



Richtig essen
von **Anfang** an!

Mutter-Kind-Boxen weiterhin im Fokus

**Inhalte noch immer nicht WHO-Kodex- und
NEK-Empfehlungskonform**



2019

Impressum

Medieninhaber und Herausgeber:

AGES – Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit GmbH, Zentrum Ernährung & Prävention, Spargelfeldstraße 191, 1220 Wien, www.ages.at

Dieser Bericht wurde im Rahmen des Programms „Richtig essen von Anfang an!“ in Zusammenarbeit mit der Österreichischen Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit GmbH (AGES), dem Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz (BMASGK) und dem Dachverband der österreichischen Sozialversicherung (DVSV) erstellt.

Kontakt: richtigessenvonanfangan@ages.at

Für den Inhalt verantwortlich:

Priv.Doz.ⁱⁿ Mag.^a Dr.ⁱⁿ Karin Schindler (BMASGK), Mag.^a Judith Benedics (BMASGK), Mag. Stefan Spitzbart MPH (DVSV), Astrid Wilfinger BSc MA (DVSV), Univ.Doz. DI Dr. Klemens Fuchs (AGES), Dr.ⁱⁿ Alexandra Wolf-Spitzer (AGES)

Redaktionsteam:

Lisa Sturm, MSc (AGES)

Mag.^a Melanie U. Bruckmüller (AGES)

Dr.ⁱⁿ Birgit Dieminger-Schnürch (AGES)

Bildquellen: Lobanov Dmitry Photography/Fotolia

Verlagsort: AGES, Wien

© AGES, BMASGK & DVSV, Dezember 2019

Das Dokument ist ein Werk im Sinne des Urheberrechts. Alle Rechte bleiben vorbehalten. Kein Teil dieses Werkes darf ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung des Programms „Richtig essen von Anfang an!“ in irgendeiner Form verwertet, veröffentlicht, vervielfältigt, verbreitet, verliehen, verändert oder öffentlich vorgetragen werden.



Inhaltsverzeichnis

Impressum.....	2
Einleitung.....	4
Hintergrund	4
Methodik	4
Ergebnisse	5
Diskussion.....	7
Limitationen	10
Fazit und Ausblick.....	10
Literaturverzeichnis.....	10

Einleitung

In Österreich erhalten Schwangere und Eltern nach der Geburt häufig kostenlose „Mutter-Kind-Boxen“. Diese Geschenke in verschiedenen Erscheinungsformen z. B. Box, Beutel, Kuvert oder Rucksack enthalten Produktproben, Werbung und/oder Informationsmaterialien.

Im Rahmen des Programms „Richtig essen von Anfang an!“ (REVAN) wurden zwei Markterhebungen zu in Österreich angebotenen „Mutter-Kind-Boxen“ durchgeführt. Die erste Erhebung im Jahr 2012-2014 zeigte, dass die Inhalte teilweise nicht dem „Internationalen Kodex zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten“ der Weltgesundheitsorganisation (WHO) entsprachen und allgemeine Konsumentenschutzaspekte nicht berücksichtigt wurden. Auf Basis der ersten Erhebung wurde eine Empfehlung zu „[Unerwünschten Inhalte in Mutter-Kind-Boxen](#)“ erarbeitet und in der Nationalen Ernährungscommission (NEK) am 11.11.2015 verabschiedet. Diese unterstützt die Umsetzung der WHO-Kodex Anforderungen zum Schutz des Stillens.

In Hinblick auf die Umsetzung der NEK-Empfehlung wurde 2017/2018 eine erneute Markterhebung der „Mutter-Kind-Boxen“ durchgeführt.

Hintergrund

Ein Statusbericht der Weltgesundheitsorganisation (WHO) aus dem Jahre 2016 macht deutlich, dass auch 35 Jahre nach der Veröffentlichung des „Internationalen Kodex für die *Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten*“ der WHO, das Thema noch immer von großer Relevanz ist. Weltweit haben 135 Länder in irgendeiner Form Bestimmungen aus dem Kodex in Gesetzesform umgesetzt. 39 Länder – darunter die meisten in Südostasien, Afrika und dem östlichen Mittelmeerraum – haben Gesetze verabschiedet, die alle Bestimmungen des Kodex und entsprechender Resolutionen der Weltgesundheitsversammlung (World Health Assembly) umfassen. In Europa haben 6 % der Länder alle Bestimmungen des Kodex gesetzlich verankert; darunter z.B. Armenien.


