



SCHWEIZERISCHE ARBEITSGRUPPEN
FUER ENTWICKLUNGSPOLITIK

ARBEITSGRUPPE DRITTE WELT BERN
ARBEITSGRUPPE DRITTE WELT ZUG

TOETET NESTLE BABYS ?

VERSUCH EINES MULTINATIONALEN KONZERNS, EINE ENTWICKLUNGS-
POLITISCHE ARBEITSGRUPPE MUNDTOT ZU MACHEN.
VORLÄUFIGER BERICHT ÜBER EINE STRAFKLAGE.

INHALT

- Pressecommuniqué
- wie es dazu kam - eine kurze Vorgeschichte
- Wie man die Herausgeber von "Nestlé tötet Babys" mundtot zu machen versuchte
- Nestlés Klagepunkte
- Das Vergleichsangebot: Nestlé will die Arbeitsgruppe zum Schweigen bringen
- Kommentar, Aufruf der Arbeitsgruppe und weitere Information
- Babymilch - Ein Beispiel für unangepasste Technologie

ANHANG

- I Zitate aus Publikationen zur Frage der künstlichen Babyernährung
- II Einige Angaben über Nestlé
- III Brief der Schweizerischen Radio- und Fernsehvereinigung an Nestlé
- IV Illustrationen
- * Bestelltalon für Fotos und regelmässige Informationen

H e r a u s g e b e r :

Arbeitsgruppe Dritte Welt Bern
Postfach 1007 3001 Bern

Arbeitsgruppe Dritte Welt Zug
Postfach 1123 6300 Zug

Eigendruck

P R E S S E C O M M U N I Q U E

NESTLE-BESCHMUTZER?

Gegen die Arbeitsgruppen Dritte Welt Bern und Zug hat die Firma Nestlé Alimentana AG Vevey Strafanklage wegen Verleumdung und übler Nachrede eingereicht. Das Verfahren ist zur Zeit vor den Berner und Zuger Gerichten hängig.

Der Nestlé-Konzern fühlt sich durch die im Juni erschienene, aus dem Englischen übersetzte Broschüre "Nestlé tötet Babys", sowie durch einen an die Geschäftsleitung gerichteten Offenen Brief in ihrer Ehre verletzt.

In der Broschüre wird gezeigt, wie immer mehr Mütter in den Entwicklungsländern dazu gebracht werden, vom traditionellen Stillen auf die hochgezüchteten Produkte der westlichen Ernährungsindustrie überzugehen. Die Folgen sind für die Säuglinge fatal: Während Muttermilch einwandfrei, gefahrlos und erst noch gratis ist, brauchen die Ersatzprodukte einen hygienischen Standard (saubere Küchen, sterilisierte Saugflaschen), wie er in der Dritten Welt nur selten anzutreffen ist. Außerdem "strecken" viele Mütter die für sie oft unverhältnismässig teure Milch: Infektionen, Magen-Darm-Erkrankungen, Unterernährung und, als Resultat, geistige und körperliche Schädigung und Tod sind die Folgen für die Kleinkinder.

Für den verhängnisvollen Trend zur Flasche ist - so die englische Untersuchung - zu einem grossen Teil die gewaltige Werbemaschinerie der Milchkonzerne verantwortlich. Nestlé propagiert ihre Produkte durch einprägsame Radioslogans, verteilt riesige Mengen von Gratismustern unter den jungen Müttern, setzt zur Umsatzsteigerung Krankenschwestern als "Mütterberaterinnen" ein. Sie verteilt Poster für Spitäler als Wandschmuck und versteht es, Aerzte und Spitalpersonal als unfreiwillige Helfershelfer für ihre Werbung einzuspannen.

Ehrverletzend ist nach Ansicht Nestlés die gesamte Schrift, insbesondere der Titel und die Behauptung des Vorworts, Nestlé betreibe "unethische und unmoralische" Werbung und sei "durch ihre Verkaufspraktiken verantwortlich für den Tod und die körperliche und geistige Schädigung tausender von Kindern". Durch Titel und Vorwort sei der ursprünglich englische Report "in verantwortungsloser Art und Weise verfälscht" worden.

Die Werbepraktiken von Milchproduzenten wie Nestlé auf dem Sektor Kleinkindernahrung sind seit langem Gegenstand der Kritik unter Tropenärzten. Seit etwa zwei Jahren greift diese Kritik nun in vielen Ländern auch auf die Öffentlichkeit über. Nestlé bezweckt wohl mit ihrer Klage, ihr Ansehen wenigstens in ihrem Ursprungsland wieder aufzupolieren. Ob eine Strafklage dazu der richtige Weg ist, wird sich zeigen. Die Arbeitsgruppe Dritte Welt hat jedenfalls dem Richter ein umfangreiches Dossier mit Beweisunterlagen übergeben. Wann genau der Prozess stattfinden wird, zu dem auch eine Reihe von Zeugen aus dem Ausland erscheinen wird, ist bis jetzt noch nicht bekannt.

Bern und Zug
anfangs März 1975

SAFEP
Schweizerische Arbeitsgruppen
für Entwicklungspolitik

WIE ES DAZU KAM - EINE KURZE VORGESCHICHTE

Im März 1974 publizierte die englische Hungerhilfsorganisation "war on want" eine Untersuchung unter dem Titel

"T H E B A B Y K I L L E R"

Die Studie wurde von Mike Muller verfasst und behandelte die Probleme der Verbreitung künstlicher Säuglingsnahrung in Entwicklungsländern. Sie stützte sich dabei auf über 40 wissenschaftliche Arbeiten und andere Materialien zu dieser Problematik. Die Konzerne Nestlé und Cow and Gate wurden in der Studie speziell angegriffen.

Die Arbeitsgruppe Dritte Welt Bern übersetzte diese Studie auf deutsch und gab sie unter dem Titel

"N E S T L E T O E T E T B A B Y S"

heraus. Abgeändert und durch eine eigene Version ersetzt wurden der Titel, das Vorwort und die Zusammenfassung der englischen Ausgabe. Ein kurzes Kapitel über Kinderernährung in England wurde weggelassen.

In Zug wurde ein Textplakat veröffentlicht, das die Vorwürfe gegen Nestlé zusammenfasste. Ferner richteten zwei Mitglieder der Arbeitsgruppe Dritte Welt Zug einen offenen Brief an Nestlé, der ohne ihr Zutun in deutschen und österreichischen Zeitungen Widerhall fand.

Zahlreiche Zeitungen in der Schweiz und das Schweizer Fernsehen berichteten über das Erscheinen dieses Papiers und brachten Zusammenfassungen.

DIE VORWUERFE GEGEN NESTLE UND ANDERE KONZERNE

HAUPTPUNKTE DER STUDIE:

- * Tausende von Kindern in den Entwicklungsländern, namentlich unter den ärmsten Bevölkerungsschichten, sterben oder tragen dauernde Schädigungen davon, weil sie künstliche Säuglingsnahrung erhalten. In ländlichen Gegenden in Chile z.B. ist die Sterblichkeit von flaschenernährten Säuglingen in den ersten drei Lebensmonaten dreimal höher als von brusternährten Kindern.
- * Künstliche Säuglingsnahrung erfordert eine hygienische Küche und die tägliche Sterilisation der Flasche. Weil dies bei der armen Bevölkerung trotz entsprechender Aufklärung nicht der Fall ist, erkranken und sterben tausende von Kindern an Magen-Darm-Krankheiten.
- * Die künstliche Säuglingsnahrung von Nestlé und andern Konzernen ist für die arme Bevölkerung viel zu teuer: in Indien kostet diese Ernährung für Säuglinge im 3. Lebensmonat 22 % der niedrigsten Einkommen, in Nigeria, Afghanistan und Pakistan liegt der Prozentsatz zwischen 30 % und 40 %. Die Folge: Mütter, die ihr Kind mit der Flasche glauben ernähren zu müssen, verdünnen die Milch zu stark. Die Säuglinge leiden an Unterernährung und sogar Auszehrung, ohne dass die Mütter die Ursache erkennen.
- * Die Studie wirft Nestlé, Cow and Gate und anderen Konzernen vor, sie brächten durch eine rücksichtlose Werbung die Mütter vom Stillen, von der gesündesten und billigsten Ernährungsart also, weg und suggerierten ihnen die käufliche Kindernahrung. Sie bringt zahlreiche Beispiele von Werbung im Radio und in Druckschriften und bezeichnet das Verhalten der Konzerne als "unethisch und unmoralisch".

Die Folgen der künstlichen Säuglingsnahrung in der Dritten Welt sind schon lange bekannt. Viele Tropenärzte und Kinderärzte haben darauf hingewiesen. (Einige Auszüge siehe Anhang I)

Trotzdem nimmt Nestlé diese Folgen in Kauf, wirbt weiterhin für ihre Produkte und erschliesst laufend neue Märkte.

Von der Werbung für künstliche Säuglingsnahrung, welche die Mütter vom Stillen wegbringt, bis zur Schädigung oder zum Tod von Säuglingen besteht eine lange, aber klar rekonstruierbare Kausalkette, die den Schluss rechtfertigt:

Die Konzerne töten Babies.

WIE MAN DIE HERAUSGEBER VON "NESTLE TOETET BABYS" MUNDTOT ZU MACHEN VERSUCHTE

- * Die rechtsstehende "Schweizerische Radio- und Fernsehvereinigung" (SRFV, "Hofer-Club"), die als industriefinanzierte Radio- und Fernsehzensurinstanz arbeitet, sandte an die Generaldirektion Nestlé eine Niederschrift und eine Photographie der Videoaufzeichnung aus der Tagesschau-Sendung des Schweizer Fernsehens, in welcher das Paper vorgestellt worden ist. (Brief siehe Anhang III)
- * Offensichtlich intervenierte Nestlé in den Redaktionen jener Zeitungen, die über das Paper "Nestlé tötet Babys" berichtet hatten. Die Arbeitsgruppe Dritte Welt las jedenfalls im Juni 74 in einer Zürcher Lokalzeitung, dass ihr eine Strafklage bevorstehe.
- * Im Juli 1974 reichte Nestlé dann folgende Strafklagen wegen Ehrverletzung ein:
 - eine in Bern wegen des Papers "Nestlé tötet Babys"
 - eine in Zug wegen des Textplakats
 - eine in Zug gegen die zwei Unterzeichner eines offenen Briefs an NestléEine Klageandrohung wurde durch Nestlés Rechtsvertreter überdies gegen eine Lokalzeitung ("der Könizer") ausgesprochen für den Fall, dass das Blatt eine eingesandte Entgegnung von Nestlé nicht aufnehmen würde (die Zeitung hätte Nestlés Antwort auch ohne Drohung abgedruckt).
- * Später folgten vier weitere Klagen in Zürich:
 - eine wegen einer Zusammenfassung im SAFEP - Rundbrief,
 - eine wegen eines Artikels im Monatsmagazin FOCUS, der auf eigenen Recherchen der Redaktion beruhte (sie wurde bald wegen Formfehlern zurückgewiesen)
 - eine wegen einer Zusammenfassung unseres Papers im FOCUS
 - eine wegen einer Zusammenfassung in der Studentenzeitschrift KONZEPT.Auch die zweite Klage gegen Focus nahm ein vorzeitiges Ende: Nachdem die Nestlé-Anwälte gemerkt hatten, dass ein Verfahren gegen Focus viel Staub aufwirbeln würde, entdeckten sie rechtzeitig, dass die Klage nicht fristgerecht eingereicht worden war, und zogen sie zurück. Der Zeitschrift Konzept boten sie einen Vergleich an, der aber zurückgewiesen wurde.

NESTLES KLAGEPUNKTE

Nestlés Strafklage, die in Bern eingereicht wurde, enthält folgende Punkte (zusammengefasst):

Nestlé sei in der Ehre verletzt worden (üble Nachrede oder Verleumdung) wegen des "sich durch die gesamte Schrift hindurchziehenden Vorwurfs, die Firma Nestlé Alimentana AG arbeite in Ländern der Dritten Welt mit unkorrekten Werbemethoden für ihre Produkte und versuche, die einheimische Bevölkerung von der Ernährung der Säuglinge mit Muttermilch abzubringen und zu den eigenen Produkten hinzuwenden".

Namentlich erwähnt Nestlé folgende Stellen als ehrverletzend:

- a) Titel "Nestlé tötet Babys"
- b) Vorwurf, die Tätigkeit Nestlés und anderer Konzerne seien unethisch und unmoralisch (im Vorwort und in der Schrift selber wiedergegeben)
- c) Beschuldigung des Konzerns Nestlé, durch seine Verkaufspraktiken im Sektor Kindernahrung für den Tod oder die bleibende geistige und körperliche Schädigung tausender von Kindern verantwortlich zu sein (Vorwort)
- d) Vorwurf, die Verkäuferinnen der Kindernahrung in den Entwicklungsländern würden als Krankenschwestern getarnt, um den Verkaufsmethoden einen wissenschaftlichen Anstrich zu geben.

Aehnlich lauten die in Zug eingereichten Klagen.

DAS VERGLEICHSGEBOOT: NESTLE WILL DIE ARBEITSGRUPPE ZUM SCHWEIGEN BRINGEN

In der ersten Einvernahme vor dem bernischen Amtsrichter bot Nestlé durch ihren Anwalt der Arbeitsgruppe folgende Bedingungen zu einem Vergleich an, bei deren Erfüllung sie die Strafklage zurückziehen würde:

1. Satisfaktionserklärung der Arbeitsgruppe in folgender Form:

"Die Arbeitsgruppe entschuldigt sich in aller Form gegenüber der Nestlé Alimentana

Sie nimmt die Aeusserungen zurück

Sie bedauert die Ehrverletzung ..."

2. Diese Erklärung und der Vergleich müssen auf Kosten der Arbeitsgruppe in den von Nestlé zu bezeichnenden Zeitungen publiziert werden.
3. Nestlé behält sich vor, auf eigene Kosten in weitern Publikationsmedien, namentlich im Fernsehen, eine eigene Darstellung erscheinen zu lassen.
4. Die Arbeitsgruppe hat einer wohltätigen Institution eine vom Richter zu bezeichnende Summe einzuzahlen.
5. Die Arbeitsgruppe übernimmt alle Kosten des Verfahrens.
6. Die vorhandenen Schriften "Nestlé tötet Babys" müssten dem Richter zur Vernichtung übergeben werden.
7. Die Arbeitsgruppe muss eine Friedensbürgschaft leisten, d.h. den Verzicht auf die weitere Verbreitung der Vorwürfe gegen Nestlé verbürgen, insbesondere auch auf die Uebersetzung der englischen Studie ins Französische verzichten.

Bei Erfüllung dieser Bedingungen würde Nestlé die Strafklage zurückziehen.

KOMMENTAR UND AUFRUF DER ARBEITSGRUPPE

Nestlés Vorgehen, (die Strafklagen, die Vergleichsbedingungen) tendieren darauf uns mundtot zu machen. (Siehe vor allem Punkt 7 der Vergleichsbedingungen).

Wir haben diesen Vergleich abgelehnt. Focus und Konzept haben sich ebenfalls geweigert auf ähnliche Bedingungen einzugehen.

Wir werden einen Prozess führen, und den Wahrheitsbeweis für unsere Behauptungen antreten

Wir verfügen über weitere Nestlé belastende Dokumente, wissenschaftliche Publikationen und Zeugenaussagen.

(Wir sind aber dankbar für weitere Hinweise und Namen von Personen, die mit künstlicher Säuglingsnahrung in Entwicklungsländern Erfahrung haben).

Der Ehrverletzungsprozess um die Auswirkungen künstlicher Babynahrung in Entwicklungsländern wird zu einem die Öffentlichkeit interessierenden Verfahren führen: Zwar stehen die Multinationalen Konzerne seit langem unter öffentlicher Kritik, aber zu konkreten Ermittlungen vor Gerichten kam es noch in wenigen Fällen. Um so mehr besteht ein entwicklungspolitisches Interesse dass die Problematik, die sich durch die Einführung westlichen Konsums in den Entwicklungsländern ergibt, öffentlich zur Sprache kommt.

WEITERE INFORMATIONEN

Journalisten, Radio- und Fernsehleute und Aktionsgruppen können über folgende Adresse weitere Informationen erhalten:

Arbeitsgruppe Dritte Welt
Postfach 1007 3001 BERN

031 23 20 18 (mittags) oder 031 24 58 79

Die von Nestlé eingeklagte Studie kann bezogen werden bei:

Arbeitsgruppe Dritte Welt
Postfach 1007 3001 BERN (sFr. 3.50)

Die englische Originalversion "The Baby Killer" ist erhältlich bei:

war on want, Information Service
467 Caledonian Road, London N7 9 BE (35 pence)

Beachten Sie auch den Talon für regelmäßige Informationen auf der letzten Seite dieser Dokumentation.

