

Codex-Panel Portrait

Umsetzung des internationalen Codex der WHO für die Vermarktung von Muttermilchersatzpräparaten in der Schweiz

IMPRESSUM

© 2017

Swiss Association of Nutrition Industries SANI (www.sani.swiss)

Stillförderung Schweiz (www.stillfoerderung.ch)

Gestaltung: Swiss Association of Nutrition Industries SANI

Inhaltsverzeichnis

Zweck, Ziele und Arbeitsweise des Codex-Panels

WHO-Codex und Verhaltenscodex in der Schweiz

Die wichtigsten Bestimmungen des schweizerischen Verhaltenscodex

Überwachung in der Schweiz

Im Codex-Panel vertretene Organisationen und Firmen

Was hat der Codex-Panel bisher erreicht?

Situation in den Entwicklungsländern – Grundkonsens mit den Bundesbehörden

Kritik am Verhaltenscodex und am Codex-Panel: berechtigt oder nicht

Zweck, Ziele und Arbeitsweise des Codex Panels

Alle Aktivitäten des Codex-Panels sind darauf ausgerichtet, die Beziehung zwischen Mutter und Kind zu fördern und die Mutter beim Stillen zu unterstützen. Damit soll in der Schweiz eine möglichst hohe Stillquote erreicht werden.

Die Hersteller haben sich mit dem "Verhaltenscodex der Hersteller über die Vermarktung von Säuglingsanfangsnahrungen" (Verhaltenscodex vom Dezember 1994, Stand 15.06.2017) verpflichtet, in der Vermarktung von Säuglingsanfangsnahrungen Zurückhaltung zu üben und dazu beizutragen, dass die Mütter in den ersten sechs Monaten stillen. In einigen Punkten gehen die Bestimmungen des Verhaltenscodex über die gesetzlichen Vorgaben hinaus.

Im paritätisch zusammengesetzten Codex-Panel arbeiten die in der Stiftung zur Förderung des Stillens zusammengeschlossenen Organisationen und die Industrie gemeinsam auf diese Ziele hin. Das Panel überwacht die Einhaltung des Verhaltenscodex. Es beobachtet die Werbung und die Verkaufsaktivitäten der Firmen und überprüft diese regelmässig auf Übereinstimmung mit den Grundsätzen des Codex. Es erarbeitet Empfehlungen zur Auslegung des Verhaltenscodex.

Alle an der Förderung des Stillens interessierten Kreise oder Einzelpersonen können dem Codex-Panel Verstösse gegen den Verhaltenscodex oder Verhaltensweisen, die allenfalls einen Verstoß darstellen könnten, melden. Das Panel legt derartige Sachverhalte der betroffenen Firma vor und fordert sie zur Stellungnahme auf. Gestützt darauf wird im Panel eine einvernehmliche Lösung gesucht. Das Panel kann den Firmen Empfehlungen abgeben.

Art. 41 der Lebensmittel- und Gebrauchsgegenständeverordnung (LGV SR 817.02) sieht „Werbebeschränkungen für Säuglingsanfangsnahrung“ vor. Die Überwachung der Einhaltung dieser Bestimmungen liegt in der Zuständigkeit der kantonalen Vollzugsorgane.

Der Codex-Panel pflegt enge Kontakte mit dem Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen (BLV) und steht diesem zur Bearbeitung der im Zusammenhang mit dem Vollzug von Artikel 41 LGV und der Umsetzung des internationalen Codex auftretenden Fragen zur Verfügung.

WHO-Codex und Verhaltenscodex in der Schweiz

Verhaltenscodex der WHO (1981)

Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) hat im Jahr 1981 einen «International Code of Marketing of Breast-Milk Substitutes» (WHO-Codex) verabschiedet. Dieser internationale Codex kam nach langen Verhandlungen zustande, an denen nebst den Regierungen auch nichtstaatliche Organisationen, Berufsverbände und die Hersteller von Säuglingsanfangsnahrung teilnahmen.

Der WHO-Codex stellt eine Empfehlung an die Mitgliedstaaten dar, geeignete Massnahmen zu ergreifen, um insbesondere folgende Ziele zu erreichen (Art. 1):

- die Gewährleistung einer sicheren und angemessenen Ernährung für Säuglinge,
- den Schutz und die Förderung des Stillens,

- die sachgemässe Verwendung von Muttermilchersatznahrungen auf der Grundlage einer entsprechenden Aufklärung sowie einer geeigneten Vermarktung und Verteilung.