Auch in Österreich wurden Bestimmungen aus dem Kodex umgesetzt. So wurde 2008 eine Verordnung (BGBl. II Nr. 68/2008, BGBl. II Nr. 109/2014) für Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung erlassen. Die NEK-Empfehlung „Unerwünschten Inhalte in Mutter-Kind-Boxen“ ist zudem ein weiterer, freiwilliger Schritt in Richtung Einhaltung der WHO-Empfehlung.

Im vorliegenden Bericht wurden die Ergebnisse der Markterhebung aus dem Jahr 2012-2014 und 2017/2018 gegenübergestellt und mit der NEK-Empfehlung verglichen. Ziel der Gegenüberstellung ist es, die Einhaltung der NEK-Empfehlung hinsichtlich der Zusammenstellung der angebotenen „Mutter-Kind-Boxen“ zu erheben und Änderungen am Markt festzustellen.

Methodik

Markterhebung 2012-2014

Im Jahr 2015 wurden im Rahmen von „Richtig essen von Anfang an“ erstmals Inhalte von Boxen, die zwischen Jänner 2012 und Februar 2014 gesammelt wurden, untersucht. Insgesamt konnten 22 verschiedene Geschenkboxen unterschiedlicher Herausgeber in die Evaluierung einbezogen werden. Das Ziel der Evaluierung war erstens die Erfassung des Angebots der in Österreich an Schwangere bzw. Mütter/Eltern nach der Geburt kostenlos abgegebenen „Mutter-Kind-Boxen“ und zweitens die



Evaluierung des Inhaltes der angebotenen Boxen generell und im Hinblick auf für die Zielgruppe ungeeignete Inhalte (d. h. bestimmte Produktproben, Werbungen, Informationen).

Auf Basis der Markterhebung wurde 2015 gemeinsam mit der Task Force „Kleinkinder, Stillende und Schwangere“ (TFKISS) der nationalen Ernährungskommission eine [Übersicht](#) über unerwünschte Inhalte in Mutter-Kind-Boxen“ erstellt. Diese unterstützt die Umsetzung der WHO-Kodex Anforderungen zum Schutz des Stillens.

Markterhebung 2017/2018

2017/2018 erfolgt eine erneute Markterhebung, um etwaige Änderungen im Boxeninhalt seit Erscheinen der NEK-Empfehlung „Unerwünschte Inhalte in Mutter-Kind-Boxen“ zu erheben. Die Erhebung fand von Juni 2017 bis August 2018 statt. Es wurde ein österreichweiter Aufruf gemacht bei dem Boxen bzw. schriftliche Informationen zu Boxeninhalten einerseits von REVAN-MitarbeiterInnen, AGES-MitarbeiterInnen und von REVAN-Projektkooperationspartnern der Bundesländer übermittelt, andererseits direkt von den Herausgebern angefordert wurden. Insgesamt konnten 23 Boxen¹ erhoben werden. Von den insgesamt erfassten 23 Boxen lagen über 19 Boxen – aufgrund der Erhebungsmethode – nur schriftliche Informationen bzw. Fotos vor. Deswegen konnte über das Vorhandensein von Produktwerbung in einigen erhobenen Boxen keine eindeutige Aussage getroffen werden. Insgesamt konnten 9 Geschenkboxen unterschiedlicher Herausgeber in die Auswertung einbezogen werden.

Ergebnisse

Die Ergebnisse beider Erhebungen sind in folgender Tabelle im Vergleich dargestellt. Hierfür wurden die Inhalte mit der NEK-Empfehlung verglichen. War in mindestens einer der Boxen ein unerwünschter Inhalt vorhanden, wurde in der Tabelle beim entsprechenden unerwünschten Inhalt ein X gesetzt. Dabei wurde unterschieden, ob die Probe selbst oder die enthaltene Werbung der NEK-Empfehlung widersprochen hat. Da nicht alle Herausgeber von „Mutter-Kind-Boxen“ an der Erhebung teilgenommen haben und einzelne Herausgeber stärker vertreten waren, konnte die Gesamtsituation nicht abgebildet werden. Dadurch wurde auf eine quantitative Darstellung der Ergebnisse verzichtet. Die Anzahl an Boxen, die für die Auswertung herangezogen wurden, sind in den Tabellen 1 und 2 angeführt.

