacksverstärker oder auch Alkohol.

Wer sich an dieser Aktion beteiligen möchte, hat dazu unter der Webadresse [www.lebensmittelklarheit.de](http://www.lebensmittelklarheit.de) Gelegenheit. Dabei werden die eingegangenen Beschwerden nicht direkt ins Netz gestellt, sondern erst nach einer Prüfung durch die Verbraucherzentrale veröffentlicht.

## Die kleine Puppe Nimmersatt



Zwölf Jahre nach der „WABA-Puppe“ gibt es nun „Bebé Glotón“ im Handel.

Nicht nur die Nahrungsmittelhersteller, auch die Spielzeugindustrie hat in Kindern eine der stärksten „Zielgruppen“ für ihre Produkte. In Zeiten der allgegenwärtigen Computerisierung auch der Kinderzimmer ist da Einfallsreichtum gefragt. So dachte sich vor einiger Zeit der spanische Hersteller Berjuan auch wieder etwas neues aus: Das „Bebé Glotón“ (glotón: sp. für „gefräßig“, oder etwas niedlicher auch: „Nimmersatt“) aus seiner Serie „Muñecas Con Corazón“, also „Puppen mit Herz“.

Dabei handelt es sich um eine Puppe für Kinder, d.h. Mädchen ab fünf Jahren, die ein Kleinkind darstellt, das alle naslang gefüttert werden will. Dabei nimmt es nicht, wie man vielleicht vermuten könnte, einfach die Flasche, denn solche Puppen gibt es ja schon. Nein: Dieses Baby verlangt von seinen kleinen Spielgefährten die Brust. Da man aber auch von Mädchen im Zielgruppenalter nicht erwarten kann, dass sie schon eine Brust haben, wird die dazu benötigte Prothese gleich mitgeliefert, als eine Art Bikinitop, auf dem an den nötigen Stellen die Brustwarzen durch aufgenähte Blütenstickereien angedeutet sind.

Wenn man die Puppe in die Nähe dieser Blümchen hält, beginnt sie zu schmatzen und bewegt die Lippen; nach dem „Stillen“ schreit sie dann und will Bäuerchen machen. Und um das Paket komplett zu machen, kann man sogar eine Milchpumpe dazukaufen.

Nach Angaben der Herstellerfirma ist die Puppe vor allem dazu gedacht, Mädchen auf ihre Rolle als Mutter vorzubereiten, und soll einen entscheidenden Beitrag zur Förderung des Stillens darstellen: „Es gibt nichts Natürlicheres als zu Stillen. Bebé Glotón lehrt die Mädchen, Mutter zu sein.“ Solche pädagogisierende Werbung ruft aber natürlich sofort pädagogische Kritik heraus.

So fürchten manche Leute, die aufgenähten Brustwarzen-Blümchen würden die Kinder „sexualisieren“ und unter anderem dazu führen, dass sie später zu verfrühter Schwangerschaft bereit seien. Andere bemängeln laut einem Bericht der „Süddeutschen Zeitung“ aus dem August, mit so einer Puppe, die übrigens in Deutschland nur über das Internet bestellt werden kann und z.B. bei Amazon rund 120 US-Dollar kostet, würden die Mädchen in ein klassisches Rollenverständnis gedrängt.

Stattdessen wäre „geschlechtsneutrales“ Spielzeug zu bevorzugen, das Mädchen wie Jungen gleichermaßen fördert und damit einem pädagogischen Ideal näher kommt, nach dem Kinder zu Mitgliedern einer Gesellschaft erzogen werden sollten, in der die Gleichberechtigung der Geschlechter einen Wert darstellt.

Außerdem sei solches „Funktionsspielzeug“ auch deshalb fragwürdig, weil es mit der Reduktion auf einen einzelnen Spielaspekt die Fantasie und den natürlichen Aktivitätsdrang der Kinder über Gebühr einschränkt.