Zur Erreichung dieser Ziele enthält der WHO-Codex eine Reihe von Massnahmen und Einschränkungen, die unter anderem die Werbung in der Öffentlichkeit, die Beziehungen der Hersteller zum Fachpersonal des Gesundheitswesens, die Kennzeichnung der Produkte und die Qualität zum Gegenstand haben.

Eine Reihe von Fragen blieben auch nach der Verabschiedung umstritten oder mussten aufgrund der Erfahrungen und eines sich verändernden Umfelds neu aufgegriffen werden. Die Weltgesundheitsversammlung (WHA) verabschiedete in diesem Zusammenhang seit 1983 verschiedene Resolutionen, die sich unter anderem mit Fragen befassten wie

- Geltungsbereich des WHO-Codex,
- Überwachung und Umsetzung (Monitoring),
- unentgeltliche Abgabe von vorgefertigter Säuglingsnahrung an Einrichtungen des Gesundheitswesens,
- geschützte Stillzeit (6 Monate).

Die Resolution der WHA vom 19. Oktober 2010 zu den "Millennium Development Goals" (Dok. A/RES/65/1) setzt sich die Verringerung der Kindersterblichkeit (Goal 4) und die Verbesserung der Gesundheit der Mütter (Goal 5) zum Ziel. In diesem Rahmen spielt der Schutz des Stillens eine wichtige Rolle (vgl. dort Ziff. 74).

Die WHO überlässt es den Mitgliedstaaten, die Grundsätze und Ziele des WHO-Codex gemäss ihrem «sozialen und legislativen Rahmen» und ihren globalen Gesamtentwicklungszielen umzusetzen, sei es in Form von Gesetzen, Vorschriften oder anderen geeigneten Massnahmen (Art. 11.1 des Codex).

Lösung in der Schweiz

Der WHO-Codex hat weltweite Gültigkeit. Aus grundsätzlichen Erwägungen will die WHO nicht unterschiedliche Empfehlungen und Vorschriften für Entwicklungs- und Industrieländer erlassen (Vermeidung sogenannter "double standards"). In erster Linie hat der WHO-Codex jedoch die Situation in den Entwicklungsländern im Auge, wo sich Unterernährung und ungünstige hygienische Verhältnisse (mangelnde Versorgung mit sauberem Wasser) besonders nachteilig auf die Situation der Neugeborenen auswirken.

Es galt somit, die allgemeinen und zum Teil interpretationsbedürftigen Empfehlungen der WHO in einer den Schweizer Verhältnissen entsprechenden Weise festzuhalten. Zu diesem Zweck unterzeichneten die in der Schweiz tätigen Firmen bereits im Januar 1982 einen nationalen «Verhaltenscodex der Hersteller von Muttermilch-Ersatzpräparaten», der den damals gültigen Empfehlungen der Schweizerischen Gesellschaft für Pädiatrie (SGP) Rechnung trug.

1994 wurde eine revidierte Fassung in Kraft gesetzt, welche die verschiedenen WHO-Resolutionen sowie die EU-Richtlinie vom 14. Mai 1991 über Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung (Richtlinie 91/321/EWG, heute 2006/141/EG) berücksichtigte. Zudem wurden in den Verhaltenscodex vom Dezember 1994 einige wichtige Bestimmungen aufgenommen, wie beispielsweise

- das Verbot der Gratisbelieferung von Spitälern und Kliniken (als zentrales Anliegen der WHO aus dem Jahr 1994),
- die Verpflichtung der Hersteller, die Grundsätze des Verhaltenscodex auch auf den nachgelagerten Handelsstufen durchzusetzen, bzw. den Detailhandel für die Anliegen des Codex zu sensibilisieren.

Im Jahr 2008 wurden in die Lebensmittel- und Gebrauchsgegenständeverordnung (LGV), siehe heute Art. 41 LGV, die Bestimmungen der Richtlinie 2006/141/EG über Werbebeschränkungen übernommen (Art. 14 der Richtlinie). Weitere europäische Bestimmungen betreffend die Kennzeichnung von Säuglingsanfangsnahrung (und Folgenahrung) wurden in der schweizerischen Verordnung über Lebensmittel für Personen mit besonderem Ernährungsbedarf (Art. 7 VLBE, SR 817.022.104) umgesetzt.