¹ Teilweise gleiche Hersteller

Tabelle 1: Vergleich der Ergebnisse der Markterhebung 2015 und 2018 mit der NEK-Empfehlung „Unerwünschte Inhalte in Mutter-Kind-Boxen“ – Fokus Gesundheit

Unerwünschte Inhalte im Bereich Gesundheit	PROBEN 2015 (n= 16 Boxen)	WERBUNG 2015 Printmaterialien (n= 15 Boxen)	PROBEN 2018 (n= 8 Boxen)	WERBUNG 2018 Printmaterialien (n=9 Boxen)	Anmerkungen
Säuglingsmilchnahrungen (Säuglingsanfangsnahrungen (SAN), Folgenahrungen (FMN), Spezialnahrungen)		X	X*	X	*Eine Produktprobe von Folgenahrung wurde erst nach gegebenem Einverständnis bei der Anmeldung beim herstellereigenen „Babyclub“ zugesandt. 2012-2014 wurden herstellereigene „Babyclubs“ nicht berücksichtigt.
Babyfläschchen (inkl. Trinksauger)	X	X	X	X	
Beruhigungssauger (Schnuller) inkl. Zubehör	X	X	X	X	
Stillhütchen		X		X	
Beikostprodukte (BK), welche <u>nicht</u> den Österreichischen Beikostempfehlungen entsprechen					
Chininhaltige Getränke Bsp. Tonic Water, Bitter Lemon (Zielgruppe Schwangere)					
Energydrinks, sonstige koffeinhaltige Getränke (Zielgruppe Schwangere, Stillende)	X*	X	X*	X	*Ein Energiedrink befand sich in einem eigens für den Vater gekennzeichneten Plastikbeutel und der Energydrink selbst hatte die Aufschrift „für Kinder, Schwangere und

Unerwünschte Inhalte im Bereich Gesundheit	PROBEN 2015 (n= 16 Boxen)	WERBUNG 2015 Printmaterialien (n= 15 Boxen)	PROBEN 2018 (n= 8 Boxen)	WERBUNG 2018 Printmaterialien (n=9 Boxen)	Anmerkungen
					Stillende nicht empfohlen“.
Alkoholische Getränke (auch wenn explizit für den Vater)		X		*	*Aufgrund der Erhebungsmethode im Jahr 2017/2018 kann über das Vorhandensein einer Werbung für alkoholische Getränke keine eindeutige Aussage getroffen werden.
Risikolebensmittel²					
Lebensmittel, die im ersten Lebensjahr nicht geeignet sind³					

Tabelle 2: Vergleich der Ergebnisse der Markterhebung 2015 und 2018 mit der NEK-Empfehlung „Unerwünschte Inhalte in Mutter-Kind-Boxen“ – Fokus Konsumentenschutz

Unerwünschte Inhalte im Bereich Konsumentenschutz	PROBEN 2015 (n= 16 Boxen)	WERBUNG 2015 Printmaterialien (n= 15 Boxen)	PROBEN 2018 (n= 8 Boxen)	WERBUNG 2018 Printmaterialien (n=9 Boxen)	Anmerkungen
Arzneimittel/ Impfstoffe (Zielgruppe Schwangere, Stillende, Säuglinge)		X		X	
Nahrungsergänzungsmittel (NEM) und diätetische	X	X	X	X	

² Risikolebensmittel für Schwangere sind beispielsweise rohes oder unvollständig durchgegartes Fleisch, Rohwürste, Rohmilch oder Rohmilchprodukte, Weichkäse, geschmierter Käse, geräucherter Fisch, roher Fisch, rohe Meerestiere und Speisen die rohe Eier enthalten (REVAN, 2013). Für weitere Informationen siehe [„Empfehlungen zur Vermeidung von Lebensmittelinfektionen in der Schwangerschaft“](#).

³ Honig, rohe tierische Lebensmittel, verarbeitete Fleischwaren, fettreduzierte Lebensmittel, Salz, salzhaltige sowie Zucker und zuckerhaltige Lebensmittel bzw. Getränke, Limonaden, scharfe Gewürze, Kaffee oder koffeinhaltige Getränke, leicht zu verschluckende Lebensmittel, Lebensmittel mit der Kennzeichnung: „Kann Aktivität und Aufmerksamkeit bei Kindern beeinträchtigen.“ Für weitere Informationen siehe „Österreichische Beikostempfehlungen“.

