

Einfluss der Werbung auf das Stillen und die Entscheidungen der Eltern

Weltstillwoche 2023

Organisiert von Stillförderung Schweiz

Freitag 1. September 2023

Zürich, Landhaus

Britta Boutry-Stadelmann

1

Offenlegung

Ich erkläre, dass ich keine Interessenkonflikte habe, weder für diese Präsentation noch in Bezug auf meine anderen beruflichen Verpflichtungen.

Britta Boutry-Stadelmann, PhD, LLL, IBCLC, WBTi,

mandat pour GIFA-IBFAN

2

2

Warum eine Weltstillwoche?

- 1981 Internationaler Kodex zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten
- 1990 Innocenti Deklaration betreffend den Schutz, die Förderung und die Unterstützung des Stillens (Spital der "Innocenti" in Florenz)
- 1991 Gründung des Netzwerks WABA (World Alliance for Breastfeeding Action)
- 1992 jährliche Organisation der Weltstillwoche weltweit
<https://waba.org.my/wbw/#previous-wbws>
- Ab 2016 WBW-SDG Kampagne zur Nachhaltigkeit



3

3

WHO Berichte zum Internationalen Kodex

1. Comment le marketing influence nos décisions concernant l'alimentation infantile (22 février 2022)
<https://www.who.int/fr/news/item/22-02-2022-more-than-half-of-parents-and-pregnant-women-exposed-to-aggressive-formula-milk-marketing-who-unicef>
2. Importance et influence des stratégies de marketing numérique pour promouvoir les substituts de lait maternel (28 avril 2022)
<https://www.who.int/publications/i/item/9789240046085>
3. Marketing of breast-milk substitutes: national implementation of the international code, status report 2022 (12 mai)
<https://www.who.int/publications/i/item/9789240048799>

Boutry 2023

4

4

Digitales Marketing – noch invasiver

- Soziale Netzwerke, die von Marken und Werbung besetzt sind
- Personalisierte "Hilfe", die von Firmen finanziert wird
- Vertrauen schaffen
- Suggestieren von emotionalen und unterstützenden Bindungen.
- Gesponserte "Baby-Clubs » (Interaction => Treue und Engagement)
- Medien bestimmen unseren Alltag
- Gezielte Werbung auf der Grundlage von Daten
- Veranstaltungen und Gesprächsrunden
- Influencers werden bezahlt und zeigen einen Lifestyle rund um die Produkte
- " Wir verstehen dich, du leidest, wir wissen, was du brauchst... ".



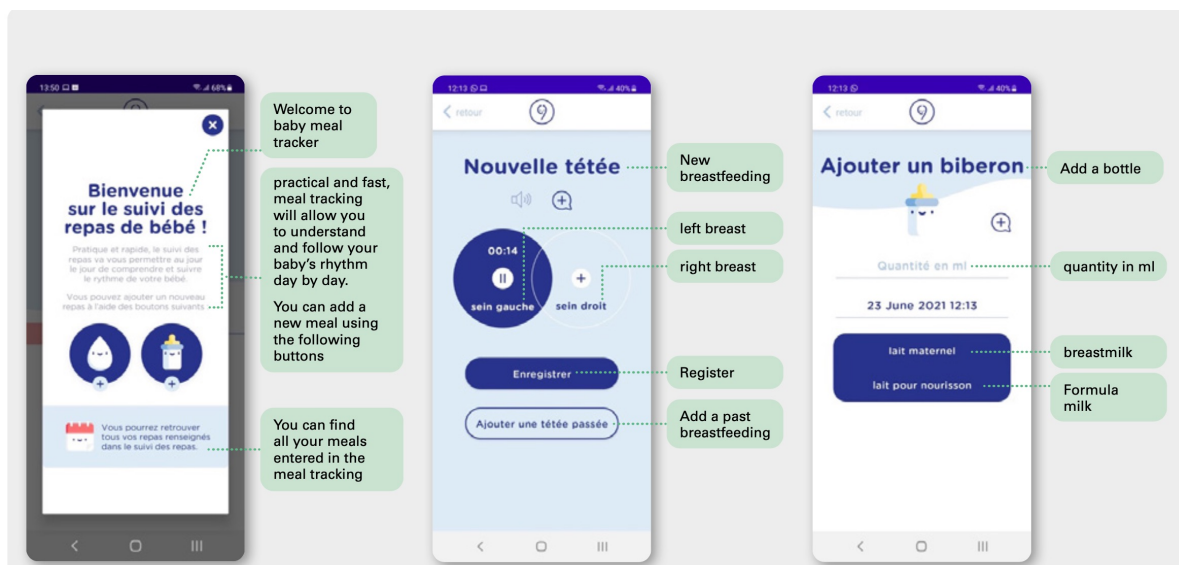
**Marketing suggeriert, dass "das Produkt die Lösung ist".
Und dass der Hersteller "dein Freund ist"**