Die aktuelle Fassung des Verhaltenscodex vom Dezember 1994, Stand 15.06.2017, übernimmt die lebensmittelrechtlichen Vorgaben und ergänzt diese mit Erläuterungen und Interpretationen, die durch den Codex-Panel in langjähriger Praxis entwickelt wurden.

Die wichtigsten Bestimmungen des schweizerischen Verhaltenscodex¹

Grundsätze

- Die Muttermilch ist die natürliche Nahrung des Säuglings während der ersten Monate des Lebens. Das Stillen soll geschützt und gefördert werden.
- Säuglingsanfangsnahrung soll bezüglich Qualität, Zusammensetzung und Nährwert geeignet sein
 - als Ergänzung der Muttermilch, falls diese nicht mehr ausreicht, um die Ernährungsbedürfnisse des Säuglings zu decken (Zwimilch-Ernährung),
 - als Ersatz für die Muttermilch, falls die Mutter nicht stillt.
- Das Fachpersonal – Ärztinnen und Ärzte, Hebammen, Stillberaterinnen, Mütterberaterinnen – soll die Mütter über die optimale Ernährung des Säuglings informieren und beraten.

Werbung für Säuglingsanfangsnahrung und Packungskennzeichnung

- Massgebend sind die Verordnung des EDI betreffend die Information über die Kennzeichnung und Anpreisung von Lebensmitteln (LIV, SR 817.022.16) und Art. 7 VLBE.
- Der Wortlaut in der Werbung und auf Packungen hat
 - auf die vorrangige Bedeutung des Stillens und den Verwendungszweck des Produkts als Ersatz oder Ergänzung der Muttermilch hinzuweisen,

¹ Zusammenfassung aus: Verhaltenscodex der Hersteller über die Vermarktung von Säuglingsanfangsnahrung vom Dezember 1994, Stand 15.06.2017 ; Codex-Panel, Zusammenfassung der Beschlüsse, Stand 13. November 2017.

- objektiv und umfassend über die sachgemässe Zubereitung und die angemessene Verwendung zu informieren und eine Warnung vor gesundheitsschädlichen Auswirkungen einer unangemessenen Zubereitung zu enthalten (auf den Packungen).
- Der folgende WICHTIGE HINWEIS (oder eine sinngemässe Aussage) muss gut sichtbar platziert werden:
**Stillen ist ideal für Ihr Kind.
Informieren Sie sich beim Fachpersonal, falls Ihr Kind eine Zusatznahrung benötigt oder Sie nicht stillen.**
- Auf Verpackungen von Säuglingsanfangsnahrung dürfen keine Bilder von Säuglingen oder Texte verwendet werden, die das Erzeugnis idealisieren (Art. 7 Abs. 5 VLBE).

Kommunikation mit den Eltern

- Alle Mitteilungen an die Eltern, die sich auf die Verwendung von Säuglingsanfangsnahrung beziehen, müssen auf die Beratung durch Fachpersonal des Gesundheitswesens hinweisen und die vorrangige Bedeutung der Muttermilch hervorheben (siehe oben).
- Alle Informationen sind so zu gestalten, dass sie die Mutter in keiner Weise vom Stillen abhalten.
- Werbung für Säuglingsanfangsnahrung in Publikumszeitschriften ist nicht erlaubt. Zugelassen ist nur Werbung in Veröffentlichungen, die der Säuglingspflege gewidmet sind, und in wissenschaftlichen Publikationen. Die Information darf nicht implizieren oder suggerieren, dass Flaschennahrung der Muttermilch gleichwertig oder überlegen ist (Art. 41 Abs. 2 LGV)
- Es darf keine Werbung in Einzelhandelsgeschäften betrieben werden, die zum Kauf von Säuglingsanfangsnahrung anregt. Nicht zulässig sind besondere Auslagen, Rabattmarken, Zugabeartikel, Sonderangebote (Aktionen), Lockartikel oder Koppelungsgeschäfte (Art. 41 Abs. 3 LGV).
- Das Verteilen kostenloser oder verbilligter Erzeugnisse, Proben oder anderer Werbegeschenke direkt oder indirekt über das Gesundheitsvorsorgewesen ist untersagt (Art. 41 Abs. 4 LGV).