Unerwünschte Inhalte im Bereich Konsumentenschutz	PROBEN 2015 (n= 16 Boxen)	WERBUNG 2015 Printmaterialien (n= 15 Boxen)	PROBEN 2018 (n= 8 Boxen)	WERBUNG 2018 Printmaterialien (n=9 Boxen)	Anmerkungen
Lebensmittel (Zielgruppe Schwangere, Stillende, Säuglinge)					
Angstmachende Werbung z. B. bzgl. Krankheiten, Sicherheit der Schwangeren/des Babys⁴		X		X	
Gewinnspiele, Rabatte, Gutscheine, Bestellkarten, beigelegte Vertragsentwürfe u. Ä. für in der Tabelle genannte Produkte/Dienstleistungen; Registrierungskarten für Mütter/-Eltern/Baby-Clubs von Säuglingsnahrungsherstellern		X		X	
Werbung für Kranken-, Unfall-, Lebensversicherungen, (langfristig bindend) Sparprodukte insbes. mit bereits beigelegter Polize bzw. Anreize für raschen Vertragsabschluss (Startgeld, ermäßigte Kosten etc.)		X		X	

⁴ Eine krankheits- oder sicherheitsbezogene Werbung, die darauf zielt, Ängste zu erzeugen um einen Kaufanreiz zu schaffen. Beispielsweise Aussagen wie „[...] Sensormatten eines Bewegungsmelders geben Alarm, wenn das Baby aufhört zu atmen. Das kann in einer lebensbedrohlichen Situation reichen [...]“

Diskussion

Säuglingsanfangs- oder Folgenahrungen

Insgesamt ist positiv anzumerken, dass keine Proben von Säuglingsanfangs- oder Folgenahrungen in den ausgewerteten Boxenarten vorkamen. Die meisten Boxen enthielten jedoch nach wie vor Werbung für Folgenahrungen. Zudem werden Eltern Produktproben von Folgenahrungen nach gegebenem Einverständnis bei der Anmeldung beim herstellereigenen „Babyclub“ zugesandt. Dies widerspricht jedoch dem internationalen WHO-Kodex zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten (WHO, 1981; WHO, 2017) und wird auch in der Empfehlung der Nationalen Ernährungskommission (NEK, 2015) als unerwünscht gesehen.

Muttermilch ist die optimale Ernährung für Babys im ersten Lebensjahr. In der Öffentlichkeit herrscht oftmals jedoch eine große Verunsicherung bezüglich Fragen der Säuglingsernährung. Die Bewerbung von Folgenahrungen trägt das Risiko, Entscheidungen für das Stillen und zur Stilldauer ungünstig zu beeinflussen und sich damit nachteilig auf die Kindergesundheit auszuwirken. Deswegen ist jegliche Werbung für Säuglingsanfangs- und Folgenahrungen zu unterbinden (Zwiauer und ÖGKJ, 2013; WHO, 1981). Auch Gratisproben dürfen nicht an Mütter ausgegeben werden. Hersteller von Säuglingsanfangs- und Folgenahrungen sollen deshalb laut WHO-Kodex weder direkten noch indirekten Kontakt zu Müttern und Familienmitgliedern erhalten oder suchen. Dies wird auch nicht durch die zuvor unterzeichnete Einverständniserklärung bei der Clubanmeldung aufgehoben (WHO, 1981).

Babyfläschchen und Beruhigungssauger – noch immer enthalten

Kaum eine Verbesserung konnte bei den Babyfläschchen und Beruhigungssaugern beobachtet werden. Insbesondere in Geschenkboxen der Kategorie des spezialisierten Familienmarketings⁵ waren durchwegs Produktproben sowie Werbung von Babyfläschchen und/oder Beruhigungssaugern enthalten. Auch von öffentlichen Stellen ausgegebene Boxen enthielten diese teilweise. Solche Inhalte der „Mutter-Kind-Boxen“ können mögliche negative Auswirkungen auf das Stillverhalten bzw. den Stillerfolg haben.


Der WHO-Kodex legt ausdrücklich fest, dass keine Werbung für Babyfläschchen und Beruhigungssauger, Muttermilchersatzprodukte, Beikostprodukte sowie Getränke für den Gebrauch vor dem vollendeten 6. Lebensmonat erfolgen darf (WHO, 2017). So wurde auch in der NEK-Empfehlung die genannten Produkte als unerwünschter Inhalt gelistet (NEK, 2015).

Nahrungsergänzungsmittel

Auch weitere zu hinterfragende Produktproben bzw. Werbungen waren in manchen der ausgewerteten Boxen vorhanden. So konnten z.B. auch bei der Markterhebung 2018 Proben bzw. Werbung von Nahrungsergänzungsmitteln – vor allem in Geschenkboxen der Kategorie des spezialisierten Familienmarketings – identifiziert werden. Insgesamt konnte jedoch ein leichter Rückgang der enthaltenen Proben seit der Markterhebung 2015 beobachtet werden.