Boutry 2023

7

7

Einsatz von « Still-Apps » die keine sind....



8

Marketing spielt die wissenschaftliche Karte

- Marketing suggeriert "Nähe" zur Muttermilch
- Falsche Behauptungen oder "Anregungen"
- Neue Märkte werden erschlossen
- Cross-Marketing = Umgehung des Kodex
- Botschafter sind die Gesundheitsberufe

Marketing suggeriert, dass die "zweite Wahl" genauso gut wie das Stillen ist.



Boutry 2023

9

9

<https://www.who.int/teams/maternal-newborn-child-adolescent-health-and-ageing/formula-milk-industry#>

Video anschauen



Boutry 2023

11

11

Marktwert von Babymilch

- Marketingbudget 2x WHO Jahresbudget
- Marktzuwachs CAGR von 10% von 2019-2025.
- Marktvolumen 55 milliarden USD (2022)
- Das Wachstum der Verkäufe von Muttermilchers hat das Wachstum der weltweiten Geburtenrate.
- Grosse Konkurrenz => aggressive Taktik
- Schwache Gesetzgebung (Kodex)



Boutry 2023

12

12

Eltern: Sich schützen

- Interessenkonflikte einfordern
- Wem nützt die Werbung?
- Wer steht hinter einer Information?
- Wer bezahlt – wer kassiert?
- Was ist gut für mein Kind?
- Eigenständige Entscheidungen mit eigenen Prioritäten und Werten
- Erwartungen klar kommunizieren

Boutry 2023

13

13

Gesundheitsberufe: Werte teilen

- Rollenbewusstsein
- Informieren
- Interessenkonflikte und finanzielle Bindungen offenlegen
- Bilder sprechen Bände: wie sieht meine Praxis aus?
- Welche Werte vertrete ich?

Boutry 2023

14

14

Das Konter-Marketing

- Unterstützung auf allen Ebenen (Gesundheit, Arbeit, Freizeit) anbieten.
- Positiv über das Stillen sprechen
- Die Einsparungen durch das Stillen beziffern.
- "Branding Breastfeeding" - die Marke "Stillen" schaffen
- Stillen als Wert und Lebensstil etablieren
- Internationaler Kodex = Konsumentenschutz

**Ziel: « Branding Breastfeeding » –
Das Label « Stillen » – ja ich will ;-))**

Boutry 2023

15

15

Für alle Beteiligten

- Aufmerksam und wohlwollend zuhören / fragen
- Bedürfnisse mitteilen /erkennen
- Alle Fragen beantworten
- Unterstützung anbieten
- Richtig informieren gemäss aktuellem wissenschaftl. Stand
- Seine Worte wählen
- Sich zum Thema Stillen fortbilden / informieren
- In einem Netzwerk arbeiten

Kurz: das Stillen möglich machen

Boutry 2023

18

18

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

- Bleiben wir in Kontakt
- bst.boutry-stadelmann@gifa.org



Boutry 2023

19

19