Kommunikation mit Ärztinnen/Ärzten, Fachpersonal, Kliniken und Spitälern

- Alle Informationen sind sachlich und objektiv zu formulieren und müssen vermeiden, den Eindruck zu erwecken, die Flaschenernährung sei dem Stillen überlegen oder gleichwertig.
- Das medizinische Fachpersonal entscheidet unabhängig und nach Indikation über die Verwendung von Säuglingsanfangsnahrung im Spital, damit sichergestellt ist, dass die Mutter in keiner Weise vom Stillen abgehalten wird.
- Die Hersteller respektieren den freien und unabhängigen Entscheid des medizinischen Fachpersonals bei der Erstellung des Ernährungsplans für den Säugling und bei der Beratung der Mutter.
- Direkte oder indirekte Geld- und Sachzuwendungen sind untersagt.
- Alle Lieferungen von Säuglingsanfangsnahrung an Spitäler, Kliniken und andere Institutionen – sei es zum Zweck des Eigengebrauchs oder zur Abgabe an austretende Mütter – werden fakturiert.

Die Überwachung in der Schweiz

Der WHO-Codex fordert in seinem Artikel 11 die Regierungen auf, die Überwachung (Monitoring) sicherzustellen und dabei mit den Herstellern und Verteilern sowie mit nichtstaatlichen Organisationen, Berufsverbänden und Verbraucherorganisationen zusammenzuarbeiten (Art. 11.2 und 11.4). Die Hersteller sind aufgefordert, die Pflichten aus dem WHO-Codex innerhalb ihrer Unternehmungen durchzusetzen (Art. 11.5).

Für die Schweiz galt es, diese Zielsetzung im Rahmen der geltenden Rechtsordnung sicherzustellen und dabei sowohl die gesundheitspolitischen Gegebenheiten und bundesstaatlichen Strukturen (Zuständigkeit für die Gesetzgebung beim Bund, Vollzug bei den Kantonen) als auch die Grundsätze des Wirtschaftsrechts (u.a. Handels- und Gewerbefreiheit) zu berücksichtigen.

Diese Erkenntnisse lagen der Initiative der Schweizerischen UNICEF-Arbeitsgruppe für die Förderung des Stillens (Stillförderung Schweiz) und der Fachgruppe Kindernährmittel der Vereinigung Diät (heute Swiss Infant Nutrition Association (SINA) der Swiss Association of Nutrition Industries (SANI) zur Einsetzung eines Codex-Panels im Jahr 1995 zugrunde. Der Dialog in einem paritätisch zusammengesetzten Gremium hat es ermöglicht, über alle zentralen Anliegen des WHO-Codex einen Konsens zu finden, kritisch beurteilte Vermarktungspraktiken offen zu diskutieren und wo erforderlich Korrekturen rasch umzusetzen. Aus der Zusammenarbeit ist ein "gemeinsamer Geist" entstanden, der auch in Fragen, die formell nicht direkt in den Geltungsbereich des WHO-Codex fallen (z.B. betreffend Folgenahrung und Beikost) zum Tragen kommt – immer mit dem primären Ziel, das Wohl des Kindes und der Mutter zu fördern.

Die Überwachung der Beschränkung der Werbung und der Anpreisung von Säuglingsanfangsnahrung nach Art. 41 LGV obliegt den kantonalen Lebensmittelkontrollbehörden. Es erscheint jedoch sinnvoll, dass die direkt betroffenen und interessierten Kreise, die über hohe Fachkenntnisse und eine besondere Nähe zum Markt verfügen, die Aktivitäten der Hersteller weiterhin beobachten und allfällige Verstösse in einem paritätischen Gremium diskutieren können.

Entscheidend ist, dass die in die Überwachung einbezogenen Organisationen einen möglichst umfassenden Überblick über alle Bereiche der Vermarktung haben und damit in der Lage sind, das Monitoring systematisch zu betreiben. Das Panel steht den kantonalen Vollzugsbehörden auch in Zukunft als Fachgremium zur Verfügung.

Wünschenswert ist ein noch stärkerer Einbezug der Öffentlichkeit in die Arbeit des Panels und die aktive Nutzung der Möglichkeit, festgestellte Verstösse dem Panel zu unterbreiten.