BABYMILCH - EIN BEISPIEL FUER UNANGEPASSTE TECHNOLOGIE

Das Problem der Verbreitung künstlicher Babynahrung in der Dritten Welt ist ein Beispiel für ein viel allgemeineres Problem: die Übertragung von westlichen Verhaltensweisen und Konsummustern auf die Dritte Welt. Diese werden, obwohl für unsere Verhältnisse entwickelt, ungeachtet der dortigen Anforderungen blind übertragen. Solange das Gewinn bringt, wird auf die Schäden kaum Rücksicht genommen.

Angesichts der grossen Arbeitslosigkeit wäre in der Dritten Welt eine mittlere Technik nötig, die arbeitsintensiv und kapitalsparend ist und gleichzeitig produktiver als die traditionellen Methoden. Eine solche Technologie wird auf dem westlichen Markt aber nicht angeboten. Gebaut werden dagegen durch westliches Kapital kapitalintensive Fabriken, die wegen der billigen Arbeitskräfte mit grossem Profit produzieren, dabei aber sehr wenige Leute beschäftigen. Studien zeigen, dass durch diese Art von Industrialisierung in den Entwicklungsländern durch Verdrängung oder Verhinderung des einheimischen Gewerbes oft mehr Beschäftigte freigesetzt werden, als neue Arbeitsplätze in der Industrie geschaffen werden.

Ein weiteres Beispiel für solche unangepasste Technologie liefert etw. die Nestlé - Milchverarbeitungsfabrik im mexikanischen Bundesstaat Chiapas, in die der grösste Teil der weiterzuverarbeitenden Milch des Bundesstaates (anderthalb mal so gross wie die Schweiz) gelangt. Dieser hochmoderne Fabrikationsbetrieb schafft nur 90 (!) Arbeitsplätze für Festangestellte und weitere 90, flexibel entlohnte. Zugleich aber verhindert der Betrieb das Entstehen von unzähligen Käsereien der gewerblichen Stufe und somit von unzähligen Arbeitsplätzen. Ironischerweise liess die Nestlé über die Milchverarbeitung in Chiapas eine Werbeschrift verfassen (zu bestellen bei Nestlé Alimentaria S.A. Vevey) und stellt darin ihre Investition als muster sinnvoller industrieller Entwicklungshilfe dar.

AUS DEN GERICHTSAKten

Im folgenden geben wir eine Auswahl aus medizinischen und anderen Publikationen sowie aus den zahlreichen Briefen, die wir erhalten haben. Wo nichts anderes vermerkt ist, sind die Zitate aus dem Englischen übersetzt.

Den folgenden Bericht hat die holländische Aerztin Catherine A.M. Wennen-van der Meij im Hinblick auf den Prozess in Bern verfasst.

Frau Wennen hat bereits 1968 die Fachwelt auf die Praktiken Nestlés und ihrer Konkurrenz in Nigeria aufmerksam gemacht (siehe Tropical and Geographical Medicine 21, 1969, 93 - 96). Hier fasst sie ihre Erfahrungen von über einem Jahrzehnt zusammen.

Nestlés Werbepraktiken in Afrika (Nigeria)

Das folgende ist eine kurze Darstellung, wie Nestlé ihre Produkte in Nigeria mit höchst aggressiven Werbe- und Verkaufsmethoden eingeführt hat:

Schon 1963, als ich als General Duty Medical Officer in einem staatlichen Distriktspital in Idah (im mittleren Gürtel des Landes) arbeitete, fielen mir ihre Aktivitäten auf: ich erinnere mich lebhaft, wie ich beim Einkaufen in einem kleinen Laden der United African Company am Ufer des Flusses Niger, wo ein Transistorradio die Kundschaft unterhielt, zum erstenmal aufschnappte: "Lactogen ist gut fürs Baby"; dies als Lied mit packendem Rythmus, in Englisch und in der einheimischen Sprache.

Bei anderer Gelegenheit die folgende Indoktrination: "Mutter, vertraue in Lactogen. Wenn Du zufällig Dein Kind vielleicht nicht selber stillen kannst, so verlange Lactogen in der Drogerie. Alles was in der Muttermilch vorhanden ist, ist auch im Lactogen. Mutter, gib acht auf die Gesundheit Deines Kindes und gib ihm das beste: gib ihm Lactogen".

Diese Botschaft brachte in einer Gegend mit hoher Kindersterblichkeit mancher Mutter neue Hoffnung, und es war deshalb nicht überraschend, dass nun Saugflaschen auftauchten, die zusammen mit Milchbüchsen von gewitzten Händlern verkauft wurden.

1965 übernahmen mein Mann und ich neue Aufgaben an der Universität von Ibadan. Die Stadt Ibadan liegt ungefähr 70 Meilen vom Hauptquartier der Firma Nestlé in der Hauptstadt Lagos entfernt. Ibadan ist die grösste schwarzafrikanische Stadt südlich der Sahara (über eine halbe Million Einwohner), eine Stadt mit ständigem Zu-strom von Menschen und ständig sich ändernden Lebensgewohnheiten, wo viele Unternehmen (Tabak, Bier, alkoholfreie Getränke, Milch etc.) um die Aufmerksamkeit des Publikums wetteiferten.

Die Leute von der Nestlé erkannten die Bedeutung dieser Stadt für ihre Verkaufsstrategie: - Schlüsselpersonen in den Medizinalberufen und zukünftig tonangebende Menschen wurden hier ausgebildet - und sie ersannen eine entsprechende Politik:

- 1) Sie boten den Leuten im Gesundheitswesen ihre Dienste an, indem sie Karten und Plastikhüllen herstellten und sie an die Kinderkliniken lieferten. Es handelt sich um die sogenannte "Weg-zur-Gesundheit-Karte"; sie war von Dr. David Morley entworfen worden und hat sich in all den Jahren als sehr nützliches Dokument erwiesen, sowohl für den Arzt wie für die Mutter, die die Kinder-Wohlfahrtsklinik aufsucht. Leider reichte das Gesundheitsbudget oft nicht aus, um die Klinik regelmässig mit Karten versorgen zu können. Nestlé jedoch war helfend zur Stelle, und so wurde das Yoruba-Land mit der Nestlé-Ausgabe von Morleys Karte überschwemmt, die auf der Rückseite in einer farbigen Abbildung Büchsen von Nestlé-Produkten zeigt.
- 2) Sie versuchten bei besonderen Anlässen aufzutreten, insbesondere dort, wo viele Babies beisammen sind, z.B. bei Shows etc. Bei der Eröffnung einer neuen Kinder-Notfallstation am University College Hospital spendeten sie freundlicherweise einen Kühl-schrank für diese Abteilung und grosse Mengen Lactogen-Büchsen und andere Produkte.
Ueberflüssig zu sagen, dass in kürzester Zeit Nestlés Kalender und Plakate an den Wänden manches Wartezimmers und manches Behandlungsraumes hingen!
Freundliche Indoktrination, aber besonders gefährlich, wie Professor Omolulu, Direktor der Abteilung für angewandte Ernährungsforschung und -lehre der Universität Ibadan sagt, denn "in keiner medizinischen Fakultät Afrikas gibt es heute für die Studenten einen systematischen Lehrgang in Ernährungskunde. Sie werden leicht zum Opfer ..." (Children in the Tropics 82, 1972).
- 3) Sie gingen sogar so weit, ihre eigenen Krankenschwestern im Lande umherzuschicken. Es waren hübsch aussehende, freundliche junge Frauen mit Hebammen- oder Krankenschwesternzeugnissen, in adretten Uniformen, und sie fuhren in Stationswagen mit Büchsenmilch und Demonstrationsmaterial herum. Ich habe sie im Ibarapa-Distrikt gesehen, einer ländlichen Gesundheitsforschungs- und Ausbildungsstätte für Medizinstudenten. Sie kamen in die staatlichen Kinderkliniken, um "Ernährungs-Unterricht" zu geben.

Man wundert sich, wie in aller Welt all dies geschehen konnte; gab es denn keine Krankenschwester, keinen Arzt, der sich Gedanken machte? Man muss sich vergegenwärtigen: sie waren so freundlich und hilfreich. Ich weiss von einer Krankenschwester, die Zwillinge geboren hatte. Die Nestlé-Schwester war zur Stelle und half wiederum mit Gratislieferung von Lactogen, als die Brustmilch ihrer Kollegin nicht mehr ausreichte.

Ganz zu schweigen von den hübschen Kalendern, Plakaten und kleinen Geschenken. Wenn sie sich zu guter letzt anerbieten, einen Teil der schwierigen Arbeit der Krankenschwestern zu übernehmen, kann man sich vorstellen, wie warm das begrüßt wurde. Gesundheitserziehung ist selten der beliebteste Teil der Arbeit der dafür verantwortlichen Krankenschwestern und man kann sich vorstellen, dass sie dankbar waren für die Hilfe einer Expertin, die ihre Aufgabe kannte: sie vergass nie, den Müttern zu sagen, sie sollten ihre Hände gründlich waschen, bevor sie die Flaschenmahlzeit zubereiteten!

Ich traf sie einmal zufällig an - eine förmliche Vorstellung fand nie statt - und als sie meine kritische Haltung bemerkten, mieden sie mich und verhandelten nurmehr mit der Oberschwester.

Es überrascht nicht, dass ich mehr und mehr Saugflaschen antraf. Im kleinen Dorf Igangan sah ich zum Beispiel an einem bestimmten Tag 10 von 36 Müttern mit Saugflaschen in ihren Taschen in der Klinik warten, das Innere der Saugnippel schwarz verkrustet.

Zu diesem Zeitpunkt fanden wir, es wäre interessant und vielleicht von Nutzen, mit dem Nestlé-Manager in Lagos zu sprechen, um ihn auf die traurigen Folgen ihrer wahllosen Werbung hinzuweisen. Wir erkannten, wie "schwierig es ist, die Ueberzeuger zu überzeugen" - um Cecily Williams zu zitieren - : er ignorierte unsere Kritik und unsere Argumente. Es schien, als ob er unseren Gesichtspunkt nicht sehe, aber offensichtlich wollte er sich nicht auf einen Dialog einlassen. Er stellte es so dar, dass Nigeria ein Land sei, wo man dringend tierisches Eiweiss benötige, und dass seine Firma versuche, Abhilfe zu schaffen und gleichzeitig die Leute zu schulen.

Weitere Versuche unsererseits hatten blass ähnlich lautende Antwortbriefe zur Folge.

All dies geschah zu einer Zeit (1965 - 1967), da die Society for Health in Nigeria an einer Jahresversammlung vorgeschlagen hatte, dass "unverzüglich eine durchschlagende Kampagne gegen die Flaschenernährung in Gang gebracht werden sollte".

Man könnte einwenden, dass vielleicht ein Bedürfnis nach mehr Milch bestanden habe: wie stand es mit den Frauen im Berufsleben, der weiblichen Elite? War Nigeria nicht ein potentiell reiches Land mit einer freien Wirtschaft? Der Stil der Nestlé-Werbung zielte aber deutlich auf die Massen ab - der Grossteil Analphabeten - die solche Produkte nicht brauchten (sie mussten sich anderswie mit Eiweiss versorgen), sie sich nicht leisten konnten und kein fliessendes Wasser für eine hygienische Zubereitung hatten.

1968, auf dem Höhepunkt des Nigeria-Biafra-Krieges, verliess ich das Land und besuchte in Paris einen UNICEF-Kurs in "pédiatrie sociale" im "Centre international de l'enfance". Ich benutzte diese Gelegenheit, um den Kampf fortzusetzen und brachte all den Reklamezauber Nestlés mit, den ich in den Jahren gesammelt hatte, und zeigte ihn in einem Vortrag meinen Kollegen, die aus der ganzen Welt gekommen waren.

Bei dieser Gelegenheit fragte ich die Leitung des Centres, warum sie ihre Zeitung immer noch zum Teil mit Einkünften aus Nestlé-Anzeigen finanzierten. Diese Zeitung, "L'enfant en milieu tropical" (es gibt auch eine englische Ausgabe), richtet sich an die vor allem in Entwicklungsländern in medizinischen und paramedizinischen Berufen tätigen Leute.

Ganzseitige Inserate (eines in jeder Nummer) mit strammen, schwarzen Kleinkindern sagen folgendes:

"Für die Ernährung des Kleinkindes in den ersten Monaten des Lebens" (siehe Nr. 71, 72)

"Für die tropischen Länder.
Voll Gesundheit mit Lactogen" (siehe Nr. 73, 74)

"Für die tropischen Länder.
Arobon, das natürliche Anti-Durchfallmittel"(!) (siehe Nr. 70)

Unterdessen hörte man mehr und mehr Stimmen. Berühmte Kinderärzte mit einer langen Karriere in der Tropenpädiatrie, wie Cecily Williams und Jelliffe zum Beispiel, gaben ihre Meinung kund.

Die Nestlé-Leute mussten zurückstecken: in einigen Ländern wurden sie gesetzlich zur Änderung ihres Werbestils gezwungen; zum Glück verschwanden die Lactogen-Büchsen von den Kinderklinik-Karten. Es war jedoch eine Enttäuschung, sie (Nestlé) 1974 in Tanzania, einem der 25 ärmsten Länder der Welt, wieder anzutreffen.

Im ältesten, fast zusammenkrachenden Spital des Landes (es wird jetzt ersetzt) in Bagamoyo war der einzige helle Fleck an der Wand das Bild eines fetten Nestlé-Babys mit blauen und weißen europäischen Babykleidern.

Es ist immerhin ein Trost, dass die oben erwähnte Zeitschrift keine "Nestlé-Werbung mehr enthält. Aber viel Schaden wurde und wird immer noch angerichtet ...".

Unser Vorwurf lautete: "Nestlé ist durch ihre Verkaufspraktiken für den Tod oder die dauernde geistige und körperliche Schädigung tausender von Kindern verantwortlich", oder kurz: "Nestlé tötet Babys"

"Der Tod der Kinder ist das Resultat einer Kette von Ursachen und Wirkungen, die letztlich wirtschaftlicher Natur sind."

Tagesanzeiger (Zürich) 15.11.1974

Glieder dieser Kette von Ursachen und Wirkungen:

In den Verhältnissen, wie wir sie oft in der Dritten Welt antreffen, führt Flaschenernährung unvermeidlich häufig zu Infektionen, Magen-Darmerkrankungen, Unterernährung (Protein-Calorie-Malnutrition, PCM) und Tod

"Zwischen 1969 und 1970 wurden 1712 chilenische Mütter auf dem Lande befragt, um herauszufinden, ob ihre Ernährungsgewohnheiten zur Kindersterblichkeit beit ugen. Unter den Babies, die vor dem dritten Lebensmonat die Flasche erhielten, gab es dreimal soviele Tote wie unter den rein mit der Brust ernährten. Fast die Hälfte der Kinder wurden in diesem Alter flaschenern hrt, und dies war daher ein bedeutender Faktor bezüglich der Kindersterblichkeit."

S.J. Plank & M.L. Milanesi, Infant feeding and infant mortality in rural Chile, Bull.Wld.Hlth.Org. 48, 1973, 203

"Gastroenteritis ist immer noch eine wichtige Krankheits- und Todesursache bei Kleinkindern in Uganda. In den Bemühungen zu ihrer Bekämpfung wurden beachtliche Anstrengungen unternommen, die Mütter zu überzeugen, wenn irgend möglich ihre Kinder zu stillen, und wenn künstliche Ernährung nötig ist, Tasse und Löffel anstelle der Flasche und des Gummiaufsatzen zu brauchen, die schwierig zu reinigen und zu sterilisieren sind."

(Ian Phillips et al., Methods and Hygiene of Infant Feeding in an Urban area of Uganda. J Trop Ped 15, 1969, 167)

Aus einem Arbeitspapier der internationalen pädiatrischen Assoziation:

"Es ist evident, dass Fr hentwohnung in unterentwickelten Ländern eine der wichtigsten Ursachen der Unterernährung im ersten Lebensjahr ist".

(F. Mönckeberg, Infant Feeding and Weaning Practices, International Paediatric Association 1971)

Aus einem Standard-Lehrbuch der Sozial- und Präventivmedizin:

"Deshalb verdrängt in den städtischen Regionen der Tropen die Flaschenernährung mit wachsendem Erfolg das Stillen. Aber die meisten Mütter in den Tropen haben weder das Geld noch das Wissen, noch die Kücheneinrichtung, um eine ungefährliche Flaschenernährung zubereiten zu können. So bekommen ihre Kinder ein verdünntes, verunreinigtes Gemisch, das wenig Nährstoffe enthält, aber von Bakterien wimmelt. Die daraus hervorgehende Dreier-Kombination von infektiver Diarrhoe, ernährungsbedingtem Marasmus und oraler Moniliasis ist oft tödlich."