## Fragwürdiges Sponsoring

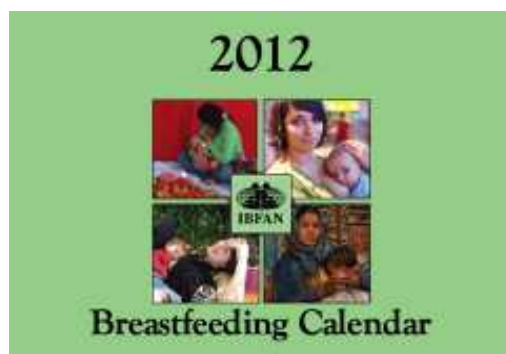
In den vergangenen Wochen hat die Drogeriekette „dm“ auf verschiedene Weisen negativ von sich reden gemacht. Da war zum einen eine Anzeigenkampagne des Bundesverbraucherministeriums, die komplett von dm bezahlt, d.h. gesponsert war.

In einer großangelegten Anzeigenaktion in der Tagespresse wollte das Ministerium von Frau Aigner die Bevölkerung zu mehr Bewegung und gesünderer Ernährung auffordern; was an sich vielleicht wohl eine gute Sache ist, nur bedurfte es erst einer größeren Recherche des ARD-Magazins „Report Mainz“, um herauszufinden, dass sich hier die Regierung zum Steigbügelhalter eines geldmächtigen Privatunternehmens machte. Das sah dann auch die „Wettbewerbszentrale“ so, ein Selbstkontrollinstitut der Wirtschaft mit Sitz in Bad Homburg, und forderte eine Einstellung dieser Kampagne.

Nach Ansicht der Wettbewerbshüter entstand durch diese Anzeigen der Eindruck, die Regierung würde Produkte von dm empfehlen. Dies umso mehr, als es sich bei dieser Kampagne eben um eine handelte, die allein von dm bezahlt worden war: 12 Anzeigen in der „Bild“-Zeitung im Wert von immerhin 340.000 Euro, bei denen das Ministerium nur seinen Namen druntersetzt, das schien doch zu viel des Guten an Verzerrung und Lobbyarbeit.

Andere wie etwa der Grünen-Abgeordnete Jürgen Trittin und die verbraucher-

## Stillkalender 2012



Der neue IBFAN-Stillkalender ist da und kann ab sofort zum Einzelpreis von 6,50 Euro (zuzügl. Porto und Verpackung) bei der AGB bestellt werden.

Bei Bestellungen ab drei Stück kostet er dann nur noch 6,00 Euro pro Exemplar plus Porto und Verpackung.

Wie in jedem Jahr bekommen auch diesmal wieder alle diejenigen, die uns eine Spende über 25,00 Euro (es darf gern mehr sein ...) zukommen lassen, einen Kalender als kleines Dankeschön.

politische Sprecherin der SPD Elvira Drobinski-Weiß nannten diese Aktion „völlig unakzeptabel“, das Ministerium mache sich „zum Handlanger für ein Unternehmen“.

Wieder andere gehen noch weiter: die Staatsrechtler Ulrich Battis und Hans Herbert von Arnim bezeichneten diese Anzeigen im Bericht von „Report Mainz“ als eindeutig rechtswidrig und unzulässig.

## Fragwürdige Informationen

Ebenfalls rechtswidrig dürfte das Verhalten von „dm“ auch in der Slowakei sein. Von dort erreichen uns Nachrichten aus dem IBFAN-Netzwerk.

dm schickt an Mütter von vier Monate alten Kindern, die sich im „dm-Babyclub“ angemeldet haben, Flyer, mit der Absicht, sie vom Stillen abzubringen und die zum Gebrauch von dm-Babynahrung hinführen sollen.