Im Codex-Panel vertretene Organisationen und Firmen

Stillförderung Schweiz

6 Sitze, vertreten sind folgende Organisationen:

Stillförderung Schweiz

Schweizerisches Komitee für UNICEF (UNICEF Schweiz)

Schweizerische Gesellschaft für Pädiatrie (SGP)

Schweizerischer Fachverband Mütter- und Väterberatung (SF MVB)

Berufsverband Schweizerischer Stillberaterinnen IBCLC (BSS)/La Leche League Schweiz (LLL CH)

Schweizerischer Hebammenverband (SHV)

Swiss Association of Nutrition Industries - SANI

5 Sitze, vertreten sind die folgenden Firmen:

Nestlé Suisse SA

Milupa SA

Hipp GmbH & Co. Vertrieb KG

Holle baby food GmbH

Bimbosan AG

Im Panel nicht direkt vertretene Firmen, die den Verhaltenscodex unterzeichnet haben
(Produktion ohne eigene Vermarktung in der Schweiz): Hochdorf Swiss Nutrition Ltd.

Der Vorsitz des Codex-Panels alterniert bei jeder Sitzung; das Sekretariat und die Organisation der Sitzungen wird durch die SANI betreut.

Was hat der Codex-Panel bisher erreicht?

Die Zusammensetzung des Panels mit Vertreterinnen und Vertretern von Stillförderung Schweiz und der Hersteller stellt sicher, dass die Anwendung der lebensmittelrechtlichen Werbebeschränkungen und der ergänzenden Bestimmungen des Verhaltenscodex von 1994 flächendeckend beobachtet und Übertretungen rasch aufgenommen werden können. Das Panel nimmt auch Hinweise aus dem breiten Publikum entgegen.

Seit der Einsetzung des Codex-Panels im Jahr 1995 haben in regelmässigen Abständen – in der Regel alle 6 Monate – Sitzungen stattgefunden. Dabei wurden anhand zahlreicher Einzelfälle Kriterien für die Beurteilung von Werbeaussagen und Produktinformationen erarbeitet. Eine Zusammenfassung der Beschlüsse des Panels kann bei der Swiss Association of Nutrition Industries (SANI) und bei Stillförderung Schweiz bezogen werden.

Aus der Vielzahl der behandelten Fälle sind nachfolgend einige Beispiele wiedergegeben:

WICHTIGER HINWEIS auf die Vorrangigkeit der Muttermilch und des Stillens

Das Panel legt grossen Wert darauf, dass der WICHTIGE HINWEIS nicht eine blossе Floskel darstellt, sondern dass ihm in der Information über die Produkte und in der Kommunikation mit den Eltern und dem Fachpersonal nachgelebt wird. Die Mutter, die ihr Kind stillt, soll in keiner Weise verunsichert werden.

So hat das Panel eine ganze Reihe von Werbeaussagen kritisch geprüft und die Hersteller überzeugen können, auf Aussagen wie "Wenn Sie nicht genug Milch haben, verwenden Sie das Produkt ..." oder "Ihr Kind braucht nun eine Abwechslung ... (nach 4 Monaten) ..." zu verzichten. Ebenso wurden Bemerkungen wie "Das Produkt ... ist der Muttermilch sehr ähnlich" unterbunden.

Ernährungstabellen

Auf Anregung des Panels führen die Hersteller heute in den Ernährungstabellen und -plänen für die ersten 6 Monate an erster Stelle die Muttermilch auf.

Muster

Bereits auf der Grundlage des Verhaltenscodex von 1994 legte das Panel klare Regeln über die Abgabe von Mustern fest: In keinem Fall durften schon damals Muster unaufgefordert und bloss zu Werbezwecken abgegeben werden. Zudem setzte sich das Panel dafür ein, dass in Apotheken und Drogerien Muster nur im Rahmen eines Beratungsgesprächs abgegeben und nicht zur freien Bedienung ausgelegt werden.

Das Verbot jeglicher Abgabe von Proben bzw. Gratismustern wurde 2008 aus der EG-Richtlinie in das schweizerische Recht übernommen.² Portionenbeutel von Säuglingsanfangsnahrung sind zu einem Preis zu verkaufen, der mindestens dem Preis pro Kilogramm des Referenzprodukts im Handel entspricht.

² Siehe heute LGV Art. 41 Abs. 4

Das Verteilen kostenloser oder verbilligter Erzeugnisse, Proben oder anderer Werbegeschenke an die Bevölkerung, insbesondere an schwangere Frauen, Mütter und deren Familienmitglieder, sei es direkt oder indirekt über Institutionen des Gesundheitswesens oder Beratungsstellen, ist verboten.