(Maurice King, Medical care in developing countries.
Nairobi/London 1966)

Aus einem Lehrbuch für medizinisches Hilfspersonal:

"Aus diesem Grund soll eine Mutter nicht mit der Flaschenernährung anfangen, denn das kann das Kind am Ende töten. In Sambia und in einigen anderen Ländern ist es Sitte, dem Kind wenn es stirbt etwas auf sein Grab zu legen, das ihm gehört hat. Es ist traurig so viele Kindergräber mit einer Saugflasche zu sehen, die die Kinder wahrscheinlich umgebracht hat."

(Maurice King, Nutrition for developing countries,
Nairobi/London 1972
Bilder von solchen Kindergräbern, mit Lactogenbüchsen und
Saugflaschen, sind vorhanden.)

"In den letzten zehn Jahren ist in vielen Entwicklungsländern eine neue Krankheit aufgetaucht: sie bedroht das Leben von Kindern im ersten Lebensjahr: nämlich die unnötige künstliche Ernährung. Mehr und mehr Mütter beginnen Pulvermilch für ihre Kinder zu kaufen, sogar wenn Muttermilch reichlich vorhanden ist. Unaufhörliche kommerzielle Propaganda haben sie überzeugt, dass dies "gut für das Baby" ist; auch das Beispiel der "Elite"-mutter, deren Babys gesund und stark sind.

Manche Mutter verliert das Selbstvertrauen und mag sich fragen: "lag es vielleicht daran, dass ich diese Milch nicht gab, dass mehrere meiner Kinder gestorben sind?" Ein Rückgang der Laktation wird sich dann wahrscheinlich entwickeln. Dann wird die Flasche zur einzigen Methode, das Kind mit Kuhmilch zu ernähren. Die grosse Mehrheit der Mütter ist jedoch ausserstande, eine Flasche richtig zu reinigen. Dieser Umstand und die verheerenden Folgen des Teufelskreises Infektive Diarrhoe - Mangelernährung - Infektionen etc. kann im Wort "Saugflaschenkrankheit" zusammengefasst werden."

(C.A.M. Wennen, The decline of Breast Feeding in Nigeria,
Trop geogr Med 21, 1969, 93)

"Es ist klar, dass wir nachdrücklich zum Stillen ermutigen, und persönlich sind wir davon überzeugt, dass die künstliche Ernährung in unserer Region mehr Kinder getötet als gerettet hat."

(Ein Ernährungsfachmann aus Zaire in einem Brief an die Arbeitsgruppe Dritte Welt)

"Mindestens 95% der Kleinkinder brauchen keine Flaschenernährung und für die meisten ist sie sehr gefährlich."

(ein Arzt aus Ghana, Brief an ein Mitglied der Arbeitsgruppe Dritte Welt)

"Das Ergebnis ist, dass flaschenernährte Kinder in Entwicklungsländern häufige Gastroenteritis-Anfälle bekommen, mit Erbrechen, Diarrhoe und Dehydratation. Ärzte und Krankenschwestern in den Spitäler wenden viel Zeit auf, um die Babies wieder mit Wasser zu versorgen und die meisten Spitäler haben spezielle Abteilungen für Rehydratation. In Gebieten, wo solche Einrichtungen nicht vorhanden sind oder wo Babies nicht früh genug ins Spital gebracht werden, sterben viele von ihnen. Ärzte in Entwicklungsländern glauben oft, dass Flaschenernährung für ein Kind einem Todesurteil gleichkommt."

(A. Omolulu, WHO, World Health Day 7.4.1974
The importance of breast-feeding)

Bei Überleben können Langzeitschädigungen am Gehirn auftreten.

"Rund 300 Millionen Kinder, die heute unter Hunger leiden, drohen dauernden Schäden zunehmen, der sie in ihrer geistigen und sozialen Entfaltung stark behindert. Wissenschaftler an der Universität Manchester konnten zeigen, dass das junge menschliche Gehirn in den ersten zwei Lebensjahren besonders empfindlich auf Unterernährung reagiert."

(Hunger schädigt das Gehirn, NZ-panorama 9.11.1974)

Flaschenernährung führt außerdem zu enormen volkswirtschaftlichen Verlusten

"Für die gesamte dritte Welt kann man die Kosten der vergeudeten menschlichen Milch auf allermindestens dreiviertel Milliarden Dollars veranschlagen, und die Verluste sind "wahrscheinlich eher in den Milliarden", sagt Alan Berg, Deputy Director for Nutrition der Weltbank. Solche Schätzungen übergreifen die medizinischen Kosten, die normalerweise für flaschenernährte Kinder zehnmal grösser sind als für brusternährte."

(Science, 5.4.1974)

und zu einem Ansteigen der Geburtenrate:

"Sehr geehrte Herren, John Hall führt sehr zu Recht verschiedene Argumente gegen den Wechsel von der Brusternährung zur Flasche

auf, wie dies in weniger entwickelten Ländern offenbar geschieht. Aber seine Beschreibung der "Baby-Killer"-Flaschenernährung ist unvollständig, da er einen Effekt nicht erwähnt, der wahrscheinlich mehr Kinder tötet als die damit verbundenen Infektionen, Mangelernährung und Armut. Laktation schiebt die nachgeburtliche Ovulation auf und trägt daher zu einer langsameren Geburtenabfolge bei. Man hat gezeigt, dass längere Laktation tatsächlich ein wichtiger Faktor zur Kontrolle des Bevölkerungswachstums ist."

(Leserbrief in Nature, 7.6.1974 von J. Wind, Institute of Human Genetics, Amsterdam)

Werbung und Verkaufsförderung von Firmen wie Nestlé sind ein Hauptgrund dafür, dass Mütter mit der Flaschenernährung beginnen

"Werbung durch kommerzielle Milchfirmen spielte sogar eine grössere Rolle als vorerst angenommen. 14 % der Mütter sagten, sie seien zur Flaschenernährung von einer kommerziellen Milchschwester ermuntert worden. Jedoch waren viel mehr zuhause besucht worden und hatten Gratismuster von Markenmilch erhalten. Das Spital selber wurde als Zentrum des leichten Zugangs zu Müttern gebraucht und die kommerziellen Milchschwestern warteten aussernalb der Geburtenkliniken mit Gratismustern. Viele Mütter erhielten bis zu drei verschiedene Sorten. Der Einfluss der Werbung ist wahrscheinlich viel grösser als die angegebenen 14 %. Mit Hinsicht auf das vermehrte Auftreten von Gastroenteritis in Verbindung mit Flaschenernährung ist das ein Grund zu verstärkter Aufmerksamkeit."

(S. Grantham-McGregor, Breast feeding in Kingston Jamaica, Arch Dis Chldhd 1970, 45, 404)

"Künstliche Milch wurde jedoch in der zweiten Lebenswoche in die Diät des Kindes eingeführt, und üblicherweise mit der Saugflasche verabreicht. 58 (12 %) der Kinder bekamen künstliche Milch, weil die Brustmilch der Mutter ungenügend war. 283 (58 %) der Kinder bekamen künstliche Milch, weil die Mutter in Reklame-sendungen am Radio davon gehört hatte oder weil sie glaubte, es sei gut für das Baby, weil sie Mütter der Oberschicht bei der Flaschenernährung beobachtet hatte. 26 (5 %) Babies wurden auf ärztlichen Rat hin künstlich ernährt und 52 (10 %) auf den Rat von Freunden, Nachbarn und Verwandten hin."

(O. Ransome-Kuti, Some socio-economic conditions predisposing to malnutrition in Lagos, Nigerian Medical Journal 2, 1972, 111)

"In einem Missionsspital in Segbwema, einer kleinen Stadt 250 Meilen von Freetown entfernt, sah ich die Folgen der jetzigen Werbung: Der vier Monate alte Monoh wurde wegen Gastroenteritis und schwerem Flüssigkeitsmangel behandelt. Seine Mutter hatte einen Abszess an einer Brust bekommen. Deshalb hörte sie mit Stillen auf und kaufte eine Büchse Lactogen von Nestlé: "Wir hörten, dies mache das Baby stark und gesund" sagte sie mir, einen bekannten Radio-Werbespot wiederholend.

Dr. Robert Coles, der Kinderarzt des Spitals, hatte keinen Zweifel

Über den Grund von Momohs Krankheit: "Wir nennen diese Kombination von Marasmus, Gastroenteritis und Hundschwamm das Lactogen-Syndrom", sagte er zu mir. Wenn die Mutter sich um ihre eigene Behandlung gekümmert hätte, anstatt eine Saugflasche zu brauchen, hätte es kein Problem gegeben."

(Mike Huller in: The Guardian 7.2.1975)

Unter allen Milchfirmen nimmt Nestlé als weitaus grösste den wichtigsten Platz ein, sowohl nach Verkäufen wie nach Werbung

"Die grösste in Entwicklungsländern aktive Babynahrungs firma ist die schweizerische Firma Nestlé. Im zweiten Rang sind drei amerikanische Firmen (Ross Laboratories in Columbus, Ohio; Mead Johnson in Evansville Indiana und Wyeth Laboratories in Philadelphia) und zwei englische Firmen (Cow & Gate und Glaxo)."

(Science 5.4.1974)

"Lactogen ist die teuerste industriell verarbeitete Nahrung per Proteineinheit und wahrscheinlich das Produkt mit der breitesten Werbung, wahrscheinlich auch die meistverwendete Milchnahrung."

(Artificial feeding in Jamaica and Barbados, S.K. Reddy,
West Indian Medical Journal 26, 171, 198)

"Die Marken, die für das Baby gebraucht wurden, zeigen die Dominanz von Nestlés Marke "Lactogen":

Hauptsächlich verwendete Marke:	Basis: 364
Lactogen	% 70
Dumex	6
Cow & Gate	6
Similac	5
S.M.A.	2
Trufood	2
Eldorin	1
Cstermilk	1
Manex	1
Weiss nicht mehr	4
Büchsenmilch: Peak (einzige erwähnte Marke)	25

Die 1968 durch L.U.T.H. und Nestlé durchgeführte Studie über Milchnahrung ergab dieselbe Dominanz von Lactogen, mit einer Verteilung in den Haushalten von 38 % in einer Zufallsstichprobe von Müttern in Lagos, und von 48 % für den Gebrauch von Peak-Milch. Die abweichenden Anteile von Verbrauchern in unserer Studie könnte man der Zeit zwischen den beiden Untersuchungen und den möglichen Marktunterschieden zwischen Lagos und Ibadan zuschreiben."

(Infant Feeding and Health in Ibadan, Social Policy Research 1973)

1974 ergab eine Untersuchung in Dar es Salaam, Tanzania, einen Marktanteil Nestlés von 65 Prozent für Baby-Büchsenmilch.

"Nestlé, der wichtigste Lieferant von Kindernahrungsprodukten in den Entwicklungsländern, wird von den Kritikern natürlich ins Auge gefasst."

(G.A. Fookes, attaques contre les fabricants d'aliments infantiles, Bulletin Nestlé 2/74)

"Wie wirksam ist die Werbung? Ganz hübsch wirksam, indem (a) die Marken, für die in Jamaika am nachdrücklichsten geworben wird, "Lactogen" und "Olac", offenbar den grössten Marktanteil haben, (b) in der Barbados-Untersuchung, wo 212 Mütter im "National Nutrition Survey" befragt wurden, gaben 31 als Grund für die Wahl einer bestimmten Marke einen direkt mit Werbung/Verkaufsförderung verbundenen an, und viele der andern Gründe ("Arzt, Schwester, Nachbar, Verwandte etc. rieten es", "es ist besser", "es hat mehr Vitamin" und so fort) haben ohne Zweifel zu einem guten Teil ebenfalls mit Werbung zu tun."

(R. Cook, Direktor des Caribbean Food and Nutrition Institute in einem Brief an eine englische Fernsehstation.)

"Ich möchte Ihnen folgende Informationen über den Gebrauch von künstlicher Babynahrung in der Dritten Welt ganz allgemein geben, die zweifellos auch für Nestlé-Produkte gelten, welche hier als die weitaus wichtigsten bekannt sind. Aus den folgenden Gründen sind künstliche Babynahrungsmittel für den Ernährungszustand von Babies in der dritten Welt als schädlich bekannt: Erstens werden Mütter durch aggressive Werbung von Babynahrungsproduzenten zum verfrühten Wechsel von der kostenlosen Brustnahrung zur teuren Flaschenernährung, die seit jenseits ihrer finanziellen Möglichkeiten liegt, veranlasst. Sie werden verdünnte, künstliche Babymilch verwenden, mit extrem niedrigem Protein- und Energiegehalt. Als Ergebnis der geringen Einnahme dieser lebenswichtigen Nährstoffe entwickelt sich eine Protein-Kalorie-Mangelernährung (PCM), und das betroffene Kind kann sterben. Wenn es sich erholt, kann es körperlich und geistig zurückbleiben. Man muss erwähnen, dass die Kosten der Ernährung eines Kleinkindes von sagen wir sechs Monaten mit künstlicher Milch, die 19,75 Schilling pro Kilo kostet, auf etwa 80,00 Schilling pro Monat zu stehen kommen. Das sind 25 % des minimaleinkommens. Eine traditionelle Babynahrung aus einer Mischung von Getreide und Gemüsen wäre für einen Bauern gratis, oder würde etwa 10,00 Schilling pro Monat kosten. Zweitens sind die Mütter, die vom Stillen zur Flasche übergehen, in Hygiene zuwenig bewandert, und tendieren dazu, die Flasche in unhygienischem Zustand zu gebrauchen. Das führt zu gastro-intestinalen Infektionen, was extrem verhängnisvoll sein kann. Es ist daher kein Wunder, dass sich dort, wo Studien gemacht wurden, die Kindersterblichkeit mit dem Gebrauch der Flasche verdreifacht hat. Drittens führt die Einführung von künstlicher Babymilch mit all der verführerischen Werbung, die auf den Behältern Bilder von gesunden Babies zeigt, dazu, gegen den Gebrauch von traditioneller,

im Lande zubereiteter Entwöhnungsnahrung zu sprechen, die sowohl leicht erhältlich als auch sicher im Gebrauch ist. Viertens gibt es keinen Beweis, dass den Produzenten von künstlicher Babynahrung die Interessen und das Wohlergehen der Kinder in der Dritten Welt am Herzen liegt. Es scheint, dass ihr Motiv rein wirtschaftlich ist. Hätten sie das Wohl der Babies in der Dritten Welt im Auge, so lägen ihre Produkte innerhalb der finanziellen Möglichkeiten der Konsumenten. Und diese Möglichkeit ist sehr reell, denn ich weiß von Versuchsprodukten der FAO/WHO, die den Konsumenten 4.00 Schilling pro Kilo kosten würden; das sind nur 20 % der Kosten für sagen wir Lactogen. Zum Schluss möchte ich sagen, dass Nestlé oder jeder andere Babynahrungsproduzent positiv zur Verbesserung der Kindernahrung in der Dritten Welt beitragen könnte, wenn das ihr Ziel wäre. Wenn sie so motiviert wären, würden sie das zeigen, indem sie eine billige Entwöhnungsnahrung herstellen würden, ihre Werbung weniger aggressiv machen und eine umfassende Ernährungs- und Gesundheitskampagne in ihre Verkaufsförderung einschließen würden."

(Godfrey A. Semiti, Food and Agriculture Adviser, Ministry of National Education, Dar es Salaam, Tanzania, Brief an die Arbeitsgruppe Dritte Welt)

Hintergründe zum "Vorwurf des Vorwordes, die Tätigkeit Nestlés und anderer Konzerne sei unethisch und unmoralisch" (Klagesschrift, gemeint sind die "Verkaufspraktiken im Sektor Kindernahrung")

Prof. Derrick B. Jelliffe, ein führender Spezialist für tropische Kinder- und Sozialmedizin, schreibt dem Gericht:

"Die Ursachen für diesen Wechsel in der Art der Kleinkinderernährung sind verschieden, komplex und "okzidentogen" (von westlichen kulturellen Einflüssen verursacht). Sie umfassen insbesondere das Wirken der Gesundheitsdienste und Mediziner (die zu wenig ausgebildet sind, um die Gefahren der Flaschenernährung unter solchen Bedingungen zu erkennen), verschiedene Faktoren veränderten Lebensstils, den Neuzuzüger in der Stadt annehmen (hierzu gehört der meist kleine Prozentsatz der Mütter, die außerhalb des Hauses arbeiten müssen) und die unethische Verkaufsförderung für verarbeitete Milch durch Konzerne.

