

Werbung für Muttermilchersatzprodukte

Was ist bei Flaschenmilch erlaubt, was nicht?



FÜR FACHKRÄFTE
UND FAMILIEN





Warum vor Werbung schützen?

Ernährung hat großen Einfluss auf die gesundheitliche Entwicklung von Kindern, besonders in den ersten Lebensmonaten. Eltern sollten daher gut informiert und unbeeinflusst über die Ernährung ihres Babys entscheiden können – unabhängig davon, ob sie stillen oder nicht. Medizinisches Fachpersonal kann sie dabei verlässlich beraten und unterstützen.

Stillen ist die natürliche Ernährung für Babys: Muttermilch ist gesund, sicher und enthält alles, was Säuglinge brauchen. Mütter, die nicht (ausschließlich) stillen, nutzen kommerziell hergestellte Säuglingsanfangs- und Folgenahrung. Die Zusammensetzung dieser sogenannten Muttermilchersatzprodukte muss hohen gesetzlichen Anforderungen genügen.

Bei Familien kann durch Werbung der Eindruck entstehen, dass Muttermilch und Flaschenmilch gleichwertig seien. Das kann sie verunsichern und die Stillmotivation senken. Deshalb sind auch die Kennzeichnung und Werbung für Flaschenmilch gesetzlich streng geregelt.

Werbung wirkt überall – oft unbewusst.

Damit Familien unabhängig entscheiden können

Gerade Produktproben oder Werbematerialien, die Fachkräfte an Familien weitergeben, erschweren Eltern eine unabhängige Entscheidung zur Ernährung ihres Kindes. Die Vorgaben schützen daher auch Fachkräfte vor Beeinflussung, damit sie Eltern sachlich und korrekt beraten können.

Welche gesetzlichen Regelungen gibt es?

Die „Delegierte Verordnung (EU) 2016/127“ regelt die Zusammensetzung, Kennzeichnung und Bewerbung von Säuglingsanfangs- und Folgenahrung für alle Mitgliedstaaten der Europäischen Union. So stellt der Gesetzgeber sicher, dass

- die Produkte geeignet sind,
- Fachkräfte unabhängig beraten können und
- Familien unbeeinflusst entscheiden können.

Was ist verboten?

Generell gilt:

- keine Werbegeschenke mit Herstellerlogo

Für Säuglingsanfangsnahrung (bekannt als PRE oder 1) gilt:

- keine Verbraucherwerbung oder Elterninformationen in der Öffentlichkeit
- keine Gratisproben oder Sonderangebote im Handel oder beim Fachpersonal
- keine nährwertbezogene Werbung und keine Gesundheitsversprechen
- keine idealisierenden Bilder oder Begriffe auf Produktetiketten oder Informationsmaterial





Was ist zu beachten?

Für Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung (bekannt als 2 oder 3) gilt:

- Kennzeichnung, Aufmachung und Bewerbung dürfen nicht vom Stillen abhalten und müssen klar zwischen Säuglingsanfangs- und Folgenahrung unterscheiden.
- Kennzeichnung darf nicht nahelegen, dass die Nahrung gegenüber der Muttermilch gleichwertig oder überlegen ist.
- Auf Produktetiketten sowie Elterninformationen müssen die Überlegenheit des Stillens, die Schwierigkeit, den Entschluss, nicht zu stillen, rückgängig zu machen, und die Auswirkungen zusätzlicher Flaschnahrung auf das Stillen hervorgehoben werden.

Was ist erlaubt?

- **Folgenahrung:** sachbezogene Informationen für Fachkräfte und Familien
- **Spezialnahrung¹:** Ausgabe von Gratisproben und sachbezogenen Elterninformationen durch medizinisches Fachpersonal im Rahmen einer Beratung
- finanzielle Förderung von Fortbildungen oder Veranstaltungen für Fachpersonal
- direkter Kontakt von Herstellern zu Eltern per Telefon, Post oder auf digitalen Kanälen unter Beachtung der oben genannten Anforderungen

¹ Muttermilchersatzprodukte für besondere medizinische Zwecke wie bei Stoffwechselerkrankungen. Diese sollen nur nach ärztlicher Rücksprache verwendet werden.



Wie schützt der WHO-Kodex zusätzlich?

Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) hat bereits 1981 den „Internationalen Kodex zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten“ verabschiedet. Der Kodex will Familien und Fachkräfte vor dem Einfluss von Werbung schützen und darüber hinaus Fachkräfte vor Interessenkonflikten bewahren. Seine Empfehlungen sind in vielen Ländern der Welt in die Gesetzgebung eingeflossen, auch in die EU-Verordnung 2016/127.



Über die Verordnung hinaus empfiehlt der Kodex:

- keine Verbraucherwerbung oder Elterninformationen für sämtliche Muttermilchersatzprodukte bis zum Alter von 3 Jahren, also auch nicht für Folgenahrung und spezielle Milchgetränke für Kleinkinder (sogenannte Kindermilch)
- keine Werbung für Flaschen und Trinksauger
- keine Sonderangebote und Gratisproben für diese Produkte
- kein Sponsoring von Fortbildungen oder Veranstaltungen für Fachpersonal
- kein direkter Kontakt von Herstellern zu Eltern, egal auf welchem Weg

Zu diesen Maßnahmen können sich Hersteller und Fachkräfte freiwillig verpflichten.

Wo verbergen sich Interessenkonflikte?

Ob Ärztinnen und Ärzte, Hebammen, Pflegekräfte oder Stillberaterinnen und -berater: Fachpersonen werden gezielt von Herstellern angesprochen und können so in einen Interessenkonflikt geraten. Damit ist gemeint, dass die Beratung der Fachkraft von Dritten beeinflusst sein könnte, zum Beispiel durch Gratismaterial, Geschenke, Honorare oder Sponsoring.

Die Zuwendungen erzeugen einen Interessenkonflikt, auch wenn sich viele Fachkräfte nicht bewusst anders verhalten. Denn nicht nur tatsächliches Fehlverhalten wird darunter verstanden, sondern schon allein das Risiko, interessengeleitet zu beraten.

Ob bewusst oder unbewusst: Wer mit Unternehmen kooperiert, läuft Gefahr, im Beratungsgespräch mit Familien nicht mehr unabhängig zu sein.

Beispiele:

- Eine Hebamme erhält ungefragt Proben oder verbilligte Säuglingsnahrung von einem Hersteller. Damit die Produkte nicht weggeworfen werden, verteilt sie sie an Familien.
- Eine kinderärztliche Praxis erhält Werbeartikel wie Kugelschreiber oder U-Heft-Hüllen mit Herstellerlogo und gibt diese an die Eltern weiter.
- Eine Stillberaterin gibt Eltern Tipps auf Social Media und verknüpft das mit Werbung für Produkte.
- Ein Arzt hält einen wissenschaftlichen Vortrag und erhält dafür ein Honorar von einem Hersteller.

In all diesen Fällen profitieren Unternehmen, ihre Marken oder Muttermilch-ersatznahrung generell von der Glaubwürdigkeit der Fachkräfte.

Hätten Sie es gewusst?

Die Forschung zeigt: Gerade wer sich für immun gegenüber einer Einflussnahme hält, ist besonders anfällig. Der finanzielle Wert eines Geschenks spielt dabei keine Rolle.²

2 Sagarin BJ, Cialdini RB, Rice WE, Serna SB. Dispelling the illusion of invulnerability: The motivations and mechanisms of resistance to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2002;83(3):526-41

Gibt es Initiativen für unabhängige Beratung?

Viele Akteure im Gesundheitswesen legen großen Wert auf den Schutz von Familien und Fachkräften. Es gibt zahlreiche Initiativen für unabhängige Beratung. Dazu zählen zum Beispiel:

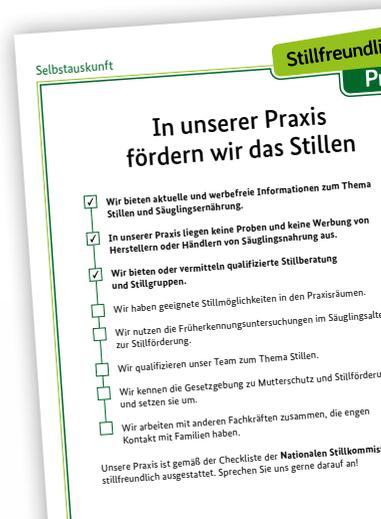
Babyfreundliche Geburts- und Kinderkliniken

Kliniken, die gemäß der WHO/UNICEF-Initiative als „babyfreundlich“ zertifiziert sind, setzen neben den gesetzlichen Vorgaben auch den WHO-Kodex vollständig um. Es gibt keine Werbung für Muttermilchersatzprodukte und keine Geschenke von Herstellern. Die Finanzierung von Fortbildungen durch Hersteller ist verboten. Familien werden individuell beraten und begleitet. Bei Eltern mit Stillwunsch wird nur bei medizinischer Indikation zugefüttert. Mütter, die nicht stillen möchten, werden zur geeigneten und bindungsfördernden Flaschenfütterung angeleitet. Die Anforderungen der Initiative werden regelmäßig in den Krankenhäusern überprüft.



