



## 5. Europäischer VELB-Kongress „Laktation und Stillen“ Maastricht, 12. – 13. Mai 2006

### Babys, Brust und Werbung

Einige Stichworte zum Vortrag

Babys und Brüste sind sehr beliebte Sujets in der Werbung.

Das Bild eines Babys, oder einer weiblichen Brust, ruft beim Betrachter, bei der Betrachterin, starke Emotionen hervor. Bilder von Babys oder von weiblichen Brüsten werden für ganz unterschiedliche Botschaften verwendet. Stillbilder vermitteln eine eindeutige Botschaft. Auch sie lösen bei der Betrachterin, beim Betrachter ganz unterschiedliche Emotionen aus.

Derzeit erleben wir in den industrialisierten Ländern einen Boom an Brustkorrekturen. Sie sind der häufigste kosmetische Eingriff. In den USA 240.000 pro Jahr. Nach 10 Jahren muss ein Drittel aller Operationen korrigiert werden.

Werbung für das Stillen im Fernsehen:

In den USA darf bei einer Werbung für das Stillen im Fernsehen das Stillen selbst nicht gezeigt werden.

UK: Aus dem Fernsehspot für die Wahlen zum EU Parlament musste in UK die Stillszene herausgenommen werden (2004).

Australien: Ein Fernsehspot zum Stillen wurde als „jugendgefährdend“ eingestuft wegen „zuviel nackter Brust“ und durfte nicht mehr im Vorabendprogramm gesendet werden (2002).

„Nipplegate“ – meistgesuchter Event im Internet: Janet Jackson entblößte kurz eine Brust in der Show beim Super Bowl Finalspiel. CBS wurde zu einer Geldstrafe von 550.000 \$ verurteilt. (2004)

Internationaler Kodex zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten

1981 verabschiedet

Nachfolgende WHA Resolutionen nehmen regelmäßig auf die Einhaltung des Kodex Bezug.

EU Direktive 1991

abgeschwächte Forderungen des Kodex, z. B.:

Unterscheidet zwischen Anfangsnahrung und Folgenahrung

Schnuller und Flaschensauger sind nicht inkludiert

Werbung in „Fachblättern“ erlaubt

### Finanzielle Überlegungen – Marketing

Was geben Nestle, Hipp, Milupa, Humana und andere Flaschennahrungserzeuger, sowie die Schnullerfirmen Mam und Nuk pro Mutter und Baby für Werbung aus?

Broschüren, Gratisproben, Telefondienste, Webseiten, Vertreterbesuche, Inserate, Kongress-sponsoring, Geschenke, Einladungen ....

4,5 Mio. Geburten pro Jahr in der Europäischen Union/€ 75 pro Monat für Flaschennahrung

Jeder Monat kürzer stillen bringt € 330 Mio. Umsatzplus.

Wenn sich eine Frau entschließt nicht zu stillen, gibt sie in den ersten 6 Monaten einen Betrag von ca. € 500 für Flaschennahrung, Flaschen und Schnuller aus.

Annahme 10 % davon für Werbung und Marketing: € 50 x 4.500.000 = Werbeetat von € 225 Millionen

*„Medizinische Fachleute sind sich allzu oft nicht bewusst, dass ihre Anordnungen möglicherweise von Werbung beeinflusst sind. Marketing und kommerzielle Manipulation werden in der medizinischen Fakultät nicht gelehrt.“ Prof. Derrick Jelliffe*

## Innovative Idee: Gründung der Firma **mmb** **muttermilch für babys**

Werbeetat im ersten Jahr: € 2,2 Millionen

Das sind 50 Cent pro Baby oder 1% des Etats der Flaschennahrungsfirmen

Was könnte die Firma **mmb**  **muttermilch für babys** damit machen?

Großzügige Einladungen für Kinderärzte, Kongresssponsoring, Broschüren, Gratis Stillberatung, Webseiten, Diskussionsforen im Internet, Einladungen zum Essen und Buffets für Hebammen, Kinder- und Wochenbettschwestern, GynäkologInnen, .....

Werbeslogans wären:

- **Stillen – aus Liebe das Beste**

*Original: Babynova Fläschchen – aus Liebe das Beste*

- **Muttermilch – weil ich dich lieb hab**

*Original: Babynahrung von Nestle – weil ich dich lieb hab*

- **Damit aus Babys gesunde Kinder werden – Muttermilch**

*Original: Aponti - Damit aus Babys gesunde Kinder werden*

- **Stillen - Das sichere Gefühl das Richtige zu tun**

*Original: Das sichere Gefühl das Richtige zu tun – Nestle*

- **Stillen – Für die gesunde Entwicklung ihres Kindes**

*Original: Für die gesunde Entwicklung ihres Kindes - NUK*

- **Schützen Sie Ihr Kind - Muttermilch**

*Original: Schützen Sie Ihr Kind - Nestle*

- **Für ihr Baby ist das Natürlichste immer das Beste - Muttermilch**

*Original: Für ihr Baby ist das Natürlichste immer das Beste - Hipp*

- **Muttermilch – Sicherheit von Anfang an**

*Original: Milupa – Sicherheit von Anfang an*

- **Ihre Liebe unser Wissen - „Stillberatung durch IBCLC“**

*Original: Ihre Liebe unser Wissen - Milupa*

- **Stillen rettet Leben**

*Original: Pacifiers Save Lives – Mam*

International Kodex

Artikel 7.2. - Medizinisches Personal

„...solche Informationen sollten nicht unterstellen oder glauben machen, dass die Flaschennahrung dem Stillen gleichwertig oder überlegen ist.“

Artikel 4.2. Informationsmaterial über Flaschennahrung

„...sollten sich keine Abbildungen oder Textausführungen befinden, durch die die Verwendung von Muttermilchersatznahrung idealisiert werden könnte.“

### Werbung für das Stillen: Was jede und jeder von uns beitragen kann:

- Unterstützen Sie die WHO/UNICEF “Baby Friendly Hospital Initiative“
- Machen Sie sich mit den Inhalten des Kodex vertraut
- Diskutieren Sie die Inhalte des Kodex mit KollegInnen und Vorgesetzten.
- Stillplakate statt der Plakate der Flaschennahrungsfirmen auf den Wochenbettstationen und in den Mutterberatungseinrichtungen
- Gratis Stillbroschüren auflegen und verteilen
- Keine Kugelschreiber, Post-it Notes, Bettkärtchen, Kalender mit Werbung ...
- Keine Werbepackungen für die Wöchnerinnen
- Melden Sie Verstöße gegen den Kodex an die Stillkommission oder an eine andere zuständige Behörde.

Jeder Euro, der von einer Firma für Werbung ausgegeben wird, hat zum Ziel, den Umsatz zu steigern: Im Falle von Flaschennahrung, schadet jede Umsatzsteigerung der Gesundheit von Kindern.

**Nutzen Sie die Weltstillwoche für eine Aktion in Ihrem Arbeitsbereich.**

**Thema 2006: Code Watch 25 Years of Protecting Breastfeeding (WABA)**

**Muttermilch – Flaschennahrung: Werbung wirkt**

**25 Jahre internationaler Kodex zum Schutz des Stillens**

In Österreich 1. – 7. Oktober