Werbung für Folgenahrung und Beikost

Der Geltungsbereich des Verhaltenscodex bezieht sich nur auf Säuglingsanfangsnahrung. Das tragende Prinzip der Förderung und des Schutzes des Stillens und die darauf aufbauende Grundhaltung sollen jedoch auch in der Werbung für Kleinkindernahrung nach dem Alter von 6 Monaten zum Ausdruck kommen.

Auf Anregung des Panels haben sich die Hersteller darauf verpflichtet, auch in der Werbung und Vermarktung dieser Folgeprodukte zu jeder Zeit auf eine Herabsetzung der Muttermilch und des Stillens zu verzichten.

Altersindikationen

Das Panel hat die Durchsetzung der Altersindikation für Folgenahrungen – "nach 6 Monaten" – auf den Produkten im Schweizer Markt überwacht. Gespräche wurden auch mit Anbietern von Produkten geführt, die nicht unter den Geltungsbereich des Verhaltenscodex fallen, aber das Stillverhalten in den ersten 6 Monaten beeinflussen können, wie z.B. Frucht- und Gemüsesäfte oder Tees.

Das Gleiche gilt für die Anwendung dieser Regeln durch den Lebensmittelhandel, insbesondere was die Werbung der Grossverteilerorganisationen für ihre Eigenmarken betrifft. Das Panel führte auch mit diesen konstruktive Gespräche.

Durchsetzung der Fakturierung der Lieferungen an Spitäler und Kliniken

Das Verbot der Gratisabgabe von Säuglingsanfangsnahrung an Spitäler und Kliniken lässt sich nur durchsetzen, wenn dafür auch das Verständnis dieser Institutionen gewonnen wird. Das Panel unterstützt deshalb die "Baby-Friendly Hospital Initiative".

Der Verhaltenscodex verlangt, dass das Personal in der Entscheidung über die allfällige Verwendung einer Säuglingsnahrung nicht beeinflusst wird. Das Panel hat umschrieben, in welchem Umfang und mit welchem Wert Gelegenheitsgeschenke oder nützliche Gebrauchsgegenstände (z.B. Thermometer) abgegeben werden dürfen. Das Anbringen eines Firmenlogos ohne Produktwerbung für eine Anfangsnahrung ist zulässig.

Umschreibung der für die Werbung zulässigen Medien

Inserate für Säuglingsanfangsnahrung waren schon unter dem Verhaltenscodex von 1994 nur in der Säuglingspflege gewidmeten Publikationen, in wissenschaftlichen Veröffentlichungen und solchen für das Fachpersonal, nicht jedoch in Publikumszeitschriften zulässig. Das Panel erstellte eine entsprechende Liste.

Situation in den Entwicklungsländern – Grundkonsens mit den Bundesbehörden

Im Hinblick auf die Beratungen in der WHO einigten sich die Hersteller und die zuständigen Behörden des Bundes – Bundesamt für Gesundheit (BAG), Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA) und die Politische Direktion des Eidgenössischen Departements für auswärtige Angelegenheiten (EDA) – im Februar 1997 auf einen "Grundkonsens für eine gemeinsame Haltung zu Fragen der Säuglings- und Kleinkinderernährung" in Entwicklungsländern³:

Niemand bestreitet,

- *dass in der Dritten Welt zu viele Kinder an Krankheiten sterben, gegen die Massnahmen existieren;*
- *dass die wichtigste dieser Krankheiten in diesen Ländern Durchfall ist – meist in Zusammenhang mit gleichzeitiger Unterernährung;*
- *dass langdauerndes Stillen (> 1 Jahr) neben ORT (Oral Rehydration Therapy) einer der beiden wichtigsten Stützpfiler im Kampf gegen die kindliche Diarrhöe ist;*
- *dass Stillen eine der kostengünstigsten gesundheitsfördernden Massnahmen überhaupt ist, mit Wirkung auf Kinder und Mütter;*
- *dass Stillen ein nicht zu unterschätzender Faktor im Kampf gegen das Bevölkerungswachstum in armen Ländern ist;*
- *dass nach dem Alter von 4–6 Monaten alle Kinder eine ihren Bedürfnissen angepasste, zusätzliche Kindernahrung brauchen.*