In diesen Flyern heißt es zum Beispiel, dass nach dem vierten Lebensmonat der Saugreflex des Babys begänne zu degenerieren und das Kind deshalb jetzt anfinfe, nach dem Löffel greifen zu wollen. „Mit einem Wort: es wird Zeit für Brei“, d.h. zum Abstillen. Die Mutter sei vielleicht, so heißt es scheinbar mitfühlend weiter, zunächst traurig, diese einzigartige Verbindung mit ihrem Kind, die durch das Stillen entsteht, zu verlieren.

Andererseits jedoch, so den Berichten aus der Slowakei zufolge, folgt die „tröstende“ Botschaft dieses Flyers auf dem Fuße: Die Mutter käme „bei reiflicher Überlegung“ sicher schnell selbst zu dem Schluss, dass sie durch das Abstillen mehr Zeit und Unabhängigkeit für sich gewinnt, weil jetzt der Vater und die Großeltern beim Füttern einspringen können. Nicht zuletzt kann Mutter dann auch mal eine Nacht durchschlafen, weil nun Papi das Kind versorgen kann.

Eine Mutter, die ihre fünf Monate alten Zwillinge stillt und dies auch weiter tun will, schrieb einen Protestbrief an dm, worauf sie zur Antwort erhielt, dass alle Informationen des Flyers auf „Expertenempfehlungen“ beruhen.

**Auf ihre Bitte um entsprechende Quellenbelege hat sie bisher keine Antwort von dm erhalten.**

Inzwischen haben die IBFAN-KollegInnen in der Slowakei Gespräche mit der Regierung begonnen, die aber noch ganz am Anfang stehen.

## Mein lieber George ...

George Clooney ist nicht nur ein beliebter Schauspieler, er ist auch für sein großes Engagement auf politischem und humanitärem Gebiet bekannt.

Diesen Bekanntheitsgrad nahm sich kürzlich die schweizerische Organisation Solidar Suisse zum Anlass, einen von Clooneys Nespresso-Werbespots auf Korn zu nehmen, in dem er, von einem herabfallenden Klavier erschlagen, dem Himmel durch einen Karton voller Nespresso-Kapseln noch etwas Lebenszeit abkaufen kann.

Im nachgestellten Film, der seit einigen Wochen in mehreren Sprachen im Internet kursiert, wird das Clooney-Double zwar von jenem Klavier verfehlt, als er sich jedoch einem (N)Espresso-Café zuwendet, löst sich dort das Firmenschild über der Tür und trifft die Figur sehr unsanft erst am Kopf, dann zwischen den Beinen. Aus dem Hintergrund kommentiert eine Stimme: „Sorry George: So fühlt es sich an, wenn man als Kaffeeplücker ausgebeutet wird.“

Diese Parodie ist Teil einer Kampagne von Solidar Suisse, auf die nach wie vor skandalösen Umstände hinzuweisen, unter denen Kaffeebauern weltweit existieren müssen. Nestlé ist dabei nicht zufällig das Ziel des Angriffs: Der Konzern gilt als der größte Kaffeevermarkter der Welt. Zentrale Forderungen der Kampagne von Solidar Suisse sind die Umstellung einerseits des Nespresso-Sortiments, andererseits aller Kaffee-Produktlinien auf fairen Handel, drittens „Schluss mit billigen PR-Labels, die dem Konsumenten suggerieren, dass Nestlé sich für fair gehandelten Kaffee einsetzt.“ Als Beispiel nennt die Organisation Nestlés „AAA sustainable quality programm“, mit dem der Konzern sich als verantwortungsbewusster Produzent und Händler darstellen will – dabei gibt

es doch genügend unabhängige Fairtrade-Siegel, deren Qualitätsansprüchen man sich nur anschließen brauchte, statt sich mit Eigenproduktionen dieser Art selbst zu loben.