Das Adjektiv "unethisch" wird in diesem Zusammenhang gebraucht, weil solche Werbung die Anwendung von Überredungs- und Motivationstechniken einschließt, die auf Prestige, sozialem Aufstieg etc. beruhen, und zwar in Gesellschaftsschichten, die a) keine Möglichkeit haben, solche Produkte in angemessenen Mengen zu kaufen oder auf saubere Weise anzuwenden, und/oder (b) in Gesellschaften, wo Stillen noch die Norm ist.

Alle grossen Kindernahrungsfirmen, besonders die internationalen Konzerne, haben seit dem zweiten Weltkrieg beständig und in gegenseitiger Konkurrenz derartige Werbe- und Verkaufskampagnen in unterentwickelten Ländern geführt.

Ohne den geringsten Zweifel waren sie einer der wichtigsten Faktoren, die für den jetzigen Rückgang des Stillens in Gebieten, wo Flaschenernährung weder ökonomisch noch hygienisch durchführbar ist, verantwortlich sind. In solchen Gebieten sind sie deshalb auch in beträchtlichem Maße für die gegenwärtige Zunahme

der Verbreitung von Narasamus und Diarrhoeerkrankung mit ihrer grossen Sterblichkeitssiffer, teuren und langwierigen Behandlung und beträchtlichen Gefahr bleibender Gehirnschädigung verantwortlich.

Die in selchen Verkaufskampagnen verwandten Methoden umfassen den ausgiebigsten Gebrauch der Massenmedien wie Zeitungen, Radio und in gewissen Fällen Fernsehen. Der Einfluss dieser Inserenten auf die Massenmedien von Entwicklungsländern kommt davon her, dass sie oft die wichtigste (oder einzige) Einnahmequelle sind.

Ferner haben die Milchfirmen die Gesundheitsdienste direkt oder indirekt mit Werbematerial überflutet. Direkte Werbung kann über Plakate, Broschüren und Gratismuster "zur Unterstützung der Klinik" erfolgen. Letzteren ist besonders schwierig zu widerstehen, weil das Spitalpersonal, unerfahren in diesen Dingen, in ihnen nur dringend benötigte Hilfe sieht, in U. ständen, wo Ausbildungsmaterial und Zusatznahrung knapp sind.

Allzu oft sind die Wände von Gesundheitszentren und Spitätern mit Plakaten, gestiftet von Kindernahrungsfirmen, bedeckt. Der Widerspruch zwischen dem, was die Krankenschwestern im öffentlichen Dienst lehren und den Plakaten, die mit viel mehr Nachdruck etwas anderes aussagen, wird von den Verantwortlichen in den Spitätern sehr oft nicht erkannt.

Ferner sind die Milchfirmen zusammen mit der pharmazeutischen Industrie darin erfahren, ohne grosse Unkosten die Meinung der Mediziner zu beeinflussen und zwar mittels "Manipulation durch Unterstützung" und "Bestätigung durch Assoziation".(...)

Eine der heimtückischsten Formen der Werbung und Verkaufsförderung ist diejenige der sogenannten "Milchschwestern". Dies sind ausgebildete Krankenschwestern, die wegen besserer Arbeitsbedingungen verständlicherweise veranlasst werden, vom Staatsdienst zur Privatwirtschaft zu wechseln. Theoretisch werden sie von den Milchfirmen angestellt, um die staatlichen Gesundheitsdienste bei der Kinderpflege und -hygiene, inbegriffen Hausbesuche, zu unterstützen. In Wirklichkeit besteht eine ihrer wichtigsten Funktionen darin, direkt und indirekt den Verkauf des Produkts der jeweiligen Firma zu steigern, in Konkurrenz mit anderen Gruppen von Milchschwestern, die von andern Firmen angestellt sind. Ueblicherweise gelingt es ihnen, sich Zutritt zu den Spitätern zu verschaffen, sogar dort wo die Hausordnung dies verbietet, und den Müttern und Kinderschwestern Gratismuster zu verteilen. Ferner verschaffen sie sich die Namen und Adressen von Müttern, die eben geboren haben und besuchen sie zu Hause, geben Ratschläge, Informationen und verteilen Gratismuster. In Tat und Wahrheit sind sie ein Netz von Verkaufsförderern für das jeweilige Produkt."

(Professor Derrick B. Jelliffe, Statement für das Berner Gericht)

Zweck der Nestlé-Werbung ist es, die Mütter zu überzeugen, dass
a) Nestlé-Milch die Babies gesund und stark macht, und
b) die Spitäler und Ärzte Nestlé-Milch empfehlen.

"Lactogen und Peak scheinen die einzigen Marken zu sein, mit denen viele Mütter vertraut sind, und die ein ausgeprägtes Image haben. Von Lactogen wird weitgehend geglaubt, dass es Energie und Stärke gibt (67 % der Mütter, die Milchpulver verwenden), dass es das Baby gesund macht (40 %), dass es das Baby "dick macht" (31 %) und dass es "rasches Wachstum fördert" (15 %)."

(Infant Feeding and Health in Ibadan, Social Policy Research 1973)

"95 % der Mütter, die Brust- und Flaschenernährung kombinieren, sind der Meinung, diese Ratschläge seien ihnen von medizinischem Personal, besonders Hebammen und Krankenschwestern gegeben worden. Vertreter von Milchfirmen, die über Ernährung sprechen, scheinen für Spitalpersonal geholt zu werden."

(ebenda)

Einige Zitate von Ärzten zum Thema Werbung:

"Schwierigkeiten sind aufgetaucht, weil mehrere angesehene, aber sich stark konkurrenzierende Konservenmilch-Fabriken ihre teure, hochentwickelte Ware in tropischen Ländern vertreiben und dabei dieselben Werbemethoden anwenden, wie sie für die gebildete Bevölkerung in ihren reichen Herkunftslanden brauchen. Die Ergebnisse sind ausgezeichnet für die privilegierte Kinderheit, aber verheerend für die Kinder der unwissenden Armen, die zunehmend durch den glänzenden Zauber dieser Art von Reklame dazu getrieben werden, einen unklugen, unmöglich teuren und häufig tödlichen Versuch mit der prestigereichen Flaschenernährung zu unternehmen."

(Maurice King, Medical care in developing countries, Oxford University Press, Nairobi/London 1966)

"Viele Firmen im Kindermilchgeschäft geben grosse Summen Geldes aus für Verkaufsförderung und Werbung für ihre Produkte. In Entwicklungsländern, wo der Urbanisierungsprozess in vollem Gange ist, werben die Firmen dazu oft mit grosszügigen Lohnangeboten aus dem knappen Bestand an Fachkräften hochqualifizierte Krankenschwestern ab und machen aus ihnen das, was man "Milchschwestern" genannt hat. Schwestern werden angestellt, um im Lande herumzureisen und den "Gebrauch guter Kindernahrung zu fördern". Diese Firmen gehen so vor, dass sie oberflächlich ihr Interesse an der Förderung der Brustnährung bekunden, dann aber zugeben müssen, dass "unglücklicherweise das Stillen am Boden verliert und seine Dauer abnimmt" und schliesslich sagen, dass "wir die Situation realistisch betrachten und den Frauen bei der Zubereitung von Muttermilchersatz beistehen müssen". (...)"

Es ist Tatsache, dass Firmen gratis Vorräte künstlicher Milch an zahlreiche Spitäler verteilen, um zum Gebrauch ihrer Produkte zu ermuntern. Dies stellt eine nicht zu unterschätzende Einflussnahme sowohl auf das Spitalpersonal als auch auf die jungen Mütter dar und kann nur mit der unmittelbaren Einwilligung der Spitalleitung und der Aerzteschaft geschehen. Mit Gratismustern und der übrigen Werbung erntet man den Vorteil beständigen Einflusses auf die Verbreitung und Verwendung künstlicher Milch und hilft die ohnehin rückläufige Zahl derer, die stillen, weiter herabzusetzen.

Viele medizinische Konferenzen werden von den Milchkonzernen finanziert. An allen grösseren medizinischen Kongressen werden Cocktailparties spendiert und manchmal werden von den Firmen Forschungsaufträge vergeben. Solche Aktivitäten können in den entwickelten Teilen der Welt keinen grossen Schaden anrichten. In Gebieten mit unbefriedigenden sanitären Verhältnissen, wo verkaufssteigernde Methoden eingeführt wurden, waren Gastro-Enteritis und Tod von Kleinkindern das indirekte Resultat."

(Prof. Roy E. Brown, Breast Feeding in Modern Times,
Am.J.Clinic.Nutr. 26, May 1973)

"Ich habe mit Entsetzen den Rückgang der Brusternährung unter den Frauen vor allem der ärmeren Schichten der Gesellschaft in Lagos beobachtet. Ihr Vertrauen in das Stillen wurde jahrelang durch die unnachgiebige und aggressive Werbung für Milchprodukte durch die grossen Milchfirmen in Nigeria untergraben. Diese bedauernswerten Frauen glauben nun, dass Milchpulver-Präparate "Nahrung für Babies" ist und nicht Muttermilch.

Diese Vorstellung ist natürlich tödlich für ihre Babies, aus ebendiesen Gründen, die Professor Ralph Hendrickse und Dr. David Morley in Ihrer Augustnummer sehr gut beschrieben haben. Unserer Schätzung nach haben künstlich ernährte Babies im ersten Lebensjahr eine um 50 % reduzierte Überlebenschance. Dies ist vor allem dann tragisch, wenn eine Mutter reichlich Milch hat, ihr Baby gern und mit Freuden stillen würde, aber durch sich endlos wiederholende Sendungen in Radio und Fernsehen, durch Plakate, Broschüren, Kalender, Krankenschwestern, Gratismilch und Zeitungsreklamen überzeugt wird, Kuhmilch sei die Nahrung für Menschenbabies."

(Prof. O. Ransome-Kuti, Leserbrief im New Internationalist, Oktober 1973)

"Weil ich seit Jahren in einer pädiatrischen Notfall-Abteilung direkt mit kranken Kindern zu tun hatte, kann ich bestätigen, dass Kinder an künstlichen Milchprodukten, die ihnen aus unreinigten Flaschen verabreicht werden, Schaden nehmen. Es scheint, dass die Durchschnittsmutter, die unsere Spitäler besucht, das Gefühl hat, ihr Kind könne nicht wirklich gesund sein, wenn es nicht mit künstlicher Milch aus der Flasche ernährt wird (z.B. Lactogen, Enfamil, Nan, S 26 usw.), teure Getreideprodukte wie Cerelac und Farex sowie importiertes Vitamin C in Form von Ribena, Rose Hip Syrup, Delrosa bekannt, mit "Baby"-Seife gewaschen und mit "Baby"-Cel gesalbt wird. Das kenyanische Baby braucht nichts von dem für seine Gesundheit und einige der oben angeführten Produkte können für das Kind sogar schädlich sein.

Wir stellen alle den schrecklichen Erfolg fest, den die Milchgesellschaften beim Verkauf ihrer Produkte in Kenya - dem "neuen Markt" - zu verzeichnen haben. Zweifellos ist das ihre Antwort auf den Rückgang des Absatzes in westlichen Ländern, wo mehr und mehr Mütter ihre Kinder wieder mit Muttermilch ernähren. (...)

Natürlich kann eine kenyanische Mutter, die über die notwendigen Einrichtungen verfügt, ihr Kind ebenso gut mit der Flasche ernähren wie eine westliche Mutter (sogar ohne die oft beleidigend simple "Gebrauchsanweisung"). Wir brauchen nicht zu erwähnen, dass heutzutage der grossen Mehrheit der kenyanischen Mütter solche Einrichtungen fehlen. In diesen Fällen, z.B. wenn es kein fließendes Wasser im Hause gibt, ist es auch nicht möglich, die "Gebrauchsanweisungen" einzuhalten.

Ich ersuche Sie, umfassende Massnahmen gegen diese Bedrohung des Lebens unserer unterprivilegierten kenyanischen Kinder zu ergreifen. Ich möchte folgendes vorschlagen:

1. Das Gesundheitsministerium und der Stadtrat sollen nicht aktiv bei der Förderung der Flaschenernährung mitwirken. Mit anderen Worten (a) die Werbung in den Kliniken, sei es durch Bilder oder durch Gratismuster, soll für solche Produkte nicht erlaubt sein. (b) Milchfirmen sollen nicht mit Geschenken bei Müttern, die in unseren Spitäler gebären, für ihre Produkte werben dürfen.
2. Das Gesundheitsministerium soll alle TV- und Radiowerbung, die von der Gesundheit des Kindes handelt, censurieren. Es soll jede Andeutung, diese Produkte seien für die Gesundheit des Kindes notwendig, herausnehmen.
3. Das Departement für Gesundheitserziehung sollte seine Bemühungen unter Zuhilfenahme der Massenmedien verstärken, um das Publikum (insbesondere die unterprivilegierten Risikogruppen) darüber zu informieren, dass Brustmilch, Uji und lokale Früchte besser sind als künstliche Milch, ausländische Getreideprodukte und teure Fruchtsäfte in Flaschen."

(Brief eines Kinderarztes an das Gesundheitsministerium von Kenya, 1973)

"Ich versichere Ihnen, dass wir vollkommen einverstanden sind, dass die Propaganda zur Ermutigung des Flaschengebrauchs in den ländlichen Gegenden der Dritten Welt bösartige Folgen hat. Ich kann Ihnen leider nicht viele Auskünfte über das, was sich hier abspielt geben, aber ich stelle folgendes fest:

Die zwei Produkte, für welche Nestlé in der Elfenbeinküste viel Publizität aufwendet, sind Céréalac und Lait Concentré Sucré, und vor allem von letzterem ist im Radio, oft in einheimischer Sprache, ohne Unterlass die Rede. Aber es ist nicht nur der Charakter des Produkts, der schädliche Effekte haben kann, sondern die Tatsache, dass die künstliche Ernährung des Kleinkindes mit der Saugflasche unterstützt (und mit vielen Bildern und Photos illustriert) wird, was der Gesundheit der Kleinkinder auf auf katastrophale Art schadet. Es ist sicher, dass die Publizität den Eindruck erweckt, dass die fortschrittliche und moderne Mutter die künstliche Ernährung dem Stillen vorzieht -

was die Frauen veranlasst, diesen "modernen" Brauch nachzuahmen und so oft den Tod ihrer Kinder zu verursachen.

Ich kann Ihnen nicht sagen, ob in den armen Regionen, wo diese Produkte verkauft werden, die Mütter aus Armut den Kindern zu viel Wasser in die Flasche geben, aber ich kann zwei Dinge bestätigen:

- a) der Verkauf und die Propaganda für Lait Concentré Sucré sind sehr verbreitet, sogar in den ärmsten Dörfern,
- b) abgesehen vom Verhältnis Milch-Wasser macht der Mangel an Hygiene, derin diesen Dörfern allgegenwärtig ist, die Saugflasche zu einer vollständig unangepassten Methode."

(Direktor eines Missionsspitals der Elfenbeinküste, in einem Brief an die Arbeitsgruppe Dritte Welt.

Aus dem Französischen)

Auch die UNO und medizinische Fachverbände warnen seit Jahren vor den Folgen einer masslosen Werbung

"Einige Kniffe, welche kommerzielle Firmen anwenden, um die Unterstützung der Gesundheitsdienste zu gewinnen, muss man besonders tadeln, z.B. die Beschäftigung von "Milchschwestern" durch gewisse Firmen, welche Hausbesuche machen und in Kliniken aufwarten um den Verkauf gewisser Produkte zu fördern, ferner die Abgabe von Gratismustern, Plakaten, Kalendern etc. als Anreiz zur Bevorzugung bestimmter Marken oder Firmen. Die Firmen haben dem Inhalt ihrer Werbeschriften ungenügende Beachtung geschenkt und die ausgiebige Verwendung der Massenmedien als Träger für solche Mitteilungen werden die schädlichen Auswirkungen der kommerziellen Werbebemühungen auf dem Gebiet der Vorschulkinderernährung wohl vervielfacht haben.

Die weite Verbreitung teurer verarbeiteter Kleinkindernahrung und die unterschiedslose Werbung dafür können in gewissen Situationen eine schwere Bedrohung für den Gesundheitszustand der Kinder, für die sie bestimmt ist, darstellen."