Stillfreundliche Kinder- und Jugendarztpraxen

Die Nationale Stillkommission hat eine Checkliste mit Kriterien verabschiedet, die kinder- und jugendärztliche Teams bei der Umsetzung einer stillfreundlichen Praxis unterstützen. Dazu zählen eine stillfreundliche Ausstattung, fachlich fundierte Beratung sowie die Einhaltung der Empfehlungen des WHO-Kodex. Praxen können diese Anforderungen eigenständig prüfen und eine entsprechende Selbstauskunft in ihren Räumen aushängen, so dass die Familien sich davon überzeugen können.





Was können Sie persönlich tun?

Als medizinische Fachkraft unterstützen Sie Eltern neutral, indem Sie

- keine Kontakte zu Herstellern von Muttermilchersatzprodukten pflegen,
- keine von Herstellern bezahlten Vorträge halten,
- keine Werbung, Gratisproben oder Geschenke annehmen und
- sich aus unabhängigen Quellen informieren.

Als Elternteil können Sie

- Werbung bewusst als solche wahrnehmen,
- Fachpersonen um unabhängige Beratung bitten und
- Gratisproben und Werbegeschenke ablehnen.



Was tun bei vermuteten Verstößen?

Bei einem konkreten Verdacht auf einen Verstoß eines Herstellers gegen die EU-Verordnung können Sie sich an die Lebensmittelüberwachung wenden. Zuständig ist in der Regel das Landesministerium oder die Senatsverwaltung für Verbraucherschutz in dem Bundesland, in dem der Inverkehrbringer seinen Sitz hat. So gehen Sie vor:

- 1. Beleg sichern: Machen Sie ein Foto oder einen Screenshot vom Produkt oder der Werbung.**
- 2. Dokumentieren: Notieren Sie Datum, Ort und den Hersteller oder Händler.**
- 3. Weiterleiten: Reichen Sie die Informationen bei der zuständigen Behörde ein.**

Mehr Informationen zum Thema finden Sie hier:
gesund-ins-leben.de/werbung

Wichtig:

Die Unternehmen sind für die Einhaltung der Gesetze verantwortlich. Fachkräfte müssen keine Angst vor Konsequenzen haben, auch wenn ein möglicher Verstoß bei ihnen – etwa in einer Praxis – beobachtet wurde.



Impressum

0914/2025

Herausgeberin:

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)
Präsidentin: Dr. Margareta Büning-Fesel
Deichmanns Aue 29
53179 Bonn
Telefon: 0228/68 45 - 0
ble.de, bzfe.de

Redaktion:

Dr. Stephanie Lücke (BLE), Vera Hesels (WHO/UNICEF-Initiative „Babyfreundlich“)

Grafik:

Arnout van Son, Alfter

Bilder:

Hesels vom Berg Werbeagentur (Titel); Cookie Studio – stock.adobe.com (S. 2);
Maksym – stock.adobe.com (S. 4); Dragana Gordic – stock.adobe.com (S. 5);
PIXELES – stock.adobe.com (S. 6); Westend61 – stock.adobe.com (S. 9)

Druck:

Kern GmbH, Bexbach

Der Text ist unter der Creative-Commons-Lizenz „CC BY-NC-ND 4.0 – Namensnennung – Nicht-kommerziell – Keine Bearbeitung 4.0 International“ veröffentlicht. Sie können sie unter Einhaltung der Lizenzbedingungen gerne nutzen.

Bestellung:

Dieses Medium ist unter ble-medienservice.de/0914 bestellbar.

BLE 2025

Eine Einrichtung im Geschäftsbereich des



Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat



Bundeszentrum
für Ernährung



gesund-ins-leben.de

 [gesund.ins.leben](https://www.instagram.com/gesund.ins.leben)