Im Film und auf der Website von Solidar Suisse ([solidar.ch](http://solidar.ch)) ruft man die Bevölkerung daher dazu auf, sich an George Clooney zu wenden, damit er seine Popularität und seinen damit unterstellten Einfluss auf den Konzern geltend macht. Nespresso, heißt es da, „ist einer der



Screenshot von [solidar.ch](http://solidar.ch)

teuersten Kaffees, aber immer noch nicht fair gehandelt. George Clooney kann das ändern. Schreiben Sie ihm, auf [solidar.ch](http://solidar.ch)."

Der vorgegebene Musterbrief dazu, den man direkt von der Website aus abschicken kann, lautet: „Lieber George, du setzt dich als UNO-Botschafter für eine gerechtere Welt ein. Das ist toll. Darum ist es dir sicher auch ein Dorn im Auge, dass Nestlé nichts gegen die Ausbeutung von KaffeeplückerInnen unternimmt. Ich bitte dich deshalb, Nestlé vor die Wahl zu stellen: Entweder fair gehandelter Kaffee oder kein George Clooney mehr in den Nespresso-Werbespots.“

Ende September hatten sich laut der Website bereits fast 38.000 Einsender beteiligt.

### IMPRESSUM

**Redaktionsanschrift:** AGB, Untere-Masch-Str. 21, 37073 Göttingen, Tel.: 0551/531034

E-Mail: [info@babynahrung.org](mailto:info@babynahrung.org), Internet: [www.babynahrung.org](http://www.babynahrung.org)

**Redaktion:** Harald Manninga  
**V.i.S.d.P.:** Marina Weidenbach

**AGB-Nachrichten** erscheinen viermal im Jahr. Das Jahresabo kostet 10,00 Euro.

Für Mitglieder ist das Abo im Mitgliedsbeitrag enthalten.

**Spendenkonto** Nr: 1075084 bei Sparkasse Göttingen, BLZ 260 500 01

© Aktionsgruppe Babynahrung e.V.

# Buchvorstellung: Felix zu Löwenstein „FOOD CRASH“

Schon der Titel dieses Buches scheint besonders zu sein: Selten werden nämlich schon im Titel das Problem („food crash“ ist ein inzwischen geflügeltes Wort und meint die weltweite Ernährungskatastrophe, von der auch wir über kurz oder lang betroffen sein werden) und seine (mögliche) Lösung derart eindringlich gegenübergestellt. Dabei klingt selbst der quasi tröstliche Teil noch ungewöhnlich kämpferisch. Es ist zudem nicht eben das Gewöhnliche, dass so ein Buch seine offizielle Vorstellung, noch dazu im Beisein des Entwicklungshilfeministers Dirk Niebel, in den ehrwürdigen Räumen der Bundespresskonferenz in Berlin erlebt, wo sonst der ehemalige Journalist Stefan Seibert das Neuste aus der Regierung Merkel an die Presse verkündet.

Nun ist der Autor Felix zu Löwenstein aber auch kein Unbekannter: Langjährige Erfahrung in der Entwicklungshilfe, seit vielen Jahren „Ökobauer“ auf seinem Hof im hessischen Habitzheim, Vorsitzender des „Bund ökologische Landwirtschaft“ und was der Dinge mehr sind. Aber das sind natürlich nur Marginalien, wichtiger ist das Buch selbst.

Und dieses Buch hat es durchaus in sich. Denn es ist ja nicht so, dass wir über die letzten Jahre mit Cassandra rufen über die Ernährungslage der Welt unterversorgt geblieben wären, wofür beispielhaft eine Reihe Filme stehen mag: „We feed the world“, „Good food - bad food“, „Unser täglich Brot“, kürzlich erst „Taste the waste“.

Um beim letzten Beispiel zu bleiben: In „Taste the waste“ wird geschildert, dass und wie wir in der „westlichen Welt“ die Hälfte der Nahrungsmittel, die in unsere

Läden kommen, quasi direkt auf den Müll schaffen. An solche Nachrichten knüpft Löwenstein an, und hat immer noch ein delikates Detail beizufügen: Oder wer weiß hier schon, dass paradoxerweise fast 70% der Hungernden auf der Welt nicht etwa in den Slums der Großstädte wohnen, sondern selbst Bauern sind und genau dort leben, wo die Nahrungsmittel produziert werden, auf dem Lande nämlich?