(Protein Advisory Group of the United Nations System 1971.
Feeding the Preschool Child. PAG Document 1.14/5)

"Wie PAG (FAO, WHO, UNICEF) betont haben, waren die zwei letzten Jahrzehnte dadurch gekennzeichnet, dass Kindernahrungsfirmen ihre Aktivitäten auf unterentwickelte Länder ausdehnten. Mit sich konkurrenzierenden Werbefeldzügen wurden unerschwingliche, prestigereiche Milchprodukte unvorbereiteten Gesellschaften aufgedrängt. Diese konzentrierten Werbekampagnen verwenden alle zur Verfügung stehenden Kanäle und Medien und machen von modernen Motivations- und Überzeugungstechniken Gebrauch. An einigen Orten stellen Firmen "Milchschwestern" an für Hausbesuche und um in Kliniken den Umsatz weiter zu steigern. Ohne Kenntnis der lokalen Situation werden die Gesundheitsdienste leicht überredet, ohne ihr Wissen als unbezahlte Agenten zu wirken, indem sie Gratismuster, Plakate, Kalender etc. entgegennehmen."

(Fernando Mönckeberg, Summary of the Working Papers, Workshop on Nutrition, International Paediatric Association, 1971)

Viele Staaten schränken die Werbung ein oder verbieten sie:

"Zum Beispiel die Kliniken der Stadtverwaltung in Nairobi; dort hatten wir eine voll qualifizierte Sozialarbeiterin angestellt, die regelmässig zu Gruppen von Mütternsprach. Worauf alle möglichen Firmen ebenfalls kamen, die Konkurrenz in der Milchbranche und schliesslich Waschseife, Zahnpasta, Rasierklingen usw. Der Stadtrat von Nairobi sagte uns daher: Sorry, Nestlé, es ist nicht gegen Euch gerichtet, aber wir müssen alle Werbeaktivitäten in den Kliniken verbieten. Das einzige was Ihr tun könnt, ist, Eure Frau zu den Schwestern und den Aerzten schicken, wie es jeder Vertreter von pharmazeutischen Firmen darf, undüber Eure Produkte sprechen lassen. Natürlich haben wir das sehr bedauert, aber wer ist schuld daran? Zahnpasta und Waschseife."

(Nestlé-Regionalmanager für Afrika, unpubliziertes Interview)

"Man hat in einem Mount-Hagen-Shop ein Plakat entdeckt, auf dem eine Mutter, ein Kind mit einer Saugflasche und eine Dose Lactogen abgebildet sind. Das Gesundheitsministerium duldet keine Reklame für Saugflaschen. Alle, die im Gesundheitswesen arbeiten, werden aufgefordert, jeden Laden nach solchen Reklamen abzusuchen."

(Rundschreiben des Department of Public Health, Konedobu, Papua New Guinea an alle Mitarbeiter des Gesundheitsdienstes und der Missionen)

"Welche Massnahmen haben die im Gesundheitswesen Verantwortlichen getroffen, um die Werbung abzuschrecken und das Stillen zu fördern? (a) in einigen wenigen Fällen (bis jetzt) ein Zutrittsverbot zu staatlichen Grundstücken (Spitälern, Schulen, Kliniken) für kommerzielle Milchschwestern; (b) Produktion von Kalendern seit 1972 mit guten Ratschlägen zur Ernährung (inbegriffen Brusternährung), um die Nestle-etc.-Kalender zu ersetzen, die man gewöhnlich in Kinder-Wohlfahrtskliniken sieht; (c) beständig grössere Betonung der Brusternährung in Grundschulung und internen Kursen für Krankenschwestern und Aerzte. Andere Massnahmen werden wahrscheinlich 1974 folgen, inbegriffen Versuche der Gesundheitsministerien dieses Gebietes, die Firmen zu einer Beschränkung ihrer Werbung und Verkaufsförderung zu bringen.

(Dr. R. Cook, Direktor des Caribbean Food & Nutrition Institute, University of the West Indies in einem Brief an eine englische Fernsehgesellschaft)

"Niger erlaubt keine Vorführungen oder Werbung für Flaschenernährungstechniken in Mutter-Kind-Gesundheitszentren."

(PAN, Zeitung der Welternährungskonferenz, 14.11.1974)

In Tanzania hat die Regierung einen Radio-Werbespot für Lactogen verboten.

Details zur Werbung Nestlés und anderer Firmen

Massenhaftes Verteilen von Gratismustern:

"Können Sie sich eine gesunde, gut ernährte Mutter vorstellen, die ein staatliches Entbindungsheim mit einer Gratisbüchse Nan-Büchsenmilch für ihr zwei Tage altes Baby verlässt? Das ist die beste Art, vom Stillen zu entmutigen und die Saugflasche zu verbreiten. Die Fabrikanten wissen, wo sie uns packen können."

(Dr. T.N. Maletnlema, Breast Feeding is the Best for Your Baby, Sunday News, Tanzania, S.12.1974. Nan ist ein Nestlé-Produkt).

"Nun glauben viele Firmen irrtümlich, dass automatisch die Mütter dasjenige Produkt beibehalten, was in den Kliniken verwendet wird. Wir haben jetzt darüber eine Untersuchung von den Philippinen; das war dort ein ganz missratener Fall von Gratismusterabgabe an Spitäler; wir verschenkten wirklich riesige Mengen - etwa 5 oder 6 Prozent des Umsatzes - absolut unglaublich. Anlässlich einer Marktforschung fanden wir heraus, dass ungefähr 50 Prozent der Mütter nicht die empfohlene Milch verwendeten. Viele von ihnen kehrten zur Muttermilchernährung zurück und dies war eine der Rechtfertigungen für Direktwerbung, weil man auf diese Weise die Mutter erreichte, wenn das Kind 4 - 5 Monate alt war und ausserhalb des Einflusses des Arztes war. Nan versuchte zu sagen: wenn die Brust nicht ausreicht, sollten sie ein gutes, sicheres Milchpulver verwenden und den Arzt um Rat fragen."

(G.A. Fookes, Verkaufsmanager der Nestlé in einem unpublizierten Interview)

"Familienfeste - hier eine Taufe - können den Anlass zu willkommenen Geschenken bilden".

(Legende zu einem Bild in: Weltgeschehen 1866 - 1966, ein Jahrhundert Nestlé. Das Bild zeigt eine Frau mit einem Baby vor einer grossen Zuschauermenge, mit 5 Büchsen Pelargon und mindestens drei Büchsen Milo-Stärkungsgetränk)

Eine Untersuchung in Ibadan, Nigeria, ergab folgende Verteilung der Gratismuster auf die Bevölkerungsschichten:

Mütter	Total 500	%	Analphabetinnen 378	%	mit Schulbildung 122	%
Gratismuster hatten erhalten	44	9	31	8	13	8
Lactogen hatten erhalten	8	2	6	2	2	2

"Milchschwestern" und "Mütterberater":

"Tatsache ist, dass sie viel Geld für Reklame ausgeben. Auch stellen sie Krankenschwestern, die in den staatlichen Kliniken Baby-Milch verkaufen, an. Diese Mädchen tragen Krankenschwestern-Uniformen. Die Mütter wissen nicht, dass diese "Krankenschwestern" nicht vom Staat bezahlt werden. Sie gehen einfach in die Kliniken und versuchen, ihre Produkte zu verkaufen. Ich kann ein sehr gutes Beispiel geben. In Bangkok sah ich eine Mutter, die gerade daran war, das Spital mit einem neugeborenen Kind zu verlassen. Auf dem Schrank neben dem Bett hatte sie eine Büchse Nestlé-Milch und eine kleine Flasche mit der Aufschrift "Nestlé", die (so wurde mir gesagt) allen Müttern vor dem Verlassen des Spitals abgegeben wird."

(Dr. David Morley, New Internationalist, August 1973)

"Eine Anzeige, die eine Mutter aus den oberen Gesellschaftsschichten, ein gesundes Baby und den Namen des Produktes zeigt, macht wahrscheinlich jede explizite Behauptung, das Produkt sei überlegen, unnötig. Es scheint mehr als wahrscheinlich, dass die Praktik der Firmen, Verkäuferinnen einzustellen und den Müttern gleich nach der Geburt ihr Produkt aufzudrängen, manche Mutter veranlasst, das Stillen viel früher als wünschbar aufzugeben. Laut P.S. Venkatachalam von der Protein Advisory Group stellen manche Firmen Krankenschwestern ein, kleiden sie in ähnliche Uniformen wie sie in Spitäler getragen werden und schicken sie in die Frauenspitäler und später in ihre Wohnungen, um die Mütter zu besuchen. "Sie bekehren sie, weil diese Mütter von jemandem, der eine weiße Schürze trägt, alles akzeptieren."

(Science, 5.4.1974)

"Zwei Tage nach der Heimkehr aus dem Spital besuchte eine Milchschwester Alison zu Hause. Ihre Ratschläge waren die folgenden:

- eine Erklärung, dass "die Brust das beste" sei,
- Vitamintropfen mit 10 Vitaminen sollten von der dritten bis zur vierten Woche gegeben werden,
- verdünnter Orangensaft sollte von der vierten bis zur fünften Woche gegeben werden,
- getreidehaltige Nahrung sollte von der sechsten bis zur achten Woche zweimal täglich gegeben werden,
- künstliche Kindermilch kann von der Geburt an gebraucht werden,
- ein Milchpulver mit speziell hohem Proteingehalt ist erhältlich, und das Baby wird besser gedeihen, wenn es mehr Proteine bekommt.

Man muss hier besonders betonen, dass, obwohl die Brust als das Beste bezeichnet wurde, alle zusätzlichen Ratschläge das genaue Gegenteil implizieren. Wenn die Brust wirklich das beste ist, wozu dann Vitamintropfen, Orangensaft, Eisenzusätze, Getreide und Milchpulver mit speziell hohem Proteingehalt – all dies bevor das Kind zwei Monate alt ist?"

(Peter and Alison Heywood, Cajanus, Kingston Jamaica, April 1973)

"Sie haben wirklich Milchschwestern angestellt, jedenfalls einige von ihnen, und die in Jamaica in der Anwendung dieser Methode führenden sind Mead Johnson (ich glaube etwa 20 solche Schwestern), Jamaica Milk Products (etwa 8), und Ross hat mindestens eine."

(Dr. R. Cook, Kingston, Jamaica, in einem Brief an eine englische Fernsehstation. In Jamaica nennt sich Nestlé "Jamaica Milk Products Ltd.")

Nestlé selber gibt zu, dass die Schwestern zur Umsatzsteigerung eingesetzt werden:

"Die hohe Geburtenrate (in Thailand) erlaubt ein rasches Wachstum des Kindernahrungssektors. Insbesondere erlangten die Nestlé-Produkte 1970 eine führende Stellung, dank ihrer Qualität, den Anstrengungen der Schwestern und ihren Kontakten mit den Medizinern im ganzen Lande."

(Bulletin Nestlé (Hauszeitschrift) 3/71)
Aus dem Französischen

Die von Nestlé beabsichtigte Verwechslung der Milchschwestern mit richtigen Krankenschwestern kann für sie auch unangenehme Folgen haben...:

"Nun hatten wir Schwestern, welche die Mütter auf Verlangen der Ärzte besuchten und das ist wichtig, sie besuchten sie zu Hause. Nun, sie besuchten sie nicht nur einmal, sondern bis zu zehnmal, denn sie suchten sie wie reguläre Gesundheitsbeamte auf und gaben Ratschläge über Impfungen, über den Wechsel von der ersten Milch zur ersten Getreide-Entwöhnungsnahrung, und dann zur zweiten Getreide-Entwöhnungsnahrung und so weiter ... Und diese Schwestern waren praktisch von Nestlé als Assistenten der Allgemeinpraktiker bezahlt, und einige Allgemeinpraktiker waren sehr erfreut zu wissen, dass sie Nestlé-Schwestern für Hausbesuche zur Verfügung hätten. Diese Frauen erhielten Anrufe zu Hause und mussten zu jeder Zeit in der Nacht ausgehen wenn ein Baby einen Diarrhoeanfall hatte, und das ging so fort bis zu einem absolut lächerlichen Grad; die Schwestern besorgte nicht mehr ihre eigentliche Aufgabe, weil sie unter diesen Umständen offensichtlich nur noch einen Teil der Mütter erreichte, die sie erreichen sollte. So versuchten wir die Hausbesuche zu unterbinden. Es war vollkommen unökonomisch vom rein kommerziellen Standpunkt aus. Die Schwestern dagegen waren sehr verärgert, denn sie betrachteten es als ihre Pflicht, als qualifizierte Krankenschwestern den Müttern bei der Anwendung der Produkte zu helfen, was aber vollkommen ausserhalb des Rahmens dieser Sache liegt: sie gingen sozusagen in ihrer Verantwortung für die öffentliche Gesundheit viel weiter als wir das wollten."

(G.A. Fookes, Nestlé, unpubliziertes Interview. Die beschriebenen Dinge ereigneten sich in Malaysia).

"In den Gegenden der Erde, die weitab liegen von jenen Kinderparadiesen, die man Säuglingsheime nennt, werden den Müttern durch das Bild Ratschläge für die Hygiene und die Ernährung des Kindes gegeben."

(Legende zu einem Bild in: Weltgeschehen 1866 - 1966, ein Jahrhundert Nestlé. Das Bild zeigt einen Nestlé-Mütterberater in einer afrikanischen Umgebung, wo Brusternährung offensichtlich noch die Norm ist. Auf seinem Tisch stehen Büchsen mit Lactogen, Nespray und Nestum, man sieht Flugblätter, vermutlich mit Lactogen-Reklame. Auch auf seiner Demonstrationswand ist eine Büchse Lactogen abgebildet.)

Gewichts- und Impfkarten:

"Aehnlich könnte die Mutter reagieren, wenn sie feststellt, dass auf der Klinikkarte ihres Kindes eine Büchse "Lactogen-Baby-Milch" abgebildet ist. Sie weiss ja nicht, dass die Milchfirma die Karten an die Klinik abgibt. Und mit grösster Wahrscheinlichkeit ist sie nicht in der Lage, den englischen Text zu lesen: "Stillen Sie Ihr Kind solange wie möglich, denn Muttermilch ist das beste für den Säugling, sie ist die beste Vorbereitung fürs Leben ..."

Die Gesundheitsdienste arbeiten mit einem beschränkten Budget und die Tatsache, dass Klinikkarten von den Milchgesellschaften geliefert werden, hilft ihnen, an laufenden Kosten zu sparen. Ob beabsichtigt oder nicht, das meiste Propaganda- oder Erziehungsmaterial der Milchfirmen erscheint dem Analphabeten als Unterstützung der Ernährung mit der Flasche. Und durch die Verbindung zum Spital kann diese Meinung nur gestärkt werden."

(Nestle tötet Babys, p.17)

"Als ein Beispiel möchte ich eine Geschichte erzählen: wir brauchten dringend Gewichtskarten, aber wir hatten kein Geld zum Drucken. Nestlé anerbot sich, für die Karten zu zahlen, unter der Bedingung, dass eine Nestlé-Büchse auf der Rückseite in schwarz und weiß abgebildet sei. Also vereinbarten wir, dass eine Büchse zusammen mit einigen Bildern von lokaler tanzanischer Nahrung auf der Karte gezeichnet würde, aber beides ohne Farben. Der Beleg, den wir vom Drucker erhielten, war in exakter Übereinstimmung mit dieser Vereinbarung. Als aber die gesamte Menge ankam, waren wir sehr überrascht. Statt einer einzigen Büchse ohne Farben waren nun drei Büchsen auf der Karte, in verschiedenen Farben. Nestlé verteilte diese Karten über das ganze Land, in Städten wie in ländlichen Gebieten. Jede Mutter, die eine solche Karte erhält, sieht das Bild der Nestlé-Produkte auf der Gewichtskarte ihres Babys, sie bemerkt die Zeichnungen ohne Farbe von der tanzanischen Nahrung kaum.

Deshalb versuchten wir andere Karten zu drucken. Glücklicherweise konnte UNICEF sie bezahlen. Jetzt können wir Karten ohne jede Werbung verteilen."

(Ein Arzt und Ernährungsspezialist in Tanzania,
Statement zuhanden des Berner Gerichts)

Poster und Kalender in Spitätern:

"Betritt man eine Klinik in den Entwicklungsländern, so sieht man die Wände bedeckt mit Plakaten von Kindernahrungsmittelkonzernen wie Nestlé, Cow & Gate. Sie zeigen Bilder von schönen Kleinkindern. Diese Bilder werden mit dem festen Gedanken an die Klinik abgegeben, dass dies der erste Schritt sei. Wenn Sie herumgehen, können Sie sogar eine ganze Reihe von verschiedenen Büchsenmilchprodukten sehen, welche hier verkauft werden. Die Mutter assoziiert dann die Kinderwohlfahrts- oder Säuglingsklinik sehr schnell mit der Flaschenernährung oder mit künstlicher Nahrung."