Nahrungsergänzungsmittel sollten, insbesondere in der Schwangerschaft, nicht beliebig eingenommen werden. Bei Bedarf wird die Ärztin/der Arzt darüber informieren bzw. zur Einnahme bestimmter Nahrungsergänzungsmittel raten. Durch enthaltene Produktproben bzw. die Bewerbung dieser

⁵ Unternehmen, welche spezialisiert sind auf Familienmarketing u. a. durch die Abgabe von „Mutter-Kind Boxen“ an (werdende) Eltern.



könnten unsichere Eltern zum unnötigen Gebrauch bzw. Kauf von Nahrungsergänzungsmitteln animiert werden.

Hat eine Verbesserung der Situation stattgefunden?

Im direkten Vergleich mit den Ergebnissen der Erhebung 2015, vor Veröffentlichung der NEK-Empfehlung „Unerwünschte Inhalte in Mutter-Kind-Boxen“, sind im Gesamtüberblick keine Unterschiede in der Bestückung der Boxen feststellbar. Es gibt weiterhin Verbesserungspotential. Erfreulich ist jedoch, dass vereinzelt Säuglingsnahrungshersteller ihre Boxen analog der Empfehlung befüllen. Nicht-kodexkonform ist hingegen das Zusenden von Produktproben von Folgenahrungen via herstellereigener „Babyclubs“.

Zudem hat es Veränderungen bei den Verteilungsstellen von „Mutter-Kind-Boxen“ gegeben. *Einige Hebammenzentren* teilen gar keine „Mutter-Kind-Boxen“ mehr aus. Ein anderer Herausgeber hat aus wirtschaftlichen Gründen die Aktion eingestellt. Einige Unternehmen des spezialisierten Familienmarketings hingegen haben die Lukrierung von Neukunden verstärkt. So finden sich auf deren Homepages gezielt Informationen für interessierte Firmen, warum die Platzierung von Werbung bzw. Produktproben in den Boxen lukrativ ist. Es wird sehr offen damit geworben, dass die Boxen für Unternehmen ideale Wege bieten, die Zielgruppe nachhaltig und zu einem „optimalen“ Zeitpunkt („Key Emotional Moments“), an dem zahlreiche Kaufentscheidungen und Umstellungen des Kaufverhaltens anstehen, zu erreichen und so die Kundenbindung zu steigern.

Limitationen

Aufgrund der Erhebungsmethode lagen über einige Boxen ausschließlich schriftliche Informationen bzw. Bilder vor. Deswegen kann über das Vorhandensein von Produktwerbung in einigen erhobenen Boxen keine eindeutige Aussage getroffen werden.


Obwohl ein österreichweiter Aufruf gemacht wurde, wurden primär Boxen aus Wien eingemeldet. Bundesweit angebotene Boxen konnten vollständig erfasst werden. Über das Angebot in den Bundesländern sind nur eingeschränkt Daten vorhanden.

Fazit und Ausblick

Das Ergebnis der Erhebung zeigt, dass weiterhin Verbesserungsbedarf besteht. Zum Schutz des Kindeswohls wären einerseits die stärkere Berücksichtigung der Empfehlung bei der Befüllung der Boxen sowie andererseits die nationale Umsetzung der weit über die österreichischen gesetzlichen Standards hinausgehenden WHO-Kodex Anforderungen wünschenswert.

Literaturverzeichnis

- Nationale Ernährungskommission (NEK). Task Force: Kleinkinder, Stillende & Schwangere. Unerwünschte Inhalte in Mutter-Kind-Boxen. 2015.
https://www.sozialministerium.at/dam/jcr:4ed15eb7-addd-4f8e-8a79-e134166f5ba4/unerwuenschte_inhalte_mutter_kind_boxen.pdf (Zugriff: 18.12.2019)
- Verordnung der Bundesministerin für Gesundheit, Familie und Jugend über Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung BGBl. II Nr. 68/2008; Änderung BGBl. II Nr. 109/2014.

- 
- WHO (World Health Organization). The International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes. 1981.
<http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/40382/9241541601.pdf?sequence=1>
(Zugriff: 04.09.2019)
 - WHO (World Health Organization). The International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes. Frequently Asked Questions. Update 2017.
<http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/254911/WHO-NMH-NHD-17.1-eng.pdf>
(Zugriff: 04.09.2019)
 - Zwiauer K. und ÖGKJ. Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten (Säuglingsanfangsnahrungen). Kommentar zum Übereinkommen zwischen der Österreichischen Gesellschaft für Kinder- und Jugendheilkunde und führenden Säuglingsnahrungsmittelherstellern. Monatsschr Kinderheilkd. 2013; 161: 57–59.