Natürlich fehlt es außerdem nicht an einer gründlichen Auseinandersetzung mit dem, was wir „konventionelle Landwirtschaft“ nennen, die aber alles andere ist, als das Wort suggeriert, sondern eine hochtechnisierte Ausbeutungsindustrie, die sträflichen Raubbau an den Ressourcen der – buchstäblich – Erde treibt und unweigerlich in die Ernährungs-katastrophe führt. Die die „konventionelle Landwirtschaft“ auch schon spürt,

aber mit, wie Löwenstein meint, untauglichen, wenn nicht gar gefährlichen Mitteln abzuwenden sucht.

Demgegenüber entwirft Löwenstein eine Bewirtschaftungsweise, bei der er, anders als bei solchen Büchern oft üblich, auf alle süßliche Öko-Idylle verzichtet und sehr klare Richtlinien vorstellt, mit denen was er „ökologische Intensivierung“ nennt machbar sei. Denn daran lässt auch er keinen Zweifel: bei der Entwicklung der menschlichen Bevölkerungszahlen auf der Erde ist eine Intensivierung der Wirtschaft auf Dauer unerlässlich.

Eine globale Ökologisierung ist keine Garantie, dass die Katastrophe nicht doch irgendwann kommt und die Menschheit in den zu erwartenden Verteilungskriegen versinken wird. Unzweifelhaft ist aber auch: Wenn es so bleibt, wie es jetzt ist, kommt sie auf jeden Fall umso früher. Sagt Löwenstein

und das in überraschend sachlichem Ton, der sich sehr flüssig lesen lässt und so gut wie nie den kämpferisch-aktivistischen Klang des Titels annimmt, sondern stets durchscheinen lässt, dass hier jemand schreibt, der wirklich weiß, wovon er redet.

**Felix zu Löwenstein: „FOOD CRASH – Wir werden uns ökologisch ernähren oder gar nicht mehr“, September 2011, Pattloch Verlag, 19,99 Euro.**

## Illegale Werbung

... kann teuer werden. Jedenfalls wenn es sich um das Internet dreht. Anders als bei Babynahrung reagieren die Behörden hier manchmal sehr scharf, jedenfalls in den USA. Dort ist es nämlich verboten, Medikamente aus dem Ausland zu verkaufen, denn die Pharma- und Lebensmittelbehörde FDA (Food and Drugs Administration) behält sich die eigene Überprüfung jedes Medikaments vor.

Eine kanadische Versandapotheke hatte bei Google über dessen Selbstbedienungssystem Online-Werbung für Medikamente geschaltet. Bei Bestellung gelangten also Medikamente illegal in die USA.

Google stand eine Klage ins Haus wegen Werbung für Medikamente, die illegal in die USA eingeführt worden waren. Im Rahmen eines Vergleichs einigte man sich mit der Staatsanwaltschaft zur Zahlung von 500 Millionen (mit anderen Worten: eine halbe Milliarde) Dollar.

Man hatte bei Google vorausschauend gehandelt und schon im Laufe des ersten Quartals des Jahres diese Summe zurückgelegt - eine ungewöhnliche Aktion, die in der Finanzwelt zunächst für Verwunderung gesorgt hatte.

Zu einem Prozess kommt es nun also nicht. Man darf aber sicher darüber spekulieren, wie viel es den Onlinekonzern gekostet haben könnte, wenn er verurteilt worden wäre. Und wie es kommen mag, dass man dort für solche Dinge derartige Summen vorausschauend vorhalten kann, ohne das Betriebsvermögen zu beschädigen.

Und warum man das tut. – Honni soit, qui mal y pense?

