

PRESSEMITTEILUNG 4/2014 vom 13.08.2014

„Werbebeschränkungen für Säuglingsmilchnahrungen“: seit Jahren ergänzen freiwillige Selbstverpflichtungen der deutschen Hersteller die ohnehin bereits strikten gesetzlichen Regeln, so dass weitergehende Wünsche wissenschaftlicher Fachgesellschaften als unbegründet angesehen werden

Bonn, 13. August 2014 – Die Ernährungskommission der Deutschen Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin (DGKJ) hat gemeinsam mit der Ernährungskommission der Österreichischen Gesellschaft für Kinder- und Jugendheilkunde (ÖGKJ) in der jüngsten Ausgabe der Zeitschrift ‚Kinderheilkunde‘ Stellung zu ‚Werbebeschränkungen für Säuglingsanfangsnahrungen und Folgenahrungen‘ bezogen und weitere Auflagen gefordert. Sie sprechen sich u.a. dafür aus, dass die strikten Regeln für Säuglingsanfangsnahrungen (Flaschenernährung für Säuglinge im Alter von 0 bis ca. 6 Monaten) auch auf Folgenahrungen (Flaschenernährung für Säuglinge im Alter von ca. 6 bis 12 Monaten) angewendet werden sollten. Dies veranlasst den DIÄTVERBAND zu den nachfolgenden Hinweisen.

- ➔ Die gesetzlich geltenden strikten Regeln für die Bewerbung von Säuglingsanfangsnahrungen dienen dem Schutz und der Förderung des Stillens: Mütter sollen in ihrer Entscheidung, ihr Baby zu stillen, nicht durch die Werbung für Säuglingsanfangsnahrungen beeinflusst werden.
- ➔ Alle im DIÄTVERBAND zusammengeschlossenen Hersteller von Babynahrung befolgen die strengen gesetzlichen Regelungen zur Vermarktung von Säuglingsanfangs- und Folgenahrungen aufs Genaueste. Es wird stets auf die Überlegenheit des Stillens hingewiesen. Die Werbebeschränkungen gegenüber Müttern mit Babies unter 6 Monaten werden strengstens eingehalten.
- ➔ Die Hersteller stimmen mit der grundlegenden Forderung, das exklusive Stillen in den ersten 6 Lebensmonaten zu fördern und zu schützen, uneingeschränkt überein. Mit aufklärenden Informationen und – je nach Hersteller – mit Produkten speziell für Stillende, leisten die Hersteller einen entscheidenden Beitrag, das Stillen zu fördern und die Stildauer zu verlängern.
- ➔ Auch Eltern sind ‚Verbraucher‘. Damit Eltern ihre individuelle Produktauswahl und Kaufentscheidung gut informiert treffen können, legen die Hersteller großen Wert darauf, sachlich und im Rahmen des rechtlich Zulässigen über die Eigenschaften ihrer Produkte zu informieren. Dies ist angesichts der Produktvielfalt mit ganz unterschiedlichen Zutaten und Zweckbestimmungen nicht nur sachgerecht, sondern aus Gründen des vorbeugenden Verbraucherschutzes notwendig: es gilt Produktverwechslungen oder falsche Anwendung auszuschließen.
- ➔ Bereits in 2011 haben sich die deutschen Hersteller freiwillig dazu verpflichtet, die bereits sehr strikten gesetzlichen Regeln zur Bewerbung und Vermarktung von Säuglingsmilchnahrungen zu konkretisieren und zu ergänzen. Diese Selbstverpflichtungen sind die Hersteller aufgrund ihrer besonderen Verantwortung gegenüber Eltern und den besonders schützenswerten Babies eingegangen, nicht aber, weil vermeintliche Regelungslücken im Gesetz bestehen. Dies gehört zu unserem Selbstverständnis, ebenso wie die Pflege eines offenen Dialogs mit Verbrauchern, Experten und Politikern, um stets Lösungen zu finden, die sowohl den Bedürfnissen der Verbraucher als auch den Vorstellungen der Fachwelt und der Hersteller entsprechen.

((3.745 Zeichen inkl. Leerzeichen))

Quelle: Bundesverband der Hersteller von Lebensmitteln für eine besondere Ernährung (DIÄTVERBAND) e.V.
<http://www.diaetverband.de>

Für Ihre Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Bundesverband der Hersteller von Lebensmitteln
für eine besondere Ernährung e. V.
Godesberger Allee 142 -148
53175 Bonn
Tel. 0228-30851-0
www.diaetverband.de

Bundesverband der Hersteller von Lebensmitteln für eine besondere Ernährung e.V.
Godesberger Allee 142-148 D-53175 Bonn - Telefon (02 28) 3 08 51-40 - Telefax (02 28) 3 08 51-50
info@diaetverband.de - www.diaetverband.de