(Dr. David Morley, New Internationalist, August 1973)

"Die Milchbank im Guatemala General-Spital: Die Bank ist ausschliesslich mit Nestlé-Produkten versehen: Nan, Pelargon und Nestogen. Die Büchsen wiegen 454 Gramm netto und werden für \$ 1 das Stück abgegeben. An den Wänden der Milchbank hat es grosse Nestlé-Plakate, ebenfalls im anschliessenden Raum des Nino Sanoprogramms, das ist ein Erziehungsprogramm über Gesundheitsvorsorge für Mütter, die mit ihren Kindern regelmässig zu Untersuchungen und Beratungen über Kinderpflege herkommen. Die Plakate bestehen in einer Serie von Illustrationen, die die "saubere" Art, das Kind zu kleiden und zu ernähren, zeigen. Der Teil, der sich mit Ernährung befasst, handelt von der Zubereitung und der Sterilisation von Flaschen. Alle Plakate haben auffällige Bilder von Nan, Pelargon, Prodieton und Eleon, mit dem Slogan: "En alimentacion infantil, calidad y seguridad Nestlé." (In der Kinderernährung Nestlé-Qualität und -Sicherheit).

(Milchbanken in der Dominikanischen Republik und in Guatemala, unpublizierter Report)

Zeitungsinserate:

"Grosse Neuigkeit für Mütter! Sie können für Ihr Baby National Development Bonds (Kleinobligationen) gewinnen mit Lactogen. Bewahren Sie Ihre Lactogen-Coupons auf. Es gibt im Jahr 1971 Bonds für über \$ 6 000.00 zu gewinnen. Jede Woche gibt es 20 National Development Bonds im Werte von \$ 5.00. Befolgen Sie folgende leichte Anleitung: Sammeln Sie entweder 5 Coupons von 1 lb-Büchsen Lactogen Standard oder Full Protein oder 2 Coupons von 2½ lb-Büchsen Lactogen Standard oder Full Protein. Sie finden sie in allen Lactogenbüchsen. Vervollständigen Sie den Slogan auf dem Einsendecoupon - schreiben Sie Ihren Namen, Ihre Adresse und den Namen Ihres Babys darauf. Senden Sie die Coupons und den ausgefüllten Einsendetalon an: "Lucky Lactogen Babies" P.O.Box 281, Kingston. Jeden Freitag werden die Namen von 20 Glücklichen Lactogen-Babies aus allen Talons ausgelost, und jeden Monat wird ein Spezialpreis von einem \$ 50.00 -National Development Bond ausgelost. Alle Talons bleiben in der Trommel, ausgenommen die der Gewinner, so hat jeder Talon jede Woche die Chance zu gewinnen. Gewinner werden brieflich benachrichtigt

und ihre Namen werden jeden Monat einmal in der Presse publiziert.

Sie können Ihr Baby von der Geburt an mit Lactogen Standard oder mit Lactogen Full Protein ernähren. Lactogen Full Protein ist jedoch für Babies mit unterdurchschnittlichem Gewicht bestimmt, und besonders für Babies, die mehr Protein benötigen, da der Proteingehalt zu gesundem Wachstum führt. Fragen Sie Ihren Doktor, Ihre Klinik oder Ihre Kinderschwester um Rat, sie werden Sie beraten. Nestlé-Specialists in Infant Feeding.

Talon: Ja, ich möchte sehr gerne meinem Baby die Chance geben, National Development Bonds zu gewinnen! N_T_E - P_CI_TS I_NF_T_FE_I_G.

Mein Name Meine Adresse Vollständiger Name meines Babys

Senden Sie diesen Talon zusammen mit entweder 5 1-Pfund- oder 2 2½-Pfundbüchsencoupons von Lactogen Standard oder Lactogen Full Protein an: "Lucky Lactogen Babies" P.O.Box 281, Kingston. Vergessen Sie nicht, dass Sie beliebig viele Talons einsenden können, und dass Ihr Baby jede Anzahl National Development Bonds gewinnen kann. N.B. Angestellte von Jamaica Milk Products und von K&E/CPV Advertising können an diesem Wettbewerb nicht teilnehmen."

Irreführende Reklame für Ärzte:

"Empfehlungen von War on Want an die Industrie: 3. Die Firmen sollten die Werbung unter Medizinern unterlassen, die lediglich die Meinung verbreitet, der Missbrauch könne durch die Verwendung bestimmter Milchmarken vermieden werden."

(Nestlé tötet Babys, p.31)

"Pelargon - die Milch für die Tropen ... die vollständige bakteriologische Sicherheit bietet. Alle bekannten Kindermilchprodukte erfüllen heute exakte Standardbedingungen bakteriologischer Reinheit - aber was geschieht, wenn eine Mutter die Nahrung zubereitet? Trockenmilch in Wasser aufgelöst bilden einen perfekten Nährboden für Bakterien und die kleinste Abweichung von den Grundregeln der Hygiene während der Zubereitung kann leicht zu einer schwer infizierten Milchflasche führen - sogar da, wo ein Kühlschrank vorhanden ist. Durch die Ansäuerung der Milch wird die Gefahr einer Infektion durch die Saugflasche signifikant reduziert, denn der niedrige pH hindert die Entwicklung von krankheitserregenden Organismen. Deshalb ist Pelargon die sicherste Milch für die Tropen. Ihr L+ -Milchsäuregehalt ist hinreichend, um optimale Verdaulichkeit und reduzierte Infektionsgefahr zu gewährleisten. Nur Pelargon gibt diesen Extra-Schutz. Nur Pelargon gibt diesen Extra-Schutz."

(Nestlé-Inserat)

Irrführende Werbung am Radio:

"Erinnerung an Werbung für Kindernahrung:

	Total	Analphabetinnen	mit Schulbildung
Alle Mütter	500	378	122
Anzahl Mütter, die sich an Werbung für Kindernahrung erinnerten	241	141	100

Marke der Babynahrung, an die man sich erinnerte:

Alle Mütter	500
Lactogen	190
Dumex	20
Similac	21
Cow & Gate	33
Cerelac	2
Eldorin	1
Ostermilk	4
S.M.A.	6
Trufood	3
S 26	2
Custard	3
Weiss nicht mehr	15

<u>Lactogen</u>	190
It refreshes children	1
Makes them grow / Lactogen builds up the body	11
If you want your children to grow fat and strong, use Lactogen	15
It gives, restores babies strength/energy and power	58
Lactogen is good for your baby	29
Gives baby health	11
Hi go make your pikin big pokopoko and make am strong poi	5
Very important for babies/ best food for babies	4
Buy Lactogen today	6
A food with natural taste	1
It is good for babies if others breast is insufficient/Lactogen should be mixed with baby pap when breast milk is not enough	12
Don't cry child, don't cry - this is Lactogen	14
Weiss nicht mehr	54
Andere	1"

(unpublizierte Tabellen zu: Infant Feeding and Health in Ibadan, London 1973)

"Intensive Werbung, besonders am Radio, macht die Mutter glauben, dass Babynahrung nötig sei, um ihr Kind gesund und stark zu machen. Das Lied "Lactogen (oder Cerelac) macht Ihr Baby gesund und stark" ist oftmals täglich am Radio zu hören. Es gibt keine Mutter, die nicht ein starkes Baby haben will, besonders hier, wo die Kindersterblichkeit noch beträchtlich ist. In Wahrheit macht es das Kind nicht stark, sondern unterernährt, und hebt so die Kindersterblichkeit."

(Kinderarzt aus Ghana, Statement zuhanden des Berner Gerichts)

"Vor zwei Jahren konnte man am Radio folgenden Werbespot hören: "Sag mir, mein Kind, hast Du gern Lactogen?" Das Kind lacht laut: "Mhuu, mhuu". Die Mutter, die diesen Slogan hört, wird glauben, dass Lactogen besser für ihr Baby ist als ihre eigene Milch. Sie weiss nicht, dass der Spot eine Tonmontage ist. Sie weiss nicht, dass man zuerst die Frage aufnehmen kann und etwas später das Lachen und Kichern des Kindes, ein Kichern, das wahrscheinlich einen ganz andern Grund hat, höchstwahrscheinlich Muttermilch.

Ich versuchte, diesen Spot zu unterbinden. Als die Regierung mit mir einverstanden war, musste Nestlé ihn ändern. - Heute sieht die Werbung am Radio etwas anders aus. Am Anfang hört man, dass Brustnährung das beste ist. Aber dieser Teil ist sehr kurz. Der zweite Teil: "Wenn Sie nicht genug Milch haben, wenn Sie nicht ... haben, dann verwenden Sie Lactogen."

- Alle Vorzüge dieser künstlichen Milch werden vor hübschem musikalischen Hintergrund aufgezählt. Der zweite Teil ist viel länger als der erste. Inzwischen hat die Mutter den Satz über Brustnährung vergessen. Was sie in Erinnerung behalten wird, ist, dass Büxsenmilch vorzüglich ist, bestimmt viel besser als ihre eigene Milch. Nestlé hat ihren Werbestil nicht freiwillig geändert, sie tat es nur auf den Druck der Regierung hin."

(Ein Arzt und Ernährungsspezialist in Tanzania, Statement zuhanden des Berner Gerichts)

Nachforschungen über Radiowerbung in Sierra Leone ergaben:

Nestlé warb im August 1974 über den Sender SLBS 135 mal 30 Sekunden für "Lactogen" (Babymilch), 60 mal 30 Sekunden für "Cerelac" (Entwöhnungsnahrung) und 150 mal 30 Sekunden für "Nido" (ebenfalls Babymilch)

Cow & Gate (England) warb im Dezember 45 mal 30 Sekunden für "Cow & Gate" (Babymilch)

Abbott (USA, Ross Laboratories) warb im Dezember 66 mal 30 Sekunden für "Similac" (Babymilch)

Am 20. November 1974 ging folgende Werbung für Babymilch über den Sender SLBS:

<u>Produkt</u>	<u>Sprache</u>	<u>Zeit</u>
Cow & Gate	Krio	6.15
Cow & Gate	"	6.30
Lactogen	"	7.09
Similac	"	7.09
Lactogen	"	7.09
Cow & Gate	"	12.30
Cow & Gate	"	17.58
Lactogen	"	18.20
Lactogen	Temue	18.20
Similac	Mende	18.20
Lactogen	Mende	18.20
Lactogen	Krio	20.12
Similac	"	20.12
Lactogen	"	21.00

Krio ("kreolisch", gebrochenes Englisch), ist die weitestverbreitete Verkehrssprache in Westafrika.

Text der Werbung in Krio (einige Stellen auf dem Tonband unverständlich):

Lactogen (Nestlé)

Bring up your baby with love and Lactogen. Dis now important news for dem (...) Now Lactogen better (...) food cos it don get more protein and iron, all de important things that go make pikin strong and well.

Lactogen Full Protein now get more cream taste and Nestlé den guarantee um.

Lactogen and love.

Similac (Abbotts)

ungefähr: Mutter fragt, wie sie ihr pikin "stronger so" macht.
"You know you heard about this new baby food that they call Similac with iron? Now it a wonders so (...) a go make the pikin (...) quick, walka quick and get all de vitamin which he make pikin grow stronger!"

"What do you say this milk he name?"

"He name Similac with iron. He den a yell a can"

"E good for my pikin when e sick-sick so?"

"Yes! This milk not make pikin vomit so. And not (...)"

"Ask for Similac with iron baby food. It din a yell a can."

Die Nestlé-Werbung richtet sich an die ärmsten Bevölkerungsschichten

"Es gibt eine Anzahl Milchbanken, die in öffentlichen Spitälern und in privaten Kliniken in der Stadt Santo Domingo arbeiten. Öffentliche Spitäler, von denen man weiß, dass sie Milchbanken haben, sind Hospital Reid Cabral, Subcentro de Mata Hambre, Centro Sanitario. Eine Privatklinik mit Milchbank ist Club Activo 20-30. Alle diese bedienen vor allem Familien mit niedrigen Einkommen (die Privatklinik wird von einer Wohlfahrtsorganisation betrieben). Es gibt auch Pläne, in naher Zukunft mindestens zwei neue Banken zu eröffnen, eine im Hospital de Maternidad Altadecia und die andere in der Clínica Lorenzo de los Mina, beide bedienen Familien mit niedrigen Einkommen.

Soviel wir wissen, haben die Milchbanken nur Nestlé-Produkte. Die einzige Bank, die unser Interviewer besichtigte, war jene am Hospital Reid Cabral, dem großen öffentlichen Zentrum des Landes, das sich auf Kindermedizin spezialisiert. Die einzige hier verkauft Milch war NAN (aus Holland importiert und vom Spital zollfrei entgegengenommen). Die Milchdose wird für \$ 1.20 in der Bank verkauft, verglichen mit einem Marktpreis von etwa \$ 1.90. Das Spital macht einen Profit von 20 ¢ pro Büchse. Mütter können die Milch in der Bank kaufen bis das Kind ein Jahr alt ist. Man schätzt, dass ein Kind etwa drei Büchsen pro Woche braucht. Nestlé beabsichtigt, das Bankenprogramm auf die zahlreichen Armenviertel der Stadt auszudehnen, um den Einkauf bequemer zu machen.

Am 27. Mai 1974 sprach der Interviewer mit 16 Frauen im Hospital Maternidad de Altadecia, einem öffentlichen Frauen- spital, das für die Armen der Stadt sorgt. In diesem Spital finden im Mittel täglich 60 Geburten statt. Es gibt noch keine Milchbank dort, aber Nestlé ist aktiv engagiert, ihre Produkte in den Handel zu bringen. Alle befragten Frauen sagten, sie würden das Stillen bevorzugen, und dass die Ärzte diese Praktik als gesund empfohlen hätten. Alle Frauen hatten jedoch auch von den Ärzten die Empfehlung erhalten, sich künstliche Milch zu verschaffen, in allen Fällen wurde NAN empfohlen. Vier der Frauen hatten eben Rezepte bekommen, während die andern auf Rezepte warteten, aber in allen Fällen hatte man gesagt, dass NAN verschrieben würde.

Das Spital versorgt die Frauen durch das Büro ihres "Sozialarbeitters" mit von Nestlé herausgegebenen Filmen, Magazinen, Broschüren. Außerdem werden Gratismuster abgegeben.

Während alle befragten Frauen glaubten, dass Stillen für ihre Kinder gesünder sei als künstliche Milch, waren alle davon überzeugt, dass Flaschenernährung notwendig sei. Nach Dr. Bismark Yermenos, dem Leiter der Kindermedizin an diesem Spital, hatte die Mehrzahl dieser Frauen ungenügende eigene Milch, weil sie selber unter Mangelernährung litten, im allgemeinen wegen eines Mangels an Gemüse, Früchten, Milch und Fleisch. Die meisten Frauen erwarteten eine Kombination von Brust- und Flaschenernährung. Nur eine Frau sagte eindeutig, dass sie zu stillen beabsichtigte. Sie war aus einer ländlichen Gegend und meinte, es wäre dort schwierig, künstliche Milch zu bekommen.

Sechs der Frauen sagten, dass frühere flaschenernährte Kinder Diarrhoe, Infektionen und Gastroenteritis gehabt hätten. Von den sechs Todesfällen wurde einer der Gastroenteritis zugeschrieben. Vier andere Kinder waren auch gestorben, aber die Mütter sagten, sie wüssten nicht woran.

Im Spital geborene Kinder werden mit NAN und Glucoseserum ernährt, bevor sie zu den Müttern gebracht werden, was 12 Stunden nach der Geburt geschieht. Eine der Mütter sagte, sie hätte Mühe gehabt, ihr Kind an die Brust zu gewöhnen, weil das Kind im Spital drei Tage lang mit der Flasche ernährt wurde.

Patria Rivas ist die "Sozialarbeiterin" des Hospital Maternidad Altagracia. Ihre Arbeit besteht darin, den Müttern hygienische Massnahmen im Zusammenhang mit der Babypflege beizubringen. Ein grosser Teil ihrer Arbeit besteht darin, Lektionen zu halten, Bilder zu zeigen und Broschüren und Magazine von Nestlé zu verteilen. Plakate und andere Propaganda der Firma sind in ihrem Büro zu sehen. Sie ist vom Spital angestellt, aber sie hält die Verkaufsförderung von Nestlé-Produkten für einen legitimen Teil ihrer Arbeit, denn nach ihrer Meinung "sind sie die besten".

Herr Alberto Martinez ist ein Angestellter der "Dietetico"-Abteilung von Nestlé. Er verbringt etwa drei oder vier Tage pro Woche im Spital, wo seine Arbeit in der Verkaufsförderung von Nestlé-Produkten besteht. Er sagt, das Spital sei sehr kooperativ, "que me da todas las facilidades". Nach Herrn Martinez schenkt Nestlé dem Spital 80 Schachteln Milch pro Monat. Aehnliche Geschenke macht sie Spitätern im Innern, welche er folgendermassen aufzählt: Barahona 10 Schachteln, San Juan de la Maguana 25, Azua 15 und San Cristobal 20.