Alle Kräfte sollen demnach vereinigt werden,

- *um das Stillen bei Müttern zu fördern;*
- *um vor den Gefahren einer freizügigen Aufgabe des Stillens zu warnen, v.a. für die wachsende Zahl der Mütter und Kinder, welche in dürftigen hygienischen und wirtschaftlichen Bedingungen leben müssen;*
- *um zu verhindern, dass durch die Vermarktung von Anfangsnahrung und die frühe Einführung von Beikost das Stillverhalten negativ beeinflusst wird und es zum frühzeitigen Abbruch des Stillens kommt, v.a. bei Müttern in armen Ländern;*
- *um Mütter über die richtige Anwendung von Kindernahrung aufzuklären;*
- *um nachhaltige Lösungen zur Behebung von gegensätzlichen Interessen zwischen Nahrungsproduktion und Gesundheitsförderung zu finden.*

³ Grundkonsens für eine gemeinsame Haltung zu Fragen der Säuglings- und Kleinkinderernährung; visiert von: Vereinigung Diät, Fachgruppe Kinderernährung (heute SANI), B. Hodler; EDA, Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit, Botschafter W. Fust; EDI, Bundesamt für Gesundheit, Prof. T. Zeltner; EDA, Politische Direktion, Botschafter J.-M. Boulgaris; Februar 1997

Kritik am Verhaltenscodex und am Codex-Panel: berechtigt oder nicht?

Aktivistenorganisationen kritisieren eine nach ihrer Auffassung ungenügende Umsetzung und Respektierung des WHO-Codex. Die Vorwürfe betreffen überwiegend die Situation in verschiedenen Entwicklungsländern, aber auch eine angeblich lückenhafte Respektierung des WHO-Codex im schweizerischen Verhaltenscodex. Folgende Punkte sind umstritten:

Geltungsbereich

Der WHO-Codex bezieht sich auf die "Muttermilchersatznahrung einschliesslich vorgefertigter Säuglingsanfangsnahrung; andere Milchprodukte, Nahrungsmittel und Getränke einschliesslich flaschenverfütterter Ergänzungsnahrung, wenn diese – mit oder ohne Abänderung – als geeignet für die Verwendung als teilweiser oder voller Ersatz für Muttermilch vermarktet oder auf andere Weise angeboten werden; Säuglingsflaschen und Sauger“ (Art. 2). Diese Bestimmung hat auch auf internationaler Ebene zu erheblichen Diskussionen Anlass gegeben. Die Aktivistenorganisationen leiten daraus ein Werbeverbot nicht nur für die Anfangsnahrungen, sondern auch für alle Folgenahrungen ab.

Der schweizerische Verhaltenscodex von 1994 betrifft in erster Linie die Säuglingsanfangsnahrung. Auch Artikel 41 LGV schränkt – in Übereinstimmung mit der EG-Richtlinie – nur für diese die Werbung ein. Nach Auffassung des Codex-Panels sind Folgenahrungen, die klar erst für die Zeit nach 6 Monaten empfohlen werden, und die dafür gemachte Werbung nicht geeignet, die Mutter frühzeitig vom Stillen abzuhalten. Das Panel legt jedoch grossen Wert darauf, dass den Grundprinzipien des Verhaltenscodex auch bei der Werbung und Vermarktung von Folgenahrungen nachgelebt wird. Die Hersteller sind eine entsprechende Verpflichtung eingegangen.

Durchsetzung eines generellen Werbeverbots

Das International Baby Food Action Network (IBFAN) und ihm nahestehende Organisationen leiten aus dem WHO-Codex ein generelles Werbeverbot ab. Das Panel erachtet ein solches Verbot als nicht vereinbar mit der geltenden Rechtsordnung in der Schweiz und auch nicht als taugliches Mittel, um die Zielsetzungen des Codex, nämlich den Schutz des Stillens und eine bestmögliche Ernährung des Säuglings, zu erreichen.

Werbung und Produktinformation ist nicht an sich schlecht und unerwünscht. Die stillende Mutter soll dadurch jedoch nicht verunsichert werden. Gleichzeitig soll sie aber auch nicht von den notwendigen Informationen ausgeschlossen werden, die es ihr ermöglichen, in dem von ihr gewählten Zeitpunkt die geeignete Ergänzungsnahrung zu wählen. Gefragt ist eine stillfreundliche Werbung, die der Mutter einen Entscheid in eigener Verantwortung ermöglicht.