Ein hoher Angestellter des Spitals, der bat, seinen Namen nicht zu erwähnen, sagte, dass Verkaufspersonal der Firma regelmässig ins Spital käme um Propagandamaterial und Gratismuster an die Mütter zu verteilen. Der Sprecher sagte, man hätte einige Versuche unternommen, diese Leute aus dem Spital herauszuhalten, doch sie kämen weiterhin und zwar aufgrund von finanziellen Arrangements, die mit gewissen Krankenschwestern und Aerzten gemacht wurden. Diese Praktik bezeichnete der Sprecher als bar jeder Berufsethik. Andere Quellen sagten, dass monatliche Zahlungen an Aerzte durch Milchproduzenten, manchmal in der Form von Firmenaktien, auf einen andern Namen, keine ungewöhnliche Praktik darstellten.

Nestlé ist seit 25 - 30 Jahren im Lande aktiv. Vor vier Jahren gründete sie eine Dominikanische Tochtergesellschaft mit Namen Codal, in der Stadt San Francisco de Macoris. Diese produziert Nido, Kondensmilch, Flan de Leche, Triangulitos de leche (Bonbons), Quicks und andere Produkte. In der Dominikanischen Republik findet man unter anderem folgende Kindernahrungsprodukte: Eledon, Nestobon, Pelargon, Bebelac, Nido, Nan, Al-100, Enfamil, Similac, Mead-Johnson, Milo, Vokra, Kany 14, Kany 26, SMA und S-26.

(Milkbanks in the Dominican Republic and Guatemala,
unpublizierter Report)

EINIGE ANGABEN UEBER NESTLE

ANHANG II

Nestlé Alimentana ist der zweitgrösste Nahrungsmittelkonzern der Welt und der multinationalste Konzern überhaupt (d.h. geographisch am breitesten gestreut).

Nestlé hat in der ganzen Welt 297 Fabriken (1972) davon 81 in 28 Entwicklungsländern. Dazu in der ganzen Welt 100 Verwaltungszentren und 697 Verkaufszentren.

Nur 7000 von 127'000 Konzernbeschäftigten sind in der Schweiz tätig.

Mit 16,4 Milliarden Franken Umsatz (1973)

- ist Nestlé der grösste und mächtigste Schweizer Konzern
- ist Nestlés Verkaufsziffer viel höher als der Rechnungsschluss der Schweizerischen Eidgenossenschaft (Bundesfinanzrechnung 1973: 11,6 Mrd. Fr.)
- hat Nestlé einen höheren Umsatz als das nationale Bruttosozialprodukt von 51 der 53 afrikanischen Entwicklungsländer. Die Finanzmacht des Konzerns ist also grösser als die von Einzelländern in der Dritten Welt.

Es ist mühsam und schwierig, genaue Angaben über Konzernstruktur, Beteiligungen, Marktanteile und Gewinne zu bekommen, da Nestlé nicht gerade besonders informationsfreudig ist. Business Week wusste 1973 zu berichten, dass der Konzern wegen seiner Verschwiegenheit an den grossen amerikanischen und englischen Börsen wie New York und London nicht zugelassen werden könne.

Dem Aussenseiter ist kaum klar, was alles für Firmen zum Nestlé-Konzern gehören. Nestlé-Produkte sind unter den verschiedensten Marken anzutreffen. Die wichtigsten davon sind:

- Nescafé, Nescoré, Taster's Choice, Incarom und Nestea: sofortlöslicher Kaffee und Tee
- Nesquik, Quik, Milo, Nestomalt, Tonimalt und Nescao: Kraftgetränke auf Kakao- und Malzbasis.
- Nestlé, Peter, Cailler, Kohler, Sarotti und Dish: Schokolade und Confiseriewaren
- Maggi, Crosse & Blackwell, Thomi & Franck, Findus, Frisco Findus Libby und Stouffer: Produkte für die Küche, Fertigmahlzeiten, Tiefkühlprodukte
- Guigoz, Pelargon, Lactogen, Eledon, Nan, Cerelac, Nestum, Babex, Nidina, Nativa, Beba, Nestogen und Alete: diätetische Produkte.
- Milchmädchen, Ideal, Nido, Bärenmarke, Montblanc, Sweetheart, Flair, Fruit Float, Gerber, Chambourcy und Locatelli : Milchprodukte, Desserterzeugnisse.

Besonders stark ist Nestlé in Europa. Auf einigen Märkten besitzt sie Monopole. So hat sie zum Beispiel in der Schweiz beim sofort löslichen Kaffee einen Marktanteil von 75 - 80%. Zusammen mit Unilever kontrolliert sie den europäischen Markt für Tiefkühlprodukte.

Liste der Nestlé-Werke in Deutschland Oesterreich und der Schweiz

Dies ist ein Auszug aus einer Liste der Nestlé-Werke, die von der Internationalen Union der Lebens- und Genussmittelarbeitergewerkschaften in ihrem "Nestlé Mitteilungsblatt" (Nr.7 , 22. Februar 1973) veröffentlicht wurde.

Fabrik	Firmen	Anzahl der Beschäftigten
DEUTSCHLAND		15 000
Hegge	Deutsche Nestlé	
Kappeln	" "	1635
Mainz	" "	
Hattersheim	Sarotti	
Berlin / Tempelhof	"	3000
Singen	Maggi	
Ludingshausen	"	2800
Frellstedt	Amino	
Biessenhofen	Allgäuer Alpenmilch	
Weiding	" "	220
Gifhorn	Gifhorn "	250
Bingen	St. Ursula	140
Marxen	F. Von Paleske	36
Bad Homburg	Rademann's	120
Ludwigsburg	Tino Von Doeren	70
Leingarten		
Gross Gerau	Helvetia	325
Karlsruhe	Unifranck	
Krefeld-Uerdingen	"	
Neuss	"	1540
Goch	"	
Freiburg / Breisgau	Rietnauer	
Rietnau		
Bad Wildungen		
Berlin	Galak	
Hamburg	Deutsche Libby	
Leer	" "	775
Alsbach*	Wolf	
Stuttgart	Mövenpick	670
OESTERREICH		
Grimmenstein	Nestlé	82
Bregenz	Nestlé	117
Linz a/Donau	Frank & Kathreiner	250
Wien	Nestlé	70

SCHWEIZ

Broc	Nestlé	750
Orbe	Nestlé	350
Kempttal	Maggi	800
Konolfingen	Berner Alpenmilchgesellschaft	
Vuadens	Guigoz	
Othmarsingen	Disch	
Aarau		
Fribourg	Dyna	
Basel	Thomi & Franck	
Bern	Alpura	
Wangen b/Olten	Leisi	
Balerna*	Alemagna	
Rorschach*	Frisco- Findus	

Die mit einem Stern (*) gekennzeichneten Werke figurieren nicht in einer von Nestlé herausgegebenen offiziellen Aufstellung ihrer Werke. Es ist also durchaus möglich, dass weitere Fabriken über komplizierte Beteiligungen von Nestlé kontrolliert werden, dies aber nicht allgemein bekannt ist.

Auf den beiden nächsten Seiten geben wir eine Gesellschaftsstudie der Schweizerischen Bankgesellschaft über den Nestlé-Konzern wieder (datiert November 1974)



Schweizerische Bankgesellschaft

Gesellschaftsstudie / Schweiz

Nestlé Alimentana AG

November 1974

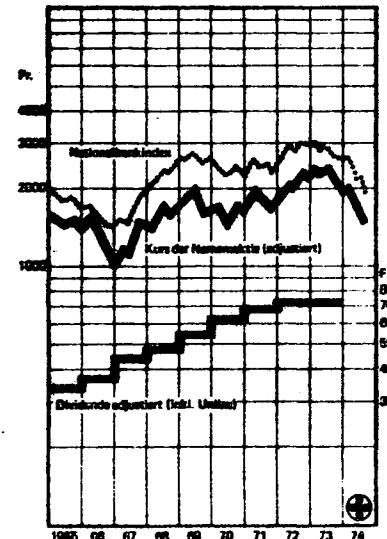
Börsenname: Nestlé

	Kurs vom 24.10.1974	Kurs 1974 (adjustiert) Höchst – Tiefst	Dividende*	Brutto- rendite
Namenaktie	Fr. 1380	2151 – 1280	Fr. 75.82	5,5 %
Inhaberaktie	Fr. 2345	3873 – 2050	Fr. 75.82	3,2 %

* inkl. \$ 3.75 pro Unilac-Stammaktie

Zusammenfassung

Nestlé ist mit einem konsolidierten Umsatz von 16,4 Mrd Fr. das grösste schweizerische Industrieunternehmen und einer der führenden Nahrungsmittelkonzerne der Welt. Seine Tätigkeit erstreckt sich auf alle bedeutenden Länder, doch befinden sich die wichtigsten Absatzgebiete in Europa und auf dem amerikanischen Kontinent. Das breite und ständig in Erweiterung begriffene Produktionssortiment umfasst sämtliche Bereiche der modernen Ernährung, wobei das Schwergewicht bei den sofortlöslichen Getränken, Milch, Käse und diätetischen Spezialitäten liegt. Die in den letzten Jahren erfolgten Übernahmen (Ursina-Franck, Stouffer Corp.) und die Erweiterung des Konsolidierungskreises (Libby) trugen zum hohen Umsatzwachstum bei. Durch die gute Ertragskraft konnte Nestlé die bedeutenden Investitionen überwiegend aus eigenen Mitteln finanzieren. Die Zukunftsaussichten des solid geführten Unternehmens können aufgrund der starken Marktstellung und der angestrebten vielfältigen Sortimentsgestaltung als günstig bezeichnet werden. Trotz weiteren Währungsverschiebungen erwarten wir im laufenden Jahr noch ein angemessenes Wachstum. Die Ausgabe von Teilzertifikaten im Jahre 1973, welche 1/10 einer Namen- bzw. Inhaberaktie entsprechen, soll inskünftig die direkte Beteiligung weiterer Bevölkerungskreise an Nestlé erleichtern.



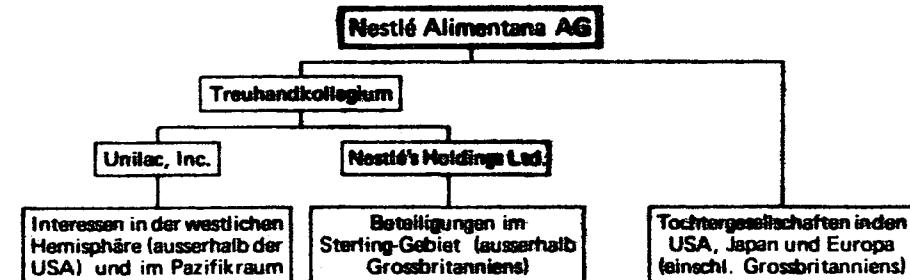
Tätigkeit / Aufbau

Die Nestlé-Gruppe ist umsatzmässig und mit über 127 000 Beschäftigten nicht nur das grösste Unternehmen der Schweiz, sondern darüber hinaus der zweitgrösste Nahrungsmittelproduzent der Welt. Die 99 Verwaltungsbüros, 296 Fabriken und 697 Verkaufsbüros und Auslieferungslager sind über die ganze Welt verstreut. Das Schwergewicht der Tätigkeit konzentriert sich dabei auf Europa (Umsatzanteil knapp 50 %) und Amerika (35 %) sowie Asien und Ozeanien (11%) und Afrika (4 %). Das breite Produktionsprogramm des Konzerns gliedert sich in sechs Gruppen:

- Milch, Käse, Joghurt und ähnliche Frischerzeugnisse (24,8 %)
- Kindernährmittel und diätetische Präparate (7,5 %)
- Sofort- und flüssige Getränke (31,1 %)
- Schokolade, Kakao und Zuckerwaren (9,1 %)
- Suppen, Bouillons, Gewürze, Fertiggerichte und diverse Lebensmittel (20 %)
- Tiefkühlprodukte und Speiseeis (7,5 %)

Die Fusion mit der Ursina-Franck-Gruppe im Frühjahr 1971 verstärkte die Position von Nestlé vor allem auf dem Sektor der Milcherzeugnisse, diätetischen Präparate und der kulinarischen Erzeugnisse vornehmlich in Deutschland, Frankreich und der Schweiz. 1972 wurden in verschiedenen europäischen Ländern neue Formen moderner Verpflegung mit Selbstbedienung des Kunden in Industriebetrieben, Spitäler und Schulen entwickelt. Zu den Partnern gehören Mövenpick, Compagnie Internationale des Wagons-Lits et du Tourisme und Sazer in Skandinavien. Um die Marktstellung in den USA zu verbessern, erwarb Nestlé im Frühjahr 1973 die Stouffer Corporation. Durch diese Gesellschaft wird in den USA neu der Markt für küchenfertige Tiefkühlprodukte erschlossen und daneben eine interessante, Entwicklungsfähige Beteiligung in der Hotel- und Gaststättenbranche erworben.

Die Konzernstruktur zeigt folgendes Bild:



Zu den wichtigsten Beteiligungen von Nestlé zählen die Maggi-Unternehmungen AG, Schweiz (100 %), Exporttrade AG, Schweiz (100 %), Crosse & Blackwell (Holdings) Ltd., Grossbritannien (100 %), Libby, McNeil & Libby, USA (61 %), Findus UK Ltd., Grossbritannien (100 %), Deutsche Nestlé GmbH (100 %) und Locatelli S.p.A., Italien.

Ertragsentwicklung

Von 1969 bis 1973 nahm der Konzernumsatz durchschnittlich um 15 % pro Jahr zu. 1973 betrug die Zunahme noch 4,1 %. Dieses geringe Wachstum im letzten Jahr ist auf die Aufwertung des Schweizerfrankens zurückzuführen, jedoch brachte die erstmalige Konsolidierung der Stouffer Corp. noch einen Umsatzanstieg. Ohne diese Einflüsse wäre der Umsatz etwa 12 % höher gewesen. Die Betriebsgewinnmarge, die zwischen 1969 und 1971 von 10 auf 8,5 % gesunken war, konnte 1973 auf 8,9 %

verbessert werden. Das Gewinnwachstum in der Periode 1969 bis 1973 war eher unregelmässig. 1972 erreichte Libby die Gewinnschwelle, und die Gesellschaften der ehemaligen Ursina-Franck konnten die Erträge weiter verbessern. 1973 wurde die Stouffer Corp. erstmals konsolidiert, daneben konnte die Nettozinslast weiter reduziert werden. Der ausgewiesene Reingewinn erhöhte sich um 5,4 % auf 687 Mio Fr. Trotz weiteren ausserbetrieblichen Faktoren (u.a. 127 Mio Fr. Abschreibungen wegen Wechselkursänderungen) stieg der Cash flow um 5 % (i.V. 17 %) auf 1174 Mio Fr.

Bilanzstruktur

Trotz der Erweiterung des Konsolidierungskreises und dem Währungsverlust auf das Umlaufvermögen ist die Liquiditätslage sehr gut. Der Rückgang der liquiden Mittel um 282 Mio Fr. ist im wesentlichen auf den Erwerb der Stouffer Corp. zurückzuführen. Ende 1973 standen den kurzfristigen Verbindlichkeiten von 3,7 Mrd Fr. leicht realisierbare Aktiven von 4,5 Mrd Fr. gegenüber. Der Eigenkapitalanteil an der Bilanzsumme von 52 % blieb unverändert, und die Sachanlagen von 3,4 Mrd Fr. (Versicherungswert 8,1 Mrd Fr.) waren 1,9mal durch eigene Mittel gedeckt.

Die geringe Zunahme der eigenen Mittel um 76 Mio Fr. ist sowohl auf die Auswirkungen der ungünstigen Wechselkurse auf das Anlagevermögen als auch auf die Bilanzierung der neu erworbenen Beteiligungen zum Nettosubstanzwert zurückzuführen. Die Bilanzrelationen sind gesamthaft sehr solide.