Bereits im Jahr 1981, anlässlich der Verhandlungen über den WHO-Codex, hat die schweizerische Delegation in der 34. Weltgesundheitsversammlung Folgendes ausgeführt:

Der Codex anerkennt ausdrücklich den objektiven Bedarf nach Muttermilchersatzprodukten und will nicht den Verkauf und Verbrauch dieser Produkte in den Fällen, in denen sie notwendig sind, verhindern. Der Codex zielt vielmehr darauf hin, einerseits alle Praktiken zu verhindern – speziell in der Vermarktung –, die das Prinzip, das Stillen aktiv zu schützen und zu fördern, untergraben, und andererseits zu garantieren, dass diese Produkte im Bedarfsfall zweckmässig angewendet werden. (inoffizielle Übersetzung)

Ziel des Panels ist ein Monitoring, das die Einhaltung der lebensmittelrechtlichen Anforderungen überwacht, verbindliche Richtlinien für die Umsetzung der weitergehenden Richtlinien und Empfehlungen des WHO-Codex formuliert und auch neue Entwicklungen und innovative Marketingideen (z.B. in Bezug auf das Internet) ohne Verzug erfasst. Dabei sind nicht Verbote besonders wichtig, sondern die Interpretation, ob bestimmte Werbeaussagen und Verkaufsaktivitäten die Förderung des Stillens beeinträchtigen. Nur an aktuellen Beispielen kann definiert werden, was erlaubt ist und was nicht.

Überwachung der Einhaltung des Codex (Monitoring)

Artikel 11 des WHO-Codex befasst sich mit der Durchführung und Überwachung und trägt den Regierungen auf, den "Grundsätzen und dem Ziel dieses Codex in einer ihrem sozialen und legislativen Rahmen angemessenen Weise Wirksamkeit zu verschaffen". Dabei sind die "nichtstaatlichen Organisationen, Berufsgruppen und Verbraucherorganisationen" zur Zusammenarbeit beizuziehen (Art. 11.2). Die Hersteller sollen sich "ihrer Verantwortung für die Überwachung ihrer Vermarktungspraktiken – gemäss den Grundsätzen und dem Ziel dieses Codex – bewusst sein sowie durch die Einleitung von geeigneten Massnahmen dafür sorgen, dass ihr Verhalten auf allen Ebenen mit denselben in Einklang steht" (Art. 11.3).

Der Codex-Panel erachtet eine freiwillige Selbstregulierung, die zum Teil über die Anforderungen von Artikel 41 LGV hinausgeht und auf einem Dialog unter allen betroffenen Kreisen basiert, als ein geeignetes Mittel zur Erreichung der Ziele des WHO-Codex).

Durchsetzung der Beschlüsse und Empfehlungen

Der WHO-Codex verpflichtet die Hersteller zu einem eigenen Monitoring, das heisst einer Überwachung der Durchsetzung der Bestimmungen innerhalb ihrer Firmen. Durch die Vertretung aller in der Schweiz tätigen Firmen im Panel ist diese interne Überwachung sichergestellt, da auch die Firmen selber Verstösse seitens ihrer Mitbewerber dem Panel vorlegen. Zudem überwachen nun die kantonalen Vollzugsbehörden im Rahmen ihrer Kontrolltätigkeit die Einhaltung der Anpreisungsbeschränkungen gemäss Artikel 41 LGV.

Das Panel pflegt zudem Kontakte zum Detailhandel, insbesondere zu den Grossverteilerorganisationen, um die Grundprinzipien des Verhaltenscodex auf der Stufe Handel durchzusetzen. Das Gleiche gilt für die Apotheken und Drogerien, die aufgefordert werden, die für die Werbung im Einzelhandel geltenden Einschränkungen (Art. 41 Abs. 2 LGV) einzuhalten.

Transparenz der Aktivitäten des Panels

Von Aktivist*innenorganisationen wird kritisiert, dass das Panel seine Aufgaben unter Ausschluss der Öffentlichkeit erfülle.

Das Panel hat wiederholt – zum Beispiel im Zusammenhang mit der Weltstillwoche (jeweils Kalenderwoche 38) – über seine Arbeit und die erzielten Resultate informiert. Zudem können Werbe- und Marketingpraktiken der Hersteller jederzeit dem Panel unterbreitet werden. Jede solche Anfrage wird sorgfältig geprüft und nach erfolgten Abklärungen beantwortet.