Investitionen / Finanzierung

Bis 1971 ist die Produktionskapazität stark erweitert worden, und mit 797 Mio Fr. Investitionen für Sachanlagen wurde ein vorläufiger Höhepunkt erreicht. Im Jahre 1973 wurden diese Investitionen um 82 Mio Fr. auf 605 Mio Fr. (1972: 687 Mio Fr., -110 Mio Fr.) reduziert, obwohl in den entsprechenden Fremdwährungen gerechnet kaum weniger als im Vorjahr aufgewendet wurde. Der Hauptteil entfiel auf den Bau von Werken zur Erzeugung von Nescafé, die Erweiterung der Kapazitäten von verschiedenen milchverarbeitenden Anlagen und die rationelle Herstellung von Tiefkühlprodukten. Für den Erwerb der Stouffer Corp. wurden zusätzlich weitere 335 Mio Fr. aufgewendet. In den vergangenen zehn Jahren wendete der Nestlé-Konzern 4,9 Mrd Fr. für Investitionen auf, welche überwiegend aus eigenen Mitteln finanziert werden konnten. Die hohe Ertragskraft des Konzerns dürfte auch in den kommenden Jahren eine weitreichende Selbstfinanzierung der Neuinvestitionen erlauben.

Aussichten

In den ersten sieben Monaten 1974 stieg dank der regen Nachfrage der Konzernumsatz um 17 %. Obwohl sich die Preise von wichtigen Rohprodukten (u.a. Kakao, Kaffee, Zucker usw.) gegenüber den Höchstkursen vom Frühsommer 1974 etwas ermässigt haben und die erhebliche Verteuerung der Energie (Rohöl) sowie die Unsicherheiten auf dem Währungssektor die Ertragsrechnung etwas belasten, kann auch zukünftig mit befriedigenden Margen gerechnet werden. – Das Wachstum von Nestlé wird auch weiterhin im Ausbau des Angebots (Tiefkühl- und Fertigmahlzeiten), der Ausdehnung der Produktionsanlagen und der Erschliessung neuer Märkte sowie in der Erweiterung der Geschäftstätigkeit im Hotel- und Gaststättengewerbe liegen. Daneben erfolgt die Expansion durch die Übernahme anderer Gesellschaften. So erwarb Nestlé im April 1974 die Mehrheit am zweitgrössten Mineralwasserunternehmen „Blaue Quellen“ in Deutschland. Ausserdem unternahm Nestlé Bestrebungen zur Diversifikation in neue Branchen. Die Minderheitsbeteiligung an der französischen L'Oréal, einem führenden Unternehmen in der Herstellung und im Verkauf von Produkten für Haarpflege, Kosmetika und Pharmazeutika, dürfte vor allem langfristig von Vorteil sein.

Bilanzdaten (in Mio Fr.)

31. Dez.	Umlaufvermögen Flüssige Mittel	Anlage- vermögen Übrige Posten	Fremdkapital kurz- fristig	Rück- stell. mittel- u. lang- fristig 1)	Eigenkapital Aktien- Reser- kapital 2) ven
1969	1571	3566	2456	1828	661
1970	1593	3768	2764	1972	704
1971	2251	5536	3711	3802	1250
1972	2373	6099	3837	3850	1399
1973	2091	6530	3827	3754	1554
					645
					361
					6134

Ausgewählte Konzernzahlen (in Mio Fr.)

31. Dez.	Umsatz	Umsatz pro Mit- arbeiter (Fr.)	Neu- investi- tionen	Cash flow	Abschrei- bungen auf Anlagen	Betriebs- gewinn	Konzern- gewinn
1969	9 370	102 860	440	776	275	934	501
1970	10 205	111 930	561	848	314	992	534
1971	14 651	131 022	797	954	417	1252	537
1972	15 770	135 908	687	1116	464	1372	652
1973	16 420	128 481	605	1174	487	1455	687

Daten je Aktie (in Fr.)

31. Dez.	Dividende Nestlé (Fr.)	Dividende Unilac (\$)	Kurs Höchst	Namenaktie 3) —	Kurs Inhaberaktie 3) Höchst	—	Tiefst
1969	55.—	2.75	2025	—	1581	3414	—
1970	55.—	2.75	1719	—	1412	2906	—
1971	60.—	3.—	2030	—	1601	3222	—
1972	65.—	3.75	2433	—	1874	4069	—
1973	65.—	3.75	2572	—	1893	4347	—

1) inkl. Anteil der Minderheitsaktionäre am Eigenkapital 2) Nestlé und Unilac 3) adjustiert

Börsenkapitalisierung: 4918 Mio Fr.

Aktienkapital

Nestlé Alimentana AG: 285,1 Mio Fr.

1 830 955 vink. Namenaktien zu 100 Fr. nom.
1 019 910 Inhaberaktien zu 100 Fr. nom.

Jede Nestlé-Aktie ist rechtlich untrennbar verbunden mit einer gleichnumerigen Inhaber-Stammaktie der Unilac Inc.

Unilac Inc.: 34,75 Mio US-\$

2 850 865 Inhaber-Stammaktien zu 12 \$ nom.
5 400 Gründeraktien zu 100 \$ nom.

Seit September 1973 besteht die Möglichkeit, Teilzertifikate (ohne Stimmrecht) zu erwerben, welche vermögensrechtlich 1/10 einer Namen- oder Inhaberaktie entsprechen.

Sitz der Gesellschaft: Cham und Vevey

Kapitalerhöhungen (in Mio Fr.)

Jahr auf Bezugsrecht

1974	271,5	Beteiligung an L'Oréal
	285,1	1 N : 20 I/N zu 100 Fr. + 12 \$

Börsenkotierung

Zürich, Basel, Genf, Bern, Lausanne, St. Gallen, Paris, Amsterdam, Frankfurt, Düsseldorf, Wien

Gründungsjahr: 1866

1905 Fusion Anglo-Swiss Condensed Milk Co. (gegründet 1866) mit AG Henri Nestlé (gegründet 1867)

1947 Annahme des heutigen Firmennamens

Abschluss des Geschäftsjahres: 31. Dezember

Verwaltungsrat: P. Liotard-Vogt*, Präsident und Delegierter; Dr. K. Obrecht*, Vizepräsident; Dr. h.c. J. C. Corthézy*; Dr. h.c. Th. Waldesbühl*; Dr. Dr. h.c. F. Bolla; Prof. Dr. J. Freymond; Dr. H. Möhr; Dr. M. Odier; Dr. A. F. Sulzer; Dr. H. R. Schwarzenbach*; W. Schweizer; F. W. Schultbess; P. Reinhart; Ph. de Week; Dr. E. Stopper; A. Bettencourt; F. Dalle.

* Mitglieder des Ausschusses

ABSCHRIFT AUS DEN GERICHTSAKten

ANHANG III

S F R V
SCHWEIZERISCHE FERNSEH- UND RADIOVEREINIGUNG

Ueberparteiliche Vereinigung schweizerischer
Fernsehzuschauer und Radiohörer

14.6.1974

Generaldirektion der
Nestlé Alimentana
55, av. Nestlé
1800 Vevey

Sehr geehrte Herren,

Herr Dr. Karl Völk, Direktor der Schweizerischen Bankgesellschaft in Zürich und Vizepräsident unserer Geschäftsleitung, ersucht mich, Ihnen die von unserer Programmbeobachtungsstelle gesicherten Unterlagen zum Sujet "Nestlé" in der Tagesschau des Deutschschweizer Fernsehens vom 10. Juni 1974 (spät) zu übermitteln.

Ich sende Ihnen deshalb als Beilage eine Niederschrift unserer Video-Aufzeichnung sowie eine Photographie des Titels "Nestlé tötet Babys", der in der betreffenden Tagesschau-Ausgabe während 15 Sekunden gezeigt wurde.

Unsere Programmbeobachtungsstelle hat insbesondere die Aufgabe, Radio und Fernsehsendungen zwecks Sicherung von Unterlagen für die Kritik aufzuzeichnen. Gemäss den Statuten unserer Vereinigung halten wir es für unsere Pflicht, damit vor allem auch der schweizerischen Privatwirtschaft zur Verfügung zu stehen.

Mit vorzüglicher Hochachtung
sig. Güdel
(Willy Güdel, Sekretär der SFRV)

PHOTOGRAPHIEN

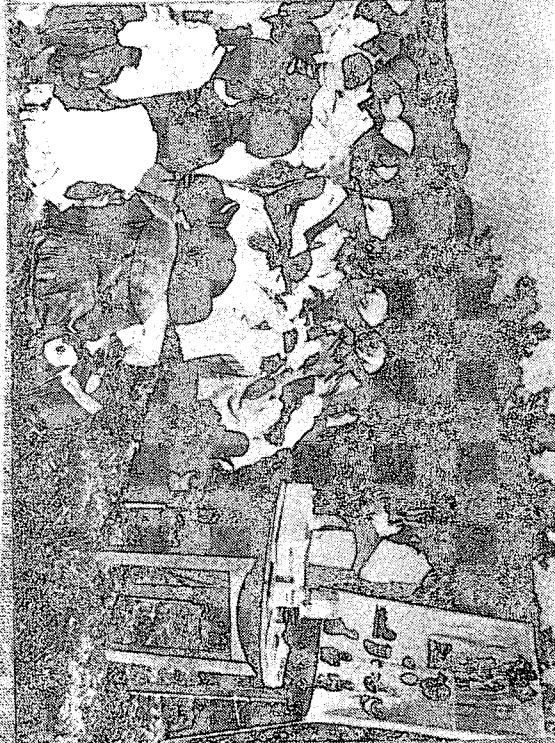
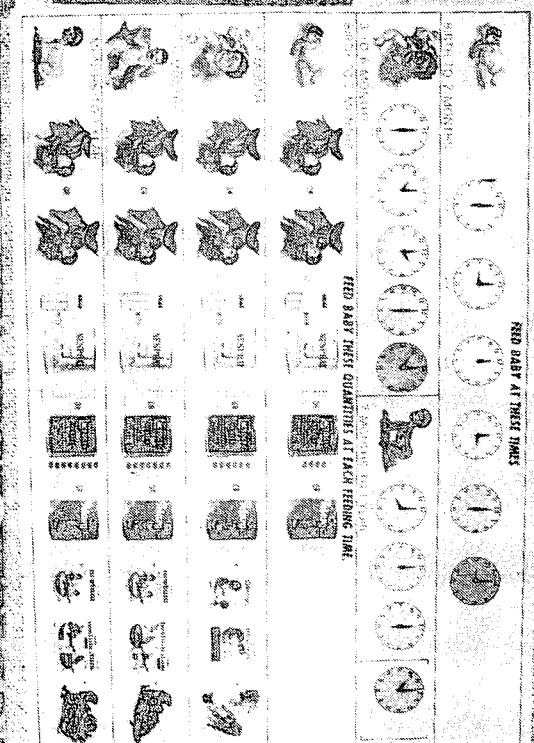
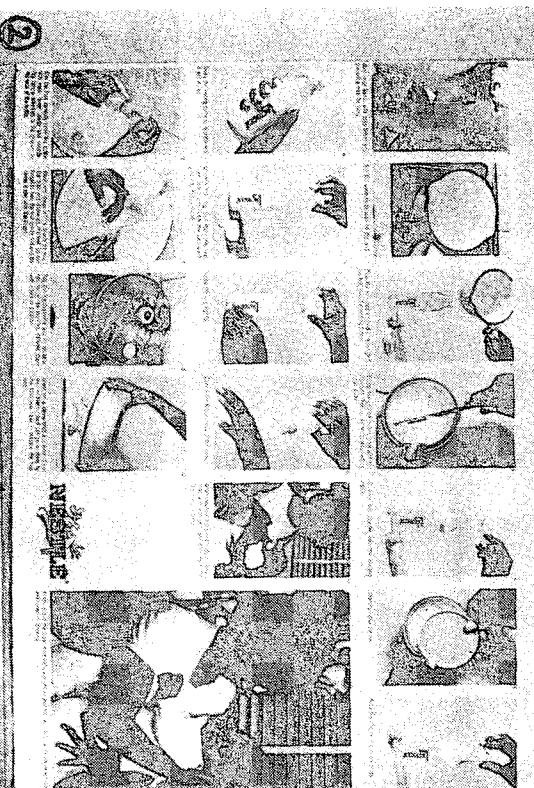
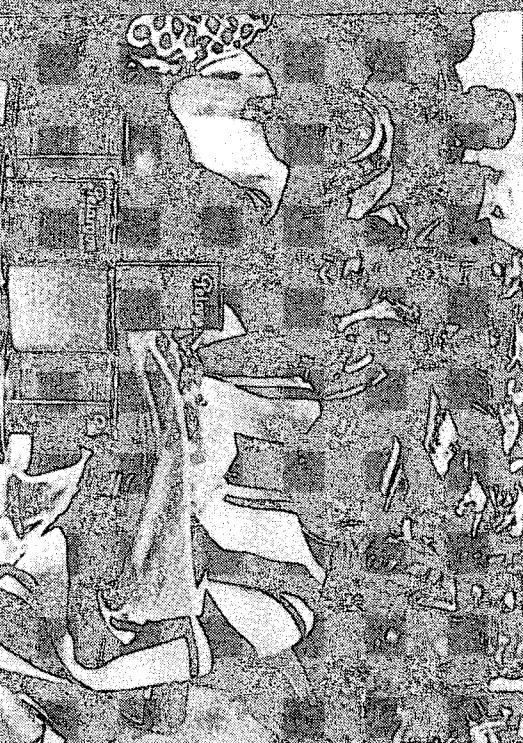
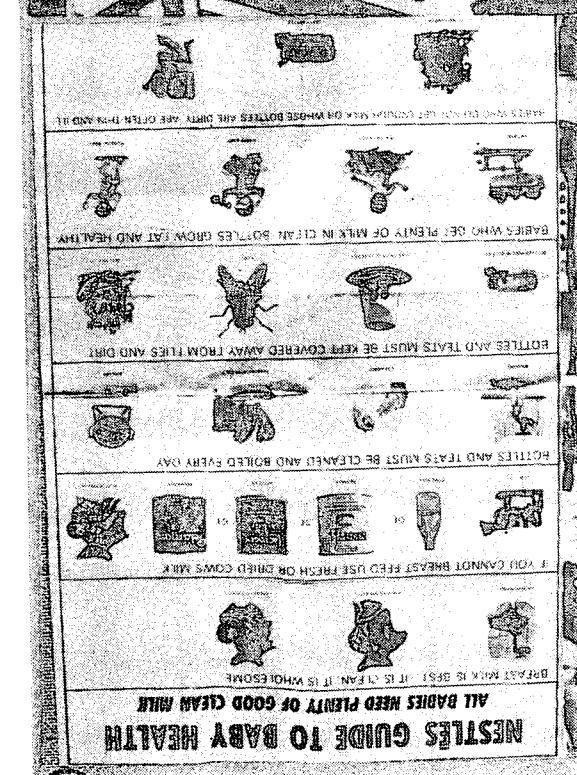
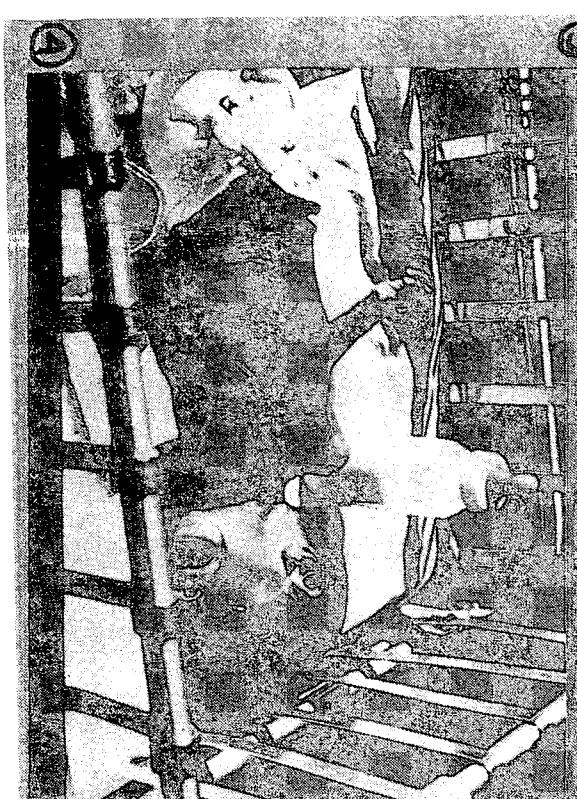
- 1) Ausschnitt aus einem Flugblatt. Westafrika.
- 2) Ausschnitt aus einem Flugblatt. Westafrika.
- 3) Gewichts- und Impfkarte. Tanzania. (Siehe Seite 29)
- 4) Marasmisches Kleinkind mit Saugflasche
(aus der Tonbildschau "Diarrhoea in Papua New Guinea"
von John Bidulph)
- 5) Nestlé-"Mütterberater" (siehe Seite 29)
- 6) Plakat aus Südafrika
- 7) Verteilen von Gratismustern (siehe Seite 26)
- 8) Plakat aus Südafrika
- 9) und 10) Kindergräber auf dem Chingwele-Friedhof, Lusaka,
Sambia. Aufnahme 1969, aus einer privaten Sammlung.

⑨



⑩